

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання

Форма навчання: заочна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту
Завідувач кафедри

_____ М. М. Логвин

« ____ » _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Значення музеїв у формуванні туристичної атрактивності
регіону (на прикладі комунальних музеїв Полтавської області)**

*зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
освітня програма «Туризм» ступеня магістра*

Виконавець роботи Єгорова Олена Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник д. геогр. н., доц. Шуканов Павло Васильович
(науковий ступінь, вчене звання,)

(підпис, дата)

Полтава – 2025

ЗМІСТ

	с.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ МУЗЕЇВ ЯК ЧИННИКА ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ АТРАКТИВНОСТІ РЕГІОНУ.....	6
1.1. Туристична атрактивність як чинник формування туристичної дестинації та сталого розвитку регіону.....	6
1.2. Класифікація музеїв та їхня роль як туристичних об'єктів.....	12
1.3. Особливості функціонування комунальних музеїв в Україні.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ І ДІЯЛЬНОСТІ КОМУНАЛЬНИХ МУЗЕЇВ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	25
2.1. Аналіз туристичного потенціалу комунальних музеїв Полтавщини.....	25
2.2. Аналіз стану та динаміки показників діяльності комунальних музеїв Полтавської області.....	35
2.3. Інтеграція комунальних музеїв до туристичних маршрутів і програм регіону.....	44
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОМУНАЛЬНИХ МУЗЕЇВ ЯК ЧИННИКА ТУРИСТИЧНОЇ АТРАКТИВНОСТІ РЕГІОНУ....	48
3.1. Роль музею як драйвера туристичної дестинації: приклади музеїв Полтавської області.....	48
3.2. Управління розвитком комунальних музеїв: виклики, нові підходи та перспективи.....	56
3.3. Використання інноваційних методів у діяльності комунальних музеїв як чинник підвищення туристичної атрактивності.....	65
3.4. Пропозиції до Програми розвитку туризму та збереження культурної спадщини Полтавської області на 2026-2030 роки.....	71
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	78
ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ.....	84
ДОДАТКИ.....	94

ВСТУП

Туризм є однією з провідних галузей світової економіки, а для багатьох українських регіонів – важливим чинником економічної стійкості в умовах війни. Значна конкуренція між вітчизняними туристичними DESTINATIONAMI спонукає їх максимально використовувати потенціал культурної спадщини та усіх складових туристичної інфраструктури для підвищення привабливості регіонів для відвідувачів. Зростання попиту на культурно-пізнавальний туризм як в Україні, так і у всьому світі, підвищує роль музеїв у формуванні туристичної атрактивності регіонів.

Світовий, й зокрема європейський, досвід переконливо демонструє ефективність інтеграції музеїв до туристичних маршрутів. Такі музеї, як Лувр (Париж, Франція), Британський музей (Лондон, Велика Британія), Метрополітен-музей (Нью-Йорк, США) є «туристичними якорями», що приваблюють мільйони туристів. Українські музеї, такі наприклад, як Національний заповідник «Хортиця» (Запоріжжя), Національний музей народної архітектури та побуту України «Пирогово» (Київ), Музей писанкового розпису (Коломия, Івано-Франківська область), Національний музей-заповідник українського гончарства (Опішня, Полтавська область) мають визначальний вплив на розвиток локального та регіонального туризму.

Проте, проблемою музейної сфери є недостатнє залучення до туристичних маршрутів невеликих музеїв, конкурентоспроможність яких знижує брак фінансування, недостатня інтерактивність, обмежене використання сучасних інструментів менеджменту та маркетингу.

Актуальність дослідження зумовлена проблемою неповного використання потенціалу музеїв у формуванні туристичної атрактивності регіонів та конкурентоспроможних регіональних туристичних продуктів. Недосконалість наявних механізмів партнерства між музейними установами, суб'єктами туристичних послуг та органами місцевого самоврядування посилює необхідність пошуку шляхів підвищення ефективності співпраці

стейкхолдерів музейної сфери.

Метою дослідження є оцінка значення музеїв у формуванні туристичної атрактивності регіону (на прикладі комунальних музеїв Полтавської області) та розробка стратегічних рекомендацій щодо їхнього ефективного розвитку.

Для досягнення мети визначено наступні **завдання дослідження**:

- систематизувати теоретичні засади формування туристичної атрактивності регіону та визначити роль музеїв у цьому процесі;
- розглянути існуючі класифікації музейних закладів і дослідити ключові особливості функціонування комунальних музеїв в Україні;
- проаналізувати туристичний потенціал та основні показники діяльності комунальних музеїв Полтавської області за 2021–2024 рр., оцінити рівень їхньої інтегрованості до регіональних туристичних маршрутів;
- визначити основні проблеми та виклики залучення комунальних музеїв Полтавської області до регіональних туристичних продуктів;
- обґрунтувати стратегічні напрями розвитку комунальних музеїв Полтавської області, розробити рекомендації щодо управління їхнім розвитком;
- сформулювати пропозиції щодо підвищення інноваційних екскурсійних послуг комунальних музеїв Полтавської області.

Об’єктом дослідження є роль музейних закладів у формуванні туристичної атрактивності регіону.

Предмет дослідження – стан і перспективи розвитку комунальних музеїв Полтавської області та їхній вплив на формування туристичної атрактивності регіону.

Практичне значення результатів дослідження полягає у можливості впровадження розроблених рекомендацій органами місцевого самоврядування та керівництвом комунальних музеїв Полтавської області для підвищення туристичної привабливості регіону та вдосконалення управління музейною сферою.

Основні результати дослідження пройшли апробацію на науково-практичних конференціях:

1. Шуліка Е. Ю., Єгорова О. В. Використання жестової мови при обслуговуванні туристів як забезпечення інклюзивності туристичного обслуговування. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 14-15 листопада 2024 р. : колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. С. 524-527.

2. Безкровний О., Зоря О., Єгорова О. Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: консолідація науковців у пошуку рішень (передмова редакторів). *Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти* : зб. матеріалів всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 трав. 2025 р.). Полтава : ПДАУ, 2025. С. 8-10.

Результати досліджень опубліковані у фахових статтях:

1. Єгорова О. В., Скляр Г. П., Логвин М. М., Карпенко Н. М., Тютюнник Ю. М. Інноваційні методи проведення музейних екскурсій. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2(3). С. 22-28. DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(3\)-3S](https://doi.org/10.60022/2(3)-3S).

2. Карпенко Н. М., Шуканов П. В., Логвин М. М., Єгорова О. В., Шуканова А. А. Реалізація туристичного потенціалу в умовах війни та повоєнного відновлення: регіональний аспект. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2 (4). С. 80-87. DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(4\)-9S](https://doi.org/10.60022/2(4)-9S).

3. Япринець Т., Єгорова О. Локальні туристичні маршрути як ресурс для сталого розвитку громади. *Журнал інновацій та сталого розвитку*. 2025. № 9 (3), 02. DOI: <https://doi.org/10.51599/is.2025.09.03.02>.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ МУЗЕЇВ ЯК ЧИННИКА ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ АТРАКТИВНОСТІ РЕГІОНУ

1.1. Туристична атрактивність як чинник формування туристичної дестинації та сталого розвитку регіону

Одним із ключових питань розвитку туризму є дослідження мотивації туристів – що спонукає людей до подорожей, які потреби вони прагнуть задовольнити через відвідування певних територій. Основним стимулом до туристичної подорожі зазвичай виступає потреба вийти за межі звичного життєвого середовища, отримати нові враження, розширити світогляд, ознайомитися з невідомими культурами та/або особливостями природи, а також задовольнити потреби у відпочинку та позитивних емоціях. Саме від того, наскільки територія здатна забезпечити такі потреби залежить її привабливість для туристів та формування статусу туристської дестинації. Висока атрактивність певної території перетворює її на бажану дестинацію, здатну задовольнити потреби відвідувачів у відпочинку, пізнанні або рекреації, і є одним із центральних чинників формування туристських потоків.

Термін «атрактивність» походить від латинського слова «*attractio*», що означає «притягувати» [4]. У науковій та професійній літературі його використовують як синонім терміну «привабливість» у контексті туристичної цінності території або об'єкта. Атрактивність характеризує здатність туристичних об'єктів або територій привертати увагу туристів, формувати їхню зацікавленість і стимулювати до відвідування. Туристична (або як її ще називають туристська) атракція, у свою чергу, є конкретним ресурсом або об'єктом, який забезпечує реалізацію такої привабливості. Атракції визначають сенс поїздки: їх необхідно «побачити», «долучитися» або «пережити», щоб отримати задоволення та сформувати позитивні емоції, що стимулює вибір конкретної дестинації.

Туристичні атракції можна розглядати як у широкому сенсі – як усі привабливі об’єкти, так і в вузькому – як платні або спеціально організовані для туристів простори та події.

Термін «туристська атракція» уперше було введено Еріком Коеном (Erik Cohen) у 1972 році у праці [78], присвяченій типології туристів. У цій фундаментальній статті автор підкреслював, що відвідування туристських атракцій є основною метою масового туризму і запропонував визначати рівень атрактивності об’єкта через співвідношення новизни та знайомого для туриста. Коен виділяв дві основні групи атракцій: природні – нерукотворні, що приваблюють відвідувачів завдяки своїм природним особливостям, і штучні – спеціально створені для «винайдені» з метою залучення туристів.

Подальший розвиток класифікації атракцій спостерігається у працях Джона Сварбрука (John Swarbrooke), який виділив наступні їх види: природні, рукотворні об’єкти без первісної туристичної мети, спеціально спроектовані місця та заходи (культурні, спортивні, релігійні) [83]. Вчений наголошував, що туристські атракції можуть бути як об’єктами, так і подіями, а їх поєднання створює основу туристського продукту та визначає привабливість території.

Основні види атракцій наведені на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Види туристичних атракцій

За походженням атрактивність дестинації поділяють на природну та штучну (антропогенну). Природна атрактивність формується завдяки унікальним природним, кліматичним, екологічним характеристикам території. Штучна атрактивність пов'язана з об'єктами та заходами, спеціально створеними для туристів, навіть у регіонах із недостатнім природним потенціалом. Створення туристичних продуктів на основі таких атракцій дозволяє розширювати пропозицію та нарощувати туристичні потоки, формуючи додаткову економічну та соціальну цінність для території [10].

Проте, атракції не обмежуються фізичною формою, важливу роль відіграють нематеріальні чинники – унікальна атмосфера, емоції та переживання туриста. Разом із розвагами вони складають базу туристичного продукту, доповнюють його, стимулюючи збільшення туристських потоків.

Атракції можуть розташовуватися як у міських, так і в природних районах, створюючи комплексний туристичний простір. Крім того, туристичні атракції часто є центрами формування локальних туристичних кластерів, оскільки навколо них концентруються супутні послуги: готелі, ресторани, транспорт, культурні інституції [35].

Дефініція терміну «туристична атрактивність» еволюціонувала з часом, але концептуально підхід залишився незмінним: під атрактивністю розуміють здатність території або об'єкта зацікавити туристів, спонукати їх до відвідування, сформувати унікальність та задовольнити потреби відпочинку. Так, О. В. Колотуха визначає туристсько привабливою територію таку, що «користується популярністю у туристів і перетворюється на відповідне територіальне туристське поєднання у вигляді туристського пункту, центру, вузла, району, регіону» [4].

Мальська М. П. та Паньків Н. М. [33] розглядають туристичну атрактивність як комплексну оцінку туристично-ресурсного потенціалу території, що включає природну, природно-антропогенну, культурно-історичну та соціально-економічну складові. Атрактивність визначається як здатність цих ресурсів приваблювати туриста і задовольняти його потреби.

На основі узагальнення наведених підходів, у цьому дослідженні під туристичною атрактивністю DESTИНАЦІЇ розуміють рекреаційну цінність її природних, історико-культурних, соціально-економічних та інших ресурсів, їхню здатність приваблювати туристів і формувати бажання відвідати певне місце. З точки зору поведінки туристів атрактивність території є мотивом подорожі, а з точки зору туристичного бізнесу – ресурсом, що впливає на кількість відвідувань і забезпечує соціально-економічний ефект для регіону.

Атрактивність як ресурс туризму формується багатьма параметрами, серед яких ключовими є:

- унікальність (автентичність або екзотичність, наявність легенди або міфологізованого наративу) туристичного об'єкта(ів);
- високий рівень емоційного враження та естетичного задоволення від відвідування;
- комфортність відвідування (її формують, зокрема, доступність локацій і добре розвинута сервісна інфраструктура);
- можливість отримання досвіду через інтерактивність (участь у подіях, святах, майстер-класах тощо).

Отже, щоб туристичний об'єкт став атрактивним ресурсом, його потенціал потрібно адаптувати під запити туристів. Якщо наявність унікального туристичного об'єкту є обов'язковим приводом для відвідування туристами регіону, то розвинутість мережі закладів розміщення і соціальної інфраструктури – умовами для того, щоб туристи затрималися у DESTИНАЦІЇ.

Зокрема, туристичним об'єктам потрібно забезпечити різні рівні доступності: мовну (можливість отримати екскурсійний супровід, інформаційні матеріали та послуги зрозумілою мовою або жестовою мовою), змістовну (зрозумілість для сприйняття різними категоріями споживачів, різні форми подачі інформації), вартісну (відповідність вартості продукту платоспроможному попиту цільових аудиторій) та фізичну.

Аналіз наукових публікацій свідчать про зростання інтересу наукової

спільноти до вивчення туристичної атрактивності як чинника сталого розвитку. Geçikli M. з колегами [77], на основі бібліометричного аналізу, дійшли висновку, що культурна спадщина є критично важливим елементом туристської привабливості. Автори напряду пов'язують з необхідністю дотримання принципів сталого розвитку, що є критичним для збереження конкурентних переваг туристичної дестинації у довгостроковій перспективі.

Українські вчені Мальська М. П. та Паньків Н. М. відзначають, що наявність атрактивного ресурсу є необхідною, первинною, але недостатньою умовою для формування дестинації – важливою є інтеграція ресурсів до туристичної інфраструктури та туристичного продукту. Вони наголошують на важливості сталого розвитку територій, збереженні унікальних атрактивних ресурсів для довгострокової конкурентоспроможності дестинації [33].

Сінельников Д. І. [55] і Берест П. [5] підкреслюють роль культурної спадщини як фундаментального ресурсу для розвитку туристично-рекреаційних дестинацій та сталого економічного ефекту. Сінельников Д. І., проаналізувавши регіональні аспекти туристичного розвитку на прикладі Київської області, підкреслює, що атрактивність культурної спадщини є фундаментальною передумовою для конкурентоспроможності регіональних дестинацій, а ефективне управління цими ресурсами забезпечує необхідний соціально-економічний ефект [51]. На думку П. Береста [5], збереження та розвиток культурного потенціалу є прямим інструментом забезпечення сталого розвитку туристичних дестинацій – культурну атрактивність території необхідно охороняти, щоб гарантувати довгострокову економічну та соціальну стійкість регіону.

Миронов Ю. Б. [35] розглядає туристичну атрактивність як передумову створення кластерних моделей, в яких атрактивні об'єкти є центрами туристичних кластерів. Таким чином, атрактивність є чинником, що перетворює звичайну територію на організовану та керовану дестинацію.

Уварова Г. Ш. [65] звертає увагу, що атрактивність території є фундаментом для створення ефективного національного або регіонального

бренду та просування дестинації завдяки брендингу. Саме атрактивні переваги формують емоційну складову бренду, яка є сенсом подорожі для туриста та стратегічним чинником соціально-економічного розвитку регіону.

Глобальний контекст туристської атрактивності відображає Travel & Tourism Development Index (TTDI), розроблений Всесвітнім економічним форумом у співпраці з Університетом Суррея [84]. Індекс є інструментом оцінки туристичної атрактивності на макrorівні за допомогою 5 ключових вимірів та 17 показників, які комплексно відображають фактори та політику, що сприяють розвитку сектору подорожей та туризму. Індекс оцінює конкурентоспроможність дестинацій з урахуванням таких вимірів як сприятливе середовище (безпека, захист, здоров'я, гігієна тощо), політика та умови сприяння, інфраструктура, ресурси (безпосередньо атрактивні ресурси), стійкість попиту (інтегрує атрактивність і сталий розвиток). Вимір «Cultural Resources» дозволяє оцінити роль культурних ресурсів, у тому числі музеїв, для формування туристської привабливості. Показники, наведені в звіті «Travel & Tourism Development Index 2024» [84], дозволяють виявити тенденцію до зростання глобального попиту на культурну атрактивність: середній бал категорії «Cultural Resources» підвищився з 2019 року на 7,7%, а кількість об'єктів культурної спадщини ЮНЕСКО збільшилася на 11,3%.

Отже, туристичну атрактивність розглядають з позицій природних, культурних та соціально-економічних ресурсів, їхньої організації та відповідності принципам сталого розвитку. Музейні заклади є одними з ключових атракцій багатьох туристичних дестинацій, вони формують їхні ідентичності, підсилюють туристичну пропозицію, створюють соціально-економічну цінність. Музеї забезпечують не лише збереження культурної спадщини, але й формують емоційний, пізнавальний та соціальний досвід туристів, що робить їх важливими елементами сучасних туристичних продуктів.

1.2. Класифікація музеїв та їхня роль як туристичних об'єктів

Відповідно до Закону України «Про музеї та музейну справу» музей – науково-дослідний та культурно-освітній заклад, створений для вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій з науковою та освітньою метою, залучення громадян до надбань національної та світової культурної спадщини [50].

Сучасні музеї є багатофункціональними установами, які збирають та зберігають культурно-історичні та природничі цінності. Вони здійснюють науково-дослідну, реставраційну роботу, освітню та просвітницьку діяльність.

Різноманіття музеїв зумовлює необхідність їх класифікації за ознаками, важливими як для відвідувачів, так і для менеджменту. Перші спроби систематизації музеїв відносяться до XIX ст. й пов'язані з стрімким зростанням їх кількості, появою різноманітних форм музейних установ [38].

Наразі музеї класифікують за різними ознаками, зокрема, з урахуванням їхнього профілю, статусу, відомчої приналежності тощо. Сучасні класифікаційні підходи, запропоновані О. Гайдаєм [12], В. Лавренком [31], О. Любіцевою і Т. Шпарагою [32], О. Виноградовою з співавторами [38], В. Торяником з колегами [59], дозволяють системно упорядкувати музеї. Однак єдиної, загальновизнаної класифікації музеїв наразі немає.

Найбільш універсальною та поширеною є класифікація музеїв за профілем. Саме ця класифікація наведена у Законі України «Про музеї та музейну справу» [50]. Профіль музею визначається змістом його фондів, зв'язком із науковою, мистецькою чи виробничою галуззю. Профіль визначає склад музейних предметів, тематику експозицій, склад колекцій, напрями наукової діяльності тощо. У кожному профілі виділяють профільні групи [32].

Класифікація музеїв за профілем:

1. Історичні музеї збирають, вивчають, зберігають та експонують матеріали про історію людства від найдавніших часів до сучасності, розвиток суспільства, видатні історичні події, побут, культурні пам'ятки тощо.

Профільними групами історичних музеїв є: загальноісторичні – висвітлюють історію розвитку людства та/або країни, розвиток суспільно-політичний, економіки, науки, техніки, культури; військово-історичні; археологічні – збірки пам'яток матеріальної культури, виявлених під час археологічних досліджень; історії релігії; історико-побутові, етнографічні; історико-архітектурні та історико-культурні заповідники – розташовані у будівлях історико-культурної чи художньої цінності.

2. Гуманітарні музеї включають музеї художнього профілю (образотворчого, декоративно-прикладного, народного, сучасного мистецтва), літературного та мистецького профілів (театральні, музичні, музеї кіно, народної творчості тощо).

Музеї образотворчого мистецтва зберігають та демонструють твори живопису, іконопису, графіки, скульптури, предмети ужиткового мистецтва та інші. Літературні музеї спеціалізуються на збиранні, зберіганні та експонуванні матеріалів, пов'язаних із літературою і поезією. Літературно-меморіальні музеї розміщуються у меморіальних комплексах (садиби, будинки, квартири, кабінети), що зберігають особисті речі письменників і поетів, розповідаючи про їхній життєвий і творчий шлях.

3. Природничі музеї документують природу, її розвиток і взаємодію з суспільством. Експонати таких музеїв пов'язані з флорою, фауною, природними явищами й процесами. До природничих належать антропологічні, біологічні (ботанічні, зоологічні), геологічні (палеонтологічні, мінералогічні) музеї, музеї ґрунтознавства та «живих об'єктів» – тераріуми, дендрарії, ботанічні сади тощо. У міжнародній практиці до природничих музеїв відносять також зоопарки та акваріуми, які, хоча й мають специфічні функції, виконують науково-популяризаторську роль, наближену до музеїв «живої природи».

4. Науково-технічні музеї можуть бути багатoproфільними (політехнічними) або галузевими (музеї промисловості, транспорту, авіації, космонавтики тощо). Вони демонструють історію розвитку і сучасний стан

науки, техніки та окремих технологій. До цієї групи також належать промислові та художньо-промислові музеї, музеї історії підприємств і музеєфіковані промислові об'єкти, які набули популярності серед туристів завдяки інтерактивним експозиціям [59].

5. Комплексні музеї – мультидисциплінарні та «гібридні» музеї, які поєднують ознаки різних профілів. До цієї групи відносять більшість краєзнавчих музеїв, ансамблевих і середовищних музеїв, музеїв-заповідників, історико-архітектурних, літературно-художніх і екомuzeїв. Найпоширенішим видом комплексних музеїв є краєзнавчі, які поєднують історико-культурні, природничо-наукові та художні експозиції, розповідають про природу, історію, культуру та побут певного краю або населеного пункту. До комплексних належать деякі меморіальні музеї, які увічнюють пам'ять про значні події та видатних людей – політиків, учених, письменників, поетів, полководців, композиторів, артистів тощо.

Хоча класифікація музеїв за профілем є найуніверсальнішою та найпоширенішою, використовуються й інші класифікації, зокрема за характером спадщини, формою власності, масштабом діяльності. Ці класифікації дозволяють охарактеризувати організаційні, управлінські та структурні особливості музеїв.

За типом музейної спадщини (домінуючою матеріальною формою музейних предметів та формою їх просторової організації) традиційно виділяють наступні види музеїв:

- музеї колекційного типу, які зберігають переважно рухомі матеріальні предмети;
- музеї ансамблевого типу, до яких відносять нерухомі пам'ятки архітектури та історичного середовища, а також культурні ландшафти (музеї-заповідники, палаци-музеї, музеї-садиби тощо);
- музеї просто неба, скансени (архітектурно-етнографічні комплекси з міні-музеями в окремих будівлях), які відтворюють певне середовище, побут і культуру минулих епох [12, 31, 32, 38].

Проте, на нашу думку, ця класифікація є неповною, оскільки не виділяє природничі музеї просто неба, які експонують об'єкти живої природи (ботанічні сади дендрарії, зоопарки, акваріуми, тераріуми тощо). Пропонуємо виділити їх до окремої групи музеїв за типом музейної спадщини.

За формою власності та джерелами фінансування музеї поділяють на:

- державні – фінансуються з державного бюджету;
- відомчі – також фінансуються з державного бюджету, але через відповідні міністерства і відомства;
- комунальні – фінансуються громадами;
- приватні – належать приватним особам, але доступні для огляду стороннім відвідувачам.

Також є «народні» музеї, створені на громадських засадах (при сільських радах, школах, промислових підприємствах, будинках культури, бібліотеках, інших закладах, установах, організаціях), які фінансуються за рахунок засновників та благодійників.

За масштабом виділяють національні, регіональні та місцеві музеї.

Класифікація музейних установ за розглянутими ознаками наведена на рис. 1.2.

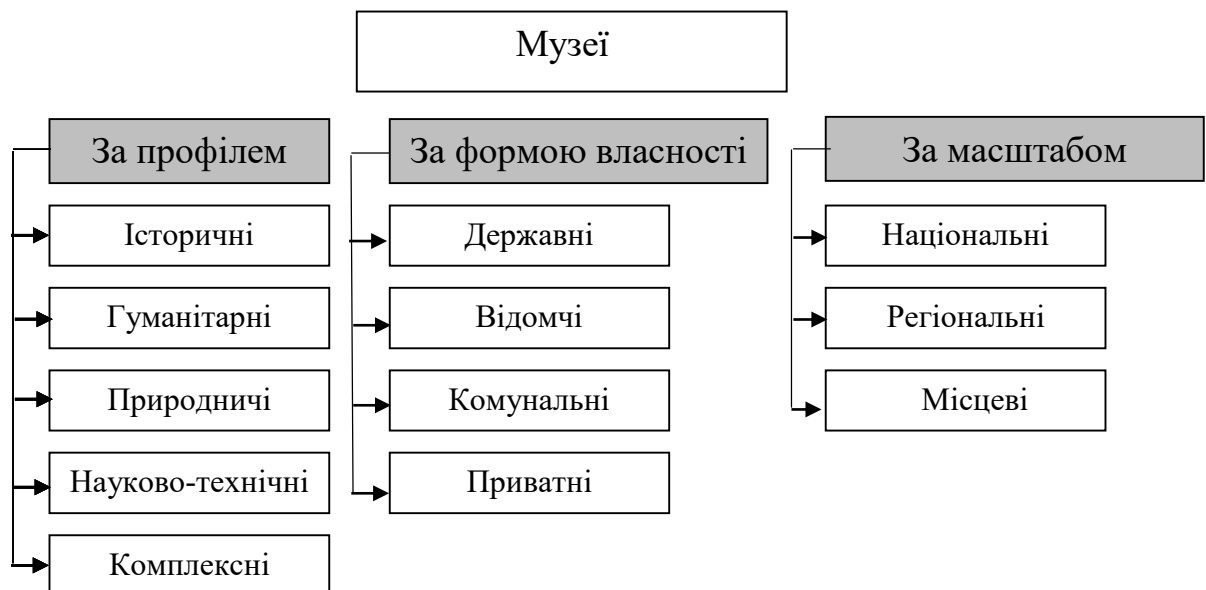


Рис. 1.2. Класифікація музейних установ

У міжнародній практиці, зокрема за підходами Міжнародної ради музеїв ICOM, класифікація музеїв є ширшою та включає форми, що виходять за традиційні межі. Так, сучасні підходи ICOM виділяють цифрові музеї, музеї «без колекцій» (орієнтовані на комунікативні практики та співпрацю з громадами), а також екомuzeї, у яких громада є творцем і носієм спадщини. У ICOM також враховуються інноваційні формати діяльності музеїв та розширені соціокультурні функції, що відображають сучасну роль музею у суспільстві [79].

Незалежно від профілю, виду або типу музейного закладу, його традиційними функціями є збирання, дослідження, збереження та експозиція музейних предметів. Музеї виконують функції дослідження, збереження та популяризації матеріальної й нематеріальної спадщини, культурної освіти, забезпечують суспільству доступ до унікальних історичних артефактів, мистецьких творів та наукових знань. Вони пропонують інтерпретацію історичних подій і сприяють міжкультурному діалогу.

Вагомий вплив музеїв на туристичну галузь пояснюється також функцією соціалізації, яку вони виконують. За підходами ICOM музеї повинні надавати послуги суспільству, виступати доступними й відкритими центрами пізнання, а також забезпечувати рівні можливості для різних груп населення [79]. Саме тому музеї є не лише культурними та науковими закладами, але й атрактивними туристичними об'єктами, здатними формувати імідж дестинації та стимулювати її соціально-економічний розвиток.

Закордонний досвід свідчить, що успішність музейних установ та туристичних регіонів, де вони розташовані, забезпечується поєднанням наукової, культурної й туристичної діяльності. Як зазначає О. Кузьмук [30] у багатьох країнах музеї інтегровані до державної політики культурного та соціально-економічного розвитку. Вони генерують інвестиції, створюють робочі місця, сприяють розвитку креативних індустрій, що безпосередньо підвищує туристичну привабливість території та якість життя її населення.

