

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

**АНАЛІЗ ТА ПОРІВНЯННЯ МУЗЕЙНИХ ЛОКАЦІЙ ЄВРОПИ ТА США В
КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ТУРИСТИЧНИХ
ПРОПОЗИЦІЙ**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала
студентка IV курсу заочної форми
спеціальності 242 «Туризм»
ОП «Міжнародний туризм»
Кантемір Катерина Романівна
Керівник: доцент кафедри географії та
менеджменту туризму
Іванунік Віталій Олександрович

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри № 9
від « 4 » травня 2026 р.
Зав. кафедри _____ д. геогр. н., проф. Король О. Д.

м. Чернівці – 2026

Анотація

Дана робота присвячена розробці та формуванню ринкових пропозицій для туристичного продукту на основі музейних закладів як у Європі та і у США. Тема охоплює широкий спектр питань, пов'язаних із культурним туризмом, маркетингом, управлінням культурною спадщиною та економікою вражень. Визначено найбільш перспективні музеї Європи та США для формування турів. Розглянуто основні закономірності відвідуваності музеїв за досліджуваний період. Представлено аналіз динаміки діяльності основних показників музейного туризму та визначено напрямки розвитку та популяризації музейних локацій. Головними аспекти роботи є порівняння ринкових музейних пропозицій для міжнародного туризму в Європі та США.

Ключові слова: музейний туризм, ринкова пропозиція, туристична локація, культурна спадщина, блокбастер-виставки, пізнавальний тур.

Abstract

This work is devoted to the development and formation of market offers for a tourist product based on museum institutions in both Europe and the USA. The topic covers a wide range of issues related to cultural tourism, marketing, cultural heritage management and the economy of impressions. The most promising museums in Europe and the USA for the formation of tours are identified. The main patterns of museum attendance for the studied period are considered. An analysis of the dynamics of the main indicators of museum tourism is presented and directions for the development and popularization of museum locations are determined. The main aspects of the work are a comparison of market museum offers for international tourism in Europe and the USA.

Keywords: museum tourism, market offer, tourist location, cultural heritage, blockbuster exhibitions, educational tour.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____К.Р. Кантемір

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	2
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МУЗЕЙНОГО БІЗНЕСУ	7
1.1 Поняття та суть музейної справи та її роль в міжнародному туризмі.....	7
1.2 Види та класифікація музейних закладів.....	9
1.3 Історичні особливості формування музейного бізнесу.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ У КОНТЕКСТІ МУЗЕЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	24
2.1 Місце та роль музеїв у міжнародному туризмі.....	24
2.2 Новітні пропозиції на міжнародному музейному ринку.....	28
2.3 Аналіз сучасних музейних потоків.....	32
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РИНКОВИХ МУЗЕЙНИХ ПРОДУКТІВ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ.....	36
3.1 Вибір та формування музейного європейського туристичного продукту для міжнародного туризму.....	36
3.2 Вибір та формування музейного туристичного продукту в США для міжнародного туризму.....	43
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туристичний бізнес – перспективна галузь, яка вже охопила більшість сфер нашого життя. Навіть такі культурні заклади, як музеї не залишилися осторонь розвитку туристичного ринку. Співпраця туризму з музейними закладами розпочалася відносно нещодавно, та музеї вже встигли захопити світ своїми пропозицією, прийнявши, мільйони туристів.

Музеї є одним із головних каталізаторів розвитку міжнародного туризму. Вони перетворюють міста на глобальні туристичні центри та генерують значні економічні потоки. Музеї також є могутніми генератори культурного капіталу. Міста і місцеві громади та їхні уповноважені особи звертаються до музеїв та інших культурних феноменів як до способу відродження ідентичності, культури та економіки. Нещодавні дослідження підтверджують вплив музеїв на соціальний та економічний розвиток громад. Саме музейні заклади слугують туристичним брендом території та допомагають зробити міста привабливими для ширшої аудиторії туристів.

Міста з історично вагомими культурними амбіціями, такі як Нью-Йорк, Париж та Лондон, розглядають культуру як важливу складову своєї економічної системи. Зазначається, що музеї можуть бути не лише культурними осередками, але й потужною рушійною силою локального економічного розвитку будь-якої країни і, фактично, її брендом.

Хронологічні межі дослідження обумовлені його тематичною спрямованістю та статистичною вибіркою та охоплюють період з 2012 по 2019 рік.

Територіально охоплюють країни Європи в порівнянні з Північною Америкою, зокрема США.

Мета роботи – порівняльна оцінка впливу музейних локацій на міжнародний туризм.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі **завдання** дослідження:

- визначити місце роль музеїв у системі сучасного туристичного бізнесу;
- оцінити можливості формування туристичних музейних турів;
- оцінити та порівняти туристично-пізнавальні продукти світу;
- надати глибоку характеристику особливостям відвідувань світових музейних закладів США та Європи;
- визначити найбільш перспективні напрями розвитку світової музейної справи в контексті цінових пропозицій на музейний продукт.

Об'єкт дослідження – музейні локації Європи та США як особливий інструмент формування цінових пропозицій на музейний продукт.

Предмет дослідження – особливості впливу ціни музейних експозицій на туристично-пізнавальні прибуття в порівнянні Європи та США.

Методи дослідження – в роботі використані аналітичні методи, структурно-логічні, системний підхід, порівняння, опис, класифікація.

Структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МУЗЕЙНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Поняття та суть музейної справи та її роль в міжнародному туризмі.

Найбільші музеї світу розташовані у великих містах, тоді як локальні та тематичні музеї розташовані у малих містах. Музеї мають різну мету – від надання послуг для туристів та громадськості до обслуговування науковців та спеціалістів. Від цілей обслуговування науковців музеї все частіше переходить до обслуговування туристів.

Музейні заклади – це установа, яка зберігає колекції пам'яток та, що мають культурну, мистецьку, історичну та наукову цінність. Публічні музеї дають можливість побачити артефакти доступними для загального огляду через експозиційні виставки, які можуть бути тимчасовими або постійними.

Слово «музей» має походження від давньогрецької мови Μουσείον (Mouseion), що означає місце храму, який присвячений Музам (покровителям у грецькій міфології), а також, споруда для відокремленого навчання та опановування мистецтва [1].

За спеціалізацією музеї класифікуються на такі типи: археологічні, історичні, естетичні, краєзнавчі, літературні, етнографічні, художні, технічні, тощо. До найбільших музеїв світу належать Мистецький музей у Нью-Йорку, Паризький Лувр, Національний музей Китаю в Пекіні, Британський музей та Національна галерея в Лондоні, Смітсонівський інститут у Вашингтоні та Музеї Ватикану.

В 1946 р. створена міжнародна організація ICOM (від англ. – International Council of Museum) – це Міжнародна рада музеїв для розвитку музейної діяльності. Дана структура включає понад 27 тис. членів з 118 країн світу, що тісно співпрацює з іншими міжнародними організаціями та ЮНЕСКО. За

інформацією Міжнародної ради музеїв, на сьогоднішній день нараховується 55тис. музеїв у 206 країнах. [7]

Для сьогодення мета сучасних музеїв – зберігати, збирати та демонструвати експонати, що мають культурне, мистецьке та наукове значення для туристичної та комерційної діяльності. Музеї – сховища знань та потенційна туристична поїздка до краєзнавчого музею чи художнього музею може стати як просвітницьким та і розважальним способом провести дозвілля.

На світовому рівні облік ом відвідуваності музейних закладів займається – Тематична розважальна асоціація (The Themed Entertainment Association; TEA) – це міжнародна некомерційна організація, що представляє провідних світових виробників атрактивних туристичних локацій у всьому світі. Вона була заснована в 1991 р. охоплює майже 1600 членів розташованих в чотирьох регіонах: Південна Америка, Північна Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон Європа та Близький Схід.

За роки свого існування TEA змінила глобальне уявлення, як має виглядати розважальний туризм та культура розваг у музеях. Провідними заходами TEA – в галузі атрактивного туризму є щорічна премія:

- Thea Awards;
- конференція SATE (Історії, Архітектура, Технології, Досвід);
- Тематичний звіт TEA / AECOM та Індекс музеїв;
- TEA NextGen для допомоги студентам, які планують кар'єру в галузі культурного туризму.

Головна місія TEA полягає у створенні можливостей та виконання інших завдань:

1. Стимулювання знань до професійного зростання в туризмі;
2. Сприяння діалогу та спілкуванню між членами організації;
3. Розширення організації та збільшення видів діяльності.

