

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти
Форма навчання денна
(денна, заочна, заочно-дистанційна)

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту
Завідувач кафедри

_____ Г. П. Склад
(підпис, ініціали та прізвище)

«_____» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

*на тему: «Перспективи післявоєнного розвитку музейного туризму у
Житомирській області»*

*зі спеціальності 242 Туризм
освітня програма «Туризм» ступеня бакалавра*

Виконавець роботи Прокопенко Вікторія Ігорівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник к.е.н., доц. Карпенко Юрій Вікторович
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Полтава – 2024

ЗМІСТ

Стор.

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ	5
1.1 Музейні установи в системі туризму	5
1.2 Особливості організації співпраці музеїв із туристичними фірмами	14
1.3 Музейний туризм як соціокультурний феномен	22
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ У ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	31
2.1 Оцінка стану та перспектив розвитку туристичної діяльності у Житомирській області.....	31
2.2 Аналіз інфраструктури музейного туризму у Житомирській області.....	41
2.3 Розробка музейного туру по Житомирській області	50
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61

ВСТУП

Специфіка музейного туризму полягає у використанні потенціалу музеїв та навколишніх територій, як визначальних чинників, що впливають на рішення подорожуючих приїхати до певного регіону та на власні очі є його самобутню культуру, дізнатися більше про відомих особистостей та історичну спадщину регіону. При цьому важливе місце тут належить музеям та їх експонатам – носіям пам'яті, знань, прогресу та матеріальної культури, популяризаторам регіону, які формують позитивне ставлення до нього туристів.

На основі аналізу наявних досліджень науковців:, котрі висвітлюють проблеми та ролі музеїв у туристичному потенціалі регіонів, організації та розвитку музейного туризму в Україні (Балабанов Г. В., Блажкевич Т. П., Валінкевич Н. В., Гайдай О. М., Єрко І. В., Карпюк А. В., Качаровський Р. Є., Костянчук О. М., Любіцева О. О., Мазурик З. В., Маркіна Ю. М., Мельник А. В., Мельник Н. В., Мірко Н. В., Примак Т. Ю., Трофімук-Кирилова Т. М., Тиш Я. П., Чернишова Т. М., Шпарага Т. І., Мутасова С. А. та ін.) виявлено, що даний напрям є мало дослідженим, багато питань залишаються відкритими, дискусійними, зокрема аспекти організації музейного туризму та напрямів його подальшого розвитку в регіонах України, що і обумовило актуальність обрання нами теми кваліфікаційної роботи.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні заходів, щодо розвитку музейного туризму у Житомирській області.

Досягнення та реалізація поставленої у роботі мети потребує вирішення таких завдань:

- визначити місце музейних установи в системі туризму;
- з'ясувати особливості організації співпраці музеїв із туристичними фірмами;

- охарактеризувати музейний туризм як соціокультурний феномен;
- здійснити оцінку стану та перспектив розвитку туристичної діяльності у Житомирській області;
- провести аналіз інфраструктури музейного туризму
- у Житомирській області;
- розробити по музейний туру по Житомирській області.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процеси функціонування та розвитку музейного туризму в регіоні.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні аспекти дослідження розвитку музейного туризму України, зокрема у Житомирській області.

У роботі використано такі наукові методи дослідження: діалектичний дедукції, системного аналізу, табличний та узагальнення.

Інформаційну базу кваліфікаційної роботи склали науково-методична література, нормативно-правові акти, законодавчі матеріали щодо регулювання сфери туризму, матеріали Державної агенції розвитку туризму, Державної служби статистики України, Міжнародної рада музеїв (ICOM), а також матеріали мережі Інтернет за тематикою дослідження.

Основні положення роботи були оприлюднені на кафедральному круглому столі студентів та аспірантів «Туризм і молодь – 2024» (м. Полтава, 15 січня 2024 р.), який проводився у Полтавському університеті економіки і торгівлі.

Галуззю застосування результатів дослідження є практична діяльність в організації співпраці підприємств туристичної сфери України та музеїв, щодо збереження національної та культурної спадщини регіонів України та розвитку музейного туризму у Житомирській області.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Музейні установи в системі туризму

«Музеї – це культурно-освітні та науково-дослідні заклади, призначені для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, прилучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини.

Музейна справа – це спеціальна галузь культурно-освітньої та наукової діяльності, яка здійснюється музеями з метою комплектування, збереження, вивчення й використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури.

Основними напрямками музейної справи є культурно-освітня, науково-дослідна діяльність, комплектування музейних зібрань, експозиційна, фондова, видавнича, реставраційна, пам'яткоохоронна робота» [39].

У 1983 р. на Генеральній конференції ІКОМ у Лондоні оформився суспільний рух «Нова музеологія, його основні віхи: інтеграція сучасного музею в навколишнє середовище, соціалізація музею. У розвинених країнах світу на початку ХХІ ст. дедалі наполегливіше звучать вимоги до музею не просто реєструвати минуле, а використовувати його, щоб впливати на сьогоднішній і завтрашній день конкретного співтовариства (концепції «музею-форуму» Д. Камерона, «музею без кордонів», «музейної комунікації» тощо) [27].

«Функції сучасного музею доволі складні, а форми діяльності різноманітні. Музеї мають багато особливостей і специфічних рис, які зумовлюють їхні наукові, культурно-освітні функції і зближують з відповідними закладами».

«Перша, найголовніша, особливість музеїв полягає в тому, що вони збирають, вивчають та експонують першоджерела або оригінали, тобто

пам'ятки, які безпосередньо пов'язані з розвитком природи, життям суспільства. За цією особливістю музеї близькі до науково-дослідних установ, які також вивчають (у своїх аспектах) першоджерела».

«Друга особливість музеїв полягає в тому, що вони працюють над дуже різноманітними першоджерелами – використовують геологічні, палеонтологічні, зоологічні, антропологічні та інші природничі колекції, пам'ятки матеріальної культури (знаряддя праці, інструменти, ремісничі вироби, зброю, побутові речі тощо), пам'ятки духовної культури (твори живопису, графіки, скульптури, декоративного мистецтва тощо), а також рукописні й друковані документи, книги. Види і форми першоджерел надзвичайно різноманітні, кількість їх величезна».

«Третьою особливістю музеїв є те, що вони використовують свої фонди для популяризації першоджерел – показу їх в експозиційних залах, на спеціальних виставках, за допомогою екскурсій, лекцій або інших видів інформування» [44].

Унікальність музеїв полягає ще й у тому, що їх діяльність тісно пов'язана з науково-просвітницькою функцією. Збираючи першоджерела та проводячи власні дослідження, вони створюють основу для наукових досліджень та ведуть поляризаційну діяльність.

Завдання наукової роботи для музеїв:

- дослідження історії краю, міста чи села;
- дослідження музейних колекцій та їх наукова обробка;
- розробка експозицій та окремих тем, пов'язаних з ними;
- розробка питань методології та техніки музейної роботи [19].

Класифікація музеїв – це поділ музеїв на групи за однією чи кількома основними ознаками. Необхідність класифікації виникає через різноманітність форм музейних установ. Сучасна наукова типологія класифікації музеїв України відповідає чинним міжнародним типологіям музеїв світу за якою всі музеї України характеризуються типами та профілями. Тип музею

визначається громадським призначенням, метою підприємства тощо. Сьогодні співіснують і використовуються на практиці декілька критеріїв типології музеїв. Серед них зокрема: за профілем, видом діяльності, формою власності, масштабом діяльності, статусом (розрядом, категорією). В основі профільної класифікації музеїв лежить спеціалізація музейного зібрання, близькість до конкретної науки чи комплексу наук чи виду мистецтва. Профільна класифікація поділяє музеї на групи, кожна з яких досліджує певні наукові проблеми. У середині кожної групи музеї мають свій вузький профіль, спеціалізацію [29].

Питання класифікації і типології музеїв є найважливішою проблемою музеології. Їх вивчення дає змогу фахівцеві орієнтуватися в різноманітному музейному світі, оптимально організувати науково-дослідну роботу, організовувати та регулювати процеси, що відбуваються в музейному середовищі. Необхідність систематизації музеїв виникла в результаті розвитку музейного світу, коли різко зросла кількість музеїв і почали з'являтися різноманітні форми музейних установ [9].

При систематизації музеїв враховується профіль, статус і відомча приналежність. Однак єдиної всебічної класифікації ще не створено. Різноманітність музеїв і постійні зміни умов їх діяльності унеможливлюють таку класифікацію. Отж, класифікація музеїв є системою поєднання функцій, необхідних для організації та розвитку музейної мережі. Дослідники визначатимуть різні системи класифікації музеїв (табл. 1.1.1).

До наведено у табл. 1.1.1 варто додати що інші дослідники юридичною приналежністю (формою власності), окрім державних, муніципальні, відомчих, громадських, приватні, виділяють ще «корпоративні (виробничі) музеї – структурні підрозділи недержавних установ і підприємств. Музеї історії корпорацій, які з'явилися напередодні їхніх перших ювілеїв, стають в умовах глобалізації невід'ємною частиною іміджу компаній транснаціонального рівня.

Таблиця 1.1.1

Системи класифікації музеїв [9]

Типи музеїв	Види музеїв
1	2
За суспільним призначенням	науково-дослідні музеї; навчальні музеї; науково-просвітницькі музеї; дитячі музеї
За характером спадщини, що зберігається	колекційні музеї – основою діяльності яких є зібрання рухомих матеріальних предметів; музеї ансамблевого типу – здійснюють функцію документування за допомогою збереження нерухомих пам'яток, інтер'єрів, ландшафтів (музеї-заповідники, палаци-музеї, музеї-садиби тощо).
За приналежністю до певного власника	державні музеї – власність держави і фінансуються з державного бюджету; відомчі музеї – фінансуються з державного бюджету, але за допомогою відповідних міністерств і відомств; громадські музеї – організовуються за ініціативи громадськості, діють на кошти громадських організацій, під науково-методичним керівництвом державних музеїв; приватні музеї – зібрання яких належать приватним особам, але доступні для огляду.
За масштабом діяльності (адміністративно-територіальною ознакою)	центральні, національні, республіканські, обласні, районні та міські музеї
За статусом	головні музеї, які координують діяльність певної профільної групи музеїв, філії музеїв і музеї-заповідники
За профілем	зв'язок музеїв з певною галуззю наукового знання, виробничої діяльності, видом мистецтва, галуззю культури або виробництва

Церковні музеї – до 1921 р. становили найчисленнішу групу музеїв нашої країни (у західних областях України церковні музеї існували до 1944 р.). Вони виникли як група музеїв історичного профілю з метою збирання і збереження пам'яток церковної старовини» [29].

Оскільки, суспільство змінюється, розвиваються наука і культура, з'являються нові галузі виробництва, відповідно з'являються нові

спеціалізовані групи музеїв, які у перспективі можуть перерости в нові профільні групи музеїв. Наразі існують наступні профільні групи музеїв.

1. Гуманітарні музеї:

- вітчизняної та регіональної історії – їх колекції присвячені історію людства, розвитку суспільства на основі історичних пам'яток найдавніших часів, можуть містити матеріал з історії людства, розкривають національну історію і є вузькоспеціалізованими (військово-історичні, етнографічні, історико-побутові, археологічні, релігієзнавчі музеї тощо).

- художні музеї, де зберігаються колекції, що документують історію розвитку образотворчого мистецтва, призначеного для задоволення естетичних потреб людей (образотворчого, національного та зарубіжного, декоративно-ужиткового народного мистецтва; художньо-промислові музеї мистецтва, меморіальні музеї видатних митців;

- літературні музеї, що спеціалізуються на збиранні, зберіганні та експонуванні матеріалів, пов'язаних з історією літератури та творчим процесом (історико-літературні та літературно-меморіальні музеї) [9].

2. Природничі музеї. До них відносяться біологічні (ботанічні, зоологічні, музеї живих предметів), геологічні (палеонтологічні, мінералогічні), педологічні, медичні та ін.

Профільна група природничо-наукових музеїв включає меморіальні музеї провідних учених, музейні лабораторії та музеї, присвячені видатним теоріям і вченням. До цієї групи також належать сільськогосподарські музеї, які документують історію та сучасний рівень розвитку його галузей. На сучасному етапі активно розвиваються музеї «живих об'єктів» (акваріуми, тераріуми, дендропарки, ботанічні сади, зоопарки), національні парки тощо) [9].

3. Науково-технічні музеї:

- багатопрофільні – зберігають і демонструють історію розвитку та сучасний стан науки і техніки, життя провідних науковців та їх вплив на

розвиток людського суспільства;

– промислові – показують історію розвитку, сучасні виробничі галузі та окремі підприємства (художні музеї, музеї історії бізнесу та музеї промислових об'єктів) [9].

Наведена класифікація є умовною, багато музеїв можна віднести до кількох профільних груп. Комплексними визначають музеї, що поєднують ознаки двох і більше профілів, а інколи профільних груп (історико-архітектурних, літературно-мистецьких). Найбільш поширеним і репрезентативним типом комплексних музеїв є краєзнавчі музеї.

До комплексних музеїв можуть входити еко-музеї, які спрямовані на вирішення нагальних соціальних, економічних та культурних проблем місцевої громади на основі їх активної участі у збереженні та використанні всіх видів спадщини. Комплексні музеї можуть включати значну частку меморіальних музеїв, які висвітлюють життя і діяльність представників усіх сфер життя людини та створені для увічнення пам'яті особливих людей і представлені практично у всіх профільних групах [9].

Іншими дослідники зазначають, що в залежності від структури профільної дисципліни основні профільні групи музеїв структуруються на більш вузькі (табл. 1.1.2):

Таблиця 1.1.2

Профільна класифікація музеїв [29]

Група музеїв	Види музеїв
1	2
Художні музеї	образотворчого мистецтва; декоративно-прикладного мистецтва; народної художньої творчості, народних мистецьких промислів; палацово-декоративного та паркового мистецтва; художні монографічні; художні персональні.
Архітектурні музеї	музеєфіковані пам'ятки архітектури та містобудування; народного зодчества; архітектурні монографічні.
Мистецтвознавчі музеї	театрального мистецтва; музичного мистецтва та музичних інструментів; фото- та кіномистецтва; мистецькі персональні.