З огляду на сучасні функції музеїв, їх дедалі частіше розглядають як

багатофункціональні туристичні майданчики, що мають наукові, освітні, пізнавальні та рекреаційні можливості. Як зазначає С. Б. Руденко, сучасну музейну діяльність доцільно розглядати як технологію соціокультурної комунікації, здатну формувати досвід відвідувача за допомогою експозиційних, інформаційних, комунікаційних та інтерактивних засобів [54]. На думку науковця, сучасний музей перестає бути статичним простором демонстрації, перетворюючись на динамічний комунікаційний центр, що активно працює з аудиторією та орієнтований на якісно іншу взаємодію відвідувачів з культурною спадщиною. Інноваційні експозиційні технології – інтерактивні, мультимедійні формати, віртуальне або змішане середовище – значно підвищують туристичний потенціал музеїв. Сучасних туристів приваблюють квести, майстер-класи, занурення в атмосферу тієї чи іншої історичної епохи, тому впровадження таких форматів роботи робить музейні послуги конкурентним туристичним продуктом.

Звісно, роль музеїв як складової туристичного простору різниться по окремих містах і регіонах. Серед українських міст можна виділити дестинації, в яких туристичний потенціал музейних комплексів розритий найповніше – Київ, Львів, Запоріжжя, Чернігів, Коломия (Івано-Франківська область), Опішня (Полтавська область) та багато інших. За даними А. Карпюк та Т. Трофімук-Кирилової [25], у Луцьку музейні заклади є одними з ключових елементів туристичної інфраструктури міста та складовою його туристичного бренду. Вони формують маршрути, впливають на структуру туристичного продукту міста, забезпечують сталі потоки відвідувачів. Дослідники підкреслюють, що поєднання історико-культурних ресурсів, тематичних виставок і якісних екскурсійних послуг підвищує туристичну привабливість міста та сприяє його економічному розвитку, зокрема через створення нових сервісів.

В. Антоненко та В. Хуткий називають сучасні музеї активними агентами розвитку дестинацій, які формують нові продукти – тематичні фестивалі, арт-події, творчі лабораторії, інтерактивні програми [3]. Науковці доводять,

що музейні проекти сприяють зростанню привабливості регіонів, посилюють їхній туристичний бренд і стимулюють прибутковість туристичної галузі.

Однією з особливостей музеїв, що посилює їхню роль в туристичній інфраструктурі, є здатність адаптуватися до криз, нових викликів і виступати стабілізатором культурного і туристичного середовища. Зберігання, документування та інтерпретація культурних цінностей у кризових умовах є засобом забезпечення безперервності культурного розвитку держави.

Так, у дослідженні, присвяченому діяльності музеїв у період пандемії COVID-19 [2], підкреслено, що в цей складний для туристичної галузі час музеї зберегли свою туристичну привабливість завдяки активному переходу в цифровий формат та розробленню нових моделей взаємодії. Цифрові рішення – онлайн-екскурсії, віртуальні виставки, мультимедійні платформи – дозволили музеям утримувати увагу потенційних туристів. Це приклад того як виклик – скорочення відвідувачів під час пандемії COVID-19 – дав поштовх для позитивних змін, прискорив «цифрову трансформацію музейного туризму», яка стала довгостроковою тенденцією.

Необхідно також підкреслити роль музеїв у збереженні спадщини в контексті російсько-української війни. О. Кадол наголошує, що музеї в умовах війни виконують функції «культурних форпостів» – фіксують досвід суспільства, документують злочини проти культурної спадщини та формують наративи сучасної історії. Така діяльність підсилює їхню значущість як туристичних об'єктів, адже підвищує цінність музейного контенту для українських та закордонних відвідувачів [23].

У післявоєнний період роль музеїв як туристичних об'єктів посилиться, оскільки зросте потреба у переосмисленні подій сучасної історії України та консолідації національної пам'яті. Відбудова зруйнованої музейної інфраструктури, реставрація фондів і створення нових експозицій розширюють можливості взаємодії з громадами, сприятимуть залученню туристів та формуванню стійкої туристичної пропозиції.

Отже, музеї як туристичні об'єкти поєднують у собі культурну,

просвітницьку та соціально-економічну цінність. Вони є осередками історичної пам'яті суспільства, і водночас інституціями, які допомагають осмислювати сучасні процеси розвитку суспільства.

Для територіальних громад, які розвивають туристичну сферу, важливо розуміти роль музеїв у формуванні туристичної атрактивності. Комплекс функцій сучасних музеїв та їхня здатність адаптуватися до викликів часу визначають стратегічне значення музейних установ для розвитку туризму в окремих туристичних дестинаціях, на рівні країни та світовому рівні.

1.3. Особливості функціонування комунальних музеїв в Україні

Комунальні музеї в Україні є важливою складовою національної мережі музейних закладів, які у свою чергу, відносяться до закладів культури. Специфіка функціонування комунальних музеїв пов'язана з їхньою формою власності, юридичним статусом та підпорядкуванням органам місцевого самоврядування.

Насамперед, варто відмітити відсутність визначення терміну «комунальний музей» у чинній нормативно-законодавчій базі України. Логічне визначення цього терміну базується на двох ключових аспектах: профільна діяльність (музей) та форма власності (комунальна).

Визначення терміну музей, наведене у Законі України «Про музеї та музейну справу», було розглянуто вище, а відповідно до ст. 7 цього Закону засновниками музеїв можуть бути органи місцевого самоврядування.

Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначає, що майно, яке належить територіальній громаді, є комунальною власністю [49]. Відповідно до цього Закону суб'єктом господарювання комунального сектору (очевидно, що зокрема й комунальним музеєм) можуть бути «юридичні особи, єдиним учасником (засновником) яких є територіальна громада, а також юридичні особи, у статутному капіталі яких більше 50 відсотків акцій (часток)

належать територіальній громаді або частка територіальної громади становить величину, що забезпечує органам місцевого самоврядування право вирішального впливу на діяльність таких юридичних осіб» [49].

На підставі визначень, наведених у законодавчих документах України, можна сформулювати наступне визначення: «Комунальний музей – це науково-дослідний та культурно-освітній заклад, що знаходиться у власності територіальної громади або у спільній власності з часткою територіальної громади не менше 50 відсотків, підпорядковується органам місцевого самоврядування, фінансується у тому числі з місцевого бюджету».

Підпорядкування комунальних музеїв органам місцевого самоврядування та фінансування за рахунок коштів відповідних місцевих бюджетів визначає, що їхня діяльність спрямована на задоволення культурно-просвітницьких потреб насамперед мешканців саме цієї громади.

У воєнний час управління комунальними музеями та іншими об'єктами комунальної власності здійснюють військові адміністрації, які відповідають за їхнє утримання, ефективну експлуатацію, контроль доходів та забезпечення функціонування культурної інфраструктури, за винятком питань відчуження та довгострокової оренди.

Для ефективного функціонування комунальних музеїв України важливу роль відіграє нормативно-правове регулювання їхньої діяльності. Воно здійснюється у межах законодавчо-нормативних актів, що визначають правові, організаційні та економічні засади їх функціонування. Окрім загального законодавства (Конституція України, Кодекси України тощо), діють нормативні документи, що регламентують основні аспекти галузевої діяльності музеїв. У додатку А наведено огляд ключових нормативно-правових актів, які формують правову основу функціонування комунальних музеїв в Україні.

Кожен комунальний музей функціонує на підставі Статуту або Положення, що затверджується його засновником (відповідним органом місцевої ради) або засновниками.

У Статуті (Положенні) музею визначаються:

- назва музею, його статус, склад засновників, їхні права та обов'язки;
- мета, основні завдання та напрями діяльності;
- органи управління організаційна структура;
- джерела надходження коштів музею та їх використання;
- перелік (склад) майна та порядок його використання;
- порядок реорганізації та ліквідації музею;
- інші умови діяльності музею.

Державна реєстрація комунальних музеїв проводиться за їх місцезнаходженням відповідно до чинного законодавства.

Фінансування комунальних музеїв здійснюється відповідно до Бюджетного кодексу України [7], Закону України «Про культуру» [48], Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» [49], а також спеціального законодавства у сфері охорони культурної спадщини.

Заклади культури, у тому числі музеї, є неприбутковими установами.

Основними джерелами фінансування музеїв є кошти державного та місцевих бюджетів, надходження від господарської діяльності та надання платних послуг, що відповідають основній діяльності установ, доходи від реалізації майна або його оренди, кошти, отримані за виконання робіт чи послуг на замовлення підприємств, установ, організацій та фізичних осіб, добровільні пожертвування, благодійні внески, гранти та інші дозволені законом джерела. Законодавством також передбачено можливість спрямування коштів спеціальних фондів державного та місцевих бюджетів на охорону культурної спадщини.

Основою фінансування комунальних музеїв є місцеві бюджети, також можуть залучатися кошти районних і обласних бюджетів та державного бюджету. Державний бюджет відповідно до законодавства може надавати кошти на окремі культурні послуги або програми. Базове фінансування комунальні музеї отримують з місцевих бюджетів, воно покриває витрати на

утримання приміщень і території, оплату праці працівників, комунальні послуги, охорону, реалізацію культурних програм і заходів. Сума фінансування комунальних музеїв залежить від рішень органів місцевого самоврядування. Саме місцеві ради утворюють і виконують місцеві бюджети, забезпечують фінансування закладів культури, затверджують програми розвитку культури з відповідними видатками, що визначає фінансово-економічні та майнові основи функціонування комунальних музеїв.

Відповідно до Бюджетного кодексу України [7], місцевий бюджет визначає план утворення та використання фінансових ресурсів для забезпечення функцій місцевого самоврядування, районний бюджет спрямований на забезпечення спільних інтересів територіальних громад та реалізацію місцевих програм, обласний бюджет – на реалізацію програм розвитку і забезпечення інтересів територіальних громад області. Фінансування музеїв здійснюється з бюджетів розвитку, видатки яких спрямовуються на реалізацію програм соціально-економічного розвитку та зміцнення матеріально-фінансової бази закладів.

Важливим джерелом доходів музеїв також є платні послуги, перелік яких визначений постановою Кабінету Міністрів України [47], і які формують спеціальний фонд установи Музеї можуть отримувати доход, зокрема, від оплати за вхідні квитки, екскурсійні послуги, надання приміщень в оренду, наукові консультації. Дозволеними надходженнями є також добровільні пожертвування, благодійні внески, кошти грантових програм, а також кошти, отримані від виконання робіт чи послуг на замовлення.

У листопаді 2025 року був розширений перелік платних послуг, які можуть надаватися державними і комунальними закладами культури [47]. Зокрема комунальний закладам дозволено:

- офлайн і онлайн продаж сувенірів, видань, репродукцій, постерів та іншої продукції;
- продаж продукції через комісійну або агентську угоду;
- відкриття кав'ярень або кафе;

- оцифрування музейних предметів та архівних матеріалів, редагування і підготовка видань до друку;
- надання тимчасового проживання та харчування за наявності відповідної інфраструктури;
- надання в оренду обладнання та інвентарю для заходів, тимчасове розміщення споруд для підприємницької діяльності.

Ці зміни спрямовані на збільшення доходів закладів культури, розширення їхньої фінансової автономії, розвиток нових послуг і партнерств.

Ще одним потенційним джерелом фінансування музеїв є культурна субвенція – механізм державної фінансової підтримки, спрямований на розвиток закладів культури через місцеві органи влади. Вона забезпечує підтримку інфраструктури культури та розвиток культурної діяльності, покриваючи витрати на ремонт, обладнання, культурні заходи тощо.

Так, у 2021 році в цілому по Україні на ремонтно-реставраційні роботи пам'яток комунальної власності було заплановано 1–1,26 млрд грн, з яких профінансовано лише 203 млн грн. У 2022 році зі 1,8 млрд грн не було виділено жодної гривні. У 2023–2024 роках субвенції не затверджувалися [36].

Фінансування музейних закладів обмежене і в умовах воєнного часу не є пріоритетним. Крім того, навіть наявне фінансування часто неефективно розподіляється, напрями спрямування коштів нерідко не відповідають специфічним потребам регіонів та закладів культури. У 2023 році на придбання основного капіталу спрямовано лише 5,8% видатків, на обладнання – 0,7%, що обмежує розвиток ініціатив і доступ громад до якісних послуг [36].

Проблеми комунальних музеїв поглиблюють бюрократичні обмеження та особливості щодо часу виділення коштів (зокрема, важкодоступність бюджетних коштів у першому кварталі року та необхідність їх витратити до кінця календарного року), які ускладнюють планування середньо- та довгострокових проєктів. Проблеми спричиняють також необхідність детального звітування, неможливість прямого співфінансування з різних рівнів бюджету та обмежена обізнаність про грантові можливості в Україні та

за кордоном. Низька платоспроможність населення та бажання значної його частини отримувати музейні послуги безкоштовно також обмежують доходи музеїв, ускладнюють їхнє фінансування та розвиток.

Важливим видом діяльності комунальних музеїв є облік і зберігання музейних предметів, що регламентується рядом нормативних документів [22, 46, 51]. Усі предмети підлягають обліку, що забезпечує контроль за фондами, ведення документації, інвентаризацію, переміщення та умови зберігання музейних предметів.

Отже, комунальні музеї виконують важливу роль у культурному житті громад – реалізують місцеву культурну політику, здійснюють науково-дослідну і культурно-освітню діяльність. Забезпечення стабільності та розвитку комунальних музеїв потребує від органів місцевого самоврядування не лише фінансової підтримки, а й створення сприятливих умов для реалізації поставлених завдань. Місцева влада повинна шукати баланс між бюджетними обмеженнями та стратегічними пріоритетами громади щодо збереження та популяризації культурної спадщини.

Таким чином, у сучасному світі роль музеїв у житті суспільства трансформується. Музеї є самостійними атракціями, в яких турист може провести кілька годин або цілий день, ознайомлюючись із музейними експозиціями, беручи участь у науковій та культурно-освітній діяльності цих закладів. Окрім того, музеї є частиною культурного та економічного життя громад, які допомагають їхньому сталому розвитку.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ СТАНУ І ДІЯЛЬНОСТІ КОМУНАЛЬНИХ МУЗЕЇВ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Аналіз туристичного потенціалу комунальних музеїв Полтавщини

Полтавська область має значний туристичний потенціал, в регіоні розташовані чимало місць, цікавих для туристів, у тому числі різноманітних музейних закладів. Вагомою конкурентною перевагою Полтавщини на туристичному ринку є її унікальна історично-культурна спадщина. Полтавщина цікава своєю історією, архітектурними й культурними пам'ятками, народними та гастрономічними традиціями. З областю пов'язані життя і творчість багатьох видатних політичних, громадських діячів, письменників, поетів, музикантів, вчених та інших визначних осіб.

Станом на початок 2025 року на території Полтавської області було 2979 об'єктів культурної спадщини, з них 1433 включено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України. Однак лише 30 % об'єктів культурної спадщини області мають облікову документацію, що унеможливорює їхнє належне збереження [39]. Проблема незадовільного стану збереження та необхідності термінового проведення протиаварійних, консерваційних робіт більшості пам'яток архітектури Полтавщини стоїть гостро й це негативно впливає на привабливість області для туристів.

Станом на 31.12.2024 р. у Полтавській області функціонувало 134 музейних заклади, з них: 40 комунальних, Національний музей-заповідник українського гончарства в селищі Опішня, філія Національного військово-історичного музею України – Музей важкої бомбардувальної авіації та 92 музеї, що працюють на громадських засадах [39].

Найвідоміші музейні установи області: Національний музей-заповідник українського гончарства, заповідник «Більське городище», державний

історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви», Полтавський краєзнавчий музей ім. В. Кричевського та інші представлені на офіційних сайтах органів місцевого самоврядування [21]. Повний перелік комунальних музеїв, розташованих у Полтавській області наведений у додатках Б-Д.

Повномасштабна війна, розв'язана РФ проти України, суттєво вплинула на діяльність музеїв Полтавської області: відчутно скоротилися туристичні потоки, зменшилося фінансування галузі, гостро постали питання безпеки. Проте, чисельність комунальних музеїв за 2021-2024 рр. не змінилася і становить 40.

За 2021-2024 роки відбулися наступні зміни у назвах та складі комунальних музеїв:

1. До 2022 року в смт Котельва функціонували два окремі заклади Котелевської районної ради: Комунальний заклад «Музей двічі Героя Радянського Союзу С.А. Ковпака» та Комунальний заклад «Котелевський краєзнавчий музей». 2023 року у громаді відбулася реорганізація – музейних закладів було об'єднано під новою назвою – Комунальний заклад «Котелевський історико-краєзнавчий музей» Котелевської селищної ради.

2. 2024 року до комунальних музеїв внесено КУ «Зіньківський історичний музей» виконавчого комітету Зіньківської міської ради.

3. У рамках декомунізації відбулися зміни назв та перепрофілювання окремих музейних закладів. Найсуттєвіша змістовна зміна відбулася з музеєм у селі Мануйлівка, з назви якого у 2022 році було прибрано ім'я російського письменника Максима Горького, а в 2024 році він змінив назву та профіль на «Мануйлівський літературно-краєзнавчий музей».

4. Відбулася масова зміна назв музеїв колишнього районного підпорядкування у зв'язку з адміністративною реформою: із назв прибрали слово «районний».

Комунальні музеї Полтавщини представляють різні профілі, але найбільше серед них краєзнавчих та історико-краєзнавчих – 22, меморіальних – 9, історичних та історико-культурних – 3, художніх – 3, інших – 3 (рис. 2.1).

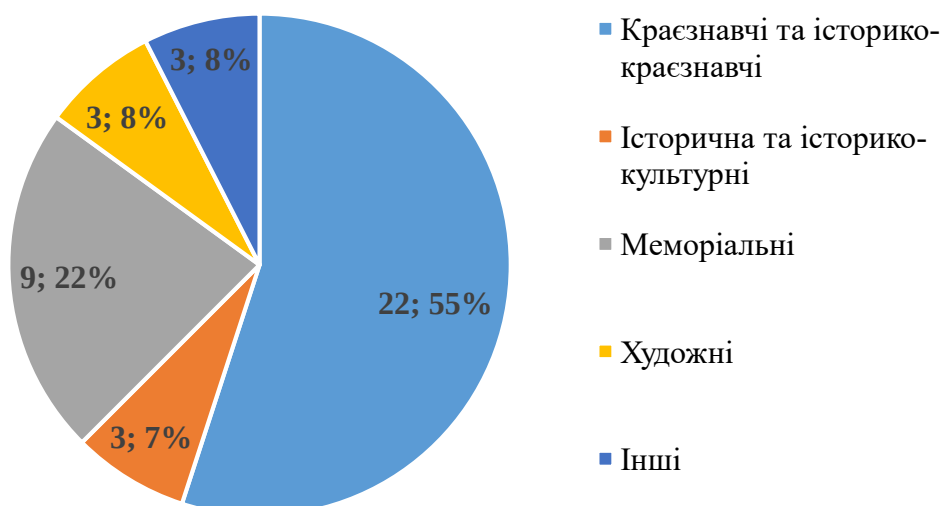


Рис. 2.1. Розподіл комунальних музеїв Полтавської області за профілем, 2025 р.

Розподіл музейних закладів за адміністративними районами області наведений на рис. 2.2: кількість музеїв у Полтавському районі – 17 (у т. ч. в м. Полтава – 6), Миргородському – 9, Кременчуцькому – 7 (у т. ч. в м. Кременчук – 4) та у Лубенському районі – 7 музейних установ.



Рис. 2.2. Картограма розподілу комунальних музейних закладів за районами Полтавської області

Оцінка потенціалу музейних закладів передбачає оцінку їхніх можливостей, здатності, сили для певної діяльності.

Щодо визначення змісту і складових потенціалу будь-якого суб'єкта діяльності є два підходи:

1. Ресурсний підхід, відповідно до якого потенціал – це сукупність ресурсів, які можна використовувати у діяльності. Елементами ресурсного потенціалу музею є всі наявні ресурси, тим чи іншим чином пов'язані з його діяльністю. Основними кількісними характеристиками ресурсного потенціалу музейної установи є наявність музейних фондів (музейних предметів і музейних колекцій), площа музею (приміщень та територій), чисельність персоналу, зокрема наукових співробітників і екскурсоводів. Проте, ресурсний потенціал музею формує не лише і не стільки кількість ресурсів, а їхня якість, зокрема унікальність музейних предметів, професіоналізм та відданість справі працівників тощо.

2. Результативний підхід, відповідно до якого потенціал це можливості досягнути за сприятливих умов певних результатів діяльності – виконання певного обсягу послуг, робіт, товарів.

Кількісно результати роботи музею можна оцінити показниками (у розрахунку на календарний рік):

- експозиційна робота – кількість виставок; кількість предметів основного фонду, що експонувалися; кількість днів, коли музей відкритий для відвідування;

- культурно-освітня робота – кількість проведених екскурсій кількість проведених заходів у музеї, поза музеєм, онлайн; кількість відвідувачів; кількість зареєстрованих відвідувачів онлайн заходів;

- науково-дослідна робота – кількість видань та публікацій.

Поєднання ресурсного та результативного підходів до визначення потенціалу дозволяє сформулювати наступне визначення: «потенціал музейного закладу – це сукупність його ресурсів, які у результаті наукової, експозиційної та освітньо-просвітницької діяльності приносять корисний суспільний ефект».

Загальний потенціал музейного закладу формують його складові:

– Матеріальний потенціал, який включає музейні фонди та максимально можливий туристичний потік. Музейні фонди – це колекції музейних предметів і науково-допоміжних матеріалів, що належать музею й розташовані у його сховищах, експозиціях або на виставках. Максимально можливий туристичний потік для музейного приміщення та музейної території визначають з урахуванням їхньої площі, пропускнуго потенціалу об'єкту, середньої тривалості відвідування та інших чинників. Відмітимо, що в умовах війни для музеїв критично важливо мати приміщення, що може слугувати надійним укриттям для відвідувачів у разі повітряної тривоги.

– Кадровий потенціал – кількість працівників закладу та їхня кваліфікація. Кваліфікацію можна визначити як ступінь підготовленості працівника до виконання ним професійних обов'язків (функцій).

– Організаційний або управлінський потенціал (сукупність здібностей і можливостей системи управління забезпечувати досягнення результатів функціонування закладу). Для системи управління важливими є швидкість та обґрунтованість прийняття рішень, стиль керівництва, система делегування повноважень, рівень планування, якість контролю, просування інформації, система стимулювання тощо.

– Потенціал окремих музейних предметів, колекцій, експозицій або послуг. Це потенціал атрактивності, можливої привабливості певного музейного об'єкта, який можна виміряти кількістю потенційних відвідувачів, готових витратити час і гроші на те, щоб його подивитися. Музеї прагнуть щоб гості відвідували музей не один раз, а ставали постійними відвідувачами, поверталася сюди знову і знову для отримання нових знань та емоцій.

– Науково-інноваційний потенціал – кадрова, технічна та фінансова можливість музею щодо проведення наукової діяльності, створення нових знань, впровадження досягнень науки, застосування прогресивних технологій.

– Соціальний потенціал – здатність закладу забезпечити соціальні потреби суспільства, організацію культурних заходів, відпочинку,

інклюзивності тощо.

Розглянемо потенціал музейної сфери Полтавщини за допомогою SWOT-аналізу. Основні сильні та слабкі сторони комунальних музеїв Полтавської області, їхні можливості та перешкоди для розвитку наведені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Матриця SWOT-аналізу комунальних музеїв Полтавської області

Внутрішнє середовище	
<i>Сильні сторони (S):</i> 1. Багата культурно-історична спадщина регіону. 2. Розгалужена мережа музейних закладів різних профілів. 3. Наявність музеїв-туристичних магнітів з унікальними тематичними колекціями. 4. Вдале географічне розташування в центрі України. 5. Підвищений запит на дослідження української історії та культури. 6. Наявність професіоналів-ентузіастів музейної справи. 7. Досвід успішно реалізованих проєктів.	<i>Слабкі сторони (W):</i> 1. Хронічне бюджетне недофінансування. 2. Незадовільний стан будівель і приміщень окремих музеїв. 3. Нестача висококваліфікованих кадрів внаслідок низького рівня заробітних плат. 4. Не завжди належна якість надання послуг. 5. Недостатня інтерактивність експозицій. 6. Недостатня кількість відвідувачів. 7. Обмежене використання сучасних методів маркетингу та комунікації. 8. Невизначеність щодо стратегії розвитку музеїв, пов'язаних з подіями та діями часів комуністичного режиму та російської імперської політики. 9. Недостатній розвиток інфраструктури для туристів у невеликих населених пунктах.
Зовнішнє середовище	
<i>Можливості (O):</i> 1. Залучення грантів, міжнародних програм підтримки, інших джерел фінансування. 2. Збільшення доходів шляхом розширення переліку платних послуг. 3. Зростання екскурсантів за рахунок внутрішньо переміщених осіб. 4. Запровадження цифрових форматів роботи. 5. Активна популяризація музеїв через соціальні мережі та цифрові платформи. 6. Підвищення кваліфікації персоналу. 7. Партнерство з місцевою владою, громадськими організаціями, бізнесом. 8. Участь у національних та міжнародних професійних спілках. 9. Зростання попиту на культурний туризм.	<i>Загрози (T):</i> 1. Руйнування та пошкодження музейних об'єктів внаслідок воєнних дій. 2. Подальше недофінансування музейної сфери як неперіоритетної галузі. 3. Деградація матеріально-технічної бази. 4. Нестача висококваліфікованих кадрів. 5. Підвищення витрат на обслуговування приміщень. 6. Конкуренція з більш популярними туристичними центрами України. 7. Закриття чи перепрофілювання окремих музеїв. 8. Скорочення відвідувачів внаслідок внутрішньої міграції та еміграції. 9. Зменшення попиту на музейні послуги.

Конкуентоспроможність окремого музею та формування попиту на його відвідування залежить від багатьох факторів: починаючи від профілю та цінності колекції до графіку роботи та цінової політики. Важливими також є зручність локації, професійний менеджмент, активний маркетинг і брендинг, а також наявність розвиненої інфраструктури навколо закладу.

Повне використання потенціалу музейної сфери Полтавської області є важливим чинником розвитку туризму регіону. Проте, його стримує сучасний стан музейних закладів Полтавської області, пов'язаний насамперед із негативними наслідками повномасштабного російського вторгнення до України. В умовах повномасштабної війни музейний сектор зазнає низки втрат і загроз, що можуть мати як прямий, так і опосередкований вплив. Зокрема, є ризик пошкодження музейних закладів та їхніх фондів, погіршення транспортної доступності музеїв внаслідок пошкодження доріг, залізничних об'єктів тощо. Нестабільність безпекової ситуації, постійні повітряні тривоги обмежують туристичні потоки і, як наслідок, доходи від екскурсій.

Проте, ще до початку російсько-української війни основною проблемою музейної сфери була відсутність достатнього фінансування. Видатки місцевих бюджетів на утримання музеїв були та залишаються недостатніми. За останній час ситуація погіршилася: відсутність державного фінансування, неспроможність громад утримувати в належному стані музейні заклади, порушення чинного пам'яткоохоронного законодавства тощо загрожують нормальному функціонуванню музеїв Полтавської області й знижують її туристичний потенціал. Офіційно затверджене прагнення позиціонувати Полтавщину як туристичний регіон, інтегрований до світового культурного та інформаційного простору, вимагає перегляду підходів місцевої влади до культурної сфери, у тому числі музейної.