1.2. Види та класифікація музейних закладів

Специфікою музейної класифікації з огляду на своє різноманіття, філософську роль у суспільстві, музеї не піддаються чіткій класифікації. Проте, їх можна поділити за видом колекцій, які вони демонструють: історію, прикладне мистецтво, образотворче мистецтво, археологію, ремесло, антропологію, біографію, історію культури, техніки, науки, а також дитячі музеї. Окремо виділяють енциклопедичні музеї, які ще називають універсальними, вони мають колекції, що включають науку, мистецтво, культуру, історію.

Більшість музеїв демонструють «постійні виставки» цікавих вибраних експонатів по власній спеціалізації, і тимчасово демонструвати «спеціальні виставки», або виставки-блокбастери.

Часто музеї класифікуються згідно джерел утримання та фінансування (приватні, муніципальні, державні). Проте, класифікація за джерелами фінансування не демонструє на справжній характер колекції. Музеї, що фінансуються національним урядом – можуть зберігати унікальні колекції, як Лувр та Британський музей, вони володіють спеціалізованими колекціями, як і деякі інші національні музеї у Європі [4].

В залежності від походження музейної колекції, музеї класифікуються на такі основні типи:

- 1) універсальні;
- 2) науково-технічні;
- 3) природничі;
- 4) історичні;
- 5) художні.

Віртуальний музей – класифікуються окремо завдяки своїй унікальній електронній системі демонстрації об'єктів.

Універсальні музеї – зберігають колекції з більш ніж однієї тематики, і тому їх ще називають міждисциплінарними. Більшість таких музеїв були засновані у

XIX ст. – на початку XX ст. на базі приватних колекцій та демонстрували енциклопедичний дух часу. Окремі такі музеї містять ряд унікальних колекцій, що можна групувати їх за кількома окремими категоріями. Особливо це стосується деяких великих музеїв, які мають колекції в одній або декількох виставкових експозиціях.

Окремі музеї орієнтуються на певну аудиторію, завжди зберігаючи постійні колекції для цільової аудиторії. Одними з таких є дитячі музеї, які також можуть відвідувати дорослі. Тут, зазвичай представлені інтерактивні експонати. Наприклад, Дитячий музей у Бостоні, Бруклінський дитячий музей у Нью-Йорку, Дитячий музей в Індіанapolisі (щорічно приваблює більше мільйона відвідувачів). З іншого боку, знаходяться музеї, присвячені езотериці, або музеї, виключно для дорослого контингенту відвідувачів, такі як Музей сексу, у Нью-Йорку відкритий у 2002 році [17].

Найпоширенішими серед універсальних музеїв є краєзнавчі, вони демонструють знання про окрему місцевість чи регіон. Вони широко поширені по всій Європі, а також Північній Америці зокрема США. Головна їх характерна риса полягає у відображенні історії, природи, традицій та творчості місцевих людей. Краєзнавчі музеї мають можливість створювати спеціальні програми, спрямовані на формування взаємоповаги та взаєморозуміння між представниками різних народів. У містах з великою кількістю іммігрантів, наприклад, у Бредфорді чи Лестері, регіональні музеї активно реалізують подібні ініціативи.

Природничі музеї демонструють унікальні природні ландшафти. Їхні колекції можуть складатися з різноманітних зразків, серед яких ссавці, птахи, комахи, рослини, мінерали та викопні рештки. Історія таких музеїв бере свій початок із приватних кабінетів та знахідок, заснованих видатними особистостями та дослідниками Європи в періоди епохи Відродження та Просвітництва. Окремі екземпляри природного світу також знаходяться в окремих найдавніших музеях

світу. До таких музеїв належать Музей Ашмоля в Оксфорді (Англія), Британський музей у Лондоні та Національний музей природничої історії в Парижі. Провідні музеї світу, серед яких Музей природознавства в Лондоні, Національний музей природознавства Смітсонівського інституту у Вашингтоні та Американський музей природознавства в Нью-Йорку, є надзвичайно важливими комплексним сховищем величезних і різноманітних колекцій, що відображають багатство природного світу. Ці культурно-наукові установи не лише володіють унікальними зібраннями зразків флори, фауни, мінералів та палеонтологічних знахідок, але й виконують роль глобальних центрів у галузі таксономії, досліджуючи й класифікуючи мільйони видів живих організмів. Крім того, на базі таких музеїв активно розвиваються масштабні програми наукових досліджень і експедицій, спрямованих на збереження біорізноманіття та вивчення екосистем нашої планети. Завдяки їхній діяльності забезпечується цінний внесок у розуміння складних процесів, що відбуваються у природному середовищі.

Музеї науки і техніки демонструють наукові ідеї та прилади, що беруть свій початок з епохи Просвітництва. Окремі з них виникли на основі колекцій, зібраних науковими товариствами, інші – з приватних зібрань, наприклад, музей Тейлєрса в Арнемі (Нідерланди). Згодом еволюція наукових музеїв охопила впровадження науки, завдяки чому музеї почали фокусуватися на збереженні технологічного та наукового здобутку. Деякі музеї науки та техніки зосереджені переважно на представленні самої науки та впровадження її досягнень. У таких музеях пріоритет приділяється збереженню та демонстрації науково-технічних процесів, а не лише самих об'єктів.

Наукові музеї користуються особливою популярністю не лише серед дітей, але й серед дорослих, оскільки вони пропонують відвідувачам можливість взаємодії через інтерактивні експозиції. Відомими прикладами таких музеїв є Науковий музей у Лондоні, Deutsches Museum у Мюнхені, та Національний

повітряно-космічний музей у Вашингтоні. До інших спеціалізованих музеїв належать, Національний залізничний музей у Йорку, Велика Британія, або Швейцарський музей транспорту. Останнім часом також набувають популярності промислові музеї, котрі зазвичай включають значну кількість технічних елементів.

Деякі музеї, такі як популярний Музей науки і промисловості в Чикаго або Технологічний музей у Мехіко, мають більш акцентований технічний профіль. Часто ці заклади отримують підтримку від різних галузей промисловості, які створюють власні музеї для збереження історичної спадщини та просування своєї діяльності.

Музеї, присвячені сучасним науковим досягненням, наприклад, Палац винаходів у Парижі, також займаються популяризацією наукових теорій. Схожі функції виконують і наукові центри, які зосереджуються на демонстрації наукових принципів, але, як правило, не займаються збиранням і збереженням історичного обладнання. Важливим прикладом у цій галузі є Науковий центр Онтаріо, розташований у Торонто.

Історичний музей часто використовується для накопичення колекцій та хронологічної перспективи. Через всеосяжний характер історії музеї даного типу цілком краще називати універсальними музеями широкого профілю.

Музеї, присвячені вивченню конкретних аспектів історії, існують на різноманітних рівнях — від загальнонаціонального до локального та місцевого. Їх основна мета полягає у висвітленні певних тем, подій або регіональних особливостей. Музеї, що охоплюють загальну історію у її широкому розумінні, є відносно рідкісними, особливо серед національних музеїв. Одним із таких винятків можна назвати Національний історичний музей, розташований у стінах знаменитого замку Чапультепек у Мехіко. Ця унікальна установа слугує багатогранним центром збереження та популяризації історичної спадщини.

На місцевому та регіональному рівнях існує чимало прикладів, коли артефакти відсутні або їхнє використання здається недоцільним, організатори вдаються до застосування реконструкцій, моделей і графічних зображень серед таких – можна виділити Лондонський музей, а також музеї Дрездена, Люксембургу, Амстердама, Нью-Йорка, Варшави та Стокгольма. Для забезпечення послідовності хронології та покращення сприйняття матеріалу часто залучають мультимедійні технології.

Хоча історичні музеї можуть містити археологічні експонати, існує спеціалізована категорія музеїв, що зосереджуються саме на таких артефактах, — музеї старожитностей. Колекції античного світу представлені в національних музеях Афін, Каїру, Единбургу, Копенгагена, Мадриду та ін. Такі музеї особливо поширені на території Європи. Що стосується музеїв археології, то їх основна мета — вивчення та збереження історичних знахідок, здебільшого отриманих з розкопок.

Історичні музеї, які спеціалізуються на етнографічних аспектах, зосереджують увагу на збереженні та демонстрації матеріалів через призму культурної спадщини, а не часових періодів. Ці музеї наголошують на багатогранності культурного контексту, що відображає традиції, цінності й спосіб життя різних народів. Яскравим прикладом є Національний музей американських індіанців Смітсонівського інституту, у Вашингтоні. З моменту відкриття у 2004 році він став унікальним місцем, де об'єднується культурне життя корінних народів Американського континенту.