Продовж. табл. 1.1.2

1	2
Історичні музеї	загальноісторичні музеї; археологічні музеї; етнографічні музеї; воєнно-історичні музеї; музеї політичної історії; музеї історії релігії; історично-побутові музеї, що відтворюють чи зберігають картину побуту різних верств населення; монографічні музеї, присвячені конкретній особі, події; історії окремих установ, закладів, галузей.
Літературні музеї	літературні широкого профілю; історії книги та книгодрукування; літературні персональні; літературні монографічні (Новгород-Сіверський історико-культурний музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім»).
Природничі музеї	палеонтологічні; антропологічні; біологічні (широкого профілю); ботанічні; зоологічні; мінералогічні; геологічні; географічні й ін.; природничі персональні.
Технічні музеї	політехнічні; галузеві (авіації, зв'язку, транспорту, космонавтики); технічні персональні; технічні монографічні (зокрема, музеєфіковані пам'ятки техніки).
Галузеві музеї	сільськогосподарські; педагогічні; охорони здоров'я; спорту та ін.; галузеві персональні.
Музеї комплексного профілю	– красзнавчі музеї, які сполучають як мінімум історичну і природничо-наукову спеціалізацію, адже їх зібрання документують не лише історію, а й природу краю; – музеї-ансамблі, створені на основі пам'яток архітектури, їх інтер'єрів, території, яка їх оточує та різноманітних споруд.

Поряд із профільною класифікацією використовується й типологічне ділення музеїв. Існує типологія за ознакою суспільного призначення музеїв, у відповідності з якою вони діляться на науково-дослідницькі, науково-просвітницькі та навчальні музеї (рис. 1.1.1).

Класифікація музеїв за архітектурно-функціональним ансамблем: замки-музеї – фортеці, палаци-музеї, музеї-садиби, будинки-музеї, музеї-квартири, музеї-монастирі, музеї-храми, музеї-цвинтарі, музеї-підприємства, музеї-майстерні (видатних митців, людських ремесел, музеї-кав'ярні. Музеї-заповідники – це комплекс комплексних музеїв під відкритим небом, що мають особливу цінність і яким згідно з постановами органів державної влади країни надано статус заповідника. За профілем: археологічні, історико-культурні, історико-архітектурні та історико-меморіальні.

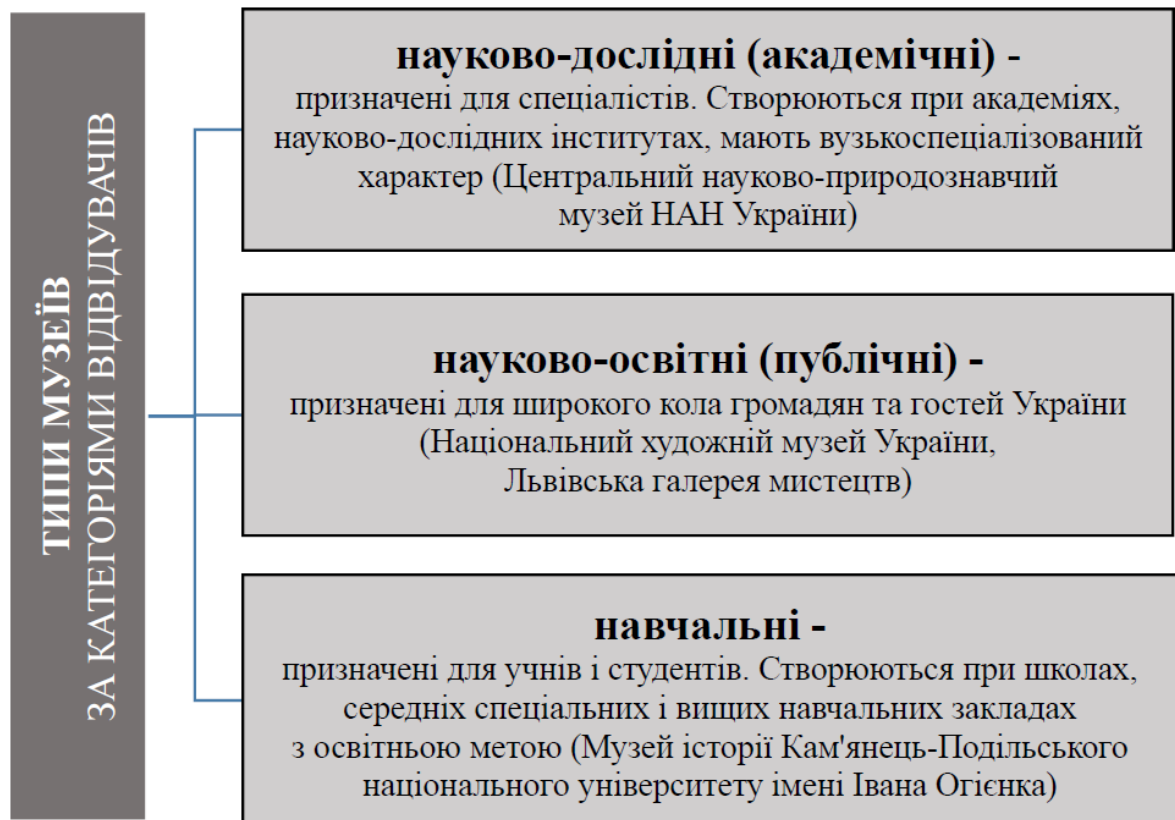


Рис. 1.1.1 Типи музеїв за категоріями відвідувачів [29]

Статус заказника передбачає особливі форми збереження і використання територій і об'єктів, що знаходяться в ньому. Території з великою площею охоронних музеїв можуть включати території, повністю або частково виведені з господарського використання, і території, не виведені з господарського використання, з різними режимами охорони, від режиму суворої охорони до сучасних поселень з їх традиційним укладом життя. Музеї-заповідники здійснюють наступні форми культурно-просвітницької діяльності: музейні свята, військово-історичні реконструкції, майстер-класи з народних промислів, еко-стежки, дитячі табори різної спрямованості тощо [29].

Музейна справа постійно модернізується та розширює традиційні форми роботи музеїв в умовах глобалізації та інформаційного суспільства. «Цим викликам сучасності повною мірою відповідають скансени, або музеї «просто неба», як одна з найперспективніших й найцікавіших музейних форм. Адже

скансени є інноваційними за своєю суттю – максимальне наближення до відвідувача робить їх вельми привабливими для широких верств населення як спосіб цікавої організації дозвілля» [41].

Перший у світі музей під відкритим небом з'явився у Швеції в 1891 р. на острові Юргорден у центрі Стокгольма зусиллями А. Газеліуса, який купив ділянку землі і збирав експонати по всій країні під час етнографічних експедицій рідним краєм. Оскільки ця ділянка землі примикала до старої фортеці (фортеця перекладається зі шведської мови як «скансен»), новий музей під відкритим небом з часом назвали «скансен». Наприкінці XIX ст. виникла ціла мережа подібних музеїв, які, набувши загального значення, отримали назву «скансен» [42].

Як стверджують науковці, «скансени – це новий напрям музейного туризму і світова тенденція. І хоча у нашій країні він знаходиться на етапі свого становлення, останніми роками вітчизняні музеї просто неба значно розширили традиційні методи своєї роботи, пожвавивши таким чином інтерес до них, як до об'єктів туризму» [42].

Як зазначають дослідники, в умовах, коли люди нашої планети та їхні культури зазнають впливу потужного світового процесу під назвою глобалізація, проблема збереження архетипів етнічної самоідентифікації стає особливо актуальною. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є вивчення суспільством культурної спадщини. Унікальні соціально-культурні комплекси, якими є музеї під відкритим небом, спрямовують свої зусилля на збирання та вивчення пам'яток архітектури, народного побуту та культури, стаючи тоді важливим чинником збереження історичної та етнокультурної спадщини.

Важливою таких є наявність елементу видовищності та широких можливостей для неформального спілкування (під час організації конкурсів, церемоній, театральних вистав, ярмарків, виступів фольклорних колективів). Останнім часом спостерігається тенденція до відтворення в скансенах

традиційних ремесел і видів діяльності, характерних для даної місцевості та часу та залучення відвідувачів музею до ремісничого та господарського (наприклад, приготування традиційних страв) процесів. У деяких музеях відтворюють транспортні засоби минулих років, які виконують не тільки функцію експонату, але і використовують за прямим призначення при пересування території музею [22; 43].

Отже, музеї як туристичний ресурс, об'єкти краєзнавчо-туристичної діяльності, культурно-просвітницькі проєкти сприяють залученню відвідувачів до дестинації, зростанню грошових надходжень у бюджет та позитивно відображається на розвитку конкурентоспроможності регіону загалом. Їх відвідування туристами створює позитивний імідж громади та дозволяє диверсифікувати місцевий туристичний продукт.

У наступному підрозділі нами будуть розглянуті особливості організації співпраці музеїв із туристичними фірмами.

1.2 Особливості організації співпраці музеїв із туристичними фірмами

Процес взаємодії музеїв і туризму є системою причинно-наслідкових і двосторонніх зв'язків. Музеї доцільно розглядати як чинник впливу на туризм та навпаки. Зв'язки і відносини між музеями і туризмом можуть бути прямими і непрямими. Зв'язки музеїв і туризму мають різний характер, багатогранну структуру і динаміку.

Згідно Статуту ICOM (редакція від 9 червня 2017 року, 22 Генеральна Асамблея, Париж, Франція), «Музей є некомерційною постійно діючою установою на службі суспільства та його розвитку, відкритою для громадськості, яка збирає, зберігає, досліджує, популяризує та демонструє матеріальну та нематеріальну спадщину людства та його навколишнє

середовище для цілей освіти, навчання та отримання задоволення» [55].

Згідно статті 1 Закону України «Про музеї та музейну справу» визначає, що «музей – науково-дослідний та культурно-освітній заклад, створений для вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій з науковою та освітньою метою, залучення громадян до надбань національної та світової культурної спадщини» [33].

Сьогодні музеї все більше зацікавлені у збільшенні кількості відвідувачів, як фізичної присутності відвідувачів та й віртуальної. Музеї паралельно з виконанням традиційних функцій, інтегруються в індустрію дозвілля. Однак, при цьому слід зважати, що анімаційна діяльність музеїв є лише інструментом підвищення інтересу, а головною метою є підвищення рівня освіти, культури та духовності.

«З позицій статистичної класифікації музеї і туризм належать до різних видів діяльності, що частково перетинаються. Система статистики культури ЮНЕСКО включає до складу галузі культурної та природної спадщини діяльність музеїв, території музеєфікованих археологічних розкопок і пам'яток» [40]. «Вітчизняна Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД-2010) розглядає Розділ 91. Функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури як складову Секції R. Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок. Національний класифікатор КВЕД-2010 повністю відповідає європейському NACE та загальносвітовому ISIC. Статистичний збірник «Заклади культури, фізичної культури і спорту України», що характеризує діяльність музеїв-юридичних осіб, публікується на офіційному веб-сайті Держстату України під рубрикою «Демографічна та соціальна статистика» (розділ «Культура»)» [2].

На відміну від музеїв, які є некомерційними установами, туризм спрямований на задоволення різноманітних потреб туристів, надаючи відповідні послуги споживачам і отримуючи дохід. Сучасний туризм перетворився на потужний комплекс різних галузей або типових видів

діяльності. Це один із найбільших економічних секторів у світовій економіці.

Система статистики культури ЮНЕСКО підкреслює: «Туризм якісно відрізняється від інших областей культури ... Туризм простіше зрозуміти як діяльність, що визначається споживчим попитом, і як таку тісно пов'язану з усіма іншими областями в рамках індустрії культури» [40].

Музеї є важливою частиною потенціалу туризму. Роль цієї категорії ресурсів для розвитку туризму залежить від основних мотивів подорожі, тобто того чи іншого виду туристичної діяльності, який обирає людина. Наприклад, якщо тури є пляжними, лікувально-оздоровчими, ділові, то відвідування музеїв може бути епізодичним з метою урізноманітнення рекреаційної діяльності. Якщо основним мотивом туристичної подорожі є бажання пізнати культуру свого чи інших народів, то час, який витрачається на відвідування музеїв зростає [2].

«Нарешті, відносно невелику частину туризму можна кваліфікувати як музейний туризм. При цьому в структурі проведеного часу туриста переважає систематичне і ретельно сплановане відвідування музеїв. Це, як правило, відбувається внаслідок реалізації академічних чи професійних інтересів відвідувачів музею і супроводжується якісною підготовчою роботою перед початком подорожі, отриманням необхідної інформації за визначеною програмою під час подорожі, а також як обробка та аналіз зібраного матеріалу після подорожі» [2].

Для будь-якого музею принципово важливі відвідувачі (екскурсанти і туристи), які залежно від місця постійного проживання відвідувачі музею поділяються на місцевих та іногородніх. У співпраці з місцевими відвідувачами музеї зацікавлені з метою сприяння соціокультурному розвитку молоді та збереження ідентичності громад. Щодо іногородніх відвідувачів, це популяризація музейних фондів, культурної спадщини та покращення фінансового становища [2].

«Вивчення географії музейної аудиторії може свідчити про значущість і

статус закладу, інтерес до його колекцій та предметів. Чим вище цей інтерес чи атрактивність музею, тим сильніша мотивація до туристичної подорожі, тим ширшим є «музейний хінтерланд». Працюючи з віртуальною музейною аудиторією в інтернет-просторі, заклад фактично готує її частину до майбутніх мандрівок. Відомі музеї є важливим репутаційним активом держави на міжнародній арені, вони відіграють помітну роль у справі культурної дипломатії і бренд-туризму міст та регіонів» [2].