Ще одна проблема комунальних музеїв Полтавщини полягає у нестачі кваліфікованих кадрів. Саме кадровою проблемою викликані застарілість деяких експозицій, їхня низька інтерактивність, недостатня промоція закладів, низька грантова активність. Ці проблеми знижують привабливість

експозицій музеїв Полтавської області для сучасної аудиторії, особливо враховуючи конкуренцію із популярними музеями Києва, Львова, Одеси.

Одним з чутливих питань для комунальних музеїв області, як і України загалом, є невизначеність майбутнього музеїв, пов'язаних з подіями та діями часів російської імперської політики. У Полтавській області з цього питання найгостріші дискусії ведуться щодо Державного історико-культурного заповідника «Поле Полтавської битви» [41]. Вирішальна битва Великої Північної війни, яка відбулася під Полтавою 27 червня (8 липня) 1709 року і закінчилася поразкою союзних шведсько-українських військ від московитів, віднесена Українським інститутом національної пам'яті до подій, що містять символіку російської імперської політики. Таке рішення вимагає перепрофілювання та зміни концепції музею. Наразі тривають обговорення щодо переосмислення експозицій та повного відходу від російських наративів щодо Полтавської битви. Також ведуться дискусії щодо майбутнього Полтавського літературно-меморіального музею Володимира Короленка – російського письменника українсько-польського походження, інтелектуальна спадщина якого потребує перегляду з урахуванням таких акцентів як ставлення до української культури та державності, гуманізм, права людини тощо. Важливою є розробка стратегії переосмислення наявної музейної спадщини відповідно до державної політики пам'яті, проте без ризику втрати унікальних музеїв через неузгодженість наукових та ідеологічних позицій щодо дискусійних питань.

Розглядаючи перспективи музейної сфери Полтавської області у період повоєнної розбудови України, можна сподіватися на можливості залучення міжнародної допомоги, іноземних грантів, інвестицій тощо. Проте, оскільки розподіл обмежених фінансових ресурсів відбуватиметься з урахуванням пріоритетів післявоєнного відновлення, музейна сфера не може розраховувати на суттєве збільшення фінансування.

Ранжування сильних і слабких сторін, можливостей та загроз для комунальних музеїв Полтавської області, дозволяє виділити ті чинники, вплив яких можна визнати суттєвим а у випадку загроз – критичним (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Можливі стратегії розвитку комунальних музеїв Полтавської області
(за результатами SWOT-аналізу)**

Найвагоміші чинники за ступенем впливу на розвиток музеїв (S/W)	Можливості (O): 1. Залучення грантів, інших додаткових джерел фінансування. 2. Збільшення доходів за рахунок розширення переліку платних послуг. 3. Збільшення відвідувачів.	Загрози (перешкоди) (T): 1. Можливі руйнування внаслідок воєнних дій. 2. Зменшення фінансування галузі як неперіоритетної. 3. Конкуренція з популярними туристичними регіонами.
Сильні сторони (S): 1. Багата культурно-історична спадщина регіону. 2. Розгалужена мережа музейних закладів різних профілів. 3. Наявність музеїв-туристичних магнітів з унікальними тематичними колекціями.	Стратегія S/O: Як реалізувати можливості, використовуючи сильні сторони? 1. Використання грантових, благодійних програм, іншої допомоги з наголосом на унікальність музейної спадщини. 2. Розробка екскурсійних маршрутів з відвідуваннями музеїв, орієнтованих на ВПО, учнівську молодь з грантовою підтримкою. 3. Створення цифрових екскурсій на базі унікальних колекцій (подача заявок на гранти). 4. Ефективна інформаційно-рекламна кампанія Полтави.	Стратегія S/T: Як знешкодити загрози, використовуючи сильні сторони? 1. Розробка планів захисту/евакуації об'єктів, які мають культурно-історичну цінність (музейні цінності, пам'ятки архітектури тощо), на випадок надзвичайних ситуацій, моніторинг виконання заходів. 2. Розробка та надання платних послуг з конкурентоспроможним співвідношенням ціна/якість. 3. Ефективна інформаційно-рекламна кампанія Полтави.
Слабкі сторони (W): 1. Недостатність фінансування. 2. Нестача висококваліфікованих кадрів внаслідок низького рівня заробітних плат. 3. Недостатня кількість відвідувачів.	Стратегія W/O: Як мінімізувати слабкі сторони, використовуючи можливості? 1. Покращення матеріальної бази музеїв за фінансування громадами, вітчизняними та міжнародними донорами. 2. Надання конкурентоспроможних платних послуг (продаж сувенірів, відкриття кав'ярень або кафе). 3. Розробка локальних екскурсійних маршрутів з грантовою підтримкою. 4. Співпраця з місцевими закладами освіти, громадськими організаціями, музейними мережами 5. Організація навчання та підвищення кваліфікації працівників музейної сфери.	Стратегія W/T: Як уникнути загроз, спричинених слабкими сторонами? 1. Розробка планів захисту матеріальних цінностей, які мають культурно-історичну цінність на випадок надзвичайних ситуацій, моніторинг виконання запланованих заходів. 2. Розробка місцевих програм розвитку туризму, екскурсійних маршрутів, орієнтованих на малозабезпечені верстви населення.

SWOT-аналіз засвідчує про значний потенціал комунальних музейних установ Полтавщини, які за сприятливих умов можуть стати важливим туристичним ресурсом регіону. Наявність розвиненої мережі музеїв, вигідне географічне розташування можуть забезпечити стабільний потік відвідувачів.

На нашу думку, наразі та у післявоєнний час багато українців не можуть дозволити собі дорогий відпочинок, тому можуть бути популярними одноденні та дводенні тури. Завдяки фінансуванню з небюджетних джерел вже діють і є популярними програми з організації безоплатних екскурсій для внутрішньо переміщених осіб, зокрема, до музейних закладів Полтавщини.

Проте в умовах воєнного часу для туристичної галузі та музеїв Полтавщини ймовірні загрози перевищують потенційні можливості, а слабких сторін кількісно більше за сильних. Така ситуація орієнтує на стратегію W/T – стратегію виживання у складних ситуаціях, спрямовану на мінімізацію слабких сторін та уникнення зовнішніх загроз. Вона реалізується шляхом перепрофілювання, диверсифікації фінансування та видів діяльності, розширення партнерських зв'язків. Використання цих можливостей може підвищити конкурентоспроможність регіональних музейних продуктів.

Отже, музейний потенціал Полтавщини є одним із ключових ресурсів формування туристичної привабливості регіону. Сукупність наявних ресурсів музеїв та їхня здатність приваблювати відвідувачів перетворює музеї на активних учасників туристичного ринку. Проте сучасний стан матеріально-технічної бази, обмежені фінансові можливості громад і нерівномірний розвиток інфраструктури не відповідають потребам музейних закладів.

Комунальні музеї Полтавської області підсилюють локальну ідентичність та імідж регіону. Розвиток туризму на основі музейних ресурсів може стати важливим чинником соціально-економічного зростання регіону: збільшити доходи місцевих бюджетів, стимулювати розвиток малого бізнесу. Однак для формування конкурентоспроможного туристичного продукту необхідне комплексне залучення зусиль місцевої влади, бізнесу, музейних інституцій, а також підтримка держави й міжнародних партнерів.

2.2. Аналіз стану та динаміки показників діяльності комунальних музеїв Полтавської області

Показники діяльності комунальних музеїв можна прослідкувати у таблицях 2.3-2.4, розрахованими за даними додатків Б–Д.

Основні показники ресурсного потенціалу комунальних музеїв Полтавської області, наведені у табл. 2.3, свідчать, що в умовах повномасштабного російського вторгнення до України закладам вдалося зберегти свої фонди, приміщення та персонал.

Таблиця 2.3

Динаміка показників ресурсного потенціалу комунальних музеїв
Полтавської області за 2021–2024 рр.

Показники	Роки				Відхилення 2024 р. від 2021 р. (+,-)	
	2021	2022	2023	2024	абсо- лютне	віднос- не, %
1	2	3	4	5	6	7
1. Усього музейних закладів	40	40	39	40	-	-
2. Основний фонд, одиниць	511790	516822	701136	528025	+16 235	+3,2
3. Науково-допоміжний фонд, одиниць	130094	123348	132095	135180	+5 086	+3,9
4. Надійшло за рік основного фонду, одиниць	5536	4689	4478	23653	+18 117	збільш. у 4,3 рази
5. Оновлення основного фонду, %	1,1	0,9	0,6	4,5	+3,4	збільш. у 4,1 рази
6. Вибуло за рік з основного фонду	-	-	-	1	+1	×
7. Потребують реставрації одиниць фонду	25590	25444	25277	24773	-817	-3,2
8. Відреставровано одиниць фонду	234	290	296	343	+109	+46,6
9. % відреставрованих фондів	0,9	1,1	1,2	1,4	+0,5	+55,6
10. Площа території музею, кв. м	50672282	50685296	50680560	50680559	+8 277	+0,0
11. Площа будівель музею, кв. м	27737,4	27641	28927	29336	+1 598,6	+5,77

Продовж. табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
із них:						
11.1. для експозиції	15670	16073,4	16161,9	16532,3	+862,3	+5,51
11.2. під фондосховище	2516,9	2563,4	2707,2	2593,4	+76,5	+3,04
12. Загальна чисельність працівників, осіб	487	483	486	490	+3	+0,6
13. в т.ч. наукових співробітників та екскурсоводів	180	190	188	188	+8	+4,4

Як бачимо, показники діяльності ресурсного потенціалу комунальних музеїв включають показники формування, оновлення та реставрації фондів. У 2021–2024 роках показники ресурсного потенціалу комунальних музеїв Полтавської області показують переважно стабільну динаміку (зміни в межах $\pm 5\%$ є незначними коливаннями), лише по показниках надходження та реставрування одиниць основного фонду спостерігається різке зростання. Важливо враховувати, що у досліджуваний період воєнні загрози потенційно могли спричинити значне скорочення кадрів, матеріальних і фондових ресурсів музейних установ. Проте, зменшення основних показників не відбулося, що вказує на адаптивність і стійкість музейної сфери області.

Обсяг основного фонду комунальних музеїв Полтавщини у довоєнному 2021 році становив 511,8 тис. одиниць, у 2022 – 516,8 тис. одиниць. 2023 року цей показник зріс до 701,1 тис. одиниць, що пов'язано з поповненням основних фондів одного з музеїв. У 2024 році основний фонд музеїв регіону становив 528,0 тис. одиниць. Загальний приріст основних фондів у 2024 році порівняно з 2021 роком становить 16 235 одиниць, (3,2 %).

Аналогічні процеси відбуваються і в динаміці науково-допоміжного фонду. У 2021 році його обсяг становив 130,1 тисячі одиниць, у 2022 році зменшився до 123,3 тис. одиниць (на 5,2 %). У 2023–2024 роках відбувається зростання, відповідно, до 132,1 та 135,2 тисячі одиниць. Загальний приріст за 2021–2024 роки незначний – 5 086 одиниць або 3,9 %. Така динаміка може бути пов'язана з уточненням категорій предметів, внутрішніми переміщеннями між фондами або введенням в облік допоміжних матеріалів.

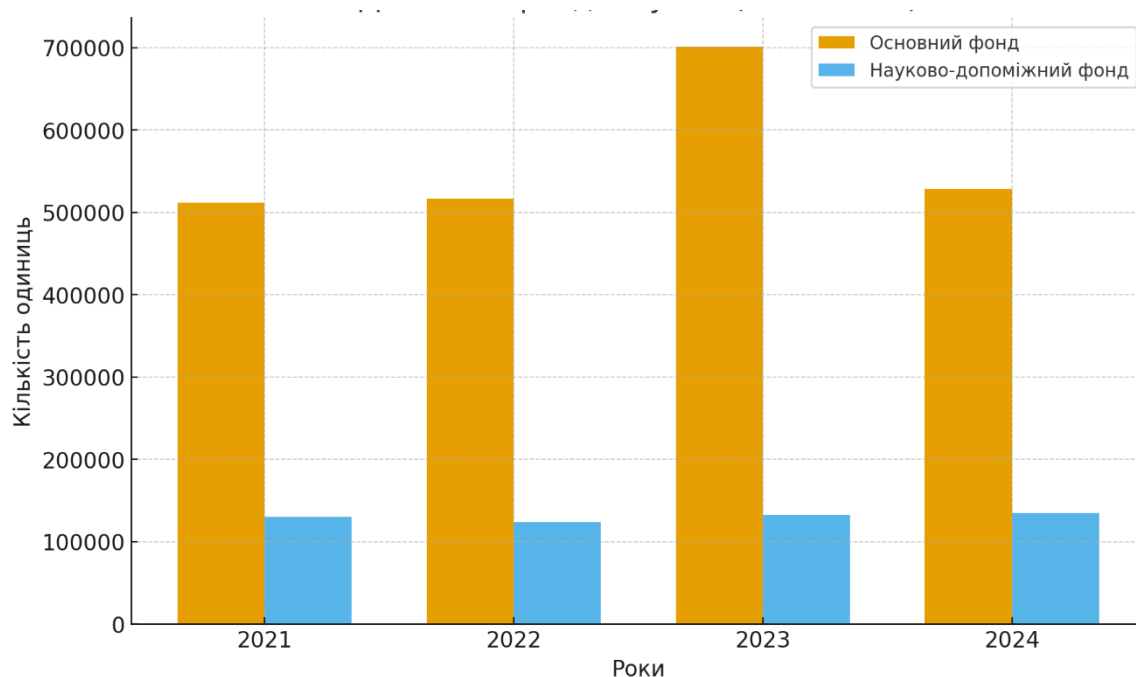


Рис. 2.3. Динаміка фондів комунальних музейних закладів
Полтавської області

Привертає увагу різке зростання обсягів надходжень до основного фонду у 2024 році. Якщо у 2021 році до фондів надійшло 5 536 одиниць, у 2022 році – 4 689, а у 2023 році – 4 478 одиниць, то у 2024 році цей показник зріс до 23 653 одиниць. Абсолютне відхилення між 2021 і 2024 роками становить +18 117 одиниць, а відносно +327,2 % (зростання у 4,3 рази). Як свідчать дані додатку Д приріст у 2024 році відбувся переважно за рахунок поповнення фондів комунальної установи «Історико-культурний заповідник «Більськ» за результатами археологічних розкопок Більського городища.

Вибуття одиниць з основного фонду протягом 2021–2023 років не задокументовано, а у 2024 році був одиничний випадок вибуття, який не має істотного впливу на загальний стан фондів. За даними додатку Д у 2024 році було евакуйовано 53 одиниці основного фонду музеїв та 12 одиниць науково-допоміжного фонду, проте всі вони були повернуті до музеїв у тому ж році.

Незважаючи на проблеми з фінансуванням, збільшується кількість та підвищується частка відреставрованих фондів музейних закладів (рис. 2.4).

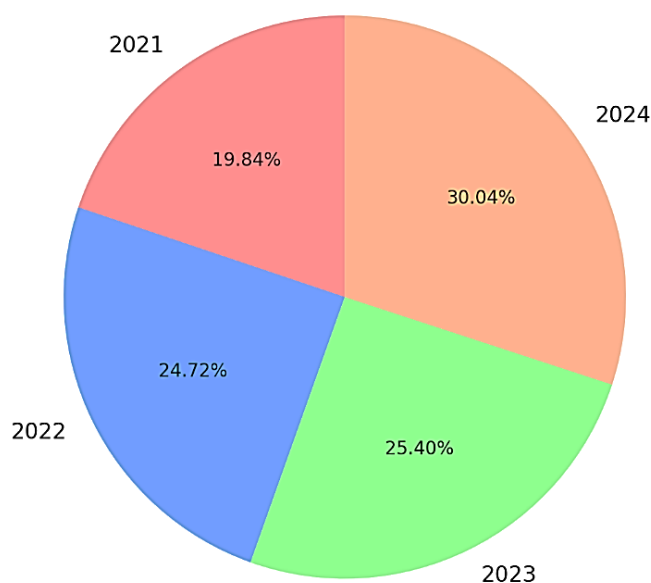


Рис. 2.4. Структура щорічно відреставрованих фондів комунальних музейних закладів Полтавської області за 2022-2024 роки

Відмітимо, що кількість предметів обласного комунального музейного фонду, які потребують реставрації, поступово зменшується: з 25,6 тисяч одиниць у 2021 році до 24,8 тисяч у 2024 році. Абсолютне скорочення за період становить 817 одиниць або 3,2 %, на фоні зростання кількості відреставрованих предметів, що вказує на поступове скорочення «реставраційного боргу». Кількість відреставрованих одиниць зросла з 234 у 2021 році до 343 у 2024 році (на 109 одиниць або 46,6 %). Така динаміка свідчить про хоча й повільні, але неспинні реставраційні процеси і збереження потенціалу, незважаючи на фінансові, кадрові та логістичні обмеження воєнного періоду.

Площа території музеїв упродовж 2021–2024 років практично не змінювалася і коливалася в межах 50,67–50,68 млн. кв. м, абсолютне відхилення становить лише +8 277 кв. м, а у відносному воно менше за 0,1 %. Така стабільність є зрозумілою, оскільки розширення або скорочення територій музеїв пов’язане передусім із управлінськими та землевпорядними процесами, які в умовах війни громадами майже не здійснюються.

Водночас площа будівель музеїв регіону демонструє динаміку до збільшення: у 2021 році вона становила 27,7 тис. м², у 2024 році зросла до 29,4 тис. м². Загальне зростання становить 1,6 тис. м² або 5,8 %. Із загального приросту площа, призначена для експозиції, зросла на 862,3 м² (5,5 %), а площа фондосховищ на 76,5 м² (3,0 %). Такі зміни можуть бути результатом реконструкцій, перепланування внутрішніх приміщень, введення в експлуатацію площ або оптимізації просторової структури музеїв. Зростання площ відбувається паралельно зі збільшенням обсягів надходжень до фондів, що вказує на прагнення забезпечити умови для зберігання та експонування музейних предметів навіть в кризових умовах. Спільною проблемою багатьох комунальних музеїв області є відсутність сховищ для працівників та відвідувачів, що створює небезпеку для людей під час повітряних тривог.

Навіть попри складний економічний стан за період дослідження загальна чисельність працівників комунальних музеїв Полтавщини залишається практично незмінною: 487 осіб у 2021 році, 483 – у 2022 році, 486 – у 2023 році та 490 – у 2024 році. Абсолютне відхилення становить лише +3 особи або +0,6 %, що свідчить про кадрову стабільність. Водночас кількість наукових співробітників та екскурсоводів має тенденцію до незначного зростання: з 180 осіб у 2021 році до 188 осіб у 2024 році (приріст 8 осіб або 4,4 %). Музейні заклади змогли зберегти персонал попри низький рівень оплати праці: за даними офіційної статистики середній рівень заробітної плати працівників бібліотек, архівів та інших закладів культури Полтавської області становив у жовтні 2025 року 12306 грн, що майже удвічі менше за середній рівень по всіх видах діяльності за цей же період (23423 грн) [42].

Зростання надходжень до основного фонду комунальних музеїв Полтавської області у 2024 році, збільшення обсягів реставраційних робіт, розширення площ, а також стабільність чисельності персоналу свідчить про адаптацію музейної системи до умов воєнного часу, мобілізацію внутрішніх резервів і прагнення забезпечити збереження культурної спадщини регіону. Однією з причин відносної стабільності та навіть окремих позитивних

зрушень можуть бути активізація підтримки з боку місцевих громад, волонтерських і благодійних ініціатив, консолідація музейних колективів.

Таким чином, музейна сфера Полтавської області має потенціал для функціонування, науково-дослідницької, експозиційної та культурно-освітньої роботи, про що засвідчують показники табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Динаміка результативних показників діяльності комунальних музеїв
Полтавської області за 2021-2024 рр.

Показники	Роки				Відхилення 2024 р. від 2021 р. (+,-)	
	2021	2022	2023	2024	абсо- лютне	віднос- не, %
Науково-дослідна та експозиційна робота						
1. Видання та публікації	1334	1176	808	895	-439	-32,9
2. Виставки	557	555	730	705	+148	+26,6
2.1. в т.ч. виставки за межами України	-	-	-	3	+3	×
3. Кількість предметів основного фонду, що експонувалися протягом року, всього	77764	54863	56425	57392	-20 372	-26,2
у тому числі на виставках:						
3.1. у музеї	32017	39722	42852	39405	+7 388	+23,1
3.2. поза музеєм	1354	414	1395	1297	-57	-4,2
Культурно-освітня робота						
4. Кількість днів на рік відкритих для відвідування	9961	9222	10695	11094	+1 133	+11,4
5. Кількість відвідувачів (тис)	282,29	124,24	226,7	253,60	-28,69	-10,2
6. Кількість екскурсій	12721	5499	11824	12885	+164	+1,3

Аналіз даних таблиці 2.4 дозволяє виявити як позитивні, так і негативні тенденції в роботі музейних установ регіону, які насамперед пов'язані з адаптацією закладів до умов воєнного стану. Загальний тренд характеризується спадом у 2022 році (період шокового впливу повномасштабного вторгнення) та поступовим відновленням показників у 2023–2024 роках.

Показники науково-дослідної та експозиційної роботи свідчать про певну переорієнтацію діяльності музеїв з видавничої на виставкову. Так, спостерігається суттєве скорочення кількості публікацій, виданих музейними

працівниками: у порівнянні з довоєнним 2021 роком (1334 од.), 2024 року цей показник знизився на 32,91% (до 895 од.). Це може свідчити про зменшення фінансування випуску друкованої продукції або переорієнтацією працівників на інші види діяльності (наприклад, збереження фондів).

За 2021-2024 рр. виставкова активність демонструє позитивну динаміку: кількість виставок зросла на 26,6% (з 557 у 2021 р. до 705 у 2024 р.). У 2024 році було проведено 285 онлайн заходів, до яких долучилося 336,749 тис зареєстрованих відвідувачів (додаток Д). Також музейні заклади Полтавщини у 2024 році почали брати участь у виставках за межами України. З успішні міжнародні проєкти свідчать про активізацію «культурної дипломатії» та промоцію регіональної спадщини Полтавської області за кордоном.

За період дослідження загальна кількість експонованих предметів зменшилася на 26,2 % (20 372 предмети). Також змінилася структура експозицій: кількість предметів, експонованих у музеї, зросла (на 23,1 %), а експонованих поза музеями – скоротилася на 4,2 %. Це свідчить про інтенсифікацію використання наявних музейних площ для створення нових, більш насичених експозицій всередині закладів.

Результативні показники культурно-освітньої роботи та відвідування демонструють позитивну динаміку. Загальна кількість днів, коли музеї були відкриті упродовж року для відвідування, зросла на 11,37 % (з 9961 до 11094 днів). Це вказує на те, що музеї намагаються максимально залучати відвідувачів, працювати інтенсивніше, ніж у довоєнний період.

Відвідувачами музеїв Полтавської області є місцеві мешканці та гості, як з інших регіонів України, так і закордонні, проте статистика за географією відвідувачів музеїв не ведеться. Загальна кількість відвідувачів у 2024 році (253,63 тис. осіб) залишається меншою за рівень 2021 року (282,29 тис. осіб) на 10,2 %. Проте, якщо порівнювати з критичним 2022 роком (124,24 тис.) потік відвідувачів зріс більш ніж удвічі.

Після спаду 2022 року кількість екскурсій не лише відновилися, а й перевищила показник 2021 року на 1,3% (12 885 проти 12 721). Це свідчить

про відновлення попиту на екскурсійні послуги серед місцевого населення та, ймовірно, серед внутрішньо переміщених осіб. Отже, попри загальне скорочення кількості відвідувачів за 2021-2024 роки на 10 %, кількість екскурсій за цей час дещо зросла (+1,3%), відвідувачі стали більш зацікавленими в організованому відвідуванні музеїв.

Для оцінки потенційних можливостей музейних установ розраховують показники:

1. Пропускний потенціал об'єкту:

$$\Pi = S / \text{Щ} \quad (2.1)$$

де Π – пропускний потенціал об'єкту, осіб;

S – площа об'єкту, м^2 ;

Щ – рекомендований стандарт щільності відвідувачів, м^2 /особу. Як орієнтир можна використовувати норматив 5 м^2 /1 особу

2. Коефіцієнт ротації:

$$K_p = \Gamma / B \quad (2.2)$$

де K_p – коефіцієнт ротації;

Γ – кількість годин за день, коли об'єкт відкритий для туристів, год;

B – середня тривалість відвідування об'єкту, год.

3. Максимально допустима кількість щоденних відвідувачів:

$$M_b = \Pi \times K_p \quad (2.3)$$

де M_b – максимально допустима кількість щоденних відвідувачів, осіб;

Π – пропускний потенціал об'єкту, осіб;

K_p – коефіцієнт ротації.

За даними табл. 2.1 площа будівель усіх комунальних музеїв Полтавської області у 2024 році становила 29336 м^2 , тобто за рекомендованого стандарту щільності відвідувачів 5 м^2 / 1 особу, пропускний потенціал усіх музеїв становить 5867 осіб.

Якщо припустити, що середня тривалість відвідування музею туристом становить близько 2 годин, а музей відкритий для відвідувачів 8 годин на добу, то коефіцієнт ротації становить 4, а максимально допустима кількість щоденних відвідувачів 23468 осіб. Якщо музей відкритий для відвідувачів 5 днів на тиждень, тобто близько 260 днів на рік, то потенціал прийому відвідувачів комунальних музеїв Полтавської області становить 6101,7 тис. осіб на рік. Як свідчать дані табл. 2.2. 2024 року комунальні музеї регіону прийняли 253,6 тис. відвідувачів, що у 24 рази менше за максимально допустиму кількість відвідувачів.

На нашу думку, аналіз діяльності музейних закладів доцільно доповнювати показниками ефективності (KPI) за календарний рік, такими як:

- сума доходу від платних послуг та його частка (%) у надходженнях;
- кількість поданих і виграних грантів / сума залучених коштів;
- кількість нових цифрових продуктів (віртуальний тур, відео тощо).

Збирання такої інформації дозволить оцінити рівень конкурентоспроможності окремих закладів та інноваційності діяльності.

Таким чином, незважаючи на зовнішні загрози, обмеженість ресурсів і загальну нестабільність соціально-економічної ситуації в країні, після кризового 2022 року комунальні музеї Полтавської області перебувають на етапі відновлення та розвитку. Спостерігається тенденція до посилення експозиційної роботи та виходу на міжнародну арену. Музеї повністю відновили обсяги екскурсійного обслуговування, попри відносно незначне загальне скорочення кількості відвідувачів порівняно із довоєнним 2021 роком. Результати аналізу дозволяють охарактеризувати сучасний стан розвитку музеїв Полтавської області як збережений і відносно стійкий.

2.3. Інтеграція комунальних музеїв до туристичних маршрутів і програм регіону

Розвиток комунальних музеїв області за досліджуваний період здійснюється відповідно до Комплексної Програми розвитку культури і мистецтва в Полтавській області на 2021–2025 роки та Програми збереження культурної спадщини Полтавської області на 2021–2023 роки [39]. Відповідно до стратегічних цілей цих Програми, комунальні музеї слід розглядати не як ізольовані об'єкти, а як ключові «якорі» та «магніти» туристичних дестинацій.

На рівні територіальних громад спостерігається тенденція до об'єднання музеїв у кластерні маршрути. Так, КЗ ПОР «Національний музей-заповідник М. В. Гоголя» та Великосорочинський літературно-меморіальний музей М. Гоголя інтегровані до популярного маршруту «Гоголівськими місцями», який об'єднує об'єкти Миргородського району та є одним із найуспішніших прикладів співпраці комунальних закладів з туроператорами внутрішнього туризму [39].