Етнографічні музеї відіграють важливу роль у промислово розвинених державах, особливо тих, які брали участь у колонізації. Дані етнографічні музеї історично зосереджувалися на культурі інших народів. Багато таких музеїв було створено під час розквіту колоніального домінування. Так з'явилися Музей людини в Парижі, масштабні етнографічні колекції Британського музею в Лондоні та Музей Королівського тропічного інституту – в Амстердамі.

У провінційних містах теж можна віднайти цікаві етнографічні музеї. Наприклад, через особисті ініціативи, як у випадку з Музеєм Річки Пітта в Оксфорді та Національними музеями та галереями в Мерсісайді, Ліверпуль, Англія або завдяки торговим зв'язкам, як це сталося із Заморським музеєм у Бремені, Німеччина. Особливість останніх двох прикладів полягає в їхньому розташуванні поблизу важливого міжнародного порту.

Культурно-історичні музеї мають безліч унікальних форм, які відображають багатство та різноплановість багатьох аспектів сучасного життя, охоплюючи матеріальну культуру, яка формує нашу щоденну реальність. Одним із перших, хто звернув увагу на вивчення повсякденного життя та традицій, був Артур Газеліус із Швеції, який у 1873 році створив Північний музей у Стокгольмі. Цей музей став першим у світі, метою якого було зберігати і досліджувати традиційний побут і культурну спадщину жителів Скандинавії. А через деякий час, відкрився ще один проєкт Газеліуса – перший музей на відкритому просторі у Скансені. Його концепт полягав у створенні інтерактивного простору, де відвідувачі могли поринути у відтворені умови історичного життя.

Музеї під відкритим небом продовжують залишатися популярною формою збереження культурної пам'яті. Серед прикладів таких закладів варто згадати Національний сільський музей в Бухаресті (Румунія), де представлено архітектурну спадщину сільських громад. А у США Колоніальний Вільямсбург у Вірджинії дозволяє зануритися у атмосферу епохи американської колонізації. Ці музеї під відкритим небом є не лише місцем експозицій, але й живим свідченням минулого. Вони служать своєрідними мостами між поколіннями, зберігаючи історію в її автентичній формі та пропонуючи відвідувачам можливість безпосередньо доторкнутися до культурного спадку людства.

Історичні будівлі, що збереглися до наших днів, нерідко перетворюються на музеї. Яскравим прикладом меморіальних музеїв є, будинок Джорджа

Вашингтона у Вірджинії. Окрім особистих історій, багато музеїв фокусуються на подіях, які вплинули на хід історії. Серед них — Меморіал австралійської війни в Канберрі та Імператорський музей війни в Лондоні. Ці заклади належать до військових музеїв — категорії, що стрімко розвивалася після завершення Першої світової війни.

У ХХ столітті значну популярність здобули й морські музеї, які демонструють багатогранність історії судноплавства. Як і інші музеї, вони можуть розташовуватись у різних форматах: в історичних будівлях, як це зроблено у Національному морському музеї в Грінвічі, Англія; у сучасних спорудах, як у Німецькому музеї судноплавства в Бремерхафені; або в спеціально відновлених прибережних зонах, як-от Саут-стріт у Нью-Йорку.

Художній музей або картинна галерея. Естетична цінність є головним чинником при виборі предметів до колекції музею. Експозиції формуються з скульптури, живопису та декоративно-прикладного мистецтва. Одним з перших художніх музеїв державного значення у Європі був Музей мистецтв Базеля.

Сьогодні широко використовується непряме природне світло для виставки, у Тейт Модерні в Лондоні. Окремі художні музеї представили інші візуальні мистецтва – кіно, музику, відео чи театр – для покращення інтерпретації.

У багатьох випадках сучасне мистецтво демонструється в спеціалізованих музеях, які функціонують як культурні майданчики для взаємодії громадськості з творчістю. Музеї такого типу займаються популяризацією експериментальних підходів у мистецтві, пропонуючи відвідувачам несподівані форми. Яскравими прикладами є Паризький центр Помпіду, музей Штеделейка в Амстердамі, а також музеї сучасного мистецтва в Стокгольмі та Нью-Йорку, у колекціях яких переважають новаторські та нестандартні роботи. З огляду на сміливий характер сучасного мистецтва і значні матеріальні ресурси, необхідні для його придбання, ключову роль у діяльності таких музеїв відіграють тимчасові виставки. У деяких випадках саме вони стають основним елементом роботи цих культурних закладів.

Віртуальний музей — це зібрання цифрових ресурсів, таких як фотографії, аудіо файли, текстові матеріали та інші дані, які мають історичну, наукову чи культурну цінність і доступні через електронні платформи. Особливість віртуального музею полягає в тому, що він не зберігає фізичних експонатів, що позбавляє його стабільності та унікальності, характерних для традиційних музеїв у загальноприйнятому сенсі. У більшості випадків такі проєкти фінансуються та підтримуються звичайними музеями й тісно пов'язані з їхніми реальними колекціями. Проте завдяки гіперпосиланням і мультимедійним технологіям, доступним через Інтернет, оцифровані матеріали надають можливість вивчення експонатів у формі, яку користувач обирає самостійно, забезпечуючи нові рівні взаємодії з культурною спадщиною [3].

Сучасні віртуальні музеї здійснюють свою діяльність через веб-сайти, які, перш за все, надають загальну інформацію, зокрема години роботи, правила відвідування та перелік доступних послуг. Деякі з них також містять схеми залів або плани поверхів. Віртуальні музеї слугують інструментами підтримки, спрямованими на популяризацію, інтерпретацію та ознайомлення з експозицією музею. Особливо поширеною функцією є створення «віртуальних виставок», які представляють онлайн-екскурсії, сфокусовані на вибраних ключових експонатах. Крім того, окремі музеї або культурні інституції забезпечують доступ до спеціалізованих баз даних, де міститься структурована інформація про музейні фонди. Наприклад, база даних Joconde, яку підтримує Міністерство культури Франції, дозволяє ознайомитися з інформацією про значущі мистецькі твори, що перебувають на збереженні у музеях по всій Франції.

Заходи у віртуальних музеях передбачають створення колекцій, які максимально використовують переваги сучасних цифрових технологій, зокрема легкий доступ, гнучку структуру, можливості гіперпосилань, інтерактивність та мультимедійні інструменти Інтернету. В історичній ретроспективі варто зазначити, що ранні електронні колекції часто слугували платформою для

демонстрації потенціалу графічних веб-браузерів. Зокрема, одним із перших прикладів таких ініціатив став проєкт EXPO, заснований у 1993 році. Він був створений як онлайн-путівник до артефактів Ватиканської бібліотеки, представлених на виставці в Бібліотеці Конгресу США у Вашингтоні. У подальшому розвиток проєкту EXPO супроводжувався його перенесенням на сервери поза локальною мережею Бібліотеки Конгресу та розширенням функціоналу. У рамках цього процесу було створено низку тематичних «павільйонів», присвячених археології, архітектурі, історії та палеонтології. Ці розділи включали експонати, надані різними науковими й культурними організаціями, що сприяло формуванню багатогранної платформи для досліджень і освіти.

Іншим новаторським проєктом став WebMuseum — онлайн-виставка, яка презентує твори живописців від середньовіччя до сучасності. Її створено у 1994 році завдяки зусиллям науковців з Політехнічного університету Парижа. З часом Веб-музей значно розширився, включивши не лише репродукції картин, а й супровідні тексти та музичні добірки, створені багатьма авторами.

1.3. Історичні особливості формування музейного бізнесу

В історії музеїв проф. Ф. Вайдахер визначає такі етапи розвитку музейної справи:

- До музейний період охоплює час від появи перших ознак збирання предметів у Месопотамії на початку II тисячоліття до нашої ери і триває до формування скарбниць у XIV столітті;
- Протомузейний період характеризується створенням князівських зібрань, що існували у проміжку між XIV і XVII століттями;
- Палеомузейний етап розпочинається з виникнення колекцій бюргерів і заснування перших публічних музеїв, що набули поширення у XVII та XVIII століттях;

- Мезомузейний період охоплює розвиток державних музеїв, започаткованих наприкінці XVIII століття і які активно діяли до середини XX століття. Неомузейний етап розпочався після завершення Другої світової війни і триває до нинішнього часу, відзначаючись новими підходами до функціонування музейних установ.