«Музеї здатні вплинути на рівень туристичного попиту завдяки:

- унікальності, автентичності та культурної цінності музейних предметів і колекцій;
- профілю музею;
- художньої та культурної цінності історичних музейних будівель, оригінальності архітектурних рішень музейних новобудов;
- особливостям музейної території, автентичності навколишнього середовища;
- зручності транспортно-географічного положення закладу;
- ефективності менеджменту та маркетингу, розвиненості музейних комунікацій;
- оригінальності та масштабності музейних виставок, фестивалів, концертів та інших подій;
- ціновій політиці музею, якості та асортименту основних і допоміжних послуг;
- організації взаємодії з туроператорами, туристично-інформаційними центрами, готелями, перевізниками та іншими суб'єктами туристичної діяльності;
- здатності працювати круглий рік і певною мірою пом'якшити спад ділової активності в туристичних містах і районах у низький сезон тощо» [2].

Не менш важливим є зворотній вплив туризму на музеї. Надходження від туристів позитивно впливають не тільки на економіку музеїв та місцевих

громад, але й дозволяють здійснювати заходи щодо збереження об'єктів музейної спадщини. Водночас надмірна інтенсивність туристичних потоків може завдати шкоди об'єктам музейної спадщини. Тому, доцільно вживати спеціальних заходів для розподілу у часі та просторі туристичних потоків. Туристичні маршрути доцільно розробляти у співпраці з усіма учасниками туристичної діяльності (музеї, туроператори, представники громадськості, місцева влада) з метою популяризації мало відомих об'єктів та напрямків, які варто відвідати [2].

«Туристична інфраструктура кожного регіону представлена сукупністю закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб туристів та місцевого населення. Серед цих закладів особливу роль відводять музеям – найцікавішим об'єктам екскурсійно-маршрутного та факультативного туризму. Саме туристи у ХХІ ст. починають формувати найчисленніший сегмент музейних відвідувачів як загалом у світі, так і в нашій країні зокрема. В Україні склалася парадоксальна ситуація, нетипова для більшості країн світу, коли не музеї просувають себе до масового споживача, а навпаки – турфірми намагаються самотужки рекламувати рідні музеї туристам. Ефективним шляхом поширення інформації про музеї краю та перелік їхньої екскурсійної пропозиції, музейні послуги загалом та залучення більшої кількості організованих відвідувачів у музей є налагодження співпраці з туристичними фірмами, які зацікавлені у створенні та просуванні українського туристичного продукту» [11].

Співпраця в системі «музей-турагентство» повинна будуватися на концепції «партнерства» – особливих відносин, коли кожна з них не може функціонувати повністю автономно, а ефективність системи забезпечується їх одночасною або послідовною участю у процесі. Такі відносини, засновані на принципі комплементарності, коли, вони добровільно об'єднують або спільно використовують ці ресурси для досягнення власних або спільних цілей.

У контексті такої співпраці музеїв можна говорити про два види

партнерських технологій:

- 1) проект (технологія отримання ресурсів для процесу реалізації конкретних проектних ініціатив);
- 2) мережевий (технологія координації діяльності, формування та спільного використання розподілених ресурсів і загальної інфраструктури).

Найкращою альтернативою співпраці є розробка культурно-освітніх маршрутів за спільною участю працівників музею та представників туристичних компаній. Такі програми можуть розроблятися на конкурсній основі із залученням спеціальних друкованих ЗМІ та всіх зацікавлених сторін. Подібні заходи можуть, насамперед, дати змогу залучити широке коло спеціалістів і просто зацікавлених людей; по-друге, сприяти створенню більш змістовних і цікавих програм перебування туристів; по-третє, створення необхідної інформаційної бази для туристичних компаній, що працюють на ринку внутрішнього та в'їзного туризму в Україні.

У договірних відносинах між музеями та турагентствами доцільно чітко визначати системи знижок і відрахувань з урахуванням якісного складу групи туристів. Для того, щоб турист у туристичній фірмі міг отримати квиток до музейного закладу чи придбати екскурсійний тур з вхідним квитком зі знижкою.

Співпраця між музеями та туристичними фірмами вимагає від партнерів гнучкості (наприклад, швидка розробка та впровадження нових екскурсій для клієнтів однієї з компаній-партнерів, проведення екскурсій іноземною мовою або в неробочий час). У цьому випадку, питання матеріальної винагороди залучених фахівців, туристичним фірмам доцільно вирішити шляхом укладення індивідуальних наймів [11].

Пропозиція музейного туристичного продукту має максимально враховувати можливі запити клієнтів: повний перелік усіх визначних місць певного регіону, альтернативні можливості вибору часового й цінового інтервалів і послідовності їхнього огляду.

У світовій туристичній практиці нині широко використовуються індивідуальні тури – пізнавальні пішохідні екскурсії до найцікавіших історичних місць, що дозволяє максимально врахувати побажання туристів. Основна мета індивідуальної пішохідної екскурсії – познайомити гостя з чудовими історичними, культурними театрами, музеями тощо, де туристу зазвичай пропонується відвідати кілька провідних музеїв міста. Під час неформального спілкування, екскурсовод надає поради щодо самостійного відвідування інших музеїв-партнерів туристичної фірми зі знижками.

«Часто колоритна особистість екскурсовода-вченого справляє на туристів набагато більше позитивно-емоційне враження (від задоволення до захоплення), ніж вервечка самих об'єктів екскурсійного показу. Тому ще раз наголосимо: дуже часто мотивація туриста відвідати той чи інший музей міста, в яке він приїхав на один-декілька днів, безпосередньо залежить від цікавої, образної характеристики зібрань цих музеїв, почутої, туристом від екскурсовода турфірми під час першої оглядової автобусної чи пішої екскурсії містом» [11].

Персонал українських музеїв досить обмежений. Проте в них працюють професіонали, які найкраще володіють місцевими знаннями про пам'ятки культури та історичні події, пов'язані з ними. Тому в музеї доцільно створити неформальну групу співробітників, які мають достатню мотивацію для розширення тематики екскурсійного обслуговування в тому чи іншому місці для туристичних фірм. Невдовзі така діяльність призведе безпосередньо до залучення туристів до музеїв, через низку об'єктивних умов:

- отримавши безкоштовну пропозицію щодо можливостей розширення екскурсійної тематики від кваліфікованих фахівців, туристичні фірми зможуть включити до турпакетів ці екскурсії як основні так і варіативні складові;

- інформація про музей включений до маршруту для нього буде поширюватися абсолютно безкоштовно через комунікаційні канали туристичних підприємств;

– якщо туристична фірма не відразу зацікавиться пропозицією, незалежно від того, чи володіє вона інформацією про музей і екскурсії, у перспективі вона відправить вона до цього об'єкту групових чи індивідуальних туристів [11].

Наступний етап розвитку співпраці, після встановлення партнерських відносин – створення юридично відокремленої екскурсійної структури (наприклад, екскурсійне бюро в музеї). Це необхідно для матеріальної мотивації музейних працівників щодо створення нові екскурсій, які будуть проводити висококваліфіковані фахівці, відповідно для запитів сучасного туристичного ринку, так і на замовлення.

Зазвичай в Україні туристичні фірми не пропонують відвідування музеїв іноземним туристам, оскільки гіді-перекладачі або перекладачі фірми не володіють специфічною термінологією вузькоспеціалізованих та тематичних екскурсій. За наявності попиту на такі екскурсії зазначена структура матиме більше можливостей для залучення професійних перекладачів для співпраці [11].

«Для прикладу, в місті Івано-Франківську працює 20 туристичних фірм, які приймають іноземних туристів. За рік у кожній з них одна група угорських туристів замовляла екскурсію у Музей вишивки. Звичайно, знайти перекладача чи гіді-перекладача було досить складно, тому одну екскурсію заміняли на іншу. Навряд чи задля однієї подібної ненаданої екскурсії в рік керівництво туристичного підприємства розгорне бурхливу діяльність щодо пошуків кваліфікованого гіді-перекладача з угорської мови. А от для створеної при музеї екскурсійної структури це буде полем для роботи, адже, володіючи інформацією від усіх 20 фірм міста, можна на наступний рік забезпечити не тільки можливість проведення екскурсії угорською мовою, а й зробити рекламу для інших потенційних туристів» [11].

Для підвищення ефективності музейних екскурсій і збільшення кількості відвідувачів музею рекомендовано створити можливість

туристичній фірмі обирати екскурсовода, з яким воно постійно співпрацює. Дирекції музею доцільно сприяти туристичним фірмам, якщо вони запросять одного з їх екскурсоводів (у робочий час) для групової екскурсії поза музеєм. Оскільки, він обов'язково запросить групи цих туристів відвідати музей у якому він працює [38].

Отже, організація співпраці музеїв із туристичними фірмами має ґрунтуватися на рівноправному партнерстві, спільній меті розвитку напрямів діяльності та видів послуг, які музеї можуть розвивати для туристів, базуючись на знаннях про потреби і бажання цієї категорії відвідувачів музеїв для успішного розвитку культурно-пізнавального туризму.

У наступному підрозділі роботи нами буде розглянуто музейний туризм як соціокультурний феномен.

1.3 Музейний туризм як соціокультурний феномен

Туристична діяльність є різнобічною, оскільки туристичні послуги, які є результатом цієї діяльності залежать від тематики подорожей, характеру, рівня і просторово-часових характеристик послуг, особливостей контингенту туристів, які їх отримують тощо.

Окрім «стандартних» туристичних послуг (транспорт, розміщення, харчування, інформаційне забезпечення), туристична діяльність включає також послуги інших закладів (освіти, культури, спорту, розваг тощо), що спрямовані на задоволення цих потреб.

У останньому переліку закладів окрім традиційних закладів культури, доцільно виокремити музеї. У Законі України «Про музеї і музейну справу» від 14 травня 1999 р. наводиться таке визначення: «Музеї – це культурно-освітні та науково-дослідні заклади, призначені для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури,

прилучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини» [33].

Як зазначають дослідники, «у цьому трактуванні відсутня згадка про туристичну сферу, проте у галузі туризму музеї займають особливу роль. У сучасних умовах значно змінюється роль музею у культурному житті суспільства. Це призводить до трансформації його функцій. Музеї перетворюються на окремі самостійні атракції, де турист може провести кілька годин або ж і цілий день. Окрім того, вони стають частиною культурного та економічного життя регіону, реалізуючи різноманітні туристичні продукти та послуги» [18]. Про важливість музейних закладів наголошується й у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. [47] та у регіональних програмах розвитку туризму.

Розвиток туризму в регіоні в основному базується на ефективному використанні туристичного потенціалу, формування якого визначається можливістю використання відповідних ресурсів території. Відповідно до однієї з класифікацій, туристичний потенціал включає наступні складові: природно-рекреаційні та історико-культурні комплекси, наявність та якість засобів розміщення та соціальної інфраструктури. Перші дві складові параметри – це причини відвідування регіону, другий – умови, за яких туристи можуть провести більше часу у даній локації. Висока концентрація, оптимальне поєднання та пропорційний розвиток цих параметрів роблять регіон привабливим [30]. Згідно іншого підходу туристично-рекреаційний потенціал регіону включає: природно-ресурсна, історико-культурна, економічна та соціальну компоненти, які взаємодіють між собою і безпосередньо пов'язані з наявними на території туристичними ресурсами [28].

У міжнародній практиці використовується визначення запропоноване Міжнародною радою музеїв (ICOM): «музей – це постійна некомерційна установа, покликана слугувати суспільству і сприяти його розвитку, доступна

широкій публіці, що займається, зберіганням, дослідженням, експонуванням та популяризацією матеріальних свідчень про людину та середовище її існування в наукових, освітніх і дозвіллевих цілях» [55].

Виходячи із викладеного вище О. О. Любіцева стверджує, що «діяльність музейних установ полягає у донесенні широкому загалу особливостей різноманітних природних та матеріально-духовних пам'яток певної території з метою їх вивчення, популяризації, отримання нових знань, умінь, навичок та вражень і застосування їх в практичному житті, організації дозвілля. Можна виділити наступні ключові форми музейної діяльності. Це організація експозицій та виставок, екскурсій та лекцій, спеціальних масових програм і тренінгів, організацію послуг різного асортименту і спрямування, надання авторських прав на відтворення предметів музейної колекції, виробництво і реалізація сувенірів, репродукцій, книг, каталогів, буклетів, альбомів та іншої поліграфічної продукції, відеофільмів, слайдів, електронних видань, технологій віртуальної реальності, гербаріїв, колекцій мінералів, харчових продуктів, напоїв та ін.»

На думку О. О. Любіцевої «музейний туризм являє собою специфічний різновид туризму, особливості якого полягають у використанні туристського потенціалу музеїв і територій, які до них прилягають в освітніх, навчальних, інформаційних, виховних, розважальних, популяризаційних (пропагандистських), оздоровчих, екологічних цілях. Співпраця музеїв і туризму ґрунтується переважно на формуванні складної системи історико-культурних, суспільно-цивілізаційних, господарсько-економічних, техніко-технологічних, креативно-творчих, природно-екологічних зв'язків між виокремленими елементами певних територіально-суспільних формацій. Розвиток цих систем забезпечується акумульованою в музеях природною і цивілізаційною спадщиною, що виступає як фактор туристичного розвитку окремих регіонів» [20].

Перед організаторами музейного туризму стоїть ряд конкретних

завдань: визначити туристичну спеціалізацію музею, сформувати постійний туристичний потік до нього, підготувати туристичну програму і маршрут, скласти пакет рекламної продукції та знайти джерела фінансування.

Оскільки, музейний туризм – це виробництво та продаж різноманітних туристичних продуктів специфічного характеру (організація екскурсій та подорожей, формування виставок та експозицій, виготовлення та реалізація навчальної та культурно-просвітницької літератури, сувенірів, копій музейних експонатів тощо) його не можна назвати традиційним напрямком діяльності музеїв.