Багато музеїв, розташованих у містах Полтава, Кременчук, Миргород інтегровані до оглядових та тематичних туристичних екскурсій. Наприклад, полтавські літературно-меморіальні музеї Івана Котляревського, Панаса Мирного, Володимира Короленка входять до міських пішохідних маршрутів, а їх поєднання створює єдиний тематичний продукт «Літературна Полтава».

До 2021 року найбільш показовим прикладом інтеграції музейного закладу до туристичних маршрутів і програм був Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського. Відвідування або огляд фасаду музею було обов'язковим пунктом у більшості оглядових маршрутів Полтави, зокрема в маршруті «Полтава історична» та тематичних екскурсіях, присвячених українському модерну. Проте, 2021 року розпочата масштабна реконструкція закладу, яка досі не завершена, тому наразі приміщення музею залишається закритим для відвідувачів.

Окремої уваги заслуговує патріотичний напрям роботи музеїв. З 2022 року комунальні музеї, зокрема Державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви» (м. Полтава) [39], переформатовали частину екскурсійних програм, проводячи паралелі між історичними подіями та сучасною боротьбою України за незалежність. Це дозволило включити музейні локації до нових маршрутів національно-патріотичного виховання молоді.

Онлайн-акція «Стежками героїв» – проєкт Комунального закладу «Полтавський обласний центр національно-патріотичного виховання, туризму і краєзнавства учнівської молоді Полтавської обласної ради» був реалізований у співпраці з військово-патріотичними клубами та Полтавським обласним краєзнавчим музеєм. Учасники (шкільні команди) досліджували історичні маршрути рідного краю, пов'язані з подіями визвольних змагань та сучасної війни, готували відеоекскурсії та історичні довідки.

Комунальні музеї області часто є локаціями проведення івентів (наприклад, приміщення Полтавського краєзнавчого музею часто надають для проведення різноманітних культурних подій). Така роль музеїв як міст проведення подій (ніч у музеї, етно-свята) включає їх до програм турів вихідного дня або подієвого туризму.

Серед традиційних фестивалів, які проводяться на Полтавщині та до яких інтегровані музейні заклади можна відмітити:

- «Феєрія гончарства» – щорічний (у довоєнний час) мистецький фестиваль, що проходить на базі Національного музею українського гончарства (смт Опішня);

- етнофестиваль «Гелон Фест» – проходить на території Більського городища (історико-культурний заповідник «Більськ»);

- фольклорне свято «Купальські ігри на батьківщині Миколи Гоголя» – проводиться щороку в ніч з 6 на 7 липня у Національному музеї-заповіднику Миколи Гоголя.

Слід враховувати, що інтеграція музейних закладів комунальної форми власності до туристичного простору Полтавщини в останнє п'ятиріччя відбувалося в умовах безпрецедентних викликів: спочатку пандемічних обмежень, спричинених COVID-19, а згодом – повномасштабного вторгнення. Ці фактори змусили як музеї, так і органи місцевої влади області переглянути традиційні підходи до формування туристичних маршрутів, змістивши акценти на безпеку, інклюзивність та діджиталізацію.

Важливим напрямом змін діяльності комунальних музеїв Полтавської області у 2021–2025 роках стала цифровізація – оцифрування фондів та створення 3D-турів. Така форма цифрової інтеграції музеїв у туристичний простір стала особливо актуальною під час воєнного стану. Наприклад, оцифровані експозиції Полтавського художнього музею (Галереї мистецтв) імені Миколи Ярошенка [45] та Літературно-меморіального музею І. П. Котляревського дозволили зберегти туристичний інтерес до закладів у періоди, коли фізичний доступ до закладів був обмежений.

У відповідь на безпекові обмеження, комунальні музеї доєдналися до проєктів «Віртуальні мандрівки Полтавщиною» та «Скарби Полтавщини». Це дозволило створити цифрові туристичні маршрути, доступні онлайн.

Полтавська команда Ukraine Open розробляє проєкт «Скарби Полтавщини» (координаторка – Олена Романенко), який охоплює три напрямки: віртуальні тури музеями області, «Цифровий музей Українського старовинного вбрання» та дослідження шкіл, збудованих за проєктом Опанаса Сластьона. Наразі у проєкті представлені 8 музеїв, оцифрований 121 музейний експонат, до яких наводяться описи українською та англійською мовами. Серед цифрованих предметів такі унікальні експонати як шабля родини Апостолів з Миргородського краєзнавчого музею, копія посмертної маски Миколи Гоголя з Диканського музею та вишивка Лесі Українки з Гадяцького музею. Екскурсії музеями можна здійснити у VR-окулярах.

Хоча діяльність музейних установ спрямована на зростання рівня освіти, культури та духовності його відвідувачів, але для підвищення привабливості

музеїв для різних груп населення не лише виправданим, але й доцільним є проведення розважальних заходів задля популяризації проведення дозвілля у закладах культури.

Загалом, у 2021–2025 роках інтеграція комунальних музеїв Полтавщини до туристичних програм характеризується переходом від пасивного показу експозицій до створення комплексних туристичних продуктів, посиленням цифрової присутності та адаптацією контенту до вимог часу.

Проведений аналіз стану і діяльності комунальних музеїв Полтавської області свідчить про значний туристичний потенціал закладів, який не було втрачено навіть у важкі воєнні часи. Динаміка статистичних показників за 2021-2024 рр. вказує на стабільність числа комунальних музеїв Полтавської області, їхнього ресурсного потенціалу, зокрема основних та науково-допоміжних фондів, площ та персоналу. Одним із показників успішності музейної роботи є відвідуваність музеїв, яка останніми роками знизилася. На фоні зростання загальної кількості днів роботи музеїв за рік кількість відвідувачів скоротилася за період дослідження на 10,2 %.

Більшість комунальних музеїв Полтавської області інтегровані до локальних туристичних маршрутів, проте кількість відвідувачів невеликих музеїв, розташованих не в обласному та районних центрах, є незначною. Поширити обізнаність широкого кола потенційних відвідувачів музеїв може робота зі створення віртуальних екскурсій, проте наразі вона ще недостатньо активна внаслідок нестачі фінансування та кваліфікованих кадрів.

РОЗДІЛ 3.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОМУНАЛЬНИХ МУЗЕІВ ЯК ЧИННИКА ТУРИСТИЧНОЇ АТРАКТИВНОСТІ РЕГІОНУ

3.1. Роль музею як драйвера туристичної дестинації: приклади музеїв Полтавської області

У сучасному суспільстві діяльність музейних закладів усе частіше розглядається не лише з позиції пошуку, збереження та популяризації ними знань про об'єкти матеріальної та нематеріальної культури, а як складова соціально-культурного життя суспільства. Музеї виступають рушійною силою, що дає поштовх до розвитку культурного життя, сприяє взаємодії між носіями локальної культурної спадщини, споживачами культурного продукту та інституціями.

Музеї Полтавської області є важливими каталізаторами розвитку культурно-туристичних дестинацій. Їхня діяльність безпосередньо впливає на формування туристичного іміджу території, стимулює відвідуваність регіону, сприяє збереженню локальної ідентичності та активізує соціокультурні процеси в громадах. У цьому контексті музеї розглядаються як центри кластерів, довкола яких вибудовується екскурсійна, подієва та освітня інфраструктура.

Звісно, значення музеїв Полтавської області для формування туристичних потоків громад, в яких вони розташовані, різні. Серед музеїв області є як музеї-«туристичні якоря», так і музеї-«туристичні магніти».

У контексті розвитку туризму особливого значення набувають так звані «туристичні якорі» – ключові, найбільш привабливі об'єкти або комплекси, які є основною причиною відвідування туристами певної території (туристичній дестинації) та які притягують основний потік туристів. «Туристичні якорі» формують навколо себе інфраструктуру обслуговування, додаткові туристичні атракції та пожвавлюють економічну активність. Саме

музеї в багатьох випадках виконують функцію «якорів», перетворюючи невеликі населені пункти на впізнавані культурно-туристичні центри [74].

Найяскравішим прикладом музею-«туристичного якоря» в Полтавській області є Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішні (або Опішньому згідно місцевого етнографічного варіанту назви) [44]. Хоча за формою власності та підпорядкуванням він не є комунальним закладом, але у контексті прикладу драйвера культурно-туристичної дестинації, його досвід є взірцем для інших музеїв. Історія цього визначного центра дослідження, збереження та популяризації українського гончарства розпочалася у 1906 році, коли за ініціативою етнографа та художника Григорія Гуляницького було створено перші експозиції, присвячені цьому виду народної творчості. Далі збірка розвивалася як регіональний осередок колекцій кераміки та документуючи локальні гончарські традиції Полтавщини. Надзвичайно важливим для розвитку музею було функціонування навчально-мистецьких майстерень, які забезпечували безперервну передачу гончарних технік наступним поколінням [44].

1986 року в Опішні засновано Музей гончарства, на його базі якого у 1989 році було створено Державний музей-заповідник українського гончарства, а 2001 року Музею-заповіднику надано статус національного. Наразі музей є міжнародним центром гончарної культури, національною гончарською скарбницею України, етно-мистецтвознавчим, науково-дослідницьким і культурно-освітнім закладом. Сьогодні музей-заповідник має кілька відділів та експозиційних комплексів, що демонструють розвиток українського гончарства від давніх часів до сучасності. Колекції охоплюють унікальні вироби народних майстрів, археологічні знахідки та представляють роботи сучасних майстрів, виконаних в інтерпретації традиційних технік.

Унікальність цього музею полягає не лише у багатстві колекції кераміки, але й у комплексному підході до збереження й популяризації традиційного ремесла. На території музею-заповідника функціонують Національна галерея монументальної глиняної скульптури під відкритим небом, садиби гончарів,

проводяться симпозіуми кераміки, тематичні фестивалі, майстер-класи, освітні програми для дітей та молоді. Саме завдяки діяльності музею в Опішні сформувався комплекс, що охоплює харчування, сувенірну індустрію, освітні простори, творчі майстерні. Музей є не тільки культурною інституцією, а й потужним чинником соціально-економічного розвитку громади.

Музей в Опішні є стратегічним драйвером розвитку культурно-туристичної дестинації селища: він формує туристичний кластер та стимулює розвиток суміжної інфраструктури: майстерень, закладів розміщення, зокрема садиб зеленого туризму, сувенірних крамниць і гастрономічних маршрутів. Через інтеграцію традиційного ремесла у сучасні культурні практики музей сприяє не лише збереженню автентичної культурної спадщини, а й формуванню економічних та соціокультурних переваг для громади. Таким чином, Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішні є яскравим прикладом того, як діяльність музею може сприяти розвитку туристичної дестинації на локальному та регіональному рівнях.

Така модель трансформації селища в туристичну дестинацію завдяки використанню музейного потенціалу, на нашу думку, можлива для реалізації в іншому населеному пункті Полтавської області – селі Більськ у Котелевській селищній громаді Полтавського району. Музей просто неба Комунальна установа «Історико-культурний заповідник “Більськ”», розташований на території городища скіфського часу, є однією з найунікальніших культурно-туристичних локацій Полтавської області. Територія заповідника охоплює залишки городища орієнтовно VIII–V ст. до н.е., яке за археологічними даними є одним із найбільших у Східній Європі, й багатьма науковцями ототожнюється зі стародавнім містом Гелон. Площа городища, його складна фортифікаційна структура та щільна концентрація експонатів стародавньої матеріальної культури роблять його надзвичайно цінним об’єктом для дослідження ранньої історії та давніх цивілізацій. Але, Більський заповідник має не лише археологічну, але й значну природну цінність: його природні ландшафти сприяють розвитку екологічного та рекреаційного туризму.

Більське городище має значний потенціал для розвитку наукового, пізнавального та екологічного туризму, що робить його перспективною культурно-туристичною дестинацією. Більськ вже є місцем проведення фестивалів, експедиційного та освітнього туризму, тематичних екскурсій і культурно-просвітницьких заходів, що сприяє поступовій інтеграції в туристичний обіг. Музей-заповідник виконує освітньо-виховну функцію, оскільки музейні програми, екскурсії та інтерактивні заходи знайомлять відвідувачів із культурною та історичною спадщиною Скіфії, сприяють формуванню історичної пам'яті та популяризації національної ідентичності.

Потенційно городище може стати «туристичним якорем» для Котелевської селищної територіальної громади, центром туристичного кластеру, навколо якого сформуються заклади харчування, розміщення, сувенірні лавки тощо. Проте можливості музею не використовуються повністю. За даними додатків Б–Д, кількість відвідувачів КУ «Історико-культурний заповідник “Більськ”» становила: у 2021 році – 2,0 тис. осіб (102 екскурсії), 2022 рік – 0,9 тис. осіб (44 екскурсії), 2023 рік – 1,3 тис. осіб (87 екскурсій), 2024 рік – 0,6 тис. осіб (37 екскурсій). Для музею-заповідника з найбільшою територією серед комунальних музеїв Полтавської області це надзвичайно низькі показники відвідуваності, заклад має величезний потенціал масштабування діяльності.

Значення більшості інших великих комунальних музеїв Полтавської області для розвитку туризму, на нашу думку, характеризує термін «туристичний магніт». Терміни «туристичний якір» і «туристичний магніт» часто використовуються для позначення об'єктів, що приваблюють відвідувачів, як синоніми. Однак між ними є відмінності, основна з яких полягає у масштабі впливу та ролі в формуванні туристичного продукту (табл. 3.1).

Хоча обидва терміни описують привабливі туристичні об'єкти, «якір» – це головний пункт туристичної програми, фундаментальний елемент туристичної пропозиції, що як справжній якір «фіксує» увагу туриста на певній локації та спонукає його затриматися там на довший час. а «магніт» – це важливе та цінне доповнення до туристичної програми.

Таблиця 3.1

Відмінності між «туристичним якорем» та «туристичним магнітом»
у впливі на розвиток туристичної дестинації

Критерій	Туристичний якор	Туристичний магніт
Масштаб та вплив	Глобальний, регіональний. Створює попит на відвідування дестинації, має вирішальне значення для її вибору.	Місцевий, локальний. Привабливий, але рідко є єдиною причиною візиту.
Ступінь привабливості для туристів	Висока. Є самодостатньою причиною для подорожі. Заради нього туристи готові долати великі відстані, бронювати житло на кілька днів, витратити значні кошти тощо.	Привабливий. Цікавий об'єкт, який турист відвідає, якщо він знаходиться по дорозі або неподалік від основного маршруту.
Функція	Генератор туристичного потоку, основа маршруту, визначає тривалість перебування.	Доповнення до маршруту, елемент туристичної програми.
Роль у формуванні туристичного маршруту	Центр, навколо якого вибудовується логістика подорожі, програма перебування, включаючи розміщення, харчування, супутні послуги та відвідування інших місць.	Додаткова опція, яка збагачує програму перебування, робить її більш насиченою та цікавою.
Значимість для дестинації	Визначальний елемент туристичного бренду території та іміджу регіону на туристичному ринку.	Частина комплексу атракцій регіону.
Економічний вплив	Генерує значні прямі та непрямі доходи для всього регіону.	Має локальний позитивний економічний ефект для громади чи конкретного бізнесу

Як «туристичні якорі», так і «туристичні магніти» стимулюють економіку, сприяють розвитку місцевої інфраструктури та зростанню рівня життя місцевого населення за рахунок збільшення туристичних надходжень.

Музеями, які роблять значний внесок у розвиток туристичних дестинацій Полтавської області, є:

1. Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського. Є одним

із символів Полтави, провідним музеєм регіону, потужним магнітом для екскурсійного, освітнього та наукового туризму. Його будівля є визначною пам'яткою українського архітектурного модерну, а колекції охоплюють археологічні, етнографічні, природничі, історичні та мистецькі зібрання. Музей поєднує у собі унікальну архітектурну цінність будівлі, значну фондову колекцію та функцію науково-освітнього осередку, стратегічного елемента культурного простору обласного центру.

2. Державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви». Це музей високого рівня, осередок меморіального та військово-історичного туризму, що має стабільну екскурсійну привабливість. Комплекс музеїв, пам'ятників, редутів, музейних колекцій сприяє розвитку історико-пізнавального туризму, а меморіальний потенціал об'єкта використовується у навчально-виховній діяльності та патріотичному вихованні.

3. Національний музей-заповідник М. В. Гоголя (с. Гоголеве) та музеї, пов'язані із життям і творчістю письменника, розташовані у Диканьці та Великих Сорочинцях утворюють «гоголівський кластер» Полтавщини. Музейні заклади допомагають просувати культурний бренд «Диканька», розкривають його через літературу і фольклор. Літературна спадщина Миколи Гоголя є не лише предметом музейного збереження, осередком літературного, культурного туризму, а й основою для створення тематичних подій, театралізованих дійств і культурних маршрутів. Маршрут «Гоголівськими місцями» приваблює шанувальників творчості письменника, має стійкий попит. Меморіальний комплекс, реконструйована садиба, парк, тематичні експозиції сприяють розвитку літературного та ностальгійного туризму. Культурні заходи та фестивалі сприяють збільшенню кількості туристів.

4. Миргородський краєзнавчий музей імені Опанаса Сластіона. Музей тісно пов'язаний із рекреаційною функцією бальнеологічного курорту Миргород. Музей інтегрований до туристичних маршрутів для відпочиваючих на курорті, є прикладом вдалої синергії «курорт + культура + спадщина», що підтримує сталий розвиток дестинації. Поєднання оздоровчого туризму з

пізнавальною складовою створює умови для збільшення тривалості перебування туристів у регіоні та розширення їхньої зацікавленості [21].

Окремої уваги заслуговують спеціалізовані музеї, такі як Кременчуцький музей історії авіації і космонавтики або Полтавський художній музей (галерея мистецтв) ім. М. Ярошенка [44], що репрезентують нішеві напрями туристичного інтересу: технічний, культурно-мистецький, етнографічний, ремісничий тощо. Їхня діяльність сприяє диверсифікації туристичного продукту області та орієнтована на цільові аудиторії – молодь, науковців, дослідників традиційної культури, екскурсійні групи.

Розглянуті музейні заклади виконують щонайменше 3–5 функції дестинації:

- формують або підсилюють туристичний бренд території;
- є основою екскурсійних маршрутів;
- забезпечують повторні відвідування;
- створюють умови для подій, фестивалів, інших масових заходів;
- мають потенціал взаємодії з громадою та бізнесом.

Музейні заклади Полтавської області, зокрема й комунальні, виконують низку важливих функцій, пов'язаних із формуванням та розвитком туристичних дестинацій:

- 1) ідентифікаційна – внесок у формування регіонального культурного образу, сприяння збереженню та популяризації місцевої ідентичності.
- 2) освітньо-виховна – сприяння формуванню історичної пам'яті, патріотичної свідомості та загальної культури населення;
- 3) репрезентативна – визначає роль музею як візуального та символічного бренду території;
- 4) досвідна – забезпечує отримання туристами автентичного культурного досвіду;
- 5) ресурсна – визначає музей як основу для побудови тематичних туристичних маршрутів;

б) економічна – полягає у генеруванні доходів, створенні робочих місць, стимулює розвиток туристичної інфраструктури.

Отже, музеї Полтавської області не лише фіксують історико-культурну пам'ять регіону, але й формують його сучасне туристичне обличчя. Через взаємодію з місцевими громадами, освітніми закладами, туристичними операторами та культурними ініціативами вони стають ключовими акторами у процесі становлення й розвитку культурно-туристичних дестинацій.

Для покращення туристичного розвитку необхідно максимально включати музеї у туристичний обіг, запроваджувати партнерство музейних закладів та установ індустрії туризму. Тісна взаємодія між суб'єктами туристичного бізнесу та музейними установами є необхідною умовою для зростання туристичної привабливості, конкурентоспроможності та розвитку регіону загалом. Таке партнерство є симбіозом, оскільки дозволяє туризму розширювати спектр послуг та збільшувати прибутки, а музеям – забезпечувати стабільний потік відвідувачів. Взаємодоповнюваність цих сфер, особливо в організації екскурсійного обслуговування, дозволяє максимально ефективно використовувати туристичні ресурси регіону. Карта зацікавлених сторін туристичної дестинації (влада, бізнес, громада, туристи) (Stakeholders Map) наведена у додатку Е.

Взаємодія музеїв і суб'єктів туристичної сфери сприяє залученню більшої кількості відвідувачів до області, зростанню грошових надходжень у бюджет. Таким чином, музеї стають не лише хранителями минулого, а й драйверами інноваційного, сталого і конкурентоспроможного майбутнього регіону.

Аналізуючи потенціал комунальних музеїв Полтавщини як чинників туристичної привабливості, варто наголосити на необхідності впровадження системного стратегічного підходу до їх розвитку. Вирішення наявних проблем можливе через розроблення регіональних стратегій сталого туризму, залучення місцевих громад до процесів охорони та популяризації спадщини.

3.2. Управління розвитком комунальних музеїв: виклики, нові підходи та перспективи

Управління музейною сферою в Україні реалізується на трьох рівнях: загальнодержавному, регіональному та місцевому. Територіальні громади отримали можливість активного впливу на розвиток культури і туризму завдяки реформі децентралізації 2014–2020 рр. У результаті цих процесів система управління музейною діяльністю зазнала принципових змін: якщо раніше її координація здійснювалася переважно на субрегіональному (районному) рівні, то нині повна відповідальність за функціонування і розвиток комунальних музеїв покладена на територіальні громади. Це спричинило зміну управлінської парадигми – від жорсткого адміністративного підпорядкування до використання гнучких інструментів стратегічного та проєктного менеджменту, а також посилення конкуренції за відвідувача.

Розширення управлінських і фінансових повноважень на місцях відкрило «вікно можливостей» для популяризації власних туристичних destinations, зокрема шляхом розвитку об'єктів культурної спадщини. Водночас реформа децентралізації поставила перед органами місцевого самоврядування низку нових управлінських завдань. Процес управління розвитком культурних закладів на локальному рівні істотно ускладнився та потребує від керівників музеїв, управлінців і очільників громад наявності компетенцій у сфері стратегічного планування, менеджменту, маркетингу територій і проєктної діяльності.

В умовах необхідності активізації туризму критично важливим стає формування системи ефективного управління діяльністю комунальних музеїв. Досягнути бажаних показників розвитку туристичної сфери можна лише у результаті ефективної політики щодо розвитку комунальних музейних установ. При цьому комунальні музеї доцільно розглядати не лише як традиційне сховище історико-культурних цінностей, але й як інструмент формування позитивного іміджу території та важливий символічний ресурс

просування громади на туристичному ринку.

Оскільки саме на місцеві громади покладається відповідальність за ефективне управління їхніми культурними та туристичними ресурсами, важливим є активне залучення громадськості до процесів планування й реалізації розвитку музеїв, а також перетворення музейних установ на центри культурного життя громади.

Важливим елементом «нового підходу» до управління комунальними музеями є формування синергії між музеями та туристично-інформаційними центрами. Традиційно такі центри функціонують переважно у великих туристичних містах, тоді як для багатьох територіальних громад ефективнішою є модель, за якої частина їх функцій покладається на установи культури. У таких випадках комунальний музей виконує роль осередку поширення туристичної інформації, надаючи відомості про маршрути, об'єкти показу, місця розміщення, харчування та культурні події.

Сучасні підходи розглядають розвиток культури і туризму на місцевому рівні як взаємопов'язаний процес. Це ставить перед органами місцевого самоврядування завдання розробляти такі стратегії розвитку, у яких комунальний музей виступає складником соціально-економічного зростання громади, виконуючи не лише просвітницьку, а й рекреаційну, комунікаційну та іміджеву функції.

Важливим науково-практичним завданням є вивчення кращих управлінських практик та дослідження оптимальних моделей управління розвитком музеїв як складника туристичного потенціалу громади.

Так, у дослідженні О. С. Альбещенка [1] об'єднані територіальні громади розглядаються як самостійні туристичні дестинації, у структурі яких комунальні музеї виконують роль ключових «магнітів» для залучення відвідувачів. Управління розвитком музейних установ має бути інтегроване до загальної стратегії розвитку громади, а пріоритетом повинен стати перехід від пасивного збереження музейних фондів до активного менеджменту культурно-туристичних ресурсів на місцевому рівні.

За кластерної моделі розвитку туристичної дестинації комунальні музеї мають функціонувати як її рівноправні учасники разом із закладами розміщення, харчування, транспортними та сервісними компаніями. Формування конкурентоспроможної туристичної пропозиції потребує координації управлінських рішень між усіма учасниками кластера [35].

А. М. Вергун і С. М. Шевчук [8] розглядають музеї як важливий компонент туристичного брендингу територій. Управління розвитком музеїв науковці пропонують розглядати крізь призму маркетингу територій, перетворюючи їх на «обличчя» бренду громади. Інтеграція музейних установ у комунікаційні та промоційні стратегії є дієвим механізмом формування позитивного іміджу території та підвищення її туристичної атрактивності.

Управління розвитком комунальних музеїв має враховувати регіональну специфіку, етнографічні, історичні та культурні особливості території. Такий підхід сприяє створенню автентичних туристичних продуктів, що посилюють локальну культурну ідентичність та приваблюють туристів [57].

С. Гаврилюк, С. Мелесик та Н. Воробйова [11] акцентують увагу на трансформаційних процесах у сфері управління туризмом в умовах воєнного часу. Науковці порушують питання виживання та адаптації туристичних дестинацій в умовах нестабільності, що потребує гнучких управлінських рішень, урахування безпекових аспектів та впровадження нових підходів до менеджменту культурних закладів.

І. Благун та І. Румянцева [6] також наголошують на необхідності адаптивного управління туристичною галуззю в умовах невизначеності, що безпосередньо стосується діяльності музейних установ. Адаптивність полягає у пошуку інноваційних форм роботи та диверсифікації наданих послуг, що сприяє стабілізації локальних туристичних ринків.

У період повоєнного відновлення розвиток музеїв може відбуватися на основі інноваційних бізнес-моделей, зокрема тих, що базуються на стратегічному партнерстві та кроссекторальній співпраці [53]. Для комунальних музеїв це означає перехід до управління, орієнтованого на

підприємницькі ініціативи та інтеграцію з креативними індустріями.

Антикризовий підхід до управління розвитком музеїв передбачає збереження кадрового та матеріального потенціалу, перегляд моделей фінансування та активний пошук грантових і донорських можливостей для підтримки діяльності культурних закладів [27].

Одним із сучасних напрямів трансформації системи управління комунальними музеями є впровадження принципів екологічно відповідального туризму (*eco-friendly tourism*). Його сутність полягає в мінімізації негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище шляхом застосування ресурсозберігаючих, енергоефективних та природоорієнтованих практик. На відміну від екотуризму, зосередженого на відвідуванні природних об'єктів, екологічно відповідальний туризм інтегрує екологічні принципи у функціонування наявних туристичних систем, у тому числі у міському середовищі.

До ключових практик такого підходу належать: оптимізація транспортних маршрутів; використання транспорту з низьким вуглецевим слідом; застосування екологічно безпечних матеріалів у будівництві та обслуговуванні туристичних об'єктів (зокрема й музеїв); впровадження енергоощадних технологій на всіх етапах обслуговування туристів; раціональне використання водних та енергетичних ресурсів; безпечне поводження з відходами; елементи циркулярної економіки; заходи зі збереження біорізноманіття тощо.

Екологічно відповідальний туризм тісно пов'язаний із концепцією *Smart City* – моделі міста, що активно використовує цифрові технології та інтелектуальні системи для підвищення якості життя населення, ефективного управління ресурсами, розвитку інфраструктури та забезпечення екологічної сталості та економічного зростання [26]. У межах цієї концепції туристам надаються цифрові сервіси – від навігації та бронювання до інформаційного супроводу, що дозволяє оптимізувати туристичні потоки і зменшити антропогенне навантаження на міське середовище.