До музейної епохи (від початку II тисячоліття до Різдва Христового та до кінця XIV століття). Ще задовго до появи музеїв історія колекціонування бере свій початок із давніх часів люди почали збирати та зберігати предмети, створюючи перші колекції. Вони виникли одночасно з формуванням первісних людських спільнот. Найдавніші традиції колекціонування розвивалися на територіях Африки, Аравії та Азії задовго до того, як це поширилось Європою. Стародавні колекції створювалися з різними цілями, зокрема для підвищення престижу чи здобуття суспільного визнання. Однією з найдавніших задокументованих колекцій є знахідка у шумерському місті Урук, датована 530 роком до н.е. Згідно з археологічними розкопками, проведеними на початку XX століття відомим британським археологом Л. Вуллі, неподалік сучасного міста було виявлено колекцію старожитностей, походження якої датується приблизно 2000–2500 роками до н.е. Також на островах Океанії та в Африці знайдено численні релігійні предмети епохи неоліту, які свідчать про ранні прагнення людини до збирання значущих об'єктів. Археологічні дослідження підтверджують, що традиція колекціонування існувала як важлива частина культурної спадщини задовго до виникнення сучасних музеїв.

Одними з найвидатніших меценатів науки та освіти в християнській Європі слід вважати римського імператора Карла Великого (768–814) і візантійського імператора Костянтина Багрянородного (913–959). Вони зробили значний внесок у розвиток інтелектуальної та культурної спадщини, зокрема через створення унікальних колекцій, які використовували для демонстрації перед своїми гостями, тим самим підкреслюючи важливість знань та освіти у суспільстві.

Серед ключових форм збереження культурної спадщини ще до появи сучасних музеїв були скарбниці храмів у Стародавній Греції, де накопичували священні дари богам і природні дива. Уже в V столітті до нашої ери там функціонували перші картинні галереї, відомі як пінакотеки. У 290 році до н. е. Птолемей I започаткував музей на території царської фортеці, що стало вагомим кроком у розвитку музейної справи.

Наприкінці II століття до нашої ери в Китаї сформувалася потужна імперія, де впливові можновладці, користуючись своєю владою і багатством, займалися збиранням цінних мистецьких творів. Вони активно підтримували розвиток мистецтва та дослідження спадщини попередніх епох. Відомо, що імператор Сянь-ді (190–220) створив спеціальну залу, яка виконувала функцію галереї портретів. В Індії представники аристократії зосереджували свої зусилля на формуванні колекцій монет, коштовного каміння, мистецьких творів, літератури, та навіть фармакологічних збірок. Що стосується Японії, тут найстарішим постійно діючим музеєм можна вважати Сьо-соїн у храмі Тодай в місті Нара, заснований у VIII столітті. У його експозиції до сьогодні зберігаються світські та релігійні витвори мистецтва.

Протомузейна епоха (XIV–XVII ст.) знаменувалася формуванням перших значних колекцій, створених представниками княжих родів. Під впливом ідей Відродження в країнах Західної Європи почали з'являтися прототипи сучасних музеїв – своєрідні «протомузеї», які стали місцями зберігання різноманітних зібрань. У них можна було знайти зразки флори та фауни, мінерали, а також наукові інструменти, такі як геодезичні й астрономічні прилади. Серед перших видатних колекціонерів цього часу вирізнявся герцог Жан I Беррійський (1340–1416). Його інтереси охоплювали не лише замовлення молитовників і шедеврів раннього нідерландського живопису, але й збирання мистецьких творів, виробів художніх промислів та унікальних природних раритетів.

У XV столітті в Італії розпочався період активного розвитку колекціонування різноманітних предметів. Це заняття набуло популярності, стаючи престижною ознакою високого аристократичного статусу та інтелектуальної вишуканості. До XVI століття в Італії вже існувало щонайменше 250 природничо-історичних камер курйозів, які отримали назву *museo naturale* [13]

Палеомузейна епоха, що охоплює XVII–XVIII століття, розпочалася зі створення перших публічних музеїв наприкінці XVII століття. Це стало можливим завдяки щедрим пожертвам заможних людей, які передавали свої колекції. Яскравими прикладами таких ініціатив є передача колекцій Оксфордському університету у 1683 та Базельському університету у 1661 роках. У цей період музеї почали виникати при майже всіх наукових установах, сприяючи збереженню та популяризації знань. [12]

Однак дані музеї не працювали постійно – їхній доступ був суворо регламентований як за часом, так і за колом відвідувачів. Університетські музеї тієї епохи виконували переважно допоміжну роль, використовуючись під час проведення наукових досліджень і в освітньому процесі. Серед відвідувачів переважали представники аристократії, заможні та освічені міщани, а також науковці. Лише в середині XIX ст. почали з'являтися дійсно загальнодоступні музеї в повному розумінні цього слова.

Мезомузейна епоха (кінець XVIII – перша половина XX століття) розпочалася зі значного зрушення у доступності музеїв. Громадськість отримала можливість відвідувати колишні приватні колекції. Це явище поступово набуло масового характеру. Протягом наступних ста років в різних країнах світу регіональні та національні органи влади активно засновували музеї, які працювали на благо суспільства. Особливо варто відзначити другу половину XIX століття, коли Європа пережила справжній "музейний бум".

Першим музеєм нового типу, який започаткував традиції сучасних музеїв, став Британський музей у Лондоні, відкритий у 1753 році. Для його відвідування необхідно було пройти попередню письмову реєстрацію. Протягом цього періоду на музейній арені з'являється також знаковий паризький Лувр. У Франції суспільство було занепокоєне недоступністю королівських колекцій для широкого загалу, що зрештою вплинуло на рішення Людовіка XV у 1750 році виставити частину колекції в Люксембурзькому палаці. Згодом експонати перемістили до Великої галереї Лувру, і поступове поповнення колекції зробило її доступною для громадськості. Ключовим моментом у перетворенні Лувру став період Французької революції. Під її впливом у 1793 році Лувр офіційно відкрився як перший великий національний публічний музей, встановивши новий стандарт для культурних інституцій такого типу.

У 1793 році, майже одночасно з відкриттям Лувру, у Парижі заснували один із найвизначніших природничих музеїв світу – Національний музей природознавства (Museum National d'Histoire Naturelle), який став важливим центром природничих досліджень і освіти. Національна галерея в Лондоні, що бере свій початок з приватної колекції купця та мецената Джона Юлія Анжерштейна, відкрила свої двері в його власному будинку в 1824 році. Згодом, у 1838 році, галерея переїхала до спеціально збудованих приміщень на Трафальгарській площі, де її експозиція набула ширшого визнання серед відвідувачів. У Німеччині після завершення Першої світової війни почали активно створювати регіональні музеї, які були покликані популяризувати історію та діяльність видатних діячів країни. Відвідування таких музеїв сприяло укоріненню патріотичних ідей, що з часом перейшли в націоналістичні настрої, які стали підґрунтям для формування ідеологічних позицій нацистського періоду.

Неомузейний період, що розпочався після завершення Другої світової війни і триває донині, ознаменувався значними зрушеннями у музейній справі. Цей час став добою особливих успіхів для музеїв, що знайшло відображення як у

міжнародних і національних культурно-політичних стратегіях, так і в діяльності окремих музейних установ. У відповідь на стрімкі трансформації суспільства, що характеризувалося зростанням рівня освіченості та усвідомленням культурних потреб, музеї поступово еволюціонували у багатофункціональні інституції. Вони виконують не лише роль освітніх платформ, але й слугують простором для дозвілля та важливим каналом комунікації й взаємодії в сучасному світі.

Період післявоєнної відбудови в Європі ознаменувався значними змінами. Під час війни численні мистецькі цінності були переміщені в безпечні місця, а потім їх поступово повертали та виставляли для огляду. Реставрації потребували також численні музейні будівлі. Оновлення та реконструкція музейних установ спричинила значне зростання кількості відвідувачів, серед яких було чимало туристів. Уряди багатьох європейських країн невдовзі усвідомили економічну значущість музеїв для економіки.

За даними статистики США, спостерігається зростання кількості музеїв та відвідувачів до них закладів. Із приблизно 16 тис. музеїв, на початку століття, майже 90% були засновані після 1950 року, а понад 70% – з 1970 року.