Музейний туризм часто ототожнюють з культурним туризмом. На думку дослідників, такий підхід спрощує роль музеїв і музейного туризму, оскільки їх роль і функції більш складні: природничо-екологічна, етнографічно-історична техніко-технологічна, спортивно-фізична, меморіально-інформаційна та креативно-творча функції, а не тільки культурно-просвітницькі завдання [20].

Сьогодні музейний туризм є особливою формою міжцивілізаційного спілкування, що охоплює широкий спектр взаємодій туриста з природним середовищем, спадщиною, історією, філософією, культурою і мистецтвом, технікою і технологіями, фізичною культурою та оздоровчих практик у процесі прямого (або віртуального) спілкування. Це спілкування відбувається через музейні предмети, виставки, підрозділи, колекції, фонди.

Отже, «музейний туризм – це різновид культурного туризму, що полягає у відвідуванні музеїв, ознайомленні з музейними експозиціями, виставковими залами, фондосховищами, участі в науковій та культурно-освітній діяльності музеїв».

«В системі туризму музей посідає особливе місце. Його слід розглядати розглядати у різних аспектах, зокрема, як:

- туристичний ресурс, що характеризується певним рівнем атрактивності;

- складову інфраструктури туризму, а саме індустрії дозвілля, що характеризується економічними показниками розвитку;
- суспільну інституцію, що несе відповідальність за частину національного надбання, яка зберігається у його фондах;
- суб'єкт ринку послуг, що реалізує музейний продукт і керується потребами свого споживача – музейного туриста» [20].

Об'єктом наукових досліджень у музейному туризмі є музеї, як конгломерат різних за профілем і функціями установ, призначених для вивчення, збереження, популяризації та практичного використання пам'яток природи, матеріальної та духовної спадщини з метою ознайомлення людей з особливостями, а також туристичних дестинації пов'язані з ними.

Предметом дослідження музейного туризму є особливості організації туристичних подорожей, пов'язаних з відвідуванням музейних колекцій та виставок, участю ц відповідних заходах з метою отримання нових знань та вражень, нових навичок та розвитку здібностей, як загальних так і професійних.

«Специфіка музейного туризму полягає у комплексному програмно-цільовому практично-діючому використанні різноманітного туристичного потенціалу музеїв і територій, прилеглих до них задля формування системи історико-культурних, природно-екологічних, інтелектуально-просвітницьких, розважально-вражаючих, техніко-технологічних, оздоровчо-лікувальних, креативно-творчих, меморіально-інформаційних музейно-туристичних дестинацій (або їх електронно-віртуальних аналогів: сайтів). Їх розвиток забезпечується акумульованими в музеях фондами. Тому перед організаторами музейного туризму постають завдання визначення туристської спеціалізації музею і формування постійного туристського потоку, складання програми і маршруту, організації квестів, вікторин, конкурсів, використання технології віртуальної реальності та ІТ, формування рекламної продукції, пошук джерел фінансування» [20].

Для організаторів музейний туризм залишається, по суті, спільною діяльністю музеїв і туристичних компаній з виробництва і продажу туристичних продуктів, які пов'язані з відвідуванням виставок, організацією екскурсій, виробництвом і продажем сувенірів з організацією проживання, харчування, трансферу, інформаційної підтримки тощо.

Викладеним вище поняття музейного туризму далеко не вичерпується. В його основі лежить ідея комплексного відображення природних, історичних, культурних, технологічних, наукових, освітніх, екологічних, спортивних, медичних, творчих та інших явищ, які обумовлені специфікою та складом окремих музейних фондів і колекцій.

Основними процесами, пов'язаними зі створенням музейного туристичного продукту, є інтерпретація природної та цивілізаційної спадщини території, а також розвиток специфічної музейно-туристичної креативності (технології мультимедіа чи віртуальної, доповненої реальності тощо), що дозволяє максимально занурити туриста в ту чи іншу епоху, подію, об'єкт, явище тощо.

Музейний туризм орієнтується як на роботу з індивідуальними туристами, так і на роботу з окремими організованими групами, які можуть відвідувати музеї самостійно або за допомогою різних туристичних фірм. У першому випадку музеї беруть на себе роль приймаючої сторони (туроператора) і можуть розвивати власний туристичний продукт з відповідними програмами та заходами. А в іншому випадку, музей виступає одним із елементів аутсорсингових програм (маршрутів), співпрацюючи з туристичними агентствами.

Також, працівники музею можуть самостійно планувати певні туристичні маршрути за дорученням туроператорів, або пропонувати різноманітні послуги. Безсумнівно, цей музейний туризм тісно пов'язаний із формуванням нової економіки вражень, заснованої на постіндустріальних організаційних принципах. Поціновувачі – індивідуальні споживачі з високою

модульністю переваг і широким вибором, мобільністю та вузькоспеціалізованими потребами. Тому, музейний туризм все більше орієнтується на задоволення індивідуальних потреб клієнтів – нетрадиційний туристичний продукт [20].

Серед важливих аспектів, які впливають на його розвиток музейного туризму, на думку деяких дослідників перехід суспільства до постіндустріальної стадії розвитку, підвищення мобільності сучасної людини, глобалізацію процесів у сучасному суспільстві. Тому, діяльність музеїв у постіндустріальному суспільстві трансформується в поєднання різних технік поширення, спрямованих на виробництво символічних вражень і цінностей. Серед них чільне місце посідають образи природних зон і населених пунктів, зображення історичних подій, побуту та господарювання, рис окремих особистостей, які є чинниками привабливості туристичної діяльності. Музейний туризм підкреслює важливість використання унікальних і особливих характеристик певної локації, формування унікального середовища, відтворення історичної епохи та місцевого ландшафту. Музеї, які збирають і показують, чим той чи інший об'єкт відрізняється від інших, надихають туристів відвідати навіть найвіддаленіші місця, стати очевидцями, учасниками подій і явищ, доторкнутися до артефактів, дослідити плин і глибину відчуття часу, силу та досконалість природи.

«Традиційні поняття «музейної аудиторії», «музейних фондів», «музейних колекцій», в наші часи поступово замінюються зовсім іншими. Відомий фахівець в галузі музейного туризму, Дем'єн Вітмор стверджує, що в наші часи музей втрачає свою універсальну масовість набуваючи масовості індивідуалізованої, соціально погрупованої, психологічно виокремленої за характером очікуваних вражень і цінностей. Отже, музейні туристи поєднуються між собою завдяки модельній «атомізації» своїх смаків, почуттів, переконань. І завдання музейного туризму на сучасному етапі – швидко реагувати і пристосовуватися до такої розмаїтості туристичних

очікувань» [20].

Сфера туризму ефективно реагує на запити сучасної людини, на індивідуалізацію попиту та свідомості. Масовий туризм, який завжди припускав простоту і низьку вартість обслуговування, став поступатися місцем глибоко диверсифікованим поїздкам, що пропонують безліч варіантів ситуативного, емоційного, розважального та мотиваційного забарвлення послуг. В умовах інформаційного суспільства такий турист освоює нові простори та формати. Основним джерелом вражень для нього зараз є різноманітні джерела історичної, природної, соціальної, культурної, технологічної, творчої, медико-біологічної інформації, в тому числі віртуальної. Ці інформаційні центри мають глобалізований та універсальний цивілізаційний характер, що є основною суперечністю сучасного суспільства, яке поділеного на різні соціальні групи. Такий «інформаційний турист» стає одним із характерних відвідувачів музеїв, де шукає не колективну свідомість, а перш за все самозанурення, пошук і пізнання власного внутрішнього атомістичного світу, де формуються знання, трансформуються соціальні, культурні та особистісні ролі та ламаються стереотипи, відбувається зміна звичок і норм поведінки. Враження, які приваблюють сучасну людину до музейних турів – це не лише пошук знайомих і споріднених образів суспільства, а й можливість зустрітися з іншим собою [20].

Тому, сучасних туристів приваблюють музейна анімація (ігри, квести, занурення в атмосферу доби, події чи явища. Не традиційне вивчення і засвоєння конкретного матеріалу, а емоційно-чуттєве переживання образів – віртуальні екскурсії музеями, поєднаними екскурсій з виробництвом предметів побуту та побуту, напоїв, їжі, ремеслами, спортивно-оздоровчими практиками, майстер-класами з різних видів мистецтва тощо. Також, популярними є й такі елементи місцевої культури, як нічне життя, етнічні місцевості, екзотичні види дозвілля тощо. Найвідомішим проектом у цих сферах є міжнародна акція «Ніч у музеї». Туристи, які відвідують такі заходи

не відчують великої різниці між досвідом, дозвіллям, подорожами та способом життя, вони відкрито очікують нових вражень, які стають для них важливішими за предмети чи музейні експонати. Тому, спеціально для них зазвичай створюють «псевдокультурні» імітаційні атракціони, оскільки вони видовищні та доступніші за справжні. Тобто, музеї, метою яких завжди було збереження та шанування мистецтва та старовини, йдуть легшим шляхом до популяризації масової культури. Звичними для сучасних музеїв стали ресторани, магазини, ігрові центри та майстер-класи, мультимедійні та інтерактивні технології, віртуальна та доповнена реальність, вистави та концерти, кінопокази тощо. Запровадження цих заходів слід розглядати як інструмент розвитку музейного туризму, здатний задовольнити широке коло потреб споживачів [20].

«Останнім часом в музейному туризмі з'явилися нові форми дестинацій – музейні симулякри. Вони фактично позбавлені будь-яких артефактів та фондів, у них може навіть не бути постійного місця знаходження. Як правило, ці заклади пропонують туристам унікальні враження. В ігровій формі, вони відтворюють уявні цінності та події, формують образи минулого, літературних або кіногероїв, реконструюють окремі елементи легенд, оповідань і казок, або наукової фантастики. Їх важко назвати музеями. Це, скоріш за все, туристичні атракціони» [20].

Отже, музейний туризм – різновид культурно-пізнавального туризму, специфіка якого полягає у використанні потенціалу музеїв і навколишніх місцевих громад їх до умов ринку та потреб туристів постіндустріального суспільства.

У наступному розділі нами буде досліджено сучасний стан та перспективи розвитку музейного туризму у Житомирській області.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ У ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1 Оцінка стану та перспектив розвитку туристичної діяльності у Житомирській області

Конкуренентоспроможність та привабливість регіону значно підвищується, якщо тут зосереджена необхідна кількість туристичних ресурсів для постійного залучення туристичних потоків. «Область має потужний ресурсний потенціал для розвитку туризму, починаючи від природних об'єктів, аналогів яким немає в Україні та світі (Геологічний заказник «Камінне село», більш як 500-літні дуби «Урочища «Тригір'я», унікальні сосни «Урочища «Модрина», реліктова Азалія Понтійська «Поліського природного заповідника»), закінчуючи сучасними промисловими підприємствами, які радо приймають відвідувачів та демонструють свої виробництва (ПАТ Житомирський маслозавод – компанія «Рудь», ТОВ «Органік Мілк», ПрАТ «Мар'янівський склозавод»). Найпопулярнішими туристичними магнітами регіону є Музей космонавтики ім. С.П. Корольова, Замок Радомисль, Древянський парк у м. Коростень. В інформаційному просторі Житомирщина позиціонується як батьківщина Лесі Українки, І. Огієнка, С.П. Корольова та С. Ріхтера» [46].

Наявність транспорту є важливою частиною туристичної інфраструктури. Житомир – транспортний вузол України, головною особливістю якого є близькість до міста Києва (залізницею – 165 км, авто – 131 км). Він розташований на дорозі Київ – Варшава (історична дорога з Києва на захід до Брест Литовська) [13]. За даними Житомирської ОВА, в області працює декілька видів транспорту, це залізничний транспорт, автовокзали, автопарки та тролейбусні депо. Зараз 94% із сіл області мають автобусне

сполучення. Департамент регіонального розвитку є організатором пасажирських перевезень на 385 автобусних лініях загального користування (175 приміських, 210 – міжміськими). Щодня пасажирські перевезення здійснюють близько 450 автобусів [49].

Туристичний ринок України представляють переважно операторами масового ринку та їх розподіл за території держави є не рівномірним (рис. 2.1.1).