Концепція Smart City відкриває нові можливості для подолання основних екологічних та інфраструктурних проблем, пов'язаних із туризмом. У межах цієї концепції туристам надаються максимально автоматизовані сервіси – від транспортного обслуговування та бронювання до навігації. Цифрові сервіси та інтелектуальні системи дозволяють збирати й обробляти великі обсяги даних у реальному часі, ефективно управляти ресурсами, підвищувати якість туристичних послуг і зменшувати екологічний слід.

Важливою складовою розвитку екологічно відповідального туризму є залучення місцевих громад, підвищення екологічної свідомості туристів та інтеграція інноваційних рішень у систему міського управління, зокрема шляхом впровадження цифрових систем моніторингу, аналізу екологічних показників і управління ресурсами.

Одним із найефективніших інструментів цифрового менеджменту туристичної сфери є штучний інтелект (ШІ). ШІ вже давно перестав бути простою «додатковою опцією» та стає ключовим елементом розвитку Smart City. Його застосування різноманітне, проте особливу увагу заслуговують чат-боти. Багато сервісних компаній впроваджують інтелектуальні віджети, такі як FAQ, для оперативних відповідей на типові запити клієнтів. Чат-боти на базі ШІ забезпечують оперативний доступ до інформації, допомагають у плануванні маршрутів, бронюванні квитків та організації відвідування музеїв і культурних заходів.

Водночас упровадження цифрових технологій супроводжується певними ризиками, серед яких – загрози конфіденційності персональних даних, потреба у значних фінансових вкладеннях у цифрову інфраструктуру, а також потенційне посилення соціальної нерівності через обмежений доступ окремих груп населення до сучасних цифрових сервісів.

Ще один виклик цифровізації – вміння тримати баланс між фізичною присутністю відвідувачів у музеї та розширенням його цифрової аудиторії. Віртуальні тури, онлайн-експозиції та цифрові архіви можуть як стимулювати відвідувачів сайту музею до візиту у цей заклад, так і задовольнити їхню

цікавість й усунути привід для офлайн екскурсії [58].

Основними векторами управлінської діяльності щодо розвитку комунальних музеїв є:

- забезпечення реальних повноважень територіальних громад щодо розпорядження музейними фондами та майновими комплексами;
- створення умов для прийняття оперативних управлінських рішень, зокрема, шляхом підвищення рівня фінансової автономії музеїв;
- урахування потреб і інтересів місцевого населення при формуванні експозицій та розробленні туристичних продуктів [11; 20].

У територіальних громадах поступово формується модель управління, у межах якої комунальний музей функціонує у взаємодії з такими ключовими елементами:

- виконавчим органом місцевого самоврядування (відділом або управлінням культури і туризму), що здійснює загальну координацію діяльності музею;
- цільовою програмою розвитку, яка передбачає фінансування, оновлення та модернізацію матеріально-технічної бази;
- туристично-інформаційним центром, функції якого у невеликих громадах часто виконує сам музей;
- туристичним бізнесом (туроператорами, садибами зеленого туризму, закладами розміщення і харчування), з яким музей співпрацює у формуванні комплексного туристичного продукту [20].

Управління розвитком комунальних музеїв у сучасних умовах має комплексний, міжсекторний і стратегічно орієнтований характер та передбачає поєднання культурної, туристичної, економічної, екологічної та цифрової складових у єдиній системі розвитку територіальної громади.

Ключовим суб'єктом управління розвитком комунальних музеїв у межах громади є відповідний виконавчий орган місцевого самоврядування (департамент, управління або відділ культури та туризму). Він утворюється за рішенням місцевої ради та забезпечує реалізацію державної культурної

політики на локальному рівні. Саме від професійної компетентності фахівців цього органу значною мірою залежить, чи стане музей драйвером розвитку території, чи залишиться переважно дотаційним закладом [30].

С. М. Шевчук наголошує на важливості впровадження системи моніторингу в управлінні комунальними музеями для контролю якості послуг та їхнього впливу на сталий розвиток громади. Моніторинг дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення на основі вимірюваних індикаторів соціальної та економічної ефективності. [68]

Пріоритетність розвитку музейної справи в системі комплексного соціально-економічного розвитку громади забезпечується реалізацією програмно-цільового підходу. Затвердження місцевих програм розвитку культури і туризму дає змогу чітко окреслити проблемні аспекти функціонування музейних установ і визначити реальні механізми їх вирішення із залученням бюджетного та позабюджетного фінансування. Метою таких програм є не лише збереження музейних фондів, а й створення на їх основі сучасного, привабливого туристичного продукту, інтеграції музейних закладів до стратегічних програм розвитку як ключові об'єкти туристичного показу.

Фінансовим інструментом регулювання та стимулювання розвитку туристичної сфери на місцевому рівні є туристичний збір. Наразі в Україні діють наступні ставки туристичного збору – до 0,5 % мінімальної заробітної плати (у 2025 році це становить 40,00 грн за добу) для внутрішнього туризму та до 5 % – для в'їзного туризму).

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму України [40], у 2024 році надходження від туристичного збору країни продемонстрували суттєве зростання (майже на 23%) порівняно із попереднім 2023 роком, що свідчити як про поступове відновлення внутрішнього туризму, так і про збільшення кількості діб тимчасового розміщення у місцях проживання (ночівлі) внаслідок збільшення внутрішнього переміщення населення внаслідок нетуристичних причин. Проте, динаміка демонструє зростаючу роль туристичного збору у формуванні місцевих бюджетів.

Кошти, що надійшли від туристичного збору, зараховуються до загального фонду місцевого бюджету, їх частина реінвестується у розвиток туристичної інфраструктури, у тому числі в модернізацію матеріальної бази комунальних музеїв. Туристичний збір виконує важливу роль у формуванні бюджетів громад, але потребує прозорості адміністрування, справедливого встановлення ставок та посилення контролю за справами цього податку.

У час післявоєнного відновлення економіки України важливо надати всебічну підтримку музеям, розташованим в громадах, що мають туристичний потенціал, але потребують інвестицій для створення сучасної інфраструктури. У таких випадках доцільним може бути створення податкових стимулів, що дозволить залучити інвесторів та активізувати економічну діяльність у цих регіонах без значних втрат для бюджету у довгостроковій перспективі.

Аналізуючи перспективи розвитку комунальних музеїв, доцільно звернутися до досвіду Великої Британії, де координацію сектору здійснює Рада музеїв, бібліотек і архівів (Museums, Libraries and Archives Council – MLA). Британська модель управління базується на визнанні музеїв вагомим складовою індустрії дозвілля, що здатна генерувати позитивні емоції та сприяти соціальному розвитку суспільства [36].

Британський досвід засвідчує, що підвищення туристичної привабливості музею неможливе без розуміння реальних потреб аудиторії. Дослідження мотивації відвідувачів виявили, що майже половина з них (48 %) відвідує музеї з метою розваг, дозвілля і лише 38% керуються академічним чи професійним інтересом.

Потреби споживачів музейних послуг орієнтують музеї переглядати традиційних підходів на користь:

- інтерактивності та технологічності: впровадження новітніх технологій для доступу до колекцій;
- освітньо-розважального формату: перетворення музею на місце навчання через гру та позитивні емоції;
- сервісності: надання послуг стає таким же пріоритетом, як і

збереження фондів.

Відповідно до британських підходів, сучасний музей має функціонувати як агент соціальних змін та відкритий простір, що руйнує стереотип про «місце для зберігання старих речей». Для українських комунальних закладів впровадження таких принципів як доступність каталогів онлайн, соціальна спрямованість, партнерство з іншими організаціями є необхідною умовою для інтеграції в туристичний ринок громади.

Нові підходи до управління розвитком комунального музею повинні враховувати наступні взаємопов'язані складові:

- кадрове забезпечення – наявність у профільному виконавчому органі фахівця, обізнаного зі специфікою музейного менеджменту та маркетингу;
- стратегічне планування – чітке позиціонування ролі комунального музею у стратегічних документах та програмах соціально-економічного розвитку громади;
- інформаційну складову – функціонування музею як осередку туристичної інформації та комунікації (виконання функцій туристично-інформаційного центру);
- фінансову мотивацію – формування прозорого механізму спрямування частини туристичного збору на потреби розвитку музейних установ.

Безумовно, впровадження сучасних методів управління комунальними музеями важливо не лише на рівні громад, але й на рівні менеджменту закладів.

Більшість комунальних музеїв Полтавської області активно використовує соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та Telegram, для прямого спілкування з цільовою аудиторією. Через ці платформи поширюється інформація про майбутні заходи, публікуються фотозвіти, анонси тощо. Це також дає змогу вчасно анонсувати реєстрації на майбутні івенти, залучати учасників до конкурсів та опитувань, підтримувати постійний контакт з учасниками заходів після їх завершення.

Проте музеям Полтавської області слід посилити інформаційну активність у соціальних мережах TikTok, YouTube для залучення молодіжної аудиторії. Також доцільно впровадити системи аналітики для детального аналізу ефективності інформаційних каналів та коригування стратегії комунікації.

Ефективне управління комунальними закладами передбачає адаптацію послуг до потреб відвідувачів, зокрема, перехід від традиційного огляду експонатів до впровадження інноваційних форм надання екскурсійних послуг.

3.3. Використання інноваційних методів у діяльності комунальних музеїв як чинник підвищення туристичної атрактивності

Сучасні музеї наразі переживають глибинні трансформації, ключовою з яких є перехід від функції «сховища артефактів» до простора культурного діалогу, де відвідувач стає активним учасником процесу пізнання. На сучасному етапі новітні технології в музейній сфері інтегруються, насамперед, у процес екскурсійного обслуговування. Питання впровадження інноваційних методик роботи з відвідувачами музеїв винятково актуальне, адже саме такий підхід дозволяє налагодити ефективну комунікацію з різними цільовими аудиторіями та суттєво збільшити кількість відвідувачів.

Сутність інноваційних технологій в екскурсійній справі полягає у застосуванні принципово нових нестандартних підходів, форм та методів поширення інформації. Інноваційні методи формуються на перетині стрімкого технологічного прогресу, сучасного гуманітарного знання та змін у запитах і поведінці екскурсантів. Головна мета впровадження нововведень в екскурсійній роботі – активізація уваги екскурсантів та покращення якості засвоєння ними матеріалу.

Визначення терміну «інноваційні методи» базується на розумінні терміну «інновація», який був введений у науковий обіг Йозефом Алоїсом

Шумпетером у 1911 році. Він трактував інновації як виготовлення чогось нового, корисного і невідомого раніше, або ж покращення якості вже існуючих речей [17]. З часом значення цього слова еволюціонувало та збагачувалося новими змістами, але концептуальна основа залишається незмінною: під інноваційними методами сьогодні розуміють нові або покращені способи діяльності, які підвищують результативність, якість та загальну ефективність як самого процесу, так і його кінцевого результату.

Слід зазначити, що у вітчизняній нормативно-правовій та науково-методичній базі дефініція «інноваційний метод» досі не отримала усталеного, уніфікованого визначення, тому відсутні чіткі критерії що саме вважати «інноваційним методом проведення екскурсій». Утім, аналіз сучасних підходів дає змогу виділити ряд ключових критеріїв, за якими певний метод проведення екскурсії можна вважати інноваційним (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Основні ознаки інноваційності екскурсійних методів

Основні ознаки, які дозволяють класифікувати той чи інший екскурсійний метод як інноваційний:

1. Принципова новизна ідеї. Головна умова інноваційності – екскурсія має пропонувати концептуально новий формат проведення або організації. Зауважимо, що чіткого терміну, скільки часу новинка вважається «інновацією» не визначено ні в законодавстві, ні в наукових дослідженнях. Це

процес постійних змін: те, що вчора було проривом, завтра стає повсякденною практикою. Яскравий приклад – аудіогіди, які ще десять років тому сприймалися як щось незвичайне, а зараз це стандартна послуга в багатьох музеях. Тому головним критерієм є новизна концепції на даний момент часу.

2. Обмежене поширення з перспективою масштабування. Зазвичай інноваційні методи ще не достатньо поширені. Вони знаходяться на стадії впровадження: їх тестують, вони дивують своєю новизною і мають потенціал стати популярними в майбутньому. Якщо ж певна технологія стає масовою, вона перетворюється на традиційну. Водночас, якщо метод використовується довго, але не масово, не поширюється, це скоріше просто специфічна, нішева особливість конкретного закладу.

3. Технологічна основа. Сучасну інноваційну екскурсію важко уявити без використання новітніх технічних засобів. До них відносять усі цифрові інструменти, які допомагають гіді, наразі це віртуальна (VR) та доповнена (AR) реальність, штучний інтелект, мобільні додатки, «розумні» аудіогіди та VQA-інтерфейси (системи, що вміють візуально відповідати на питання відвідувачів).

4. Інтерактивність та залучення. Це одна з найхарактерніших рис інноваційних екскурсійних методів. В інноваційній екскурсії відвідувач не може бути пасивним слухачем. Він має діяти: відповідати на питання, брати участь у грі, проводити міні-дослідження, щось моделювати тощо. Це повністю змінює звичне спілкування в музеї: коли людина активно залучена до процесу, вона краще запам'ятовує інформацію і отримує більше емоцій від візиту.

5. Нестандартні способи подачі матеріалу. Інновації – це відхід від формату звичайної лекції. Наразі для підвищення уваги відвідувачів музеїв активно використовуються ігрові елементи (гейміфікація), квести, театральні вистави, жива анімація чи майстер-класи. Такий підхід дозволяє адаптуватися під особливості конкретної групи туристів, врахувати як зручніше сприймати

інформацію саме їм. Це також усуває бар'єри між екскурсоводом і відвідувачем, роблячи спілкування більш невимушеним.

6. Вплив на органи чуття (сенсорна насиченість). Цей пункт не є обов'язковим критерієм для визнання форми проведення екскурсії інтерактивною, але є дуже перспективним. Традиційні екскурсії використовують прийоми показу та розповіді, а інноваційні намагаються задіяти всі п'ять чуттів: зір, слух, нюх, смак і дотик. Наприклад, під час екскурсій можуть проводитися дегустації, екскурсантам може надавати можливість торкатися експонатів, у музейних залах можуть організовувати спеціальні ароматичні супроводи. Такі підходи є не лише цікавими, але й важливими для підвищення інклюзії, адже дозволяють розширювати пізнавальні можливості людей з інвалідністю.

Важливо розуміти: інновація – це не тільки використання нових гаджетів чи технологій, це насамперед принципово інший підхід до спілкування з аудиторією, який базується на відкритості до змін, повазі та увазі до людини.

Інноваційна екскурсія – це жива, динамічна модель, яка підлаштовується під відвідувача і створює зовсім нову якість перебування в музеї. Такі технології націлені не лише на суху передачу знань, а й на емоційне занурення в тему, на те, щоб кожна людина сприйняла інформацію особистісно, через власні відчуття. У цьому контексті орієнтація на людину (або людиноцентризм) є головним правилом. Різні цільові аудиторії: діти різного віку, люди з інвалідністю, фахівці певної галузі чи просто туристи вимагають індивідуального підходу. При розробці та проведенні екскурсії важливо думати не лише про інформацію, яку потрібно передати, а й про те, як відвідувач буде себе почувати: чи буде йому комфортно, цікаво чи отримає емоційне задоволення. Людиноцентрованість реалізується через конкретні інструменти: інтерактивність (взаємодію), сенсорiku (відчуття), адаптивність (гнучкість) та нетиповість формату. Саме завдяки цьому кожна екскурсія стає індивідуальною, підвищує інтерес учасників і заохочує їх не просто слухати, а активно включатися в процес пізнання.

Узагальнивши розглянуті ознаки, можна запропонувати наступне визначення цього поняття: «Інноваційний метод проведення екскурсій – це принципово нова форма екскурсійної діяльності, орієнтована на потреби екскурсанта, яка відрізняється активною взаємодією з використанням сучасної техніки, нестандартними способами подачі матеріалу, та яка впроваджується в практику». Головна мета таких методів – зробити екскурсію більш привабливою та допомогти екскурсантам краще запам'ятати інформацію.

Практика роботи багатьох музеїв наочно показує наскільки ефективним може бути впровадження таких підходів. Наприклад, у Національному музеї історії України екскурсії часто проходять у формі квестів, різноманітних творчих завдань та майстер-класів, адаптованих для людей різного віку [16]. Ще один яскравий закордонний кейс – Музей шпигунства Spyscape у Нью-Йорку, в якому відвідування музею перетворено на справжню гру: гості проходять спеціальні маршрути, виконуючи «шпигунські місії», занурюються в атмосферу таємниць, виконують завдання розшифрувати, простежити або використати логіку. Цікавим є поєднання екскурсій із сучасними технологіями геокешингу та віртуальними турами. Наприклад, ресурс Museum of Geocaching [81] пропонує інтерактивну виставку, де потрібно шукати підказки. А проект Rano2VR in the Wild пішов ще далі, об'єднавши віртуальну реальність (VR) із пошуком схованок на місцевості. Учасники такого туру орієнтуються за GPS-координатами, розгадують головоломки та виконують ігрові завдання в реальному часі.

Інноваційні методи проведення екскурсій можна класифікувати за кількома основними групами:

1. Технологічно-орієнтовані методи, Ця група базується на використанні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. До них належать:

- віртуальні екскурсії;
- технології доповненої реальності (AR);
- системи візуальних відповідей на запитання (VQA);

- інтерактивні мобільні застосунки;
- інтелектуальні аудіогіди з використанням штучного інтелекту;
- 3D-тури та панорамні візуалізації тощо.

Прикладами є геокешинг (geocaching) – метод, що поєднує GPS-навігацію з культурно-історичними сюжетами, та спайгеймс (spygames) – ігровий формат, який передбачає послідовне виконання завдань на місцевості. Такі методи особливо ефективні для відкритих просторів: музеїв просто неба, археологічних об'єктів тощо. Використання таких методів передбачає залучення фахівців з цифровізації та інформаційних технологій.

2. Інтерактивно-комунікаційні методи. Особливістю цієї групи є безпосередня взаємодія відвідувачів з музейним контентом. Сюди входять:

- квест-екскурсії з пошуком об'єктів та вирішенням завдань;
- інтелектуальні ігри та вікторини;
- майстер-класи, інтегровані до екскурсії;
- фестивалі з етнофокусом (ярмарки, реконструкції, обрядодії);
- робота з інтерактивними стендами.

Поєднання екскурсійної розповіді з практичною діяльністю (наприклад, реконструкцією давніх ремесел) сприяє кращому залученню аудиторії. Успішним прикладом є досвід Національного музею історії України [18], де екскурсії доповнюються творчими елементами.

3. Креативно-театралізовані методи. Ці методи передбачають поєднання традиційної екскурсії з елементами перформансу:

- театралізовані реконструкції історичних подій за участю акторів;
- проведення екскурсій гідами в історичних костюмах відповідної епохи.

4. Сенсорні методи. Спрямовані на активізацію кількох каналів сприйняття одночасно, що підсилює емоційний вплив:

- тактильні експозиції: можливість взаємодіяти з експонатами (характерно для музеїв науки та інтерактивних центрів);

- аудіовізуальні та нюхові ефекти: використання тематичних звуків та ароматів (наприклад, звуки природи);
- смакові відчуття: екскурсії з елементами дегустації.

5. Інклюзивні та адаптивні методи. Орієнтовані на забезпечення рівного доступу до музейного продукту різних категорій відвідувачів. Це адаптовані програми для дітей, осіб з порушеннями зору, слуху чи мобільності, людей з ментальними особливостями. Такі методи найповніше реалізують принцип людиноцентрованості в музейній справі.

Значна частина музейних закладів поєднує кілька нетрадиційних підходів. Так, формат Spygames як інноваційна форма екскурсії об'єднує квест, логічну гру, орієнтування на місцевості та елементи театралізації [17]. Такі інноваційні підходи до екскурсій мають високий потенціал у роботі з молодіжною аудиторією, любителями активного дозвілля. Включення ігрових, костюмованих і сюжетних елементів, підвищує зацікавленість.

Отже, впровадження нових методів в екскурсійну діяльність є необхідною реакцією на вимоги та виклики сучасного світу, яка підвищує туристичну атрактивність не лише музеїв, але й DESTINATION їхнього розташування. Втілення таких проєктів можливе шляхом співпраці комунальних музеїв з місцевою владою, громадами, бізнесом і наукою та розроблення регіональних стратегій сталого туризму.

3.4. Пропозиції до Програми розвитку туризму та збереження культурної спадщини Полтавської області на 2026-2030 роки

У 2025 році у Полтавській області діє Програма розвитку туризму і курортів на 2021–2025 роки, затверджена 29 грудня 2020 року. У зв'язку із закінченням терміну дії цієї Програми за ініціативи Департаменту культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації наразі розробляється Програма розвитку туризму та збереження культурної спадщини Полтавської

області на 2026–2030 роки (далі – Програма). Документ формується у відповідності до Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки, Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року, Стратегії регіонального розвитку Полтавської області на період до 2027 року, Стратегії розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019–2029 роки та інших нормативно-правових актів, що регулюють туристично-рекреаційну сферу, музейну справу та охорону культурної спадщини.

Метою Програми є формування умов для конкурентоспроможного та інноваційного туристичного середовища, ефективне використання історико-культурного та природного потенціалу, формування позитивного іміджу Полтавської області й сприяння її сталому соціально-економічному розвитку. У проєкті Програми передбачений комплекс заходів, спрямованих на розвиток туристичного бренду області, створення сучасних туристичних продуктів, залучення інвестицій та грантових ресурсів, розвиток кадрового потенціалу туристичної та музейної сфери тощо. Значну увагу приділено соціальній складовій – підвищенню рівня зайнятості населення, підтримці військовослужбовців і ветеранів ЗСУ та їхніх родин, дітей, людей з інвалідністю, інших соціально вразливих груп, а також формуванню умов для збереження ментального здоров'я населення. Також передбачене активне міжрегіональне та міжнародне співробітництво у сфері культурного обміну.

Серед запропонованих напрямів діяльності на 2026–2030 роки безпосередньо розвитку музейної мережі стосуються заходи з:

- інвентаризації та паспортизації об'єктів культурної спадщини;
- охорони, реставрації та збереження історичних пам'яток, музеїв, архітектурних ансамблів;
- цифровізації об'єктів культурної спадщини та створення віртуальних екскурсій;
- інтеграції історико-культурних об'єктів до туристичних маршрутів;
- розвиток музейної мережі, підвищення якості надання музейних послуг, їх розширення та оцифрування музейних предметів, створення VR-

турів по музеях та історичних місцях;

- підвищення кваліфікації кадрів у сфері музейної справи, проведення конференцій та навчальних семінарів з розвитку інклюзивного туризму для музейних закладів області, що дозволить оцінити відповідність їхніх послуг міжнародному стандарту ISO 21902 «Доступний туризм для всіх».

Очікувані результати реалізації Програми включають підвищення туристичної ідентичності регіону, впізнаваності бренду Полтавщини, розвиток інфраструктури та якості туристичних послуг, щорічне зростання показників відвідуваності та доходів галузі на 10%, збільшення кількості туристичних об'єктів і закладів розміщення.

Розробка Програми потребує оновленого бачення ролі комунальних музеїв як активних драйверів соціокультурного та економічного розвитку територіальних громад. В умовах війни та післявоєнного відновлення, зміни очікувань туристів та потреб громад, музеї мають перейти від моделі «зберігача фондів» до моделі «культурно-туристичного хабу».

Пропонуємо доповнити Програму низкою стратегічних ініціатив і заходів, що стосуються безпосередньо розвитку музейної сфери Полтавської області. Пропозиції систематизовані за стратегічними напрямками розвитку туризму та збереження культурної спадщини:

1. Стратегічний напрям «Посилення національно-патріотичного виховання та збереження ідентичності».

Комунальні музеї Полтавщини мають значний потенціал у консолідації суспільства та формуванні історичної пам'яті, який потрібно максимально повно використати. Патріотично-виховна діяльність має бути орієнтована на сучасні формати роботи з молоддю, здатні викликати емоційний відгук і підвищення рівня національної свідомості та громадянської відповідальності.

Пропоновані для реалізації заходи:

- Освітня програма для школярів і студентів «Жива історія: від козацтва до сьогодення». Передбачає розробку та впровадження серії музейних заходів, на яких відвідувачі можуть взаємодіяти з репліками експонатів, приміряти

костюми різних епох, брати участь у реконструкціях.

– Створення музейних експозицій з тематики російсько-української війни з артефактами сучасної війни, переданими бійцями. Важливим моментом є залучення до проведення екскурсій ветеранів російсько-української війни, що сприятиме їхній соціалізації, створення простору для рефлексії й діалогу. Очікуваним результатом є посилення зв'язку громади з сучасною історією, формування культури пам'яті на локальному рівні.

2. Стратегічний напрям «Розвиток інноваційних туристичних продуктів». Інноваційна концепція «відпочинок + пізнання + враження» має стати базовою моделлю надання музейних послуг.

Як приклад впровадження концепції пропонуємо ідею екскурсії «Вартові Полтавщини: від козаків до героїв сучасності». Екскурсія поєднує три історичні етапи захисту Полтавського краю та включає інтерактивні елементи для залучення відвідувачів:

- Козацький період (XVI–XVIII ст.) – відвідувачі приміряють козацький одяг, ознайомлюються з озброєнням того часу, майстер клас зі стрільби з лука.
- Друга світова війна – ознайомлення з деталями операції «Френтік», військовою технікою, перегляд моделей літаків, що базувалися у Полтаві (1943-1945 рр.), кабіною пілота з використанням віртуальної реальності (VR).
- Гадяцьке сафарі (2022 р.) – квест з пошуком умовної техніки ворога, інтерактивні карти подій, рольові ігри учасників оборони.



Рис. 3.2. Концептуальна ідея екскурсії

«Вартові Полтавщини: від козаків до героїв сучасності»

3. Стратегічний напрям «Безпека під час війни».

В умовах загроз воєнного часу, комунальні музеї потрібно забезпечити укриттями для співробітників і відвідувачів у разі повітряної тривоги. Необхідно розробити чіткі реалістичні плани захисту матеріальних цінностей, які мають культурно-історичну цінність на випадок надзвичайних ситуацій, здійснювати моніторинг виконання запланованих заходів.

4. Стратегічний напрям «Кластерний розвиток».

Для підвищення туристичної привабливості регіону комунальні музеї мають створювати партнерства та продукувати нові формати «економіки вражень». Необхідно створення комплексних туристичних продуктів (кластерів), що об'єднують музеї, бізнес та інфраструктуру. Розвиток креативних індустрій на базі музеїв (сувенірні крамниці, майстерні) створить нові робочі місця та підтримає місцевих майстрів. Наявність туристичного кластера, із залученням музеїв, збільшить середні витрати туристів та час перебування в DESTINATION. Такі форми роботи як фестивалі, тематичні вечори, конкурси, свята та інші освітні та культурні заходи можуть проводитися у колаборації з місцевим бізнесом.

5. Стратегічний напрям «Активізація грантової роботи».

Враховуючи обмеженість можливостей бюджетного фінансування, грантові кошти стають ключовими для модернізації музейної інфраструктури.

Пропоновані заходи:

- Створення регіонального «Проектного офісу» підтримки музеїв. Оскільки більшість комунальних музеїв у малих громадах не мають кваліфікованих кадрів для написання складних грантових заявок доцільно сформувати консультативну групу при профільному Департаменті ОДА, яка надаватиме методичний супровід, допомагатиме у пошуку партнерів та оформленні документації.

- Навчальна програма «Музейний менеджмент». Проведення циклу тренінгів для керівників комунальних закладів з основ фандрайзингу, маркетингу та проектного менеджменту.

6. Стратегічний напрям «Сприяння досягненню Цілей сталого розвитку ООН».

Діяльність музеїв має бути синхронізована з глобальним порядком денним ООН, що є обов'язковою умовою європейської інтеграції.