У 1982 році в Канберрі відбулося відкриття Національної галереї Австралії, яка стала важливою культурною інституцією країни. У той же час в Мельбурні було створено Національну галерею Вікторії як частину великого мистецького комплексу міста, що підкреслює важливість розвитку культурного середовища. У 1988 році в Сідней з'явився Музей електростанції, який став однією з ключових архітектурних та культурних пам'яток міста.

Чимало будівель із історичним значенням були адаптовані для функціонування як музеї. Наприклад, Музей д'Орсе в Парижі, який зайняв приміщення колишнього великого залізничного вокзалу, відкрився в 1986 році як національний музей, присвячений мистецтву XIX століття. Іншим яскравим прикладом є Tate Modern у Лондоні, заснований у 2000 році, який облаштували всередині відреставрованої електростанції на південному березі Темзи. Чимало

історичних і культурних споруд також самі перетворилися на музеї, стаючи місцями, де зберігається їхня власна спадщина.. В Парижі, Центр Помпиду, який відкритий у 1977 році, та відіграв значну роль у концентрації публічних колекцій сучасного мистецтва, які раніше були розподілені між різними галереями.

У ХХІ столітті музеї вирізняються не лише своїм змістом, але й архітектурними рішеннями, що вражають уяву відвідувачів. Унікальні та естетично привабливі будівлі не лише задають тон сучасним вимогам, але й приваблюють туристів, збільшуючи обсяги виставкових площ і створюючи простір для нових експозицій. Можна впевнено сказати, що музеї, як важлива складова культурного життя, існують уже тривалий час і відіграють різноманітні соціальні та освітні ролі. Водночас у сучасному світі саме туристична індустрія диктує нові умови їхнього функціонування. Музейні установи змушені адаптуватися до актуальних тенденцій і запитів туристів, розширюючи свій туристичний потенціал, підвищуючи рівень відвідувань та зміцнюючи своє місце на культурній мапі світу.

РОЗДІЛ II

АНАЛІЗ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ У КОНТЕКСТІ МУЗЕЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1 Місце та роль музеїв у міжнародному туризмі

Останнім часом туризм став надзвичайно масовим і популярним, що активно впливає на різні галузі життя. Варто зазначити, що туристичний ринок щороку стає все більш вимогливим і постійно шукає нових шляхів розвитку. Туризм настільки інтегрувався у багато сфер, що він фактично встановлює свої власні правила гри, залишаючи туристам мало вибору, окрім як адаптуватися до його законів. У сучасному світі ця індустрія безупинно розширює свій вплив, поглинаючи дедалі більше ресурсів для досягнення своїх цілей. Приблизно чверть століття тому до цієї динаміки активно долучилися музеї, які почали використовувати свій великий потенціал для залучення уваги туристів та сприяння розвитку культури й освіти.

Сучасні музеї більше не обмежуються роллю закладів із виставками, які відвідують лише під час екскурсій. Вони перетворилися на справжній калейдоскоп унікальних артефактів, захопливих історій, значущих подій та видатних постатей. Їхня функція виходить далеко за межі простого туристичного об'єкта – музеї активно формують туристичний бренд місцевості, надаючи їй унікальну репутацію та привабливість.

З цього випливає, що популярність певної локації значною мірою залежить від ефективності брендингу музею. Наприклад, на питання «Яку картинну галерею ви знаєте?» більшість людей одразу асоціюють відповідь із образом скляної піраміди знаменитого Лувру. Така популярність є результатом ретельно спланованої та успішно реалізованої піар-кампанії. Володіння однією з найбільших у світі колекцій картин, без сумніву, є важливою перевагою, однак

не менш значущим залишається вміння ефективно використовувати потенціал цих ресурсів задля залучення уваги аудиторії.

Існує тісний зв'язок між успішним розвитком мистецтва та культури і економічними досягненнями регіону, зокрема у сфері туризму. Виявлено, що музеї відіграють роль важливого каталізатора економічного розвитку та соціального відродження, впливаючи на суспільство далеко за межами традиційних уявлень про економічний ефект. Дослідження чітко демонструють взаємозв'язок між діяльністю музеїв і зростанням туристичної індустрії. У своїй книзі «Економіка Ворхола» Елізабет Каррід визначає культурно-мистецький сектор четвертим найбільшим роботодавцем у Нью-Йорку, підкреслюючи, що музеї стали серйозним конкурентом фінансовій індустрії, водночас роблячи значний внесок у підтримку локальної економіки. [2]

Для оцінки впливу музейних локацій слід зазначити, що лише одну з найвідоміших у світі галерей – паризький Лувр – у 2019 році відвідало 9,6 мільйона людей (див. Рис. 2.1).

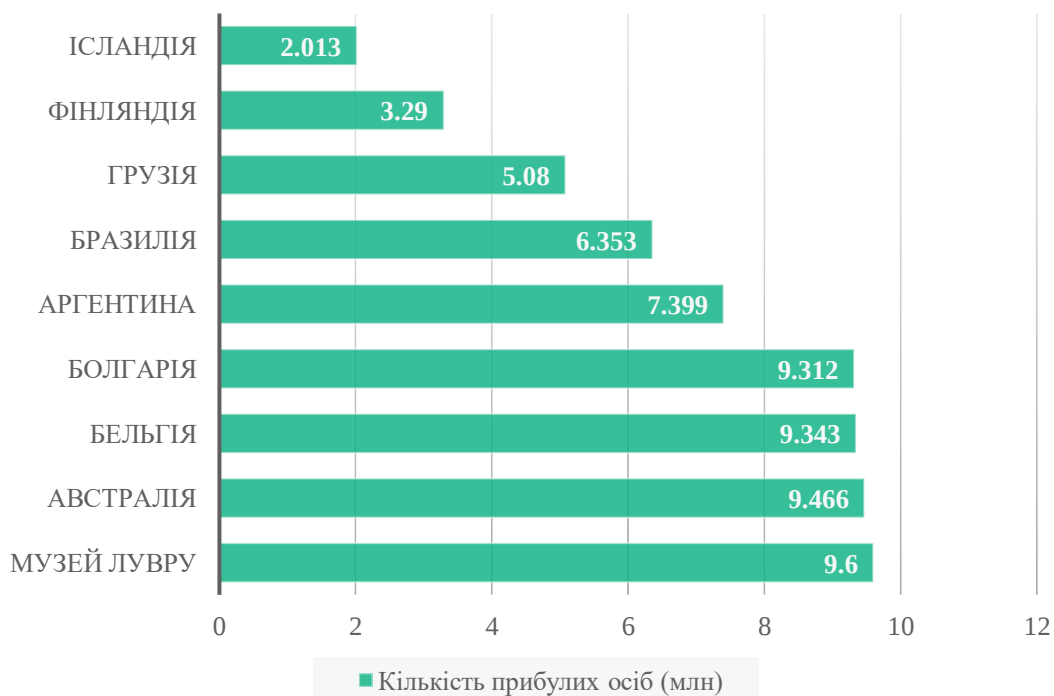


Рис. 2.1. Порівняння туристичних прибуттів окремих країн світу та музею Лувр

Щоб глибше усвідомити значення музею як ключового туристичного об'єкта, пропонуємо проаналізувати співвідношення кількості відвідувачів Лувра із відвідуваністю інших популярних туристичних міст світу за той самий рік. Музей Лувру – відвідало більше туристів, ніж деякі з найвідоміших країн світу згідно зі звітом UNWTO за 2019 рік. Зокрема, кількість відвідувачів Музею Лувру перевищила туристичний потік до Австралії на 1,3%, до Бельгії на 2,6%, до Болгарії на 3%, до Аргентини на 22,9%, до Бразилії на 33,8%, до Грузії на 47%, до Фінляндії на 65,7%, а до Ісландії на аж 79%. [10]

З огляду на це, можна впевнено сказати, що музейна локація здатна не лише виступати рушійною силою розвитку туризму, але й стати ключовим мотивом для відвідування певного регіону. Це підкреслює тісний зв'язок між туризмом і музейною сферою, демонструючи її значний вплив та інтеграцію.

Співпраця між музеями та туристичною сферою базується на створенні мережі історико-культурних і природних локацій. Формування таких територій сприяє збереженню й популяризації історико-культурної спадщини, яка стає потужним чинником соціокультурного зростання та розвитку туризму в окремих регіонах. Тож перед тими, хто займається організацією музейного туризму, постає чимало важливих завдань:

- формування стабільного туристичного потоку у музеях;
- визначення туристичного профілю музеїв;
- розробка туристичних маршрутів та музейних турів;
- виробництво рекламної продукції;
- пошук нових джерел фінансування.