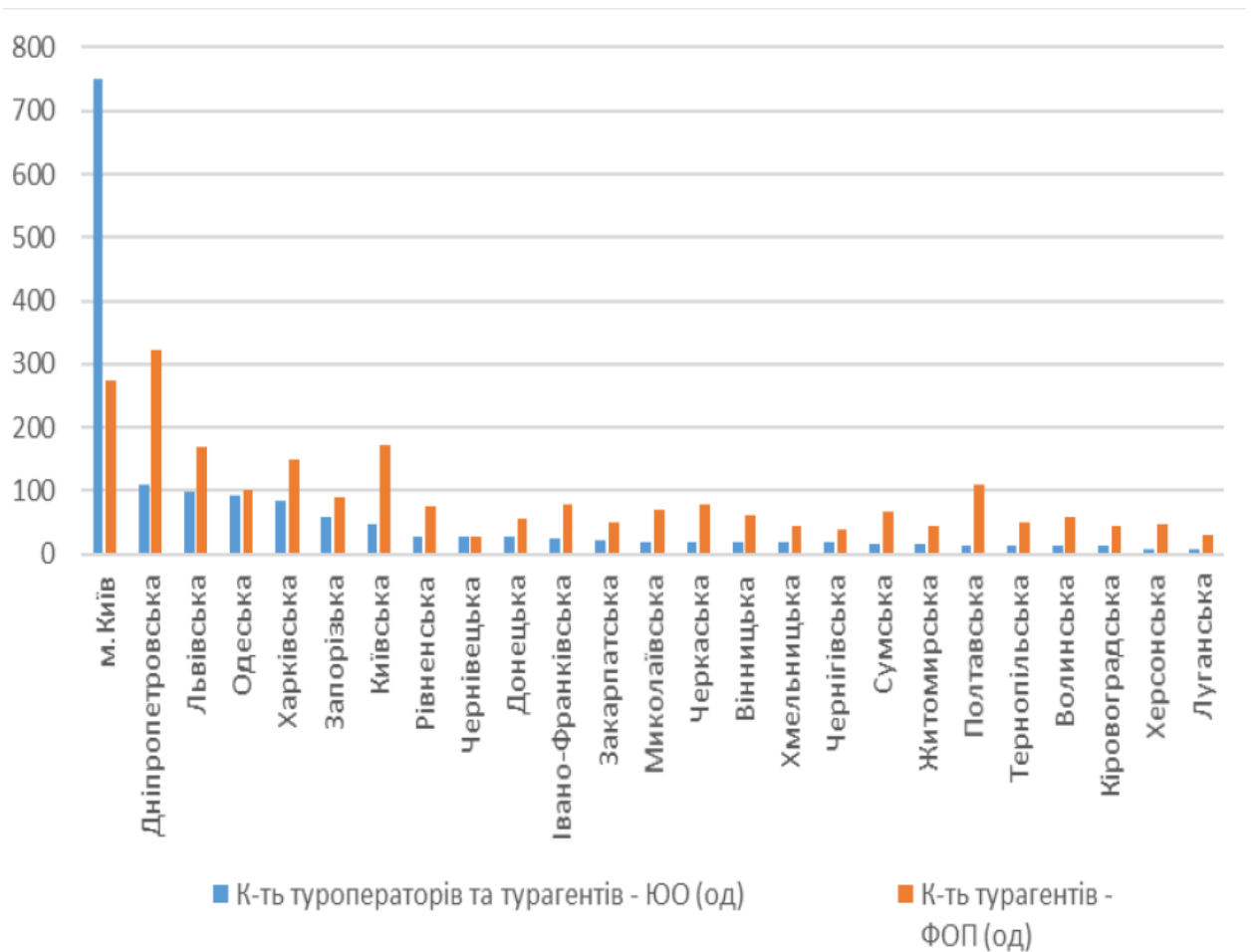


Рис. 2.1.1 Кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами України у 2020 р. [12]

Як свідчать дані рис. 2.1.1, Житомирщина не належить до лідерів за кількістю суб'єктів туристичної діяльності і – 17 місце в Україні.

У табл. 2.1.1 наведено показники кількості суб'єктів туристичної діяльності у Житомирській області у 2012–2020 рр.

Таблиця 2.1.1

Показники кількості суб'єктів туристичної діяльності у Житомирській області у 2014–2020 рр. [12]

Показники	Роки						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Юридичні особи: Кількість суб'єктів туристської діяльності, одиниць	16	20	16	14	16	17	16
- туроператори	4	3	3	2	3	3	3
- турагенти	11	15	12	10	11	13	13
- суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	1	2	1	2	2	1	-
Фізичні особи-підприємці: Кількість суб'єктів туристської діяльності, одиниць	28	27	40	33	47	51	43
- турагенти	27	27	39	32	44	50	х
- суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	1	–	1	1	3	1	х

Як свідчать дані табл. 2.1.1 в області у 2020 р. було зареєстровано 59 суб'єктів туристичної діяльності, з них 3 мають ліцензію туроператора, відповідно 56 здійснюють діяльність як туристичні агенції. Станом на 2019 р. в області було зареєстровано 1 суб'єкт, що здійснює виключно екскурсійну діяльність.

«Хоча на інформаційному порталі «Довідкова Житомира» розміщено інформацію про 81 туристичну агенцію [53] лише в м. Житомирі, цей показник значно вища цифра за офіційні статистичні дані Державної служби статистики України» [51].

«Кількість реалізованих путівок (юридичними особами) у 2018 р. туроператорами склала 383 одиниці (2707 туроднів) на суму 654,8 тис. грн, а турагентами 1922 одиниці (15211 туроднів) на суму 29935,4 тис. грн. Основна мета подорожі – дозвілля, відпочинок. Із 2596 осіб, що офіційно були обслуговані туроператорами, 411 або 16 % діти. Кількість реалізованих путівок (фізичними особами) у 2018 р. турагентами склала 4397 одиниці

(48256 туродні) на суму 61650,3 тис. гривень. Основна мета подорожі – дозвілля. Із 6920 осіб, 1197 або 18 % діти» [46].

У табл. 2.1.2 наведено показники кількості туристів обслуговуваних туроператорами та турагентами в області у 2014-2020 рр., які є юридичними особами.

Таблиця 2.1.2

Показники кількості туристів обслуговуваних туроператорами та турагентами у Житомирській області у 2014-2020 рр. (юридичні особи), осіб [12]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами – усього	Із загальної кількості туристів		
		іноземні туристи	туристи- громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2014	9613	2	7290	2321
2015	6060	3	4693	1364
2016	6283	–	3771	2512
2017	8615	–	5101	3514
2018	9516	–	6954	2562
2019	11253	–	10395	858
2020	6151	–	5599	552

Як свідчать дані табл. 2.1.2 найбільша кількість туристів обслуговуваних туроператорами та турагентами у Житомирській області за досліджуваний період була зафіксована у 2019 р. – 11253 особи, з яких 10395 – туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон, а 858 – внутрішні. Найменша кількість обслуговуваних туристів була зафіксована у 2015 р. – 6060 осіб.

На рис. 2.1.2 наведено кількість туристів, що скористалися послугами туроператорів та турагентів Житомирської області (фізичних осіб-підприємців) у 2005-2018 рр.

Як свідчать дані рис. 2.1.1 співвідношення українців, які виїжджали за кордон та внутрішніх туристів у 2017 р. становило 73 % до 27 %. Проте до 2010 р. кількість внутрішніх туристів переважала тих, хто обирав закордонні подорожі.



Рис. 2.1.2 Кількість туристів, що скористалися послугами туроператорів та турагентів Житомирської області (фізичних осіб-підприємців) у 2005-2018 рр., осіб [45]

У 2019 р. турагентами було обслуговано 10321 осіб, з них 1513 громадян України, які подорожували вдома та 8808, які відпочивали за кордоном. У 2020 р. кількість туристів, що скористалися послугами туроператорів та турагентів Житомирської області (фізичних осіб-підприємців) склала 6151 особу, з них виїзних туристів – 5599 осіб, а внутрішніх 552 особи.

У табл. 2.1.3 наведено показники кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму у Житомирській області у 2014-2020 рр.

Як свідчать дані табл. 2.1.3 в області за досліджуваний період переважає виїзний туризм, а частка внутрішніх туристів залишається відносно сталою, за виключенням пандемії 2020 р. коли їх частка різко скоротилася. Так, у 2018 р. порівняно з 2017 р. кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами зросла з 9516 до 17957 осіб, у 2019 р. позитивна динаміка продовжилася і кількість туристів склала 21594 особи. Варто відзначити що у 2019 р. були зафіксовані 20 іноземних туристів. Позитивну динаміку порушила пандемія і у 2020 р. кількість туристів скоротилася майже вдвічі та склала 11203 осіб.

Таблиця 2.1.3

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму у Житомирській області у 2014-2020 рр., осіб [10]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2014	6060	3	4693	1364
2015	6283	—	3771	2512
2016	8615	—	5101	3514
2017	9516	—	6954	2562
2018	17957	1	14597	3359
2019	21594	20	19203	2371
2020	11203	—	10513	690

«Наявність туристів передбачає їх пересування територією області. Одним із засобів є використання наявної транспортної інфраструктури регіону, а саме, регулярних залізничних та автобусних рейсів. Кількість перевезених пасажирів регулярними залізничними рейсами у 2017 р. становила 2889 тис. осіб, автомобільним транспортом у 2017 р. скористалось 61356 тис. осіб. З 2008 р. спостерігається поступове скорочення використання автомобільного транспорту.

Дані обсягів туристичних потоків та пасажирообороту є неспівставними і є підтвердженням того, що організовані групи туристів (які аналізуються в даному дослідженні) забезпечені транспортними послугами туроператорами.

В області діє 80 закладів розміщення, які надають 4043 одиниці місць проживання. У 2017 р. кількість осіб, що перебувала у колективних засобах розміщення становила 85650 осіб. Спостерігається позитивна тенденція до зростання кількості проживаючих у готелях протягом 2011-2017 рр.» [46].

У табл. 2.1.4 наведено показники діяльності колективних засобів розміщування (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) Житомирської області за 2018-2020 рр.

Таблиця 2.1.4

Показники діяльності колективних засобів розміщування (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) Житомирської області за 2018-2020 рр. [10]

Роки	Кількість колективних засобів розміщування, од	Кількість місць у колективних засобах розміщування, од	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення
2018	17	995	34335
2019	19	1615	40324
2020	16	1193	17719

Дані наведені табл. 2.1.4 свідчать, що на 2020 р. в області налічується 16 колективних засобів розміщування, що на 3 од. менше ніж у 2019 р., відповідно кількість місць у них скоротилася за цей період на 422 од. та що у них перебували на 22605 осіб. у зв'язку із пандемією.

Як бачимо з викладеного вище кількість місць в області у колективних засобах розміщування складає у лише 29,5% від загальної кількості засобів розміщування (хостели, садиби зеленого туризму тощо).

У м. Житомир можна виділити наступні готелі, які користуються популярністю серед туристів: «Reikartz Житомир», «Україна», «Гайки», «Гостинний двір» – центральна частина міста; «Домашній» та «Королівська бочка» – на березі р. Тетерів (південний схід та південний захід міста); Хвиля», «Золоте руно», «Петроград» (північний схід міста) [13].

За інформацією Державного агентства розвитку туризму, станом на 10 червня 2021 р. чотири зірки в Житомирській області мають два готелі: «Дежа Вю» (м. Бердичів) – чотири зірки, 40 номерів, 73 ліжко-місць та «Рейкарц Житомир» (м. Житомир) – 62 номери, 124 ліжко-місць [7].

За офіційними даними в області функціонує 4 санаторії, 3 санаторії-профілакторії та 6 баз відпочинку, які готові надати близько 1800 місць проживання. У 2017 р. в області працювало 315 дитячих закладів оздоровлення, які мають 2611 місць проживання, а влітку в них відпочило

24601 дитина [46].

В місті Житомир нараховується 32 заклади ресторанного бізнесу (ресторанами, кафе, їдальнями, бістро) [37]. За даними сайту TripAdvisor ТОП-5 закладів ресторанного бізнесу міста наступний: 1) «Lila Hinkalna»; 2) «Pleasantville BBQ PUB»; 3) «Фамілія»; 4) «Varenichna Zhitomirski Stravi»; 5) «Львівська майтерня шоколаду», які пропонують українську, європейську та японську кухні [31].

Одним із напрямів вивчення туристичної галузі є визначення її впливу на економіку регіону. Для отримання відповідної інформації узагальнено дані щодо динаміки надходження туристичного збору до місцевих бюджетів.

На рис. 2.1.3 наведено сукупні надходження від туристичного збору у Житомирській області за 2013-2017 рр.

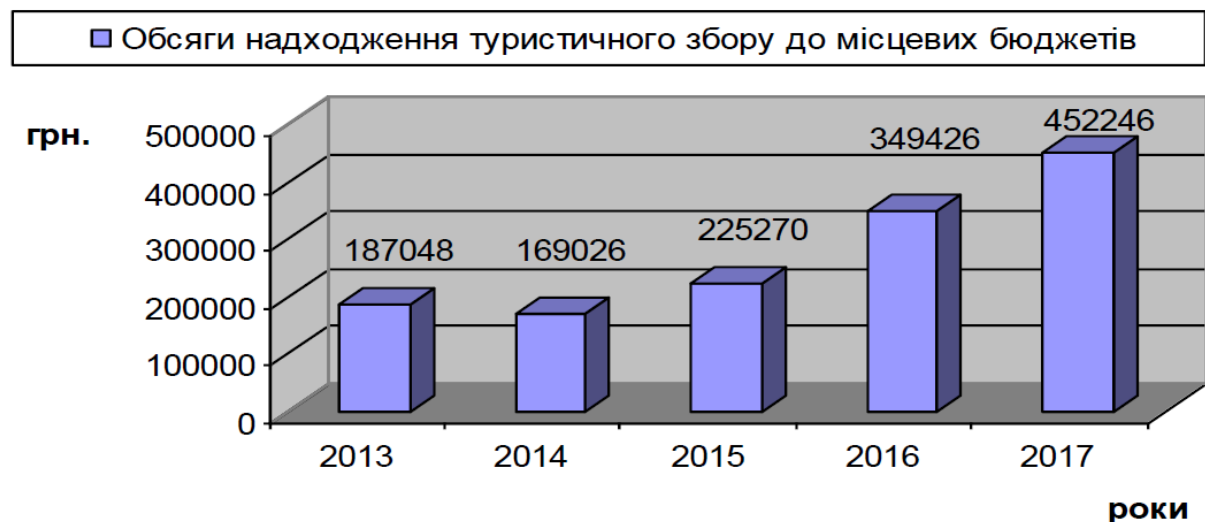


Рис. 2.1.3 Сукупні надходження від туристичного збору у Житомирській області за 2013-2017 рр., грн [46]

До наведеного на рис. 2.1.2 варто додати що з 452246 грн туристичного збору у 2017 р.: 60 % – м. Житомир, 9 % – м. Бердичев, 6,4 % – Житомирський район, 5,8 % – м. Новоград-Волинський.

«Туристичний збір є лише одним і не найголовнішим показником, що характеризує внесок туризму в економіку регіону. Будь-який турист під час відпочинку користується послугами харчування, проживання та

транспортування та інші, тому додаткові доходи мають заклади ресторанного господарства, заклади проживання, транспортні компанії та інші, а відповідно, зростають податкові надходження як до місцевого, так і до державного бюджету» [46].

У табл. 2.1.5 наведено пріоритетні туристичні напрями розвитку туризму у Житомирській області.