Розвиток музеїв може сприяти досягненню наступних цілей:

Ціль 11. Сталі міста та спільноти, у контексті інклюзивності та доступності. Необхідно забезпечити безбар'єрність музейного простору: фізичну доступність (пандуси, підйомники) та інформаційну доступність (аудіогіди з аудіодискрипцією, написи шрифтом Брайля, відеогіди жестовою мовою, адаптовані сайти) для відвідувачів.

Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання. Для формування високопрофесійних колективів, необхідно переглянути підходи до формування оплати праці. Необхідно вдосконалити систему оплати праці, запровадити доплати працівникам музеїв за досягнення в роботі.

Цілі 7 та 13. Відновлювана енергія та боротьба зі зміною клімату. Впровадження енергоефективних заходів у музейних будівлях (термомодернізація, встановлення сонячних панелей) критично важлива для збереження фондів в умовах енергетичної нестабільності і дозволяє зменшити витрати на енергоносії.

Реалізація запропонованих заходів дозволить досягти комплексного ефекту, який можна поділити на економічну і соціальну складові.

Економічний ефект:

- Можливості збільшення доходів не лише за рахунок збільшення продажу вхідних квитків, а й завдяки диверсифікації джерел надходжень від додаткових послуг, частка яких у бюджеті сучасного музею має сягати 30-40%.
- Впровадження платних театралізованих екскурсій, майстер-класів з традиційних ремесл дозволить залучити платоспроможну аудиторію.
- Створення та реалізація сувенірної брендованої продукції (мерчу), розробленої на основі унікальних експонатів конкретного музею (репліки прикрас, текстиль, канцелярія), є джерелом додаткового доходу.

- Надання музейних локацій для проведення фотосесій, наукових конференцій, урочистих подій (у межах чинного законодавства) забезпечить надходження до спецфонду.

- Збільшення тривалості перебування туриста в області (завдяки кластерним маршрутам) призводить до синергетичного ефекту для регіону: зростання витрат на проживання, харчування та транспорт, що збільшує податкові надходження до місцевих бюджетів.

Соціальний ефект:

- Консолідація суспільства, формування стійкої національної ідентичності та протидія російським історичним наративам.

- Створення безбар'єрного середовища дозволить ветеранам та особам з інвалідністю повноцінно інтегруватися в культурне життя, а спеціальні програми на базі музеїв сприятимуть психологічному розвантаженню.

- Розвиток людського капіталу: залучення молоді до інтерактивних освітніх програм підвищує загальний культурний, формує любов до рідного краю та зменшує відтік населення.

Імплементація цих пропозицій у Програму розвитку туризму та збереження культурної спадщини на 2026–2030 роки забезпечить поступову трансформацію музейної мережі Полтавщини у сучасну екосистему, підвищуючи туристичну привабливість та економічну ефективність регіону. Комунальні музеї можуть і повинні стати центральними елементами туристичного ландшафту, платформами громадської взаємодії та осередками інноваційних культурних практик.

Таким чином, комунальні музеї Полтавщини потенційно є потужним драйвером розвитку туристичної сфери області. Включення їх у туристичні маршрути, активізація громадсько-приватного партнерства, організація тематичних подій та впровадження сучасних цифрових технологій дозволяють перетворити музейний простір на багатовимірну туристичну платформу, що формує економічні, соціокультурні та освітні переваги для регіону.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження значення музеїв у формуванні туристичної атрактивності регіону та шляхів вдосконалення їхньої діяльності на прикладі комунальних закладів Полтавської області дозволяє сформулювати наступні висновки:

1. Атрактивність характеризує здатність об'єктів або територій привертати увагу туристів, формувати їхню зацікавленість і стимулювати відвідування. Сформульоване авторське визначення, відповідно до якого туристична атрактивність дестинації – це рекреаційна цінність її природних, історико-культурних, соціально-економічних та інших ресурсів, їхня здатність приваблювати туристів і формувати бажання її відвідати.

З точки зору туристичного бізнесу атрактивність території є її ресурсом, що визначає кількість відвідувань і забезпечує соціально-економічний ефект. Ключовими чинниками атрактивності об'єкта(ів) є: унікальність; високий рівень емоційного враження та естетичного задоволення від відвідування, доступність, розвинута сервісна інфраструктура; інтерактивність.

Для громад, які розвивають туристичну сферу, важливо розуміти роль музеїв у формуванні атрактивності. Музейні заклади підсилюють туристичну пропозицію, що робить їх важливими елементами туристичних продуктів.

2. Музеї класифікують за багатьма ознаками, найважливішими з яких є профіль, характер спадщини, форма власності, масштаб діяльності. Класифікація дозволяє визначити організаційні, управлінські та структурні особливості музеїв.

3. У зв'язку з відсутністю у нормативно-законодавчій базі України сформульоване визначення: «Комунальний музей – це науково-дослідний та культурно-освітній заклад, що знаходиться у власності територіальної громади або у спільній власності з часткою територіальної громади не менше 50 відсотків, підпорядковується органам місцевого самоврядування, фінансується у тому числі з місцевого бюджету».

Основою фінансування комунальних музеїв є місцеві бюджети, а також кошти районних і обласних бюджетів та державного бюджету. Комунальні музеї можуть отримувати надходження від господарської діяльності та надання платних послуг, що відповідають основній діяльності установ, доходи від реалізації майна або його оренди, за виконання робіт чи послуг на замовлення, добровільні пожертвування, благодійні внески, гранти та інші дозволені законом джерела.

Фінансування музейних закладів обмежене і в умовах воєнного часу не є пріоритетним. Погіршує фінансову ситуацію низька платоспроможність населення та небажання багато платити за музейні послуги. Отже, місцева влада повинна шукати баланс між можливостями своїх бюджетів та потребами музейних закладів.

4. Полтавська область має значний туристичний потенціал, у тому числі потенціал музейних закладів. Станом на 31.12.2024 р. у Полтавській області функціонувало 134 музеї, з них 40 комунальних. Кількість комунальних музеїв за 2021-2024 рр. не змінилася.

Виділено два підходи до визначення потенціалу музеїв:

- ресурсний, відповідно до якого потенціал – це сукупність його ресурсів. Оцінюється за кількістю одиниць музейних фондів, унікальністю музейних предметів (колекцій), площею, чисельністю персоналу тощо;
- результативний, відповідно до якого потенціал – це можливості досягнути певних результатів (щодо кількості відвідувачів, проведених екскурсій, публікацій тощо).

Поєднання підходів дозволяє сформулювати визначення: «потенціал музейного закладу – це сукупність його ресурсів, які в результаті наукової, експозиційної та освітньо-просвітницької діяльності приносять корисний суспільний ефект».

Основні показники ресурсного потенціалу комунальних музеїв Полтавської області свідчать, що в умовах повномасштабного російського вторгнення до України закладам вдалося зберегти свої фонди, приміщення та

персонал. Загальний приріст основних фондів музеїв у 2024 році порівняно з 2021 роком становить 16 235 одиниць (3,2 %). Приріст відбувся переважно за рахунок поповнення у 2024 році фондів комунальної установи «Історико-культурний заповідник «Більськ». Збільшується кількість відреставрованих фондів з 234 у 2021 році до 343 у 2024 році (на 109 одиниць або 46,6 %). Площа території музеїв упродовж 2021–2024 років практично не змінювалася і становить 50,7 млн кв. м, а площа будівель музеїв зросла з 27,7 тис. м² до 29,4 тис. м² (на 5,8 %). Чисельність працівників комунальних музеїв залишається майже незмінною: 487 осіб у 2021 році, 490 – у 2024 році. Водночас кількість наукових співробітників та екскурсоводів зросла з 180 до 188 осіб.

За 2021-2024 рр. кількість виставок зросла на 26,6% (з 557 у 2021 р. до 705 у 2024 р.), кількість екскурсій перевищила показник 2021 року на 1,3% (12 885 проти 12 721). Проте кількість відвідувачів у 2024 році (253,63 тис. осіб) є меншою за показник 2021 року (282,29 тис. осіб) на 10,2 %.

Більшість комунальних музеїв інтегровані до локальних туристичних маршрутів, проте число відвідувачів невеликих музеїв є незначним.

5. Музеї Полтавської області є каталізаторами розвитку культурно-туристичних дестинацій. Їхня діяльність безпосередньо впливає на формування туристичного іміджу території, стимулює відвідуваність регіону, сприяє збереженню локальної ідентичності та активізує соціокультурні процеси в громадах.

У контексті значення музеїв для розвитку регіону використовуються терміни «туристичний якір» і «туристичний магніт», які мають відмінності, зокрема у масштабі впливу та ролі в формуванні туристичного продукту. Найяскравішим прикладом музею-«туристичного якоря» в Полтавській області є Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішні. Його досвід є прикладом того, як діяльність музею може стати драйвером розвитку туристичної дестинації на локальному та регіональному рівнях.

Така модель трансформації населеного пункту завдяки використанню потенціалу музею, на нашу думку, можлива для реалізації у селі Більськ

Котелевської селищної громади Полтавського району завдяки музею просто неба – Комунальна установа «Історико-культурний заповідник “Більськ”». Потенційно городище може стати основним «туристичним якорем» навколо якого сформуються заклади гостинності, сувенірні майстерні тощо.

6. Проведений SWOT-аналіз засвідчує, що комунальні музеї Полтавщини мають багато сильних сторін: наявність унікальних предметів (колекцій), вигідне географічне розташування області тощо. Головними перешкодами є: застарілість матеріально-технічної бази, низький рівень цифровізації, обмеженість фінансових ресурсів громад та кадрові проблеми. Окремим викликом є безпекові ризики та необхідність адаптації експозицій до вимог воєнного часу. В умовах воєнного часу ймовірні загрози перевищують потенційні можливості, а слабких сторін кількісно більше за сильних. Така ситуація орієнтує на стратегію виживання, яка реалізується шляхом перепрофілювання, диверсифікації фінансування та видів діяльності, розширення партнерських зв'язків.

7. Тісна взаємодія між суб'єктами туристичного бізнесу та музейними установами є необхідною умовою для зростання туристичної привабливості, конкурентоспроможності та розвитку регіону.

Управління розвитком комунальних музеїв має базуватися на нових підходах, що враховують зміни в управлінні кадрами, стратегічне планування, інформаційно-комунікаційну складову, фінансову мотивацію.

8. Сучасні музеї наразі переживають глибинні трансформації, ключовою з яких є перехід від функції «сховища артефактів» до простора культурного діалогу, де відвідувач стає активним учасником процесу пізнання. На сучасному етапі новітні технології в музейній сфері інтегруються, насамперед, у процес екскурсійного обслуговування. Цифрові рішення – онлайн-екскурсії, віртуальні виставки, мультимедійні платформи – привертають увагу потенційних туристів.

9. Наразі в області розробляється Програма розвитку туризму та збереження культурної спадщини Полтавської області на 2026–2030 роки.

Проектом передбачено, зокрема посилення роботи з охорони, реставрації та збереження історичних пам'яток, музеїв; цифровізації; та створення віртуальних екскурсій; інтеграції історико-культурних об'єктів до туристичних маршрутів; розвиток музейної мережі, підвищення якості надання музейних послуг, їх розширення; підвищення кваліфікації кадрів.

Пропонуємо доповнити Програму низкою ініціатив, що стосуються безпосередньо розвитку музейної сфери Полтавської області:

1. Стратегічний напрям «Посилення національно-патріотичного виховання та збереження ідентичності». Патріотично-виховна діяльність має бути орієнтована на формати, здатні викликати емоційний відгук і підвищення рівня національної свідомості та громадянської відповідальності.

2. Стратегічний напрям «Розвиток інноваційних туристичних продуктів». Базовою моделлю надання музейних послуг повинна стати концепція «відпочинок + пізнання + враження».

Як приклад впровадження концепції пропонуємо ідею екскурсії «Вартові Полтавщини: від козаків до героїв сучасності», яка поєднує три історичні етапи захисту Полтавського краю: Козацький період (XVI–XVIII ст.), Друга світова війна та сучасність, зокрема «Гадяцьке сафарі (2022 р.)», і включає інтерактивні елементи для залучення відвідувачів.

3. Стратегічний напрям «Безпека під час війни».

В умовах загроз воєнного часу, комунальні музеї потрібно забезпечити укриттями, розробити плани захисту цінностей на випадок надзвичайних ситуацій.

4. Стратегічний напрям «Кластерний розвиток».

Необхідно створення комплексних туристичних продуктів (кластерів), що об'єднують музеї, бізнес та інфраструктуру на базі музеїв (сувенірні крамниці, майстерні).

5. Стратегічний напрям «Активізація грантової роботи».

Пропонуємо створення регіонального «Проектного офісу», який надаватиме методичний супровід у написанні грантових заявок, допомагатиме

у пошуку партнерів та оформленні документації, та запровадити навчальну програму «Музейний менеджмент» – циклу тренінгів з основ фандрайзингу, маркетингу та проектного менеджменту.

6. Стратегічний напрям «Сприяння досягненню Цілей сталого розвитку», зокрема у контексті:

- інклюзивності: забезпечити фізичну доступність (пандуси, підйомники) та інформаційну доступність (аудіогіди, відеогіди жестовою мовою, адаптовані сайти тощо);

- гідної праці музейних працівників.

Зміцнення комунікацій із місцевими громадами та освітніми закладами може забезпечити сталість аудиторії та стимулювати залучення молоді до культурного життя. Інтеграція музейних ресурсів у освітні програми, створення спільних проєктів з громадськими організаціями та розширення волонтерських ініціатив формують підґрунтя для розвитку локальної ідентичності та підвищення суспільної цінності музею.

Важливо також активізувати роботу у сфері популяризації музейних практик через сучасні цифрові канали: створення візуально якісних вебресурсів, відеоконтенту, віртуальних турів, тематичних онлайн-заходів.

Забезпечення сталого розвитку комунальних музеїв потребує узгодженості дій між органами місцевого самоврядування, громадами, освітніми партнерами та музейними працівниками.

Практичне впровадження запропонованих рекомендацій дозволить трансформувати комунальні музеї Полтавської області у сучасні конкурентоспроможні туристичні об'єкти, багатофункціональні туристичні майданчики, що мають наукові, освітні, пізнавальні та рекреаційні можливості.

ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Альбещенко О. С. Тенденції розвитку об'єднаних територіальних громад – як туристичної дестинації. *Modern Economics*. 2021. № 29. С. 6–10. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V29\(2021\)-01](https://doi.org/10.31521/modecon.V29(2021)-01).
2. Антоненко В., Хуткий В. Музеї як туристичний ресурс в умовах пандемії COVID-19: виклики та нові можливості. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2021. Вип. 4(1). С. 54–73. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.1.2021.235149>.
3. Антоненко В., Хуткий В. Музеї як туристичний ресурс: культурно-просвітницькі проєкти в сучасному культурному просторі туристичної дестинації. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2021. Том 4 № 2. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.2.2021.249698>.
4. Атрактивність. / Колотуха О. В. Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика (словник-довідник). [Електронний ресурс]. URL: <https://geohub.org.ua/node/594> (дата звернення: 22.11.2025).
5. Берест П. Культурологічні дослідження туристичних дестинацій як інструмент їх сталого розвитку. *Культура у XXI столітті: дослідження, збереження, розвиток: збірник наукових статей за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції, 8–9 грудня 2022 р. / за заг. ред. О. Смоліної, І. Сілютіної*. Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля. С. 215–220. URL: https://www.researchgate.net/publication/370059583_Kulturologicni_doslid_zenna_turisticnih_destinacij_ak_instrument_ih_stalogo_rozvitku.
6. Благун І., Румянцева І. Аналіз сучасних тенденцій розвитку туризму в Україні в кризових умовах. *Věda a perspektivy*. 2024. № 2. С. 56–65. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2\(33\)-56-65](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2(33)-56-65).

7. Бюджетний кодекс України : Кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI (редакція від 04.07.2025). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (дата звернення: 28.11.2025).
8. Вергун А. М., Шевчук С. М. Технології туристичного брендування поствоєнних територій. *Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах війни* : збірник праць Міжнародного науково-практичного форуму. Львів: «Камула», 2023. С. 146–151. URL: https://test.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24937/1/Verhun_Shevchuk_p._146-151.pdf.
9. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі : навч. посіб. Харків : Харків. нац. ун-т міськ. госп. ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.
10. Габчак Н., Дубіс Л. Екотуристична атрактивність регіонального ландшафтного парку «Притисянський». *Географія та туризм*. Наук. зб. / Гол. ред. Запотоцький С.П. та ін. Київ: Альфа–ПК. 2024. Вип. 74. С. 20–26. URI: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/62160>.
11. Гаврилюк С., Мелесик С., Воробйова Н. Проблеми стратегічного розвитку туристичних дестинацій в умовах воєнного часу. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. № 2(74). С. 116-124. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-74-116-124>.
12. Гайдай О. М. Музеєзнавство : навч. посіб. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 212 с.
13. Герасименко Т. В. Туристична інфраструктура – драйвер економічного розвитку та інвестиційної привабливості. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2025. № 12. С. 27–35. DOI: <https://doi.org/10.32782//tourismhospcee-12-4>.
14. Гуцал Л. А., Шоробура І. М. Формування туристичної привабливості територіальних громад в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. № 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-47>.
15. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні : монографія. Харків : Лібуркіна Л. М., 2021. 469 с.

16. Екскурсії та активності. Національний музей історії України.
URL : <https://nmiu.org/events/excursions-and-activities> (дата звернення: 28.11.2025).
17. Єгорова О. В., Скляр Г. П., Логвин М. М., Карпенко Н. М., Тютюнник Ю. М. Інноваційні методи проведення музейних екскурсій. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2(3). С. 22-28. DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(3\)-3S](https://doi.org/10.60022/2(3)-3S).
18. Єгорова О., Дорошенко А., Кононенко Ж. SWOT-аналіз потенціалу розвитку туризму в Полтавській області. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 66. С. 147-152. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-27>.
19. Єрко І. Аналіз і динаміка розвитку суб'єктів туристичної індустрії: соціальна складова. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 65. URL: DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-89/>.
20. Задворний С. І. Управління розвитком туризму в локальних спільнотах (досвід територіальних громад Хмельницької області). *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 46. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-7>.
21. Заклади. Офіційний веб-сайт Управління культури Департаменту культури, молоді та сім'ї Полтавської міської ради. URL: <https://kultura-poltava.gov.ua/common/institutions> (дата звернення: 28.11.2025).
22. Інструкція з організації обліку музейних предметів: Наказ Міністерства культури України від 21.07.2016 № 580. Мін'юст України від 12.08.2016 № 1129/29259. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1129-16#Text> (дата звернення: 28.11.2025).
23. Кадол О. Роль музеїв у збереженні культурної спадщини України в умовах воєнних викликів. *Філософія та управління*. 2025. № 1(5). С. 51–58. DOI: <https://doi.org/10.70651/3041-248X/2025.1.06>.
24. Карпенко Н. М., Шуканов П. В., Логвин М. М., Єгорова О. В., Шуканова А. А. Реалізація туристичного потенціалу в умовах війни та повоєнного відновлення: регіональний аспект. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2 (4). С. 80-87. DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(4\)-9S](https://doi.org/10.60022/2(4)-9S).

25. Карпюк А., Трофімук-Кирилова Т. Роль музеїв у туристичному розвитку та екскурсійній сфері міста Луцька. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 42. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-56>.
26. Карюк В. І. Цифровізація економіки як передумова розвитку регіонального туризму в Україні за сучасних умов. *Регіональний туризм: сучасні виклики та перспективи розвитку* : колективна монографія / В. Г. Алькема [та ін.]; ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК». Київ : Університет «КРОК», 2022. С. 155–190.
27. Кізюн А. Г., Гуцал Л. А., Цуркан І. М. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 8. С. 79–87. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-11>.
28. Кривенко Є. Є., Покогодна М. М. Сучасні інноваційні форми проведення екскурсій. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики*: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 15 квітня 2024 р.). Харків: ХНУМГ імені О.М. Бекетова, 2024. С. 252–254. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/krivenko.htm.
29. Кудінова І., Терзі С. Культурна спадщина – бренд туристичної України. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління*. 2023. Вип. 7 (2). С. 27–40. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2023.02.027>.
30. Кузьмук О. Роль музеїв у культурному та соціально-економічному розвитку країни: зарубіжний досвід. *Аналітична записка*. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/rol-muzeiv-u-kulturnomu-ta-socialno-ekonomichnomu-rozvitku> (дата звернення: 28.11.2025).
31. Лавренко В. Практичне музеєзнавство. Дніпро : ЛПРА, 2023. 116 с.
32. Любіцева О. О., Шпарага Т. І. Музейний туризм : навч. посіб. Київ, 2021. 150 с.
33. Мальська М. П, Паньків Н. М. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с.

34. Мельник А. В., Мельник Н. В., Качаровський Р. Є., Селезньова О. В. Детермінанти формування туристичної привабливості об'єднаних територіальних громад. *Агросвіт*. 2023. № 2. С. 35–41. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2023.2.35>.

35. Миронов Ю. Б. Кластерна модель розвитку туристичної дестинації. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. Вип. 8. С. 20-28. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-3>.

36. Моделі фінансування закладів культури. Аналітична розвідка. ГС «Центр «Регіональний розвиток» Агенції економічного розвитку. 2025. DOI: 10.70719/respol.2025.51. URL: https://www.ppv.net.ua/uploads/work_attachments/RES-POL_Models_of_Financing_Cultural_Institutions_2025.pdf (дата звернення: 28.11.2025).

37. Олексюк Г. В., Полольський О. С. Проблеми та перспективи туристичної індустрії України в умовах сучасних викликів. *Регіональна економіка*. 2022. № 3. С. 95–105. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2022-3-10>.

38. Основи музеєзнавства / О. В. Виноградова, В. Г. Дарчук ; за ред. О. В. Виноградовой ; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Львів : Магнолія 2006, 2023. 183 с.

39. Офіційний сайт Департаменту культури і туризму Полтавської обласної військової адміністрації. URL: <https://culture.poda.gov.ua/?categoryId=9607> (дата звернення: 28.11.2025).

40. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 28.11.2025).

41. Офіційний сайт Державного історико-культурного заповідника «Поле Полтавської битви». URL: <https://battle-poltava.org.ua/uk/> (дата звернення: 28.11.2025).

42. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 28.11.2025).

43. Офіційний сайт Національної туристичної організації. URL: https://nto.ua/index_ua.html (дата звернення: 28.11.2025).

44. Офіційний сайт Національного музею-заповідника українського гончарства в Опішньому. URL: <https://opishne-museum.gov.ua/> (дата звернення: 28.11.2025).

45. Офіційний сайт Полтавського художнього музею (галереї мистецтв) імені Миколи Ярошенка. URL: <https://gallery.pl.ua/> (дата звернення: 28.11.2025).

46. Положення про Музейний фонд України : Постанова Кабінету Міністрів України; Положення від 20.07.2000 № 1147 (редакція від 15.12.2024). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2000-%D0%BF#Text> (дата звернення: 28.11.2025).

47. Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися державними і комунальними закладами культури : Постанова Кабінету Міністрів України від 12.12.2011 № 1271 (редакція від 19.11.2025). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1271-2011-%D0%BF#Text> (дата звернення: 28.11.2025).

48. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI (редакція від 30.08.2025). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 28.11.2025).

49. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 № 280/97-ВР (редакція від 31.10.2025). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 28.11.2025).

50. Про музеї та музейну справу : Закон України від 29.06.1995 № 249/95-ВР (редакція від 28.08.2025). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 28.11.2025).

51. Про охорону культурної спадщини : Закон України від 08.06.2000 № 1805-III (редакція від 31.10.2025). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> (дата звернення: 28.11.2025).

52. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. (редакція від 15.11.2024). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 28.11.2025).

53. Пузирьова П. В. Розвиток стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку туризму в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2022. № 8 (254). С. 39–48. DOI: <https://www.doi.org/10.32752/1993-6788-2022-1-254-39-48>.

54. Руденко С. Б. Музей як технологія : монографія. Київ : Ліра-К, 2021. 436 с.

55. Сінельников Д. І. Культурна спадщина та її атрактивність як ресурс розвитку сучасних туристично-рекреаційних DESTINATION (на прикладі Київщини). *Культурологічний альманах*. 2025. Вип. 3. С. 361–371. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.3.44>.

56. Слуценко А. О., Шевчук С. М. Планування розвитку туристичних DESTINATION засобами геоінформаційних систем. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості*. III всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : КНУТД, 2022. Т. 2. С. 188–194. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/22836/1/Innovatyka2022_V2_P188-194.pdf

57. Сокол Т. Г., Фастовець О. О Регіональний вектор розвитку туризму в Україні. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. № 1(78). С. 132-144. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-1>.

58. Тараненко Г. Г. Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. DOI: <https://www.doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.90>.

59. Торяник В. М., Джинджоян В. В., Хрідочкін А. В. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Київ : Каравела, 2024. 295 с.

60. Тютюнник Ю. М. Вплив туристичної галузі на наповнення державного та місцевих бюджетів України. *Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу Полтавського державного аграрного*

університету за результатами науково-дослідної роботи 2021-2022 років (м. Полтава, 17-18 травня 2023 р.). Полтава : РВВ ПДАУ, 2023. С. 214-216.

61. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Дорошенко О. О. Тенденції податкових надходжень від туристичної діяльності в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2024. № 78. С. 188–193. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure78-35>.

62. Тютюнник Ю. М., Лега О. В., Безкровний О. В., Ліпський Р. В., Ромаш Д. В. Фінансово-економічний вимір розвитку туризму Полтавщини. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2025. № 16. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15030492>.

63. Тютюнник Ю. М., Тютюнник С. В., Сорочинська М. А. Аналіз змін в оподаткуванні та фінансовому моніторингу суб'єктів туристичної діяльності. *Управління розвитком соціально-економічних систем* : Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтієвича Мазнева). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. С. 278-280.

64. Тютюнник Ю. М., Удовиченко І. А., Федорченко Л. В. Динаміка показників діяльності музейних закладів Полтавської області. *Туризм і рекреація в Україні у воєнний та повоєнний час* : збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 28 червня 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. С. 150–152.

65. Уварова Г. Ш. Роль туризму у просуванні національного і регіональних брендів України. *Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку* : матеріали III Міжнародної конференції (м. Київ, 2-3 грудня 2021 р.). Київ : Університет «КРОК», 2021. URL: <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE2021/paper/view/854>.

66. Фалько Є., Матейчук В. Перспективи використання об'єктів культурної спадщини у розвитку міжнародного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 70. С. 209–215. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure70-37>.

67. Шевченко Н. О. Переосмислення ролі культурної спадщини в післявоєнній туристично-рекреаційній діяльності. *Культура і сучасність : альманах*. 2023. № 1. С. 23–28. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-0285.1.2023.286776>.
68. Шевчук С. М. Моделі моніторингу сталого розвитку туристичних дестинацій. Моніторинг туризму : навчальний посібник. Київ, КНУТД. 2022. С. 46–89.
69. Шевчук С. М. Організація функціонування спеціалізованих туристичних дестинацій в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-116>.
70. Шевчук С. М. Туристично-рекреаційна система Полтавської області: сутність та функціонування. *Туристичне регіонаознавство : матеріали науково-практичного семінару*. Київ : НАУ. 2022. С. 11–14.
71. Шевчук С. М., Шуканов П. В., Єгоров О. О. Застосування геоінформаційних систем і технологій у географії туризму: моніторинг туристичних дестинацій та планування рекреаційного розвитку. *Економіка та суспільство*. 2025. № 75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-57>.
72. Якименко-Терещенко Н. В., Чайка Т. Ю., Яріко М. О. Квест-екскурсії з віртуальним гідом як інноваційні події продукти індустрії туризму та гостинності. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. № 1 (7). С. 42-47. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(7\).2023.8](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(7).2023.8).
73. Adeya P., Lisle D. Tourism Infrastructures. *Tourism GeoGraphies*. 2024. Pp. 1-11. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2412543>.
74. Apriyanti M., Sumaryoto M. The Importance of Tourism Infrastructure in Increasing Domestic and International Tourism. *International Journal of Research In Vocational Studies (IJRVOCAS)*. 2024. Vol. 3. № 4. Pp. 113-122. DOI: <https://doi.org/10.53893/ijrvocas.v3i4.46>.
75. Bongini P., Becattini F., Bagdanov A.D., Del Bimbo A. Visual Question Answering for Cultural Heritage. *IOP Conference Series Materials Science and Engineering*. 2020. 949(1):012074. DOI: [10.1088/1757-899X/949/1/012074](https://doi.org/10.1088/1757-899X/949/1/012074).