Для ефективного розвитку туристичної галузі доцільно залучати всю мережу музеїв, розташованих у регіоні. Чим ширший спектр різноформатних музеїв, інтерактивних музейних програм і культурно-просвітницьких заходів включено до туристичного продукту, тим вища ймовірність його популярності й запиту серед відвідувачів

Враховуючи наявні ресурси та сучасні підходи, музеї мають відігравати ключову роль у формуванні місцевого бренду, спрямованого на залучення туристів, інвесторів і науковців. Їхня функція повинна виходити за межі традиційного уявлення про музей як елемент культурної спадщини. Важливим завданням є активна інтеграція музеїв у процеси розробки стратегій регіонального розвитку, зокрема у вирішення питань позиціонування та просування територій.

Музеї виступають ключовим елементом культурного туризму, формуючи унікальну культурну атмосферу регіону та сприяючи розробці туристичних програм, орієнтованих на різноманітні категорії відвідувачів. Вони також відіграють важливу роль у створенні привабливих регіональних брендів. У сільській місцевості музеї часто залишаються єдиними власниками об'єктів інфраструктури для туристів, таких як кафе, сувенірні крамниці чи паркінги.

Сучасні туристичні музеї виконують низку ключових завдань, серед яких особливо важливим є формування привабливого іміджу певної локації. Не є секретом, що якісна реклама сприяє успішності будь-якого підприємства чи організації. У цьому контексті музей можна сприймати як потужний інструмент маркетингу, своєрідну рекламну платформу для території, яка виконує функцію підприємства. Динамічний музей, що постійно розвивається, оновлює свої експозиції, створює незабутній досвід для відвідувачів та дарує нові знання і емоції, гарантовано приверне увагу широкої аудиторії. Як результат, це сприятиме зростанню туристичних потоків до даної місцевості та підвищенню її популярності.

Варто підкреслити, що динаміка відвідуваності музеїв нерідко демонструє певні тренди. Однак про справжню систематичність явища чи його трансформацію в сталу тенденцію можна говорити лише після тривалого та ґрунтовного аналізу. З 2012 року американська багатонаціональна інженерна компанія AECOM у співпраці з Асоціацією тематичних розваг (TEA) публікує

щорічний Звіт про тематичні парки та музеї. У цьому звіті наводиться рейтинг 20 провідних музеїв світу, які щороку приймають понад 1 мільйон відвідувачів. Примітно, що музеї, котрі прагнуть популяризації на міжнародному рівні, самостійно надають відомості про свою діяльність. АЕСОМ збирає дані для звітів із найрізноманітніших джерел: це і безпосередньо надані музеями статистичні відомості, і історичні показники, і фінансові документи, а також інформація від інвестиційних банківських кіл та місцевих туристичних організацій. Аналізуючи щорічні звіти за період із 2012 по 2019 роки, можна зробити висновок про формування певного туристичного бренду навколо відвідуваності музеїв.

У найближчій перспективі музейні локації мають відігравати ключову роль у залученні туристів, активно співпрацюючи з туристичними компаніями у розробці, популяризації та реалізації туристичних продуктів на ринках внутрішнього та міжнародного туризму. Важливо запропонувати нові формати для організації як індивідуальних, так і сімейних подорожей, сприяючи зростанню інтересу до культурних надбань і нових можливостей.

2.2 Новітні пропозиції на міжнародному музейному ринку

Туризм настільки інтегрувався у музейну сферу, що багато музеїв перетворилися на справжні туристичні символи. Зокрема, починаючи з 2012 року, асоціації АЕСОМ і ТЕА щорічно складають рейтинг двадцяти найпопулярніших музеїв світу за кількістю відвідувачів.

Беззаперечно, що у 2020 році масштаби та характер глобального відвідування музеїв зазнали суттєвих змін. Відновлення попередніх рівнів відвідуваності вимагатиме тривалого часу, тому показники 2020 року не можна вважати репрезентативними. Особливо знаковим у цьому контексті є 2019 рік.

Проаналізувавши щорічні рейтинги за відповідний період, було виділено найстабільніші світові музейні установи, які можна вважати репрезентативними. У 2019 році рівень відвідуваності музеїв характеризується певною стабільністю,

досягнувши показника 114,8 мільйона відвідувачів, що на 5,34 мільйона менше порівняно з 2018 роком, тобто загальна кількість відвідувачів скоротилася на 4,4%. Водночас у контексті всього досліджуваного періоду спостерігається загальний приріст відвідуваності найбільш стабільних музеїв на рівні 4,7%.

Аналізуючи туристичні прибуття кращих 24 музеїв світу (див таблиця 2.1) протягом періоду 2012-2019 років, подану на також на Рис. 2.2 ми бачимо, що найбільш успішним був 2017 рік із відвідуваністю – 120,4 млн осіб. Проте, найгірший був – 2012 рік, коли відвідуваність музеїв складала лише 109,7 млн туристів, що є досить-таки низьким показником.

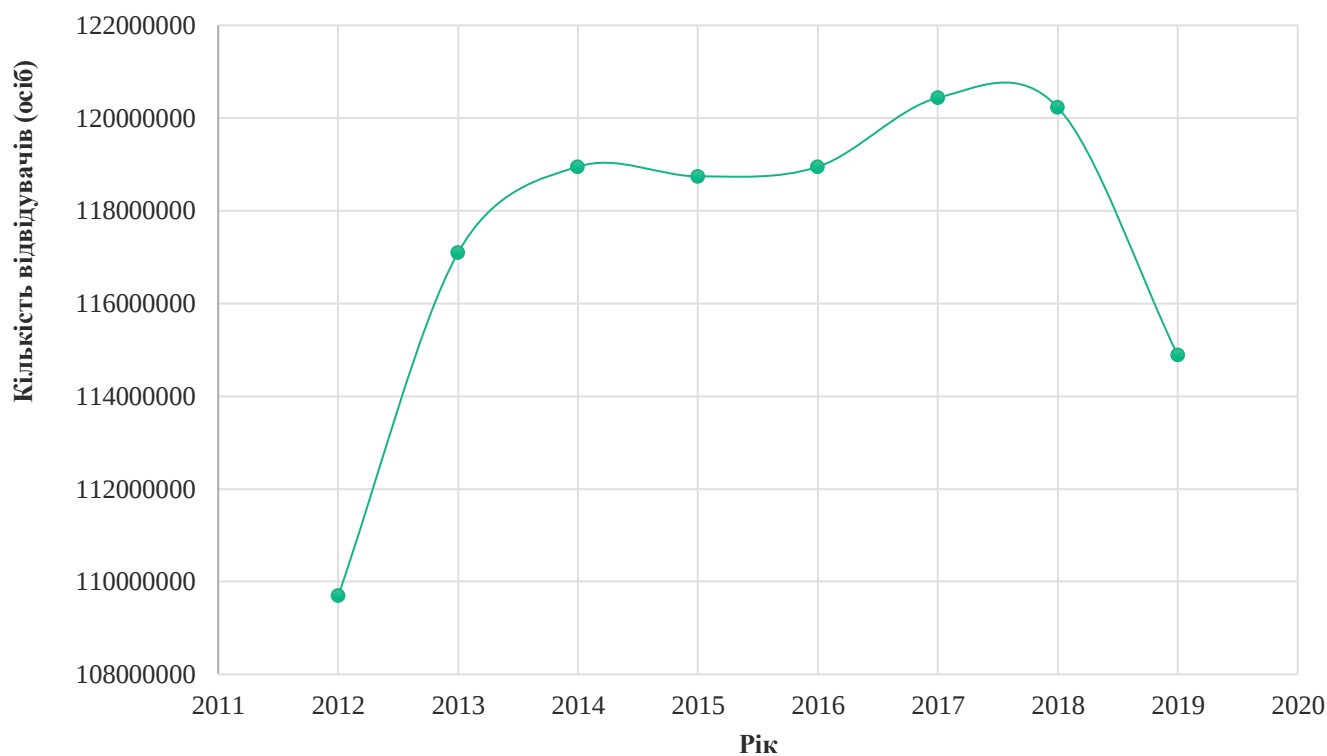


Рис. 2.1. Динаміка світових туристичних прибуттів 2012-2019рр.

Зазначимо, що з рейтингу найбільш відвідуваних музеїв за період 2012-2019 років загалом відвідин було близько 938,9 млн.