Таблиця 2.1.5

Пріоритетні туристичні напрями розвитку туризму у Житомирській області. Складено та доповнено авторкою на основі [24]

Вид туризму	Заходи та локації/туристичні ресурси області
1	2
Фестивальний	Французька весна у Бердичеві; Купальські роси в Немирцях; Міжнародний фестиваль дерунів у Коростені; Ягідний фестиваль «Бруснява» в с. Костовці; в смт Лугини – Всеукраїнський OPEN AIR рок-фест; у м. Новоград-Волинському – Всеукраїнський фестиваль «Лесині джерела»; в м. Овручі – фестиваль картоплі; у с. Стремигород – Міжнародний фестиваль льону.
Медичний	Радонові ванни в санаторії «Дениші»; народження дитини в Житомирському обласному перинатальному центрі; Кардіохірургічний центр Житомирської обласної лікарні ім. О.Ф. Гербачевського; стоматологічний туризм на Житомирщині; санаторій «Тетерів» (м. Коростишів); санаторій «Іршанськ» (сmt. Іршанськ).
Культурний	музей Лесі Українки (м. Новоград-Волинський); літературно-меморіальний музей В. Короленка; Костел святої Варвари (м. Бердичів), де вінчався Оноре де Бальзак; музей космонавтики ім. С. Корольова; Музей української домашньої ікони (м. Радомишль); парк «Древлянський» (м. Коростень); палац Ганських, де відкрито музей Бальзака (с. Верхівня); замок «Радомишль» (м. Радомишль); Андрушівська астрономічна обсерваторія (с. Гальчин, Андрушівський район); замок Терещенко (с. Турчинівка, Чуднівський район); Музей коштовного та декоративного каміння (сmt. Хорошів); Кмитівській музей образотворчого мистецтва (с. Кмитів, Коростишівський район).
Релігійний	Монастир-фортеця католицького ордену Босих Кармелітів (м. Бердичів); Костел святої Варвари (м. Бердичів); Чоловічий монастир Казанської ікони Божої Матері (Урочище Кипяче); Свято-Анастасіївський жіночий монастир (м. Житомир); Тригірський Свято-Преображенський монастир; Свято-Васильківський храм (м. Овруч).
Спортивний	Річки Тетерів, Случ, Уборть – ідеальні локації для водного туризму (сплави, рафтинг, а також скелелазіння); гірський туризм у с. Дениші (скеледром); велотуризм; авто-, мототуризм; авіатуризм.

Продовж. табл. 2.1.5

1	2
Автентичний	Поліський природний заповідник; заказник «Камінне село» (с. Рудня Замисловицька, Олевський район); скеля Голова Чацького (м. Житомир); Ольжині купальні (м. Коростень); «Острів кохання» (с. Ст. Солотвин, Бердичівський район); Центр реабілітації ведмедів «Надія» (с. Березівка, Житомирський район).
МІСЕ-туризм	Житомирщина має потужні перспективи для розвитку бізнесу. Свої інвестиції Житомирській області довіряють 50 країн світу. Житомирська область активно розвивається в галузі економіки, сільського господарства, енергоефективності, медицини та спорту.
Сільській (зелений)	Популярними садибами сільського (зеленого) туризму в Житомирській області є екопростір «Тетерівський кіш» (с. Городське, Коростишівський район), культурно-мистецький центр «Поліська хата» (с. Городське), садиба «Кіт Баюн і Кривенька качечка» (с. Тетерівка, Житомирський район), «Володимирська садиба» (Брусилівщина).
Музейний туризм	34 установи державної, комунальної та приватної форм власності: ДУ «Музей коштовного та декоративного каміння»; Житомирський обласний краєзнавчий музей (смт. Хорошів); Житомирський обласний літературний музей; Музей космонавтики ім. С. П. Корольова, Кмитівський музей образотворчого мистецтва ім. Й. Д. Буханчука, Музей історії в м. Бердичеві; Музей родини Косачів; Новоград-Волинський історико-краєзнавчий музей.; Музей українських домашніх ікон та старожитностей у «Замку Радомисль»; Народний музей «Ремісничий двір» (м. Житомир) та інші 24 музеї, що перебувають у віданні підприємств, установ

Як свідчать дані табл. 2.1.5 наразі пріоритетними туристичними напрямками Житомирській області є фестивальний, медичний, культурний, релігійний, спортивний, автентичний та місе-туризм, а сільській (зелений) та музейний види туризму, які при ефективній організації можуть зайняти гідне місце у туристичній пропозиції регіону.

У наступному підрозділі нами буде проведено аналіз інфраструктури музейного туризму у Житомирській області.

2.2 Аналіз інфраструктури музейного туризму у Житомирській області

Аналіз інфраструктури музейного туризму розпочнемо з аналізу природних та історико-культурних ресурсів обласного центру – міста Житомир. До складу природно-заповідного фонду Житомира входять такі популярні туристичні об'єкти: парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва місцевого значення ім. Ю. Гагаріна, геологічні пам'ятки природи місцевого значення скелі «Голова Чацького» та «Чотири брати». Житомир занесено до Державного реєстру історичних міст України, оскільки на його території налічується 11 пам'яток національного значення та 168 пам'яток місцевого значення [13]. Загалом в області налічується 102 природно-заповідні території та об'єкти. Область володіє багатими природними ресурсами: 250 родовищ корисних копалин та напів-дорогоцінного каміння (мармур, самоцвіти, берил, топаз, кварц).

Розглянемо музеї Житомирської області, як об'єкти туризму, що можуть стати головною метою, подорожі або історико-культурною та природною складовою туристичного маршруту (табл. 2.2.1).

Таблиця 2.2.1

Список музеїв, розташованих на території Житомирської області [57]

№ з/п	Назва	Місцезнаходження
1	2	3
1.	Житомирський обласний краєзнавчий музей*	Житомир
2.	Музей космонавтики імені Сергія Павловича Корольова*	Житомир
3.	Житомирський обласний літературний музей*	Житомир
4.	Музей пожежної охорони	Житомир
5.	Літературно-меморіальний музей В. Г. Короленка*	Житомир
6.	Дім української культури	Житомир
7.	Музей Товариства дослідників Волині	Житомир

Продовж. табл. 2.2.1

1	2	3
8.	Музей імені Бориса Лятошинського	Житомир
9.	Новоград-Волинський краєзнавчий музей*	Новоград-Волинський (з 2022 р. Звягель)
10.	Коростенський краєзнавчий музей*	Коростень
11.	Військово-історичний комплекс «Скеля»	Коростень
12.	Кмитівський музей образотворчого мистецтва імені Й. Д. Буханчука*	Кмитів
13.	Літературно-меморіальний музей-садиба М. Т. Рильського*	Романівка
14.	Музей коштовного і декоративного каміння*	Хорошів
15.	Музей родини Косачів*	Новоград-Волинський (з 2022 р. Звягель)
16.	Музей української домашньої ікони	Радомишль
17.	Музей Хліба	Велика Цвіля
18.	Літературно-меморіальний музей Лесі Українки*	Новоград-Волинський (з 2022 р. Звягель)
19.	Музей історії медицини	Новоград-Волинський (з 2022 р. Звягель)
20.	Музей партизанської слави Полісся*	Словечне
21.	Брусилівський історичний музей імені Івана Огієнка*	Брусилів
22.	Малинський історико-краєзнавчий меморіальний комплекс	Малин
23.	Олевський краєзнавчий музей*	Олевськ
24.	Музей історії Овруччини*	Овруч
25.	Овруцький історико-краєзнавчий музейний комплекс «Древлянські джерела»	Овруч
26.	Пулинський районний художній музей «Пулинські барви»	Пулини
27.	Краєзнавчий музей Черняхова*	Черняхів
28.	Музей історії Любара	Любар
29.	Краєзнавчий музей Романівщини	Романів
30.	Музей історії міста Бердичева*	Бердичів
31.	Новоборівський краєзнавчий музей*	Нова Борова
32.	Районний народний музей імені Джозефа Конрада	Терехове
33.	Хорошівський народний музей історії району	Хорошів

Продовж. табл. 2.2.1

1	2	3
34.	Ємільчинський народний районний краєзнавчий музей*	Ємільчине
35.	Велико-Коровинецький районний краєзнавчий музей*	Великі Коровинці
36.	Музей села Паволоч	Паволоч
37.	Музей села Копище*	Копище
38.	Меморіальний музей Оноре де Бальзака*	Верхівня
39.	Баранівський історико-краєзнавчий народний музей*	Баранівка
40.	Коростишівський народний історичний музей*	Коростишів
41.	Радомишльський народний краєзнавчий музей*	Радомишль

* Зберігає предмети, які належать до державної частини Музейного фонду України

Згідно Закону України «Про музеї та музейну справу»: «до державної частини Музейного фонду України належать музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, що є державною власністю, зберігаються у державних музеях, у тому числі музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, що зберігаються в музеях, які належать до сфери управління місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, а також у музеях, створених при підприємствах, в установах, організаціях і навчальних закладах державної та комунальної форм власності чи у їх складі. До державної частини Музейного фонду України належать також предмети музейного значення, що підлягають внесенню до державної частини Музейного фонду України, музейні колекції, музейні зібрання, що зберігаються на підприємствах, в установах та організаціях державної і комунальної форм власності [33].

Розгляне детально найбільш популярні серед туристів музеї Житомирської області.

1. «Житомирський обласний краєзнавчий музей, один з найстаріших музейних закладів України, був заснований у другій половині XIX ст.

Започаткувала музейне зібрання у 1865 р. невелика колекція мінералів, яка швидко зростала зусиллями вчених, краєзнавців і колекціонерів та зберігалася й експонувалася у публічній бібліотеці до 1911 р. Нині музей зберігає понад 150 тис. пам'яток природи, історії та культури краю. Найцікавіші серед них: речові пам'ятки з Райковецького городища IX- XIII ст.; зразки одягу, килимів та ремісничих виробів Житомирського Полісся різних періодів; книги з бібліотеки Ганських-Жевуських; меморіальні речі видатних земляків. Окраса музею – зібрання західноєвропейського мистецтва XVI – початку XX ст. Художній відділ музею, створений у 1919 р., увібрав у себе частини націоналізованих приватних колекцій, серед яких найвідоміші волинські зібрання баронів де Шодуар (м. Житомир) та Ілінських-Стецьких з містечка Романів. Тут зосереджено твори провідних художніх шкіл Європи: Італії, Голландії, Фландрії, Франції, Австрії, Польщі. Стаціонарні діючі виставки Житомирського обласного краєзнавчого музею: 1) Західноєвропейський живопис XVI – поч. XX ст.; 2) Традиційне ткацтво та вишивка Житомирщини кін. XIX – XX ст.; 3) Виставка «З природничих колекцій Житомирського обласного краєзнавчого музею» (до 150-річчя створення музею); 4) Наш край у добу Української Народної Республіки. 1917-1921 рр.» [15].

2. Сільський музей історії Джозефа Конрада (с. Терехове Бердичівського району) відкрили 5 грудня 1987 р. Музей присвячений історії села та містить велику експозицію, присвячену англійському письменнику Джозефу Конраду, який, ймовірно, народився в селі Терехове. 300 експонатів музею розповідають про дитинство та юність автора, його родинне та особисте життя, про його морські подорожі, які тривали майже двадцять років. Також представлено літературну творчість автора. Загалом музей налічує понад 2000 експонатів, з кожним роком їх кількість збільшується. У кімнатах музею експонати розповідають про історію краю від найдавніших часів до наших днів, багато предметів неоліту, трипільської та черняхівської культур [54].

3. Млин-музей (с. Красівці Бердичівського району) – відтворений за

старовинними технологіями водяний млин, який колись він виконував господарську функцію створив місцевий фермер К. Мулярчук. Чільне місце серед усіх експонатів належить дерев'яним рублям, яких у музеї 40. У колекції музею є речі з різних куточків України і навіть Америки. Оскільки, музей розташований у приміщенні млина, то чимало експонатів розповідають саме про хліборобство [8].

4. Історико-культурний комплекс «Замок Радомисль – приватний музейний комплекс, створений в м. Радомишлі українським медиком і політиком О. Богомолець. Містить у собі єдиний в Європі. Музей української домашньої ікони, в основі якого – особиста колекція ікон, котру Ольга Богомолець збирала з 1995 р. В експозиціях і фондах комплексу представлені також колекції предметів сакрального мистецтва і церковного начиння, а також українських і європейських старожитностей. Комплекс об'єднує в собі готель, музей, ландшафтний парк, приміщення для урочистих церемоній та концертний зал [54].

5. Музей кошовного і декоративного каміння (сmt Хорошеве Володарсько-Волинського району). Це один із відомих геологічних музеїв України та світу. Зібрання унікальних мінералів та гірських порід з камерних пегматитів Волині зробили музей популярним як серед геологів-фахівців, так і широких верств населення. Колекція, яка постійно поповнюється, налічує 1800 зразків із геологічних утворень України, країн Європи, Америки, Африки та інших місць світу. У зібрання музею можна побачити зразки берилу, аквамарину, гірського кришталю, димчастого кварцу та чорного моріону; топази різних кольорів, аметисту та багато інших мінералів та гірських порід [54].

6. Військово-історичний комплекс «Скеля» – музейний комплекс, розташований у підземеллях колишнього командного пункту Коростенського укріпленого району на березі річки Уж в центральній частині м. Коростеня у 2005 р. Хоча заклад складається з трьох рівнів, сьогодні відвідувачам

доступний лише. Більшість експонатів музею складають предмети, знайдені в оборонних спорудах Коростенського та Новоград-Волинського укріпрайонів, предмети часів німецько-радянської війни. Є багато експозицій часів Чорнобильської катастрофи, наприклад, захисна дитяча кімната, де можна врятувати дитину від радіаційного ураження [54].