76. Chetyrbuk O.R., Holod A.P., Fabio A. Rozvytok turystychnoyi infrastruktury na riznykh typakh terytoriy. *Економіка та суспільство*. 2024. Vol. 62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-162>.

77. Geçikli M. and al. Cultural Heritage Tourism and Sustainability: A Bibliometric Analysis. *Туризм культурної спадщини та стійкість: бібліометричний аналіз. Sustainability*. 2024. № 16 (15), 6424. DOI: <https://doi.org/10.3390/su16156424>.

78. Cohen E. Toward a Sociology of International. *Social Research*. 1972. Vol. 39. Pp. 164–182. URL: <https://www.scribd.com/document/808876604/Toward-a-sociology-of-international-tourism>.

79. ICOM (International Council of Museums). URL : <https://icom.museum/> (дата звернення: 28.11.2025).

80. Mammadova E., Abdullayev A. The Role of Cultural Heritage in Tourism Competitiveness. *Porta Universorum*. 2025. Vol. 1 (5): Liepa, Pp. 64–72. DOI: <https://doi.org/10.69760/portuni.0105005>.

81. Museum of Geocaching. URL : <https://labs.geocaching.com/goto/museum> (дата звернення: 28.11.2025).

82. Schou M.M., Løvlie A.S. The Diary of Niels: Affective engagement through tangible interaction with museum artifacts. November 2020. 10.48550/arXiv.2011.11375. DOI: 10.48550/arXiv.2011.11375.

83. Swarbrooke J. The Development and Management of Visitor Attractions. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd, 1995. 381 p.

84. Travel & Tourism Development Index 2024. Insight Report. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf (дата звернення: 28.11.2025).

85. Yasnolb I., Demianenko N., Galych O., Gorb O., Yehorova O., Lipskyi R., Borovyk T., Mykolenko I., & Protsiuk N. Tourism of Ukraine as a Type of Business before and during the War. *Journal Of Environmental Management And Tourism*. 2023. Vol. 14(2). Pp. 417-424. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.14.2\(66\).11](https://doi.org/10.14505/jemt.14.2(66).11).

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 1

**Основні нормативно-правові документи, що регулюють
діяльність комунальних музеїв в Україні (станом на 01.12.2025 р.)**

Назва документу	Сфера регулювання діяльності музеїв
ЗАГАЛЬНІ НОРМАТИВНІ ДОКУМЕНТИ	
Про музеї та музейну справу : Закон України від 29.06.1995 № 249/95-ВР (редакція від 28.08.2025).	Базовий закон, що регулює: – створення та діяльність музеїв; – правові й організаційні засади; – фінансування та бюджетування; – контроль і призначення керівників; – реорганізацію та ліквідацію музеїв тощо.
Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 № 280/97-ВР (редакція від 31.10.2025).	– повноваження щодо комунальної власності; – розподіл повноважень місцевих рад; – місцеві бюджети та фінансування; – управління закладами комунальної сфери.
Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI (редакція від 30.08.2025).	– державна політика у сфері культури; – права та обов’язки закладів культури; – фінансування культурних установ; – вимоги до кадрової діяльності.
Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. (редакція від 15.11.2024).	– підтримка туристичних програм; – фінансування розвитку туризму; – взаємодія з місцевими органами влади; – стимулювання туристичних послуг.
ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ	
Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України від 26.11.2015 № 848-VIII (редакція від 27.09.2025).	– підтримка наукових досліджень; – вимоги до наукової роботи музеїв; – статус наукових співробітників; – організація наукової діяльності.
Про охорону культурної спадщини : Закон України від 08.06.2000 № 1805-III (редакція від 31.10.2025).	– охорона культурних цінностей; – збереження та реставрація пам’яток; – повноваження органів охорони спадщини; – вимоги до користування пам’ятками.
ФІНАНСУВАННЯ ТА ПЛАТНІ ПОСЛУГИ	
Бюджетний кодекс України : Кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI (редакція від 04.07.2025).	– формування місцевих бюджетів; – розподіл бюджетних видатків; – фінансування культурних установ; – казначейське обслуговування коштів.
Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися державними і комунальними закладами культури : Постанова Кабінету Міністрів	– перелік дозволених платних послуг; – умови надання послуг музеями; – розрахунок вартості послуг; – регулювання комерційної діяльності.

Назва документу	Сфера регулювання діяльності музеїв
України від 12.12.2011 № 1271 (редакція від 19.11.2025).	
Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII (редакція від 24.12.2024).	– права відвідувачів музеїв; – достовірні інформація про послуги; – забезпечення якості послуг; – відшкодування збитків споживачам.
МУЗЕЙНИЙ ФОНД ТА ОБЛІК МУЗЕЙНИХ ПРЕДМЕТІВ	
Положення про Музейний фонд України : Постанова Кабінету Міністрів України; Положення від 20.07.2000 № 1147 (редакція від 15.12.2024).	– облік і формування Музейного фонду; – охорона та збереження фондів; – використання та переміщення предметів; – державна реєстрація фондів.
Інструкція з організації обліку музейних предметів: Наказ Міністерства культури України від 21.07.2016 № 580. Мін'юст України від 12.08.2016 № 1129/29259.).	– порядок приймання предметів; – інвентаризація та опис фондів; – ведення облікової документації; – переміщення музейних предметів.
Про реалізацію експериментального проекту щодо запровадження Реєстру Музейного фонду України : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.10.2025 № 1389.	– електронний облік фондів; – уніфікація даних про музейні предмети; – внесення інформації до реєстру.
ОРЕНДА, ВЛАСНІСТЬ І РОЗПОРЯДЖЕННЯ МАЙНОМ	
Про оренду державного та комунального майна: Закон України від 03.10.2019 № 157-IX (редакція від 31.10.2025).	– порядок передачі майна в оренду; – умови користування майном; – права та обов'язки орендарів; – укладання договорів оренди.
Деякі питання оренди державного та комунального майна : Постанова Кабінету Міністрів України від 03.06.2020 № 483.	– процедури орендних аукціонів; – подання заяв на оренду; – розрахунок орендної плати; – публічність орендних операцій.
Про особливості оренди державного та комунального майна у період воєнного стану : Постанова Кабінету Міністрів України від 27.05.2022 № 634.	– спеціальні умови оренди; – пільги для бюджетних установ; – тимчасові обмеження.
Про передачу об'єктів права державної та комунальної власності : Постанова Кабінету Міністрів України від 21.09.1998 № 1482.	– порядок передачі майна; – оформлення приймання-передачі; – облік переданого майна.

Додаток Б

Зведена форма про діяльність музейних закладів Полтавської області за 2021 рік

№ з/п	Назва музею	фонди					персонал		площа музею			
		основний	науково-допоміжний (ндф)	надійшло основн.	потребують реставрації	відреставровано	всього працівників	у т.ч. наукових співроб. та	площа музейної території кв.м.	площа будівель музею кв.м.	із них	
											для експозиції кв.м.	під фондосховище кв.м.
1	ПОЛТАВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені ВАСИЛЯ КРИЧЕВСЬКОГО	226876	28709	1404	12849	122	141	59	11184	7934,5	3112	1057
2	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "БІЛЬСЬК" ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ	17246	849	747	1000	30	19	6	42570208,3	204	0	22,6
3	ПОЛТАВСЬКИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ (ГАЛЕРЕЯ МИСТЕЦТВ) ІМ. МИКОЛИ ЯРОШЕНКА	9819	579	86	10	8	33	9	2932	2932	1113	288
4	ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «ПОЛЕ ПОЛТАВСЬКОЇ БИТВИ»	3371	2995	10	2	4	30	11	7715000	1346	719	20
5.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ І.П.КОТЛЯРЕВСЬКОГО	4872	1944	27	30	2	18	7	3463	658	394	60
6.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ В.Г.КОРОЛЕНКА	9144	1781	17	5081	0	10	4	6130	767	312	49
7.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ ПАНАСА МИРНОГО	4584	7653	12	123	1	13	4	14524	479	278	45
8.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ «НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВІДНИК М.В.ГОГОЛЯ»	7464	5377	88	152	0	40	12	316300	1369	1313	56
9.	ЛУБЕНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені Г.Я.СТЕЛЛЕЦЬКОГО	18085	5727	119	6100	0	16	6	964	787	475	98

10.	ЛОХВИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ	30339	2004	12	60	0	6	4	1831	408	279	26
11.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ НАТАЛІЇ ЮЗЕФОВИЧ"	207	471	10	0	0	4	1	146	146	108	13
12.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА ХУДОЖНЯ ГАЛЕРЕЯ"	939	376	79	0	0	5	3	405	405	300	24
13.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	61392	8814	470	4	10	28	8	2234	1715	1124	226
14.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1500	6485	46	0	0	7	1	2000	529	479	14
15.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ М. В. ГОГОЛЯ	7000	2538	42	16	0	8	2	3518	514	228	41
16.	МИРГОРОДСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Д. ГУРАМШВІЛІ	2526	524	10	2	0	4	1	0	137.1	110,4	17,8
17.	МАНУЙЛІВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ О. М. ГОРЬКОГО	2704	315	0	0	0	3	1	688	318	170	30
18.	ГАДЯЦЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	4557	450	430	0	0	11,5	5	2200	449	260	9
19.	ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНА МУЗЕЙ-САДИБА ОЛЕСЯ ГОНЧАРА	578	1409	25	2	0	2	1	2500	60	60	0
20.	ДИКАНСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Д. М. ГАРМАША	9064	1732	29	0	0	7	3	2300	940	744	78
21.	ЧОРНУХІНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Г.С. СКОВОРОДИ	4246	1404	17	109	0	5	1	7953	991,4	426,9	98,5
22.	КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ МІСТА ГОРІШНІ ПЛАВНІ	19069	14001	827	4	0	9	7	154,7	154,7	96,7	58
23.	ХОРОЛЬСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	5039	3408	142	0	0	12	3	1318	585	412	14
24.	КАРЛІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	3309	7606	150	0	0	5	3	285	285	238	5
25.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ МУЗЕЙ ІСТОРІЇ АВІАЦІЇ І КОСМОНАВТИКИ"	439	0	222	0	0	8	4	0	118	85	15

26.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "МУЗЕЙ ДВІЧІ ГЕРОЯ РАДЯНСЬКОГО СОЮЗУ С.А. КОВПАКА" КОТЕЛЕВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ	552	750	10	22	24	1	0	124	124	104	0
27.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КОТЕЛЕВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ" КОТЕЛЕВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ	1820	370	20	21	30	1	0	56	0	56	0
28.	ПИРЯТИНСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	13261	2400	111	0	0	4	2	136	136	98	7
29.	ВЕЛИКОБАГАЧАНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	777	397	44	3	3	1	1	136	136	130	6
30.	ОРЖИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	3677	926	173	0	0	3	1	145	145	121	8
31.	ШИШАЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	872	1620	0	0	0	2	1	182	182	170	0
32.	ВОВЧИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМ. І. І. САСНКА	7598	0	0	0	0	3	0	823	720	664	0
33.	МИРГОРОДСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Опанаса Сластіона	11498	4010	73	0	0	10	4	1056	1056	600	52
34.	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА КУЛЬТУРИ "ЧУТІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	8216	3634	50	0	0	4	1	235	235	194	9
35.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ РЕШЕТИЛІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ"	2259	1399	0	0	0	2	2	168	168	160	0
36.	ПОЛТАВСЬКИЙ МУЗЕЙ РУШНИКА ІМЕНІ Н.Ю. БОКОЧ	568	0	0	0	0	1	0	165	162	115	47
37.	КОБЕЛЯЦЬКИЙ МУЗЕЙ ЛІТЕРАТУРИ І МИСТЕЦТВА ІМЕНІ Олексія Кулика	3715	3746	34	0	0	4	1	589	166	138	8
38.	ГРЕБІНКІВСЬКИЙ МІСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ГРЕБІНКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	251	2007	0	0	0	4	1	50	0	0	0
39.	СЕМЕНІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2045	812	0	0	0	1	0	140	303,8	259	0
40.	БІЛИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	312	872	0	0	0	1	0	39	109	24	15
	Всього	511790	130094	5536	25590	234	486,5	180	50672282	27737,4	15670	2516,9

Продовження додатку Б

Зведена форма про діяльність музейних закладів Полтавської області за 2021 рік

№ з/п	Назва музею	науково-дослідна та експозиційна робота						культурно-освітня робота		
		видання та публікації	виставки	в т.ч. виставок за межами України	кількість предметів основного фонду, що експонувалися протягом року	у тому числі на виставках		кількість днів на рік відкритих для відвідування	кількість відвідувачів (тис)	кількість екскурсій
						у музеї	поза музеєм			
1	ПОЛТАВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені ВАСИЛЯ КРИЧЕВСЬКОГО	830	12	0	20900	616	90	238	59,70	3411
2	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "БІЛЬСЬК" ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ	41	1	0	300	0	1	250	2,00	102
3	ПОЛТАВСЬКИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ (ГАЛЕРЕЯ МИСТЕЦТВ) ІМ. МИКОЛИ ЯРОШЕНКА	75	45	0	1021	361	4	211	12,70	289
4	ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «ПОЛЕ ПОЛТАВСЬКОЇ БИТВИ»	1	1	0	567	11	0	255	18,40	1157
5.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ І.П.КОТЛЯРЕВСЬКОГО	9	33	0	763	29	1	299	19,70	1015
6.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ В.Г.КОРОЛЕНКА	13	36	0	2315	809	48	294	4,20	212
7.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ ПАНАСА МИРНОГО	7	24	0	955	51	4	310	4,10	377

8.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ «НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВІДНИК М.В.ГОГОЛЯ»	10	5	0	722	710	12	312	4,80	558
9.	ЛУБЕНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені Г.Я СТЕЛЛЕЦЬКОГО	1	37	0	924	882	42	354	7,50	127
10.	ЛОХВИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ	6	7	0	2546	269	0	250	3,80	59
11.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ НАТАЛІЇ ЮЗЕФОВИЧ"	0	11	0	43	43	0	250	6,70	178
12.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА ХУДОЖНЯ ГАЛЕРЕЯ"	16	33	0	98	98	0	220	9,78	59
13.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	20	30	0	1483	1483	0	289	38,50	591
14.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1	15	0	840	280	120	192	1,60	67
15.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ М. В. ГОГОЛЯ	5	2	0	485	447	38	193	4,20	118
16.	МИРГОРОДСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Д. ГУРАМІШВІЛІ	68	21	0	1065	524	16	242	2,20	48
17.	МАНУЙЛІВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ О. М. ГОРЬКОГО	1	4	0	1190	120	0	199	0,76	100
18.	ГАДЯЦЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	12	6	0	4557	4557	0	275	15,40	1018
19.	ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНА МУЗЕЙ-САДИБА ОЛЕСЯ ГОНЧАРА	0	16	0	553	52	0	250	1,90	49
20.	ДИКАНСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Д. М. ГАРМАША	12	7	0	2100	0	68	316	5,90	220
21.	ЧОРНУХІНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Г.С. СКОВОРОДИ	4	7	0	473	38	0	268	1,90	59
22.	КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ МІСТА ГОРІШНІ ПЛАВНІ	6	8	0	1547	479	0	251	0,70	100
23.	ХОРОЛЬСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	21	28	0	2549	1124	0	222	2,50	121
24.	КАРЛІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	17	15	0	3207	3207	0	253	0,90	26
25.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ МУЗЕЙ ІСТОРІЇ АВІАЦІЇ І КОСМОНАВТИКИ"	0	0	439	439	0	0	365	11,09	280
26.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "МУЗЕЙ ДВІЧІ ГЕРОЯ РАДЯНСЬКОГО СОЮЗУ С.А. КОВПАКА" КОТЕЛЕВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ	0	3	0	492	32	22	190	1,40	102
27.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КОТЕЛЕВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ" КОТЕЛЕВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ	0	0	0	0	0	0	0	0,00	0
28.	ПИРЯТИНСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2	47	0	3100	3000	100	251	17,00	1236
29.	ВЕЛИКОБАГАЧАНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	9	3	0	744	744	15	220	0,70	84

30.	ОРЖИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	4	12	0	1224	969	255	250	0,90	74
31.	ШИШАЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	0	13	0	375	130	245	245	2,00	91
32.	ВОВЧИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМ. І. І. САЄНКА	0	1	7598	7598	0	0	250	0,80	75
33.	МИРГОРОДСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Опанаса Сластіона	30	28	0	1200	1200	0	305	2,60	51
34.	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА КУЛЬТУРИ " ЧУТІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	9	13	0	5254	5006	253	250	3,60	225
35.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ РЕШЕТИЛІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ"	53	4	0	850	180	5	217	1,90	41
36.	ПОЛТАВСЬКИЙ МУЗЕЙ РУШНИКА ІМЕНІ Н.Ю. БОКОЧ	0	3	0	420	0	3	250	1,10	55
37.	КОБЕЛЯЦЬКИЙ МУЗЕЙ ЛІТЕРАТУРИ І МИСТЕЦТВА ІМЕНІ Олексія Кулика	4	7	0	3260	3260	0	250	0,40	15
38.	ГРЕБІНКІВСЬКИЙ МІСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ГРЕБІНКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	45	14	0	62	50	12	253	7,50	133
39.	СЕМЕНІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	0	0	0	1233	1233	0	222	1,00	82
40.	БІЛИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2	5	0	310	23	0	250	0,46	116
	Всього	1334	557	8037	77764	32017	1354	9961	282,29	12721

Додаток В

Зведена форма про діяльність музейних закладів Полтавської області за 2022 рік

№ з/п	Назва музею	фонди							персонал			площа музею			
		основний	із них	науково-допоміжний (ндф)	надійшло у 2022		вибуло з основн. у 2022	потребують реставрації	відреставровано	всього працівників	у т.ч. наукових співроб. та екскурсов.	площа музейної території кв.м.	площа будівель музею кв.м.	із них	
			занесені до Державного реєстру національного культурного		основн.	ндф								для експозиції кв.м.	під фондосховище кв.м.
1	ПОЛТАВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені ВАСИЛЯ КРИЧЕВСЬКОГО	228318	0	28882	1442		0	12686	162	137	65	11184	7324	3112	1057
2	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "БІЛЬСЬК" ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ	18029	0	849	783		0	1000	10	19	6	42570208,3	204	0	22,6
3	ПОЛТАВСЬКИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ (ГАЛЕРЕЯ МИСТЕЦТВ) ІМ. МИКОЛИ ЯРОШЕНКА	9970	0	580	151		0	15	0	33	9	2932	2932	1113	288
4	ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «ПОЛЕ ПОЛТАВСЬКОЇ БИТВИ»	3376	0	2999	5		0	8	0	30	11	7715000	1346	719	20
5.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ І.П.КОТЛЯРЕВСЬКОГО	4894	0	1949	22		0	30	1	20	7	3463	658	394	60

6.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ В.Г.КОРОЛЕНКА	9150	0	1783	6		0	5079	2	10	4	6130	767	312	49
7.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ ПАНАСА МИРНОГО	4597	0	7666	13		0	123	0	12	4	14524	479	278	45
8.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ «НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВІДНИК М.В.ГОГОЛЯ»	7474	0	5467	10		0	152	0	40	14	316300	1369	1313	56
9.	ЛУБЕНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені Г.Я СТЕЛЛЕЦЬКОГО	18145	0	5727	60		0	6100	0	16	6	964	787	475	98
10.	ЛОХВИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ	30347	0	2004	8		0	60	0	6	3	1831	408	279	26
11.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ НАТАЛІЇ ЮЗЕФОВИЧ"	214	0	475	7		0	0	0	4	1	146	146	108	13
12.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА ХУДОЖНЯ ГАЛЕРЕЯ"	1031	0	450	0		0	0	0	5	3	405	405	300	24
13.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	62078	0	8814	686		0	40	110	27	8	2234	1715	1124	226
14.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1510	0	6485	10		0	0	0	6	1	2000	529	479	14
15.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ М. В. ГОГОЛЯ	7040	0	2538	40		0	16	0	7	2	3518	514	228	41
16.	МИРГОРОДСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Д. ГУРАМІШВІЛІ	2563	0	530	37		0	2	0	4	1	0	137.1	110,4	17,8
17.	МАНУЙЛІВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ О. М. ГОРЬКОГО	2704	0	315	0		0	0	0	3	1	688	318	170	30

18.	ГАДЯЦЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	4665	0	503	108		0	0	0	13	5	2200	449	260	9
19.	ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНА МУЗЕЙ-САДИБА ОЛЕСЯ ГОНЧАРА	580	0	1425	2		0	3	0	2	1	2500	60	60	0
20.	ДИКАНСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Д. М. ГАРМАША	9126	0	1735	62		0	0	0	8	3	2300	940	744	78
21.	ЧОРНУХІНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Г.С. СКОВОРОДИ	4246	0	1404	0		0	109	0	6	1	7953	991,4	426,9	98,5
22.	КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ МІСТА ГОРІШНІ ПЛАВНІ	19598	0	14001	529		0	4	0	10	8	276,6	272,6	168,1	104,5
23.	ХОРОЛЬСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	5048	0	3408	9		0	0	0	12	3	1318	585	412	14
24.	КАРЛІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	3430	0	7735	121		0	0	0	5	2	285	285	238	5
25.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ МУЗЕЙ ІСТОРІЇ АВІАЦІЇ І КОСМОНАВТИКИ"	592	0	0	153		0	0	0	8	5	0	118	85	15
26.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "МУЗЕЙ ДВІЧІ ГЕРОЯ РАДЯНСЬКОГО СОЮЗУ С.А. КОВПАКА" КОТЕЛЕВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ	567	0	750	15		0	10	0	1	0	6536	260	246	0
27.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КОТЕЛЕВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ" КОТЕЛЕВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ	1833	0	370	13		0	5	2	1	0	6536	260	246	0
28.	ПИРЯТИНСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	13362	0	2400	101		0	0	0	4	2	136	136	98	7
29.	ВЕЛИКОБАГАЧАНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	781	0	420	4		0	2	3	1	1	136	136	130	6
30.	ОРЖИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	3705	0	926	28		0	0	0	1	0	145	145	121	8

31.	ШИШАЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	933	0	1662	61		0	0	0	3	2	182	182	170	0
32.	ВОВЧИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМ. І. І. САЄНКА	7598	0	0	0		0	0	0	3	0	823	720	664	0
33.	МИРГОРОДСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Опанаса Сластіона	11569	0	4012	71		0	0	0	10	4	1056	1056	600	52
34.	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА КУЛЬТУРИ " ЧУТІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	8266	0	3685	50		0	0	0	3	1	235	235	194	9
35.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ РЕШЕТИЛІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ"	2308	0	1399	49		0	0	0	2	2	168	168	160	0
36.	ПОЛТАВСЬКИЙ МУЗЕЙ РУШНИКА ІМЕНІ Н.Ю. БОКОЧ	568	0	0	0		0	0	0	1	0	165	162	115	47
37.	КОБЕЛЯЦЬКИЙ МУЗЕЙ ЛІТЕРАТУРИ І МИСТЕЦТВА ІМЕНІ Олексія Кулика	3784	3880	0	33		0	0	0	4	2	589	166	138	8
38.	ГРЕБІНКІВСЬКИЙ МІСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ГРЕБІНКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	466	1791	0	0		0	0	0	4	2	50	0	0	0
39.	СЕМЕНІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2045	812	0	0		0	0	0	1	0	140	303,8	259	0
40.	БІЛИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	312	872	0	0		0	0	0	1	0	39	109	24	15
	Всього	516822	7355	123348	4689		0	25444	290	483	190	50685296	27641	16073,4	2563,4

Продовження додатку В

Зведена форма про діяльність музейних закладів Полтавської області за 2022 рік

№ з/п	Назва музею	науково-дослідна та експозиційна робота						культурно-освітня робота		
		видання та публікації	виставки	в т.ч. виставок за межами України	кількість предметів основного фонду, що експонувалися протягом року	у тому числі на виставках		кількість днів на рік відкритих для відвідування	кількість відвідувачів (тис)	кількість екскурсій
						у музеї	поза музеєм			
1	ПОЛТАВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені ВАСИЛЯ КРИЧЕВСЬКОГО	672	37	0	469	191	70	257	9,60	1553
2	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "БІЛЬСЬК" ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ	23	0	0	0	0	0	255	0,90	44
3	ПОЛТАВСЬКИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ (ГАЛЕРЕЯ МИСТЕЦТВ) ІМ. МИКОЛИ ЯРОШЕНКА	69	76	0	738	61	0	191	10,50	329
4	ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «ПОЛЕ ПОЛТАВСЬКОЇ БИТВИ»	1	1	0	361	12	0	82	2,60	161
5.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ І.П.КОТЛЯРЕВСЬКОГО	14	23	0	209	77	0	258	10,20	301
6.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ В.Г.КОРОЛЕНКА	11	31	0	2217	580	0	258	3,10	163
7.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ ПАНАСА МИРНОГО	3	18	0	259	1	0	266	3,50	303
8.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ «НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВІДНИК М.В.ГОГОЛЯ»	0	10	0	733	701	32	312	1,70	204

9.	ЛУБЕНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені Г.Я СТЕЛЛЕЦЬКОГО	2	68	0	1216	1216	0	363	9,80	128
10.	ЛОХВИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ	7	5	0	2546	191	0	183	1,70	45
11.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ НАТАЛІІ ЮЗЕФОВИЧ"	0	11	0	86	26	0	255	4,10	139
12.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА ХУДОЖНЯ ГАЛЕРЕЯ"	2	29	0	40	40	0	187	7,82	47
13.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	12	4	0	591	590	0	49	3,20	64
14.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1	13	0	851	290	0	225	0,70	30
15.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ М. В. ГОГОЛЯ	5	1	0	314	286	0	311	1,30	70
16.	МИРГОРОДСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Д. ГУРАМІШВІЛІ	147	26	0	1182	657	0	258	1,98	48
17.	МАНУЙЛІВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ О. М. ГОРЬКОГО	2	4	0	1190	120	0	249	0,05	5
18.	ГАДЯЦЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	4	2	0	4665	4665	0	66	3,10	140
19.	ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНА МУЗЕЙ-САДИБА ОЛЕСЯ ГОНЧАРА	0	12	0	580	106	0	257	0,60	14
20.	ДИКАНСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Д. М. ГАРМАША	12	3	0	2100	0	68	316	4,20	134
21.	ЧОРНУХІНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Г.С. СКОВОРОДИ	3	4	0	423	38	0	269	2,00	58
22.	КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ МІСТА ГОРІШНІ ПЛАВНІ	43	16	0	1618	84	0	254	4,40	178
23.	ХОРОЛЬСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1	15	0	2293	876	0	259	1,60	29
24.	КАРЛІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1	14	0	3318	3318	0	251	1,70	58
25.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ МУЗЕЙ ІСТОРІЇ АВІАЦІЇ І КОСМОНАВТИКИ"	0	0	0	592	592	0	330	3,02	64
26.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "МУЗЕЙ ДВІЧІ ГЕРОЯ РАДЯНСЬКОГО СОЮЗУ С.А. КОВПАКА" КОТЕЛЕВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ	0	0	0	0	0	0	190	0,09	15