Провівши розподіл музеїв, ми можемо зазначити про таку тенденцію, що 11 з 24 музеїв розташовані у Європейському регіоні, 6 музеїв – у США, 7 закладів – у Азійсько-Тихоокеанському регіоні.

За розподілом музейних закладів у загальній кількості кращих музеїв світу у період з 2012 по 2019 рік туристів до Європейських музеїв було - 46%, на а до музеїв США 25% від світового показника.

Зауважмо, що практично у всіх музеях спостерігається додатний приріст відвідуваності у даний період.

Таблиця 2.1

Динаміка прибуттів та приріст відвідуваності найпопулярніших музеїв світу

№	Повне найменування музею	Місце розташування	Кількість відвідувачів (осіб)		Приріст відвідуваності (2018/2019 рр.)
			2018	2019	
1	Лувр	Париж, Франція	10200000	9600000	-5,88
2	Національний музей природознавства	Вашингтон, США	4800000	4200000	-12,50
3	Національний музей авіації і космонавтики США	Вашингтон, США	6200000	3200000	-48,39
4	Музей мистецтва Метрополітен	Нью-Йорк, США	7360000	6770000	-8,02
5	Британський музей	Лондон, Англія	5869000	6208000	5,78
6	Тейт Модерн	Лондон, Англія	5829000	6098000	4,61
7	Національна галерея	Лондон, Англія	5736000	6011000	4,79
8	Музеї Ватикану	Ватикан	6756000	6883000	1,88
9	Американський музей природознавства	Нью-Йорк, США	5000000	5000000	0,00
10	Музей природознавства	Лондон, Англія	5226000	5424000	3,79
11	Національний музей американської історії	Вашингтон, США	4 100 000	2800000	-31,71
12	Національний палац-музей	Тайбей, Тайвань	3860000	3832000	-0,73
13	Національна галерея мистецтва	Вашингтон, США	4404000	4074000	-7,49
14	Національний музей Китаю	Пекін, Китай	8610000	7390000	-14,17
15	Національний центр мистецтва й культури імені Жоржа Помпіду	Париж, Франція	3552000	3270000	-7,94
16	Музей д'Орсе	Париж, Франція	3175000	3652000	15,02
17	Музей Вікторії й Альберта	Лондон, Англія	3968000	3921000	-1,18
18	Національний центральний музей Кореї	Сеул, Південна Корея	3300000	3354000	1,64
19	Музей науки	Лондон, Англія	3286000	3254000	-0,97
20	Шанхайський науково-технічний музей	Шанхай, Китай	3540000	4824000	36,27

21	Національний музей природознавства	Тайчжун, Тайвань	2960000	2650000	-10,47
22	Китайський музей науки і техніки	Пекін, Китай	4400000	3891000	-11,57
23	Національний музей "Центр мистецтв імені королеви Софії"	Мадрид, Іспанія	3898000	4426000	13,55
24	Провінційний музей Чжецзян	Ханчжоу, Китай	4200000	4150000	-1,19

Приріст є від'ємним у музеї Лувру та Національному центрі мистецтва й культури імені Жоржа Помпіду обидва в Парижі, а також Національний музей авіації та космонавтики, Національна галерея мистецтв у Вашингтоні, Національний музей американської історії та Національний музей природознавства всі у Вашингтоні, США.

Представивши музеї у порядку зростання кількості туристів, (див. Рис. 2.3).



Рис. 2.3. Рейтинг найбільш відвідуваних світових музеїв (2019 рік) [13]

Рейтинг впевнено очолює Лувр із відвідуваністю – 9,6 млн осіб., причому не тільки у 2019 році, а й протягом 2012-2019 років. На другому місці розташувалися знамениті музеї Ватикану. Замикає трійку найкращих Британський національний музей в Лондоні.

2.3 Аналіз сучасних музейних потоків

Аналізуючи світовий ринок музеїв, можна зазначити, що найбільш відвідувані музеї здебільшого зосереджені в європейському регіоні та США. Саме тут розташовані найпопулярніші музеї – паризький Лувр, який у 2019 році відвідали 9,6 мільйона осіб. Значну частину європейських музеїв представляє Лондон, де знаходяться шість ключових закладів. Така ситуація пояснюється високою концентрацією всесвітньо відомих культурних пам'яток у цих країнах. Крім того, унікальний склад колекцій приваблює все більше туристів, стимулюючи їх до подорожей.

Втім, варто зауважити, що рейтинги найкращих музеїв світу не є репрезентативними для загальної динаміки музейного ринку. Ці заклади здебільшого розташовані у великих містах і вирізняються масштабністю. Водночас переважна більшість музеїв по всьому світу приймає менше ніж мільйон відвідувачів на рік. Згідно з даними Інституту музейних та бібліотечних послуг, лише у Сполучених Штатах у 2018 році функціонувало понад 33 тисячі музеїв, що акцентує на недосконалості нашого рейтингу в контексті загального ринку. Подібна ситуація спостерігається і в інших регіонах: поряд із великими музеями існує безліч місцевих, малих і середніх закладів, які відіграють важливу роль у збереженні історичної та культурної спадщини. Потрібно враховувати, що їхні якісні особливості суттєво відрізняються від характеристик масштабних і всесвітньо визнаних культурних центрів.

Серед популярних музейних локацій, представлених у списку найкращих, 25% належить до Американського регіону, зокрема США. Заклади, які в період з 2012 по 2019 рік демонстрували постійну популярність, завдячують це наявності цікавих і унікальних колекцій. Водночас примітним лишається той факт, що музеїв з Канади та Мексики немає серед стабільно відвідуваних музеїв. Основною причиною цього є політична нестабільність у Мексиці. Конфлікти та неспокійна політична ситуація створюють несприятливі умови для розвитку

туризму, що своєю чергою впливає на популярність місцевих культурних об'єктів. Додатково, низький рівень туристичної інфраструктури та недостатній розвиток музейної галузі значно стримують потік відвідувачів і обмежують можливості для збільшення туристичних доходів.

За аналізом туристичних прибуттів музеїв протягом 2012-2019 років, можна зазначити, що всі музеї характеризуються незначним коливання кількості відвідувачів. Ми в таблиці 2.2 розташували музеї у порядку спадання.

Таблиця 2.2

Рейтинг найбільш відвідуваних музеїв у Європі і США у 2019 році

№	Повне найменування музею	Місце розташування	Кількість відвідувачів (осіб)
			2019
1	Лувр	Париж, Франція	9600000
2	Музеї Ватикану	Ватикан	6883000
3	Музей мистецтва Метрополітен	Нью-Йорк, США	6770000
4	Британський музей	Лондон, Велика Британія	6208000
5	Галерея Тейт Модерн	Лондон, Велика Британія	6098000
6	Національна галерея	Лондон, Велика Британія	6011000
7	Музей природознавства	Лондон, Велика Британія	5424000
8	Американський музей природознавства	Нью-Йорк, Сполучені Штати Америки	5000000
9	Національний музей Центр мистецтв імені королеви Софії	Мадрид, Іспанія	4426000
10	Національний музей природознавства	Вашингтон, Сполучені Штати Америки	4200000
11	Національна галерея мистецтва	Вашингтон, США	4074000
12	Музей Вікторії й Альберта	Лондон, Велика Британія	3921000
13	Музей д'Орсе	Париж, Франція	3652000
14	Національний центр мистецтва й культури імені Жоржа Помпіду	Париж, Франція	3270000
15	Музей науки	Лондон, Велика Британія	3254000
16	Національний музей авіації і космонавтики США	Вашингтон, Сполучені Штати Америки	3200000
17	Національний музей американської історії	Вашингтон, Сполучені Штати Америки	2800000

Після проведення ретельного аналізу стало відомо, що наприкінці 2018 року Музей авіації та космонавтики розпочав масштабну реконструкцію своєї будівлі, розташованої на Національній алеї. В рамках цього проєкту буде здійснено оновлення як зовнішнього вигляду споруди, так і її внутрішньої інфраструктури, а також модернізацію всіх 23 виставкових та презентаційних залів. Роботи триватимуть приблизно сім років. Незважаючи на ремонт, двері музею залишатимуться відкритими для відвідувачів, хоча окремі галереї тимчасово закрито для доступу. Поетапне закриття почалося ще з грудня 2018 року з виставок «Аполлон на Місяць» та «Дивлячись на Землю», а вже у січні 2019 року були закриті кілька інших експозицій. [8]

Власне Європейський Союз відіграє важливу роль у створенні сприятливих умов для туристичного обміну між країнами. Завдяки спрощенню процесу перетину кордонів для різних цілей, регіон отримав можливість забезпечити безперешкодний потік туристів.