7. Кмитівський музей образотворчого мистецтва імені Й. Д. Буханчука. «Художній музей у селі Кмитові Коростишівського району. Ідею створення художнього музею на довгі роки виношував і втілював у життя уродженець села Студениці, палкий шанувальник мистецтв і колекціонер Йосип Дмитрович Буханчук. Фондове зібрання нараховує понад 3000 експонатів. Загалом постійна експозиція налічує близько 750 творів живопису, графіки, скульптури, декоративно-ужиткового мистецтва, і розгорнута вона у 10-ти залах» [54].

«Музей знайомить з творчістю художників різних поколінь. Поряд з роботами видатних майстрів, чиї імена ввійшли в історію радянської культури, демонструються твори талановитих митців молодшого покоління. Гордістю музею стали роботи живописців: Є. Мойсеєнка, С. Чуйкова, В. Орешнікова, Ю. Кугача, А. Осипова, Ю. Подляського, В. Коненка, Д. Налбандяна, В. Рейхета, О. Шовкуненка, С. Григор'єва, М. Максименка, М. Глуценка, Т. Яблонської, графіків: А. Кібріка, Г. Верейського, В. Рудакова, Л. Сойфертиса, М. Дерегуса, В. Касіяна, А. Кокоріна, А. Гончарова, скульпторів (нині, 2010, це окрема зала): К. Білашової, Л. Буківського, В. Горєвого, А. Куца, О. Харча та інших. Музейне зібрання дає можливість також ознайомитись з оригінальними творами представників різних національних шкіл мистецтва. Тут зібрана унікальна колекція творів, виконаних у стилі соціалістичного реалізму» [57].

8. Національний музей космонавтики імені С. П. Корольова (м. Житомир) складається з меморіального будинку-музею С. П. Корольова, експозиції «Космос», сховища фондів. У планах передбачено створення

планетарію. В експозиції представлена колекція зразків космічної техніки, обладнання, спорядження космонавтів, а також інші музейні об'єкти з космічної тематики. Окремо представлені артефакти, які стосуються розвитку космонавтики в Україні [57].

Меморіальний будинок-музей С. П. Корольова був відкритий у 1970 р. на його батьківщині у Житомирі. В експозиціях можна побачити багато особистих речей родини Корольових, які передали музею близькі родичі вченого. За спогадами матері академіка, інтер'єр кімнат був приблизно відтворений. Збірник містить робочі матеріали, зображення та документи.

Експозиція «Космос», яка розміщена в окремому приміщенні, неподалік від будинку-музею була відкрита у 1991 р. Тут представлені обладнання та спорядження космонавтів, моделі та фото космічної техніки. Головним експонатом є оригінальна ракета-носій космічного корабля «Союз-27». Ще у колекції музею є також цінний експонат – капсула з місячним ґрунтом [26].

9. «Музей історії міста Бердичева – міськрайонний культурний, краєзнавчий і просвітній осередок, що розкриває історію важливого торгівельно-релігійного центру міста Бердичева та його околиць. Музейний заклад міститься в одній з будівель комплексу споруд Монастиря Кармелітів Босих, а саме у флігелі, що правив за будинок священиків. У двоповерховому приміщенні 8 експозиційних залів:

- 1) етнографічний;
- 2) історичний: Бердичів і околиці від давнини до XX століття;
- 3) початку XX століття і визвольних змагань українців 1917-21 років;
- 4) зала II Світової війни, що розповідає, зокрема, про трагедію місцевих євреїв;
- 5) зала, присвячена видатним людям Бердичівщини;
- 6) 2 зали, що висвітлюють сьогодення Бердичева, в тому числі присвячена військовикам сучасності, а також спортивній славі міста;
- 7) виставкова зала, де експонуються змінні виставки».

«Унікальними експонатами музею є: Євангеліє 1780 р. видання (надруковане старослов'янською мовою, оклад виготовлено в друкарні кляштору Босих кармелітів, на лицьовій стороні зображено Розп'яття Ісуса Христа, а на тильній – образ матері Божої Бердичівської); турецький орден за заповзяття, самовідданість та вірність «Меджида»; знак «50-річчя Петровського Полтавського кадетського корпусу» тощо» [57].

10. Брусилівський історичний музей імені Івана Огієнка (м. Брусилів) – видатного вченого, мовознавця, поета, прозаїка, політолога, теоретика канонічного права, професора, перекладача Біблії та релігійної літератури українською мовою. Експозиція музею розміщена у двох виставкових кімнатах. Одна з них відображає основні етапи життя та громадської діяльності І. Огієнка. У музеї відтворено інтер'єр української хати Київської губернії початку ХХ ст., для того щоб поринути в обстановку, в якій жив І. Огієнка. У другій виставковій залі представлені матеріали, які розповідають про Брусилівський район та історію Брусилова. У музеї представлено колекцію монет солідів (перша половина ХVІ ст.), знайдених на території області, копію «Євангелія» 1753 р., знаряддя праці та вироби місцевих ремісників, предмети побуту, знаряддя праці, традиційний одяг та артефакти видатних особистостей краю [6].

11. «Коростенський краєзнавчий музей (м. Коростень) – зібрання матеріалів з природи, історії, етнографії та культури Коростенщини (понад 25 тис. експонатів). Музей було відкрито у 1987 р., проте історія його створення розпочалася у 1924 р. У закладі діють 3 відділи:

«Природа» – представлено ландшафтне районування Коростенщини, її геологію та корисні копалини, рослинний і тваринний світ;

«Історія — висвітлено історичний розвиток Коростенського краю від давнини до сьогодення. Цінні експонати історичного відділу – зброя, прикраси, речі побуту Х-ХІХ століть. У етнографічному підвідділі не лише виставлені традиційні українські одяг, хатнє начиння, інструменти та інші

речі, а й відтворено в оригінальних пам'ятках приміщення ремісників»;

«Виставковій зала – експонуються тимчасові виставки митців, в т.ч. місцевих, вироби народних умільців, фотоекспозиції тощо».

«Пріоритетною темою діяльності Коростенського краєзнавчого музею залишається древлянський період історії міста і краю. У теперішній час розпочато й тривають роботи зі створення історико-археологічного музею-заповідника «Стародавній Іскоростень IX-X ст.», який буде діяти як науково-дослідна, музейна, туристична структура» [57].

12. Приватний музей старовинного інструменту «Ремісничий двір» (м. Житомир) новий туристичний об'єкт міста заснований місцевим колекціонером Ф. В. Євтушенко. Фонд музею нараховує понад 20 тисяч експонатів. У музеї можна дізнатися історію різних ремесел, в його експозиції представлені верстати, колекція сокир, молотів, кувалд, підков, плоскогубців, свердел, ламп та багато іншого чим раніше користувалися теслі, теслі, ковалі. Окрема в музеї також представлена колекція експонатів відноситься до часів Радянського Союзу: годинники, фотоапарати, посуд, одяг, іграшки, радіоприймачі, телевізори, праски, капелюхи, окуляри, музичні інструменти, іграшки та багато іншого [25].

Отже, огляд найбільш популярних музейних об'єктів Житомирщини засвідчив, що область має туристичні ресурси, достатні для залучення потенційних музейних туристів. В регіоні можуть бути реалізовані наступні напрямки музейного туризму: історичний, військовий, науково-технічний, культурно-пізнавальний та літературний.

У наступному підрозділі роботи нами буде здійснено розробку музейного туру по Житомирській області.

2.3 Розробка музейного туру по Житомирській області

1. Обґрунтування і його коротка характеристика музейного туру для школярів «Літературні канікули на Житомирщині».

Сучасна шкільна освіта неможлива без позакласної та краєзнавчої роботи в школі. Одним з найкращих і популярних видів такої діяльності є туризм. Подорожі та екскурсії можуть бути використані як важливий виховний засіб різнобічного впливу на учнів і музеї як засоби наочної атракції можуть у цьому допомогти. З метою якісної організації відпочинку під час канікул та у ненав'язливій формі заповнення прогалин під час вивчення української літератури ми пропонуємо музейний для школярів старших класів «Літературна Житомирщина», де відвідаємо місця пов'язаних з письменниками та поетами та їх творами не тільки українських В. Г. Короленко, М. Т. Рильського, Лесі України, але й світових – О. де Бальзака.

2. Основні дані для проектування туру з прийому туристів.

2.1. Тривалість туру складає 2 дні/1 ніч.

2.2. Маршрут туру Київ – Житомир (Звягель – Верхівня – Романівка) – Київ (рис. 2.3.1).

2.2. Розміщення. Готель у м. Житомир 2-х місні номери.

2.3. Чисельність групи – 30 осіб, вік 11-15 років, 2 супроводжуючих-вчителя.

2.4. Супровід. Група забезпечена супроводом 1 гід-супроводжуючого від туристичної фірми.

2.5. Транспортне забезпечення. За програмою даного туру група забезпечена транспортним обслуговуванням (автобус) з м. Київ до м. Житомир, за програмою туру (Звягель – Романівка – Верхівня) та повернення до м. Київ.

2.6. Основні локації туру

якій відомий своїми перекладами українською мовою «Одіссеї» та «Іліади» Гомера; М. Скорульському – композитору. Зараз музей організовує різноманітні заходи, презентації нових книг, зустрічі з відомими людьми, вечори, присвячені різним датам та особистостям (фото 2.3.1) [17].



Фото 2.3.1 Житомирський обласний літературний музей [17]

2. Літературно-меморіальний музей В. Г. Короленка.

Музей розташований у садибі побудованої у першій половині XIX ст., де 27 липня 1853 р. в родині житомирського повітового судді письменник-гуманіст і громадський діяч В. Г. Короленко. Мета роботи музею – вивчення біографії та творчості письменника, а також пошук фактів і предметів, пов'язаних з періодом його життя на Житомирщині. Сьогодні колекція музею нараховує кілька тисяч експонатів, які розміщені в семи залах і розповідають про життя і діяльність письменника, його родини та товариства. А ще є окрема кімната, присвячена творчості автора.



Фото 2.3.2 Літературно-меморіальний музей О. де Бальзака – Маєток
Ганських (с. Верхівня) [57]

У літературній вітальні музею відвідувачі музею можуть ознайомитися з визначними пам'ятками та тематичними екскурсіями експозиціями музею, різноманітними науково-просвітницькими заходами, літературно-музичними вечорами, а також творчими зустрічами з видатними людьми (фото 2.3.2) [16].

3. Літературно-меморіальний музей-садиба М. Т. Рильського (с. Романівка Попільнянського району). Експозиція розміщена в чотирьох кімнатах меморіального будинку, що належав родині поета, де згодом відкрили сільську школу, де вчителював М. Т. Рильський. Тут представлено матеріал про родину поета; виставки, пов'язані з його життям в цьому селі, а також документи, книги, фотографії, особисті речі пов'язаних з родиною Рильських.



Фото 2.3.3 Літературно-меморіальний музей В. Г. Короленка
(м. Житомир) [57]

За для шанування пам'яті та популяризації творчості М. Т. Рильського щороку, навесні у музеї організовується літературно-мистецьке свято «Романівська весна» (фото 2.3.3) [54].

4. «Літературно-меморіальний музей Лесі Українки, присвячений життю і творчості видатної української поетеси Лесі Українки. Музей міститься у меморіальному приміщенні, в якому народилась Леся Українка. В п'яти кімнатах відтворено життя родини Косачів у Звягелі: документи, картини, фотографії, книги, меблі того часу. Представлені матеріали літературно-етнографічної діяльності А. П. Косач (Олени Пчілки). В окремому залі експонуються реліквії родини Косачів та її оточення» (фото 2.3.4-2.3.5) [54].



Фото 2.3.4 Літературно-меморіальний музей-садиба М. Т. Рильського
(с. Романівка) [57]



Фото 2.3.5 Літературно-меморіальний музей Лесі Українки (м. Звягель) [57]

2.7. Харчування.

У турі передбачено 3-х разове харчування 2 дні, яке включено до вартості туру (сніданки та вечері у готелі м. Житомир, обіди у кафе у м. Звягель та с. Романівка).

3.1. Програма обслуговування туристів.

Програма обслуговування туристів наведена у табл. 2.3.1.

Вартість путівки включає в себе наступні пункти: вартість проживання, вартість трансфера, вартість харчування, вартість екскурсійної програми, вхідні квитки в музеї та вартість страхового поліса.

Таблиця 2.3.1

Програма туру «Літературні канікули на Житомирщині»

[складено авторкою]

День	Дні та локації туру
1-й день	
06.00-08.00	Виїзд м. Київ та прибуття до м. Житомир. Трансфер в готель
08.00-09.30	Поселення в готель м. Житомир. Сніданок.
09.30-11.00	Екскурсія у Житомирському обласному літературному музеї
11.00-13.00	Переїзд до м. Звягель
13.00-14.00	Обід у кафе м. Звягель
13.00-14.30	Екскурсія у Літературно-меморіальний музей Лесі Українки (м. Звягель)
14.30-16.00	Екскурсія у Музей родини Косачів (м. Звягель)
16.00-18.00	Повернення в готель. Вечеря
2-й день	
08.00-09.00	Сніданок у готелі м. Житомир
09.00-11.00	Екскурсія у Житомирському літературно-меморіальному музеї В. Г. Короленка
11.00-12.00	Звільнення номерів, залишаємо речі у камері схову. Переїзд до с. Романівка
12.00-13.00	Обід у кафе с. Романівка
13.00-14.30	Екскурсія у літературно-меморіальному музеї-садибі М. Т. Рильського (с. Романівка)
14.30-15.00	Переїзд до с. Верхівня
15.00-16.00	Екскурсія у Літературно-меморіальному музеї О. де Бальзака (с. Верхівня)
16.00-18.00	Повернення в готель м. Житомир
18.00-19.00	Вечеря у готелі м. Житомир
19.00-21.00	Повернення до м. Київ

3.2. Калькуляція туру (табл. 2.3.2).