27.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КОТЕЛЕВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ" КОТЕЛЕВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ	0	0	0	0	0	0	0	0,00	0
28.	ПИРЯТИНСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2	52	0	2900	2800	0	251	15,00	302
29.	ВЕЛИКОБАГАЧАНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	9	0	0	748	748	30	221	1,10	90
30.	ОРЖИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	1	12	0	1004	854	150	250	0,70	24
31.	ШИШАЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	8	14	0	875	830	45	257	1,00	112
32.	ВОВЧИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМ. І. І. САЄНКА	0	1	0	7598	7598	0	250	0,80	49
33.	МИРГОРОДСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Опанаса Сластіона	30	20	0	1500	1500	0	305	2,30	31
34.	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА КУЛЬТУРИ "ЧУТІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	6	12	0	5280	5030	0	240	3,60	231
35.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ РЕШЕТИЛІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ"	52	2	0	1050	1048	2	251	1,30	14
36.	ПОЛТАВСЬКИЙ МУЗЕЙ РУШНИКА ІМЕНІ Н.Ю. БОКОЧ	0	3	0	420	0	3	257	0,70	35
37.	КОБЕЛЯЦЬКИЙ МУЗЕЙ ЛІТЕРАТУРИ І МИСТЕЦТВА ІМЕНІ Олексія Кулика	1	6	0	3290	3290	0	257	0,70	37
38.	ГРЕБІНКІВСЬКИЙ МІСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ГРЕБІНКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	30	5	0	64	50	14	251	1,70	131
39.	СЕМЕНІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	0	0	0	1233	1233	0	222	1,00	82
40.	БІЛИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2	5	0	310	23	0	59	0,88	37
	Всього	1176	555	0	54863	39722	414	9222	124,24	5499

Додаток Г

Зведена форма про діяльність музейних закладів Полтавської області за 2023 рік

№ з/п	Назва музею	фонди						персонал		площа музею			
		основний	науково-допоміжний (ндф)	надійшло основн.	вибуло з основн. у 2023	потребують реставрації	відреставровано	всього працівників	у т.ч. наукових співроб. та екскурсов.	площа музейної території кв.м.	площа будівель музею кв.м.	із них	
												для експозиції кв.м.	під фондосховище кв.м.
1	ПОЛТАВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ ВАСИЛЯ КРИЧЕВСЬКОГО	229765	29072	1447	0	12471	215	131	64	12287	8287,3	3354,7	1084,6
2	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "БІЛЬСЬК" ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ	18894	849	865	0	1000	22	22	7	42570208,3	204	0	22,6
3	ПОЛТАВСЬКИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ (ГАЛЕРЕЯ МИСТЕЦТВ) ІМ. МИКОЛИ ЯРОШЕНКА	10080	587	110	0	17	0	33	9	2932	2932	1113	288
4	ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «ПОЛЕ ПОЛТАВСЬКОЇ БИТВИ»	3394	3012	18	0	8	0	31	10	7715000	1346	719	20
5.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ І.П.КОТЛЯРЕВСЬКОГО	4951	2015	57	0	30	0	20	7	3463	658	394	60
6.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ В.Г.КОРОЛЕНКА	9162	1783	12	0	5079	0	10	4	6130	767	312	49
7.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ ПАНАСА МИРНОГО	4612	7668	15	0	123	0	11	3	14524	479	278	45

8.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ «НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВІДНИК М.В.ГОГОЛЯ»	7497	5549	23	0	152	0	43	14	316300	1369	1313	56
9.	ЛУБЕНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені Г.Я СТЕЛЛЕЦЬКОГО	18223	5731	78	0	6100	0	15	5	964	787	475	98
10.	ЛОХВИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ	30358	2004	11	0	60	0	6	4	1831	408	279	26
11.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ НАТАЛІЇ ЮЗЕФОВИЧ"	225	475	11	0	0	0	4	1	146	146	108	13
12.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА ХУДОЖНЯ ГАЛЕРЕЯ"	1760	681	48	0	0	0	5	2	417,2	417,2	300	24
13.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	62529	8814	451	0	50	57	28	9	2234	1715	1124	226
14.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1525	6485	15	0	0	0	6	1	2000	529	479	14
15.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ М. В. ГОГОЛЯ	7055	2566	15	0	16	0	7	2	3518	514	228	41
16.	МИРГОРОДСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Д. ГУРАМІШВІЛІ	2612	546	49	0	2	0	4	1	0	137.1	110,4	17,8
17.	МАНУЙЛІВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ О. М. ГОРЬКОГО	2704	315	0	0	0	0	3	1	688	318	170	30
18.	ГАДЯЦЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	4888	805	223	0	0	0	13	5	2200	449	260	9
19.	ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНА МУЗЕЙ-САДИБА ОЛЕСЯ ГОНЧАРА	580	1427	0	0	3	0	2	1	2500	60	60	0
20.	ДИКАНСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Д. М. ГАРМАША	9227	1748	101	0	0	0	8	3	2300	822,1	768,5	53,6
21.	ЧОРНУХІНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Г.С. СКОВОРОДИ	4262	1413	16	0	109	0	7	1	7953	991,4	426,9	98,5

22.	КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ МІСТА ГОРІШНІ ПЛАВНІ	200044	14001	446	0	28	0	14	9	961,55	961,55	235,4	236,1
23.	ХОРОЛЬСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	5060	3415	12	0	0	0	11	2	1318	585	412	14
24.	КАРЛІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	3442	7801	12	0	0	0	5	2	285	285	238	5
25.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ МУЗЕЙ ІСТОРІЇ АВІАЦІЇ І КОСМОНАВТИКИ"	592	0	153	0	0	0	8	5	0	118	85	15
26.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КОТЕЛЕВСЬКИЙ ІСТОРИКО- КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ "КОТЕЛЕВСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ РАДИ	2400	1120	5	0	28	0	1	0	6536	260	246	0
27.	ПИРЯТИНСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	13562	2550	50	0	0	0	4	2	136	136	98	7
28.	ВЕЛИКОБАГАЧАНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	799	441	11	0	1	2	1	1	136	136	130	6
29.	ОРЖИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	3718	926	13	0	0	0	1	0	145	145	121	8
30.	ШИШАЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	938	1680	5	0	0	0	3	2	182	182	170	0
31.	ВОВЧИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМ. І. І. САЄНКА	7598	0	0	0	0	0	3	0	823	720	664	9
32.	МИРГОРОДСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ ОПАНАСА СЛАСТІОНА	11656	4012	87	0	0	0	10	4	1056	1056	600	52
33.	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА КУЛЬТУРИ "ЧУТІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	8316	3735	50	0	0	0	3	1	235	235	194	9
34.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ РЕШЕТИЛІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ"	2308	1399	32	0	0	0	2	2	168	168	160	0
35.	ПОЛТАВСЬКИЙ МУЗЕЙ РУШНИКА ІМЕНІ Н.Ю. БОКОЧ	568	0	0	0	0	0	1	0	165	162	115	47
36.	КОБЕЛЯЦЬКИЙ МУЗЕЙ ЛІТЕРАТУРИ І МИСТЕЦТВА ІМЕНІ ОЛЕКСІЯ КУЛИКА	3820	3947	36	0	0	0	4	2	589	166	138	8

37.	ГРЕБІНКІВСЬКИЙ МІСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ГРЕБІНКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	467	1839	1	0	0	0	4	2	50	0	0	0
38.	СЕМЕНІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1233	812	0	0	0	0	1	0	140	303,8	259	0
39	БІЛИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	312	872	0	0	0	0	1	0	39	109	24	15
	Всього	701136	132095	4478	0	25277	296	486	188	50680560	28927	16161,9	2707,2

Продовження додатку Г

Зведена форма про діяльність музейних закладів Полтавської області за 2023 рік

№ з/П	Назва музею	науково-дослідна та експозиційна робота						культурно-освітня робота		
		видання та публікації	виставки	в т.ч. виставок за межами України	кількість предметів основного фонду, що експонувалися протягом року	у тому числі на виставках		кількість днів на рік відкритих для відвідування	кількість відвідувачів (тис.)	кількість екскурсій
						у музеї	поза музеєм			
1	ПОЛТАВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ ВАСИЛЯ КРИЧЕВСЬКОГО	350	76	0	3237	2472	765	261	39,58	4231
2	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "БІЛЬСЬК" ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ	34	0	0	0	0	0	260	1,30	87
3	ПОЛТАВСЬКИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ (ГАЛЕРЕЯ МИСТЕЦТВ) ІМ. МИКОЛИ ЯРОШЕНКА	34	137	0	214	22	0	261	19,30	186
4	ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «ПОЛЕ ПОЛТАВСЬКОЇ БИТВИ»	0	6	0	410	24	0	314	10,60	604
5.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ І.П.КОТЛЯРЕВСЬКОГО	31	37	0	290	55	0	365	27,60	1052
6.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ В.Г.КОРОЛЕНКА	9	31	0	2295	658	0	365	8,40	387
7.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ ПАНАСА МИРНОГО	0	16	0	230	1	0	365	6,40	599
8.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ «НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВІДНИК М.В.ГОГОЛЯ»	0	19	0	778	763	15	313	4,20	425
9.	ЛУБЕНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені Г.Я СТЕЛЛЕЦЬКОГО	3	68	0	1246	1246	0	365	14,90	204

10.	ЛОХВИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ	5	7	0	2221	212	17	260	1,70	94
11.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ НАТАЛІЇ ЮЗЕФОВИЧ"	0	10	0	0	0	0	260	5,50	163
12.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА ХУДОЖНЯ ГАЛЕРЕЯ"	2	32	0	161	161	0	227	12,46	62
13.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	14	25	0	454	401	53	44	6,80	115
14.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	24	15	0	912	290	35	313	1,50	58
15.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ М. В. ГОГОЛЯ	3	22	0	408	270	0	313	3,80	95
16.	МИРГОРОДСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Д. ГУРАМШВІЛІ	126	28	0	922	397	0	259	2,95	46
17.	МАНУЙЛІВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ О. М. ГОРЬКОГО	0	1	0	0	0	0	257	0,0118	22
18.	ГАДЯЦЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	16	10	0	4888	4888	0	365	10,30	1257
19.	ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНА МУЗЕЙ-САДИБА ОЛЕСЯ ГОНЧАРА	0	12	0	580	106	0	260	0,24	19
20.	ДИКАНСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Д. М. ГАРМАША	11	9	0	2138	0	68	316	7,40	275
21.	ЧОРНУХІНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Г.С. СКОВОРОДИ	6	10	0	486	51	0	261	2,00	67
22.	КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ МІСТА ГОРІШНІ ПЛАВНІ	9	22	0	1185	17	1	259	6,90	271
23.	ХОРОЛЬСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	3	33	0	3363	1973	0	260	2,10	72
24.	КАРЛІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	0	19	0	3234	3234	126	260	0,80	23
25.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ МУЗЕЙ ІСТОРІЇ АВІАЦІЇ І КОСМОНАВТИКИ"	2	1	0	592	592	0	330	2,34	76
26.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КОТЕЛЕВСЬКИЙ ІСТОРИКО- КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ" КОТЕЛЕВСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ РАДИ	0	0	0	0	0	0	190	0,096	12

27.	ПИРЯТИНСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2	12	0	2700	2700	0	260	9,00	300
28.	ВЕЛИКОБАГАЧАНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	8	3	0	783	780	3	218	1,10	86
29.	ОРЖИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	1	12	0	1004	854	150	250	0,70	24
30.	ШИШАЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	4	7	0	892	892	0	260	1,00	218
31.	ВОВЧИЦЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМ. І. І. САЄНКА	0	1	0	7598	7598	0	260	0,80	52
32.	МИРГОРОДСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ ОПАНАСА СЛАСТІОНА	35	18	0	1500	1500	0	305	2,90	70
33.	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА КУЛЬТУРИ "ЧУТІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	6	13	0	5320	5050	126	260	3,60	232
34.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ РЕШЕТИЛІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ"	15	2	0	1050	1048	4	287	2,60	44
35.	ПОЛТАВСЬКИЙ МУЗЕЙ РУШНИКА ІМЕНІ Н.Ю. БОКОЧ	0	2	0	420	0	2	260	0,80	37
36.	КОБЕЛЯЦЬКИЙ МУЗЕЙ ЛІТЕРАТУРИ І МИСТЕЦТВА ІМЕНІ ОЛЕКСІЯ КУЛИКА	0	4	0	3299	3299	0	260	1,30	39
37.	ГРЕБІНКІВСЬКИЙ МІСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ГРЕБІНКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	51	7	0	72	42	30	260	1,79	133
38.	СЕМЕНІВСЬКИЙ РАЙОННИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	0	0	0	1233	1233	0	252	0,80	63
39.	БІЛИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	4	3	0	310	23	0	260	0,705	24
	Всього	808	730	0	56425	42852	1395	10695	226,27	11824

Додаток Д

Зведена форма про діяльність музейних закладів Полтавської області за 2024 рік

№ з/п	Адміністративна одиниця	фонди													
		основний	із них	науково-допоміжний (ндф)	надійшло у 2024		вибуло з основн. у 2024	основн. станом на 01.01.2014	основн. станом на 01.01.2022	евакуйовано (од. основн.)	евакуйовано (од. ндф)	повернуто з евакуації (од.)	повернуто з евакуації (од.)	потребують реставрації	відреставровано
			занесені до Державного реєстру національного культурного надбання		основн.	ндф (різниця з попереднім ндф)									
1	ПОЛТАВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ ВАСИЛЯ КРИЧЕВСЬКОГО	231211	0	29277	1446	0	0	216180	226876	0	0	0	0	12196	275
2	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "БІЛЬСЬК" ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ	20508	0	848	20275	0	1	11157	17246	53	12	53	12	800	37
3	ПОЛТАВСЬКИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ (ГАЛЕРЕЯ МИСТЕЦТВ) ІМ. МИКОЛИ ЯРОШЕНКА	10168	0	587	88	0	0	9132	9819	0	0	0	0	14	2
4.	ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "ПОЛЕ ПОЛТАВСЬКОЇ БИТВИ"	3397	0	3021	3	0	0	2834	3371	0	0	0	0	8	0
5.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ І.П.КОТЛЯРЕВСЬКОГО	5005	0	2015	54	0	0	4691	4872	0	0	0	0	30	0
6.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ В.Г.КОРОЛЕНКА	9181	0	1787	19	0	0	8987	9150	0	0	0	0	5079	0
7.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ ПАНАСА МИРНОГО	4612	0	7668	0	0	0	4612	4612	0	0	0	0	123	0
8.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ «НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВІДНИК М.В.ГОГОЛЯ»	7519	0	5637	22	0	0	6798	7464	0	0	0	0	150	2

9.	ЛУБЕНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені Г.Я СТЕЛЛЕЦЬКОГО	18285	0	5734	62	0	0	17338	18085	0	0	0	0	6100	0
10.	ЛОХВИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ	30366	0	2004	8	0	0	30280	30347	0	0	0	0	60	0
11.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ НАТАЛІЇ ЮЗЕФОВИЧ"	234	0	715	9	0	0	170	207	0	0	0	0	0	0
12.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА ХУДОЖНЯ ГАЛЕРЕЯ"	1983	0	843	61	0	0	485	939	0	0	0	0	0	0
13.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	62898	0	8814	369	0	0	56479	62078	0	0	0	0	26	22
14.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1536	0	6485	11	0	0	1536	1500	0	0	0	0	0	0
15.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ М. В. ГОГОЛЯ	7090	0	2571	35	0	0	6555	7000	0	0	0	0	16	0
16.	МИРГОРОДСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Д. ГУРАМШВІЛІ	2648	0	546	36	0	0	2325	2526	0	0	0	0	0	2
17.	МАНУЙЛІВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2704	0	315	0	0	0	2694	2704	0	0	0	0	0	0
18.	ГАДЯЦЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	5134	0	1050	246	0	0	824	4665	0	0	0	0	0	0
19.	ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНА МУЗЕЙ-САДИБА ОЛЕСЯ ГОНЧАРА	580	0	1430	0	0	0	580	577	0	0	0	0	3	0
20.	ДИКАНСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Д. М. ГАРМАША	9439	0	1785	132	0		8687	9126	0	0	0	0	0	0
21.	ЧОРНУХІНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Г.С. СКОВОРОДИ	4268	0	1413	6	0	0	4091	4246	0	0	0	0	109	0
22.	КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ МІСТА ГОРІШНІ ПЛАВНІ	20 291	0	14 001	247	0	0	13 180	19 069	0	0	0	0	28	0
23.	ХОРОЛЬСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	5064	0	3415	4	0	0	4571	5039	0	0	0	0	0	0
24.	КАРЛІВСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	3529	0	7825	87	0	0	1851	3309	0	0	0	0	0	0

25.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ МУЗЕЙ ІСТОРІЇ АВІАЦІЇ І КОСМОНАВТИКИ"	592	0	0	0	0	0	592	592	0	0	0	0	0	0
26.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КОТЕЛЕВСЬКИЙ ІСТОРИКО- КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ" КОТЕЛЕВСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ РАДИ	2400	0	1120	0	0	0	2301	2400	0	0	0	0	28	0
27.	ПИРЯТИНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	13760	0	2550	198	0	0	12963	15661	0	0	0	0	0	0
28.	ВЕЛИКОБАГАЧАНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	803	0	461	4	0	0	616	781	0	0	0	0	3	3
29.	ОРЖИЦЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	3718	0	926	0	0	0	2832	3705	0	0	0	0	0	0
30.	ШИШАЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	945	0	1682	7	0	0	938	872	0	0	0	0	0	0
31.	ВОВЧИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМ. І. І. САСНКА	7598	0	0	0	0	0	7587	7598	0	0	0	0	0	0
32.	МИРГОРОДСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ ОПАНАСА СЛАСТІОНА	11733	0	4017	77	0	0	10885	11498	0	0	0	0	0	0
33.	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА КУЛЬТУРИ " ЧУТІВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	8366	0	3788	50	0	0	242	8216	0	0	0	0	0	0
34.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ РЕШЕТИЛІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ"	2328	0	1399	20	0	0	2209	2308	0	0	0	0	0	0
35.	ПОЛТАВСЬКИЙ МУЗЕЙ РУШНИКА ІМЕНІ Н.Ю. БОКОЧ	568	0	0	0	0	0	568	568	0	0	0	0	0	0
36.	КОБЕЛЯЦЬКИЙ МУЗЕЙ ЛІТЕРАТУРИ І МИСТЕЦТВА ІМЕНІ ОЛЕКСІЯ КУЛИКА	3828	0	4173	8	0	0	3379	3751	0	0	0	0	0	0
37.	ГРЕБІНКІВСЬКИЙ МІСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ГРЕБІНКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	467	0	1839	0	0	0	0	466	0	0	0	0	0	0
38.	СЕМЕНІВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	1233	0	812	0	0	0	918	1233	0	0	0	0	0	0
39.	БІЛИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	312	0	872	0	0	0	312	312	0	0	0	0	0	0
40.	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ЗІНЬКІВСЬКИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ" ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ ЗІНЬКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	1724	0	1755	69	0	0	0	1486	0	0	0	0	0	0
	Всього	528025	0	135180	23653	0	1	462379	516274	53	12	53	12	24773	343

Продовження додатку Д

Зведена форма про діяльність музейних закладів Полтавської області за 2024 рік

№ з/п	Адміністративна одиниця	науково-дослідна та експозиційна робота							культурно-освітня робота				персонал		площа музею			
		видання та публікації	виставки	в т.ч. виставок за межами України	кількість онлайн заходів	кількість предметів основного фонду, що експонувалися протягом року	у тому числі на виставках		кількість днів на рік відкритих для відвідування	кількість відвідувачів (тис)	кількість зареєстрованих відвідувачів онлайн заходів (тис)	кількість екскурсій	всього працівників	у т.ч. наукових співроб. та екскурс.	площа території кв.м.	площа будівель кв.м.	із них	
							у музеї	поза музеєм									для експозиції кв.м.	під фондосховище кв.м.
1	ПОЛТАВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ ВАСИЛЯ КРИЧЕВСЬКОГО	370	98	1	56	1800	1659	48	365	31,291	10,5	4495	129	59	12287	8287,3	3354,7	1084,6
2	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "БІЛЬСЬК" ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ	43	2	0	3	511	0	511	260	0,6	0,1	37	25	9	42570208,3	204	0	22,6
3	ПОЛТАВСЬКИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ (ГАЛЕРЕЯ МИСТЕЦТВ) ІМ. МИКОЛИ ЯРОШЕНКА	38	85	2	0	243	94	3	260	23,1	0	367	33	9	2932	2932	1113	288

4.	ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО- КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК "ПОЛЕ ПОЛТАВСЬКОЇ БИТВИ"	5	5	0	1	369	19	2	312	12,2	0,025	776	31	11	7715000	1346	719	20
5.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ І.П. КОТЛЯРЕВСЬКОГО	91	51	0	208	447	47	25	365	30,5	6	1246	19	7	3463	658	394	60
6.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ В.Г.КОРОЛЕНКА	19	41	0	0	2353	688	28	365	9,2	0	333	10	4	6130	767	312	49
7.	ПОЛТАВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ ПАНАСА МИРНОГО	1	7	0	0	0	0	0	365	5	0	520	12	3	14524	479	278	45
8.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ «НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВІДНИК М.В.ГОГОЛЯ»	9	18	0	0	120	76	44	313	3,8	0	354	43	14	316300	1269	1313	56
9.	ЛУБЕНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ імені Г.Я СТЕЛЛЕЦЬКОГО	3	50	0	0	1183	1183	0	365	12,8	0	187	17	6	964	787	475	98
10.	ЛОХВИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ	5	10	0	3	2478	257	72	262	8,738	319	96	6	4	1831	408	279	26

11.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КАРТИННА ГАЛЕРЕЯ НАТАЛІЇ ЮЗЕФОВИЧ"	0	12	0	0	0	0	0	262	6,1	0	161	4	1	146	146	108	13
12.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА ХУДОЖНЯ ГАЛЕРЕЯ"	0	42	0	0	9	9	0	249	12,516	0	65	6	2	417,2	417,2	300	24
13.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ"	1	30	0	0	291	277	14	260	30,2	0	820	27	9	2234	1715	1124	226
14.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬ КИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	20	17	0	0	850	280	52	314	1,4	0	59	6	1	2000	529	479	14
15.	ВЕЛИКОСОРОЧИНСЬ КИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ М. В. ГОГОЛЯ	3	23	0	0	496	226	0	313	3,7	0	61	7	2	3518	514	228	41
16.	МИРГОРОДСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Д. ГУРАМІШВІЛІ	97	14	0	0	780	252	0	262	2,614	0	38	4	1	0	137,1	110,4	17,8
17.	МАНУЙЛІВСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО- КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	0	0	0	0	1050	1050	50	261	0,0178	0	50	2	1	688	318	170	30
18.	ГАДЯЦЬКИЙ ІСТОРИКО- КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	29	7	0	0	5134	5134	0	363	5,1	0	527	13	6	2200	449	260	9

19.	ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНА МУЗЕЙ-САДИБА ОЛЕСЯ ГОНЧАРА	0	10	0	1	580	118	3	262	0,3	0,024	25	2	1	2500	60	54	6
20.	ДИКАНСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ Д. М. ГАРМАША	0	10	0	0	2238	40	64	314	7,915	0	291	10	4	2300	922,7	768,5	53,6
21.	ЧОРНУХІНСЬКИЙ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ Г.С. СКОВОРОДИ	5	9	0	1	426	54	0	262	2	0	65	6	1	7953	991,4	426,9	98,5
22.	КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ МІСТА ГОРІШНІ ПЛАВНІ	13	20	0	0	1 185	13	3	262	9,611	0	679	16	11	1 117,50	1117,5	500	131
23.	ХОРОЛЬСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	11	35	0	0	3346	2174	1	262	2,7	0	129	11	2	1318	585	412	14
24.	КАРЛІВСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	0	11	0	0	3221	3221	0	261	1,2	0	56	5	1	285	285	238	5
25.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ "КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ МУЗЕЙ ІСТОРІЇ АВІАЦІЇ І КОСМОНАВТИКИ"	1	2	0	0	592	0	0	330	1,985	0	122	8	5	0	118	85	5
26.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КОТЕЛЕВСЬКИЙ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ" КОТЕЛЕВСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ РАДИ	0	0	0	0	0	0	0	190	0,036	0	6	1	0	6536	260	246	0

27.	ПИРЯТИНСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2	8	0	5	3100	600	0	262	11,7	0,2	210	3	2	0	136	98	7
28.	ВЕЛИКОБАГАЧАНСЬ КИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	10	1	0	0	803	803	10	217	1,1	0	82	1	1	0	136	130	6
29.	ОРЖИЦЬКИЙ ІСТОРИ- КО-КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ПОЛТАВСЬ- КОЇ ОБЛАСТІ	1	3	0	0	1004	854	150	250	0,7	0,5	24	1	0	145	145	121	8
30.	ШИШАЦЬКИЙ КРАЄ- ЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	2	29	0	0	914	180	30	262	1,1	0	223	3	2	182	182	170	0
31.	ВОВЧИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМ. І. І. САЄНКА	0	1	0	0	7598	7598	0	262	0,7	0	57	3	0	823	720	664	9
32.	МИРГОРОДСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ ОПАНАСА СЛАСТІОНА	34	17	0	0	1500	1500	0	305	2,8	0	56	10	4	1056	1056	600	52
33.	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА КУЛЬТУРИ "ЧУТІВ- СЬКИЙ КРАЄЗНАВ- ЧИЙ МУЗЕЙ"	6	13	0	0	5420	5150	129	262	3,7	0	236	3	0	235	235	194	9
34.	КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "КРАЄЗНАВ- ЧИЙ МУЗЕЙ РЕШЕТИЛІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ"	15	2	0	0	1050	1050	4	270	2.1	0.8	17	2	2	168	168	160	0
35.	ПОЛТАВСЬКИЙ МУЗЕЙ РУШНИКА ІМЕНІ Н.Ю. БОКОЧ	0	2	0	7	420	0	2	262	1,1	0,4	44	1	0	165	162	115	47

36.	КОБЕЛЯЦЬКИЙ МУЗЕЙ ЛІТЕРАТУРИ І МИСТЕЦТВА ІМЕНІ ОЛЕКСІЯ КУЛИКА	3	3	0	0	3318	3300	18	262	1,3	0	46	4	2	589	166	138	8
37.	ГРЕБІНКІВСЬКИЙ МІСЬКИЙ КРАЄ- ЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ ГРЕБІНКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	51	7	0	0	80	46	34	262	1,805	0	135	3	1	50	0	0	0
38.	СЕМЕНІВСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	0	0	0	0	1233	1233	0	225	1,1	0	87	1	0	140	303,8	259	0
39	БІЛИЦЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ	7	0	0	0	0	0	0	121	0,102	0	17	1	0	39	109	34	15
40	КОМУНАЛЬНА УСТАНОВА "ЗІНЬКІВСЬКИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ" ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ ЗІНЬКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	0	10	0	0	1250	220	0	213	1,8	0	86	1	0	115	115	102	13
	Всього	895	705	3	285	57392	39405	1297	11094	253,631	336,749	12885	490	188	50680559	29336	16532,3	2593,4

Додаток Е



**Карта зацікавлених сторін туристичної дестинації
(влада, бізнес, громада, туристи) (Stakeholders Map)**