Таблиця 2.3.2

Калькуляція туру «Літературні канікули на Житомирщині»

[розроблено авторкою]

№ з/п	Найменування витрат	Ціна, грн	Кількість	Формула	Загальна сума, грн
1	Транспорт (Київ-Житомир (Звягель-Романівка) Верхівня -Київ)	22000	-	-	15000
2	Проживання, сніданок, вечеря (2-х містний номер) в	600	16 номерів, 2 доби	$\text{Впр} = \text{Ціна одного номера} * \text{Кількість номерів} * \text{Кількість днів проживання}$	19200
3	Харчування на групу (обід) 1-2 день	3000	2 дні	-	6000
4	Екскурсійний супровід, вхідні квитки	6400	-	-	6400
5	Заробітна плата супроводжуючого	500	2	$\text{Вз} = \text{Денна ставка} * \text{Кількість днів роботи}$	1000
6	Накладні витрати	-	10 %	$\text{Вн} = (\text{п1} + \text{п2} + \text{п3} + \text{п4}) * 10\% / 100\%$	4760
7	Страховання туристів від нещасних випадків на транспорті	40 грн турист/день	група 32 особи 2 дні	$\text{Вс} = \text{Вартість 1 доби} * \text{Кількість діб} * \text{кількість туристів}$	2560
8	Прибуток	-	20 %	$\text{Ціна} = 20\%/100\% * (\text{п1} + \text{п2} + \text{п3} + \text{п4} + \text{п5} + \text{п6} + \text{п7})$	10984
9	Загальна вартість туру	-	-	$\text{Втз} = \text{п1} + \text{п2} + \text{п3} + \text{п4} + \text{п5} + \text{п6} + \text{п7} + \text{п8}$	65904
10	Ціна путівки на 1 особу	-	група 30 осіб (2 супроводжувачі-вчителі безкоштовно)	$\text{Цп} = \text{Втз} / \text{Кількість осіб}$	2195

Отже, вартість 1 путівки складе 2195 грн.

До наведено у табл. 2.3.1 варто зазначити, що до вартості путівки не

входить:

- особисті витрати;
- сувеніри.

Отже, музейний туризм в системі позаурочної роботи та позашкільної діяльності повинен культивуватися в кожній школі, оскільки він є прекрасним засобом навчання дітей цікаво і змістовно організувати своє дозвілля та відпочинок, способом прищепити школяру любов до навчання, самостійність, привчити до активності.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Музейний туризм – різновид культурно-пізнавального туризму, специфіка якого полягає у використанні потенціалу музеїв і навколишніх місцевих громад їх до умов ринку та потреб туристів постіндустріального суспільства.

Житомирщина унікальна територія з своїм історико-культурним, та природнім потенціалом та потужною музейною інфраструктурою, що формує конкурентні переваги, які розкривають можливість території у формуванні та розвитку музейного туризму. Проведене дослідження засвідчило, що пріоритетними туристичними напрямками Житомирській області є фестивальний, медичний, культурний, релігійний, спортивний, автентичний та місе-туризм, а сільській (зелений) та музейний види туризму, які при ефективній організації можуть зайняти гідне місце у туристичній пропозиції регіону.

Музеї як туристичний ресурс, об'єкти краєзнавчо-туристичної діяльності, культурно-просвітницькі проєкти сприяють залученню відвідувачів до дестинації, зростанню грошових надходжень у бюджет та позитивно відображається на розвитку конкурентоспроможності регіону загалом. Їх відвідування туристами створює позитивний імідж громади та дозволяє диверсифікувати місцевий туристичний продукт. Огляд найбільш популярних музейних об'єктів Житомирщини засвідчив, що область має туристичні ресурси, достатні для залучення потенційних музейних туристів. В регіоні можуть бути реалізовані наступні напрямки музейного туризму: історичний, військовий, науково-технічний, культурно-пізнавальний та літературний.

Розвиток управління індустрією музейного туризму у Житомирській області потребує підтримки щодо узгодження розвитку цієї сфери усієї

України. Позитивних зрушень можна досягти завдяки ефективному використанню музейної інфраструктури, державно-приватного партнерства у сфері популяризації туристичного потенціалу регіону. Організація співпраці музеїв із туристичними фірмами має ґрунтуватися на рівноправному партнерстві, спільній меті розвитку напрямів діяльності та видів послуг, які музеї можуть розвивати для туристів, базуючись на знаннях про потреби і бажання цієї категорії відвідувачів музеїв для успішного розвитку культурно-пізнавального туризму. Сприяння розвитку музейного туристичного продукту та ефективній реалізації державної та регіональної політики в галузі туризму в умовах повоєнного відновлення економіки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02. URL: <https://dissertation.com.ua/>. (дата звернення: 29.05.2024).
2. Балабанов Г. В. Музеї як чинник розвитку туризму: європейський досвід та українські реалії. Функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі України: колективна монографія. Львів: ЛТЕУ, 2018. С. 338-360.
3. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Монографія. К URL: <https://tourlib.net/search.htm?q=бейдик...> (дата звернення: 11.06.2024).
4. Блажкевич Т. П., Якубовська Л. В. Потенціал та роль літературного музею в становленні туристичної індустрії Житомирщини. Вісник Львівського інституту економіки і туризму. 2015. № 10. С. 200-205.
5. Брич В. Я. Організація туризму: підручник. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.
6. Брусилівський історичний музей імені Івана Огієнка. URL: <https://zhitomir-online.com/podiyi/86972-brusylivskyuy-istorychnyy-muzey-imeni-ivana-ogiyenka.html> (дата звернення: 23.05.2024).
7. В Житомирській області є лише два готелі, які зараз мають офіційні зірки. Житомир.Info. URL: https://www.zhitomir.info/news_200958.html (дата звернення: 02.06.2024).
8. В Житомирській області створили млин-музей. 20 хвилин. URL: <https://zt.20minut.ua/Podii/v-zhitomirskiy-oblasti-stvorili-mlin-muzey-10269652.html> (дата звернення: 02.06.2024).
9. Гайдай О. М. Музеєзнавство: навч. посіб. Миколаїв: Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 212 с.

10. Головне управління статистики у Житомирській області. Офіційний сайт. URL: <https://www.zt.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 27.05.2024).
11. Горішевський П., Ковалів М., Мельник В., Оришко С. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв: навч. посіб. Івано-Франківськ: Плай, 2005. 223 с.
12. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.05.2024).
13. Житомир: паспорт міста 2020. URL: https://2030.zhitomir.ua/upload/iblock/62b/62b30d796a_58156de27825cd186b0da2.pdf (дата звернення: 18.05.2024).
14. Житомирська обласна військова адміністрація. URL: <https://oda.zht.gov.ua/> (дата звернення: 17.05.2024).
15. Житомирський краєзнавчий музей. Офіційний сайт. URL: <http://kraymuz.zt.ua/about-museum/museum-history/> (дата звернення: 02.06.2024).
16. Житомирський літературно-меморіальний музей Короленка. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/71639_zhitomirskiy-literaturno-memorialnyy-muzeu.htm (дата звернення: 02.06.2024).
17. Житомирський обласний літературний музей, Житомир. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/71637_zhitomirskiy-oblastnoy-literaturnyy-muzeu.htm (дата звернення: 02.06.2024).
18. Карпюк А. В., Трофімук-Кирилова Т. М. Роль музеїв у туристичному розвитку та екскурсійній сфері міста Луцька. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1657> (дата звернення: 25.05.2024).
19. Конспект лекцій з дисципліни «Основи музеєзнавства» (для студентів напряму підготовки 242 Туризм усіх форм навчання). Уклад. К. В. Осипенко. Маріуполь: МДУ, 2018. 121 с.
20. Любіцева О. О., Шпарага Т. І. Музейний туризм: навчальний

посібник. К., 2021. 150 с.

21. Мазурик З. В. Туризм як виклик для музеїв Вісник ДІТБ. Серія «Економіка, організація і управління підприємствами» (в туристичній сфері). 2016. № 10. С. 235-238.

22. Маркіна Ю. М. Скансени – інноваційні об'єкти музейного туризму. Геолого-географічний факультет Дніпропетровського Національного університету імені Олеся Гончара. URL: <http://www.ggf-dnu.org.ua> (дата звернення: 15.05.2024).

23. Мельник А. В., Качаровський Р. Є., Єрко І. В., Мельник Н. В. Музеї як детермінанти розвитку туризму в умовах децентралізації. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. За наук. ред. Л. Ю. Матвійчук, Ю. М. Барського, М. І. Лепкого. 8 вид. Луцьк, 2022. С. 260-280.

24. Мірко Н. В., Костянчук О. М. Концептуальні засади управління туристичною сферою на прикладі Житомирської області. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління. 2020. Т. 31 (70). № 1. С. 50-57.

25. Музей «Ремісничий двір» (м. Житомир). Вандрівка. Ваш путівник Україною. URL: <https://vandrivka.com.ua/muzej-remisnichij-dvir-m-zhitomir/> (дата звернення: 02.06.2024).

26. Музей космонавтики імені Корольова, Житомир. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/71426_muzey-kosmonavtiki-imeni-koroleva.htm (дата звернення: 02.06.2024).

27. Основні тематичні напрями національної системи туристично-екскурсійних маршрутів «Намисто Славутича»: навч.-метод. посіб. За ред. П. П. Науменко, С. В. Грибанова, О. П. Дорошенко й ін. К.: Ін-т туризму ФП України, 1999. 123 с.

28. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.

29. Паур І. В. Основи музейної справи: навч.-метод. посібник для організації самостійної роботи здобувачів вищої освіти спеціальності 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація. Кам'янець-Подільський : Видавець Панькова А. С., 2021. 204 с.

30. Поливач К. А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України. К.: Інститут географії НАН України, 2012. 208 с.

31. Примак Т. Ю., Тиш Я. П. Оцінка ефективності туристичної інфраструктури міста Житомир. Інвестиції : практика та досвід. 2022. № 3. С. 54-59.

32. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 р. № 2026-III. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>. (дата звернення: 10.05.2024).

33. Про музеї та музейну справу: Закон України від 29 червня 1995 р. № 249/95-В. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80/page> (дата звернення: 22.05.2024).

34. Про оздоровлення та відпочинок дітей: Закон України від 04.09.2008 р. № 375-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/375-17> (дата звернення: 10.05.2024).

35. Про природно-заповідний фонд України: Закон України від 16.06.1992 р. № 2465-12. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12> (дата звернення: 10.05.2024).

36. Про туризм: Закон України від 11.02.2015 р. № 324/95-вр. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 10.05.2024).

37. Ресторани Житомира. URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants_g298050_Zhytomyr_Zhytomyr__Oblast.html (дата звернення: 02.06.2024).

38. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Музеєзнавство: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 428 с.

39. Рутинський М. Й. Географія туризму України: навч.-метод. посіб.: 2-ге вид., доп. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 185 с.

40. Система статистики культури ЮНЕСКО – 2009. Монреаль:

UNESCO-UIS, 2010. 99 p. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-ru.pdf> (дата звернення: 22.05.2024).

41. Скансени – Музеї просто неба. Україна споконвічна. URL: <http://etnoua.info/skanseny-muzeji-prosto-neba/> (дата звернення: 15.05.2024).

42. Скансени України як важливий туристичний ресурс. http://tourlib.net/statti_ukr/afanasjev5.htm. (дата звернення: 17.05.2024).

43. Скансени України як перспективні об'єкти музейного туризму та осередки збереження етнобуття в умовах глобалізації (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованих документів 2011–2013 рр.). ДЗК. 2013. Вип. 5/6. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2013/muzei_prostoneba.Pdf (дата звернення: 14.05.2024).

44. Старовинні маєтки України: Книга-альбом. Ред. Д. Родічкін, О. І. Родічкіна. К.: Мистецтво, 2015. 42 с.

45. Статистичний щорічник Житомирської області за 2018 рік / за ред. Г. Пашинської. Житомир : Головне управління статистики у Житомирській області, 2019. 460 с.

46. Стратегія розвитку Житомирської області на період до 2027 року. Додаток до рішення обласної ради від 18.12.2019 № 1722. Житомир. 2019. 234 с.

47. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р URL: zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-r. (дата звернення: 20.05.2024).

48. Тищенко С. Сучасний стан розвитку туристичної галузі Житомирщини. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія. Географічні науки. 2020. № 5 (409). С. 133-140.

49. Транспортна інфраструктура Житомирської області є важливим

складовим елементом регіонального розвитку. Житомирська обласна військова адміністрація. URL: <https://oda.zht.gov.ua/news/transportna-infrastruktura-zhytomyrskoyi-oblasti-ye-vazhlyvym-skladovym-elementom-regionalnogo-rozvytku/> (дата звернення: 02.06.2024).

50. Чекалюк В. В. Туризм як чинник формування державного іміджу. Інформаційне суспільство. 2014. Вип. 19. С. 13-16.

51. Чернишова Т. М., Валінкевич Н. В., Мутасова С. А. Аналіз діяльності суб'єктів туристичної діяльності в Житомирській області. Інфраструктура ринку. 2022. Вип. 63. С. 93-98.

52. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : підручник. К.: Знання, 2013. 334 с.

53. 1552. Довідка Житомира. Інформаційний портал». URL: <https://1552.com.ua/ua/catalog/turfirmituragentstva/> (дата звернення: 23.05.2024).

54. 8 унікальних музеїв Житомирщини, які варто відвідати. Вголос.zt. URL: <https://www.vgolos.zt.ua/8-unikalnyh-muzeyiv-zhytomyrshhyny-yaki-varto-vidvidaty/> (дата звернення: 02.06.2024).

55. International council of museums (ICOM). Statutes. URL: https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/2017_ICOM_Statutes_EN.pdf (дата звернення: 22.05.2024).

56. Ua.Igotoworld. Туристичний портал. URL: <https://ua.igotoworld.com/> (дата звернення: 30.05.2024).

57. Wikipedia. Вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/> (дата звернення: 28.05.2024).

58. Zruchno travel. Туристичний портал. URL: <https://zruchno.travel> (дата звернення: 22.05.2024).