Безперечно, музейні установи постійно шукають способи утримання інтересу відвідувачів, пропонуючи їм щось нове та незвичайне. Відомі музеї організовують тематичні виставки, присвячені значущим подіям чи явищам. Це допомагає зацікавити туристів і стимулює повторні візити, адже відвідувачі прагнуть постійно відкривати для себе новий фаховий досвід чи цікаві факти. Для підтримки іміджу на міжнародному туристичному ринку глобальні музейні інституції активно інвестують у поліпшення процесу відвідин. Це дозволяє їм залишатися актуальними, сприяючи розвитку розважального туризму

Аналізуючи туристичні потоки міст із найбільш стабільними музейними локаціями, можна впевнено сказати: 70% туристів, які приїжджають з екскурсійною метою, обов'язково відвідають найвідоміші музеї країни чи регіону.

Вартість відвідування є ще одним важливим чинником, який безпосередньо впливає на кількість туристів у музеї. Такі установи, як Британський музей і

галерея Тейт Модерн у Лондоні, притягують численних туристів завдяки безкоштовному входу, що зробило їх одними з найпопулярніших культурно-мистецьких центрів серед мандрівників.

Протягом останніх десяти років демографічні зміни суттєво вплинули на відвідуваність відомих музеїв. Попри те, що міста стають дедалі більш мультикультурними, нові групи населення, які раніше не цікавилися культурною спадщиною, все активніше залучаються до відвідування музеїв. Утім, середній рівень залучення до перегляду художніх експозицій поки не повністю відображає соціальне й етнічне розмаїття населення. Музеї перебувають у процесі трансформації – вони адаптуються до нових умов після економічної кризи, переосмислюють свою роль у сучасному суспільстві й упроваджують новітні технології. Одним із найяскравіших прикладів такої адаптації стала здатність музеїв змінювати сприйняття своєї аудиторії протягом останніх восьми років. Сьогодні вони пропонують більше розважальних та сімейних форм дозвілля, поєднуючи традиції музейної справи з використанням сучасних технологій і креативного дизайну.

Запуск тематичних розваг і організація виставок-блокбастерів стали стандартом їх діяльності. Зміни торкнулися й самих колекцій – як вони презентуються і стають доступними для публіки залежно від регіональної специфіки. Дослідження світових тенденцій у відвіданні музейних комплексів демонструє постійно змінюваний туристичний ландшафт. Цей динамічний підхід часто кидає виклик здатності музеїв задовольняти всі запити своєї аудиторії. Наприклад, Лувр залишається лідером серед музейних локацій, зберігаючи позицію першості завдяки організації привабливих виставок-блокбастерів, які мотивують туристів.

РОЗДІЛ III

ОСОБЛИВОСТІ РИНКОВИХ МУЗЕЙНИХ ПРОДУКТІВ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

3.1 Вибір та формування музейного європейського туристичного продукту для міжнародного туризму

Для музеїв Європи 2019 рік виявився досить успішним з різних точок зору. Варто відзначити, що на європейському ринку виділяються чотирнадцять найбільш стабільних закладів, які в період з 2012 по 2019 роки зберігали свої позиції. Серед них одинадцять представлено у списку найвідвідуваніших музеїв світу. Ба більше, паризький Лувр упевнено займає лідерські місця як у загальноєвропейському, так і у світовому рейтингу. Щодо відвідуваності, європейські музеї зафіксували 66,8 млн відвідувачів, що на 2,8% більше порівняно з попереднім роком. Це становить додаткових 1,8 млн відвідувань, що представлено і можна побачити таблиці 3.1 та на рисунку. 3.1.

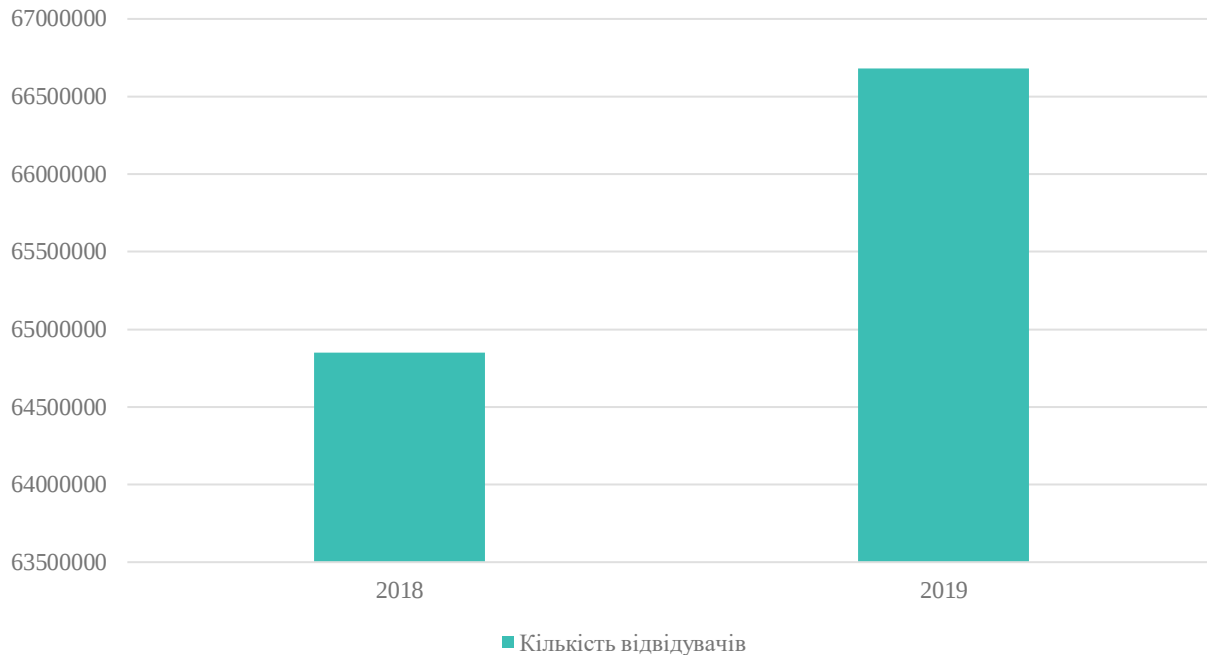


Рис. 3.1. Динаміка відвідуваності найпопулярніших європейських музеїв (2018-2019 рр.)

Таблиця 3.1

Динаміка туристично-пізнавальних прибуттів найбільш відвідуваних музеїв Європи [14]

№	Повне найменування музею	Місце розташування	Кількість відвідувачів (осіб)								Загальна к-ть відвідувачів в (2012-2019 рр.)	Середня к-ть відвідувачів (за період 2012-2019 рр.)	Приріст (2012-2019 рр.)
			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019			
1	Лувр	Париж, Франція	9720000	9334000	9300000	8700000	7400000	8100000	10200000	9600000	72354000	9044250	-1,23
2	Британський музей	Лондон, Англія	5576000	6701000	6695000	6821000	6420000	5656000	5869000	6208000	49946000	6243250	11,33
3	Тейт Модерн	Лондон, Англія	5319000	4885000	5785000	4713000	5839000	5907000	5829000	6098000	44375000	5546875	14,65
4	Національна галерея	Лондон, Англія	5164000	6031000	6417000	5908000	6263000	5229000	5736000	6011000	46759000	5844875	16,40
5	Музеї Ватикану	Ватикан	5065000	5459000	6177000	6002000	6067000	6427000	6756000	6883000	48836000	6104500	35,89
6	Музей природознавства	Лондон, Англія	4936000	5250000	5388000	5284000	4624000	4435000	5226000	5424000	40567000	5070875	9,89
7	Національний центр мистецтва й культури імені Жоржа Помпіду	Париж, Франція	3800000	3745000	3450000	3105000	3300000	3371000	3552000	3270000	27593000	3449125	-13,95
8	Музей д'Орсе	Париж, Франція	3579000	3482000	3481000	3440000	3000000	3251000	3175000	3652000	27060000	3382500	2,04
9	Музей Вікторії й Альберта	Лондон, Англія	3232000	3290000	3180000	3432000	3022000	3790000	3968000	3921000	27835000	3479375	21,32
10	Музей науки	Лондон, Англія	2990000	3317000	3356000	3356000	3246000	3178000	3286000	3254000	25983000	3247875	8,83
11	Національний музей Прадо	Мадрид, Іспанія	2712000	2307000	2537000	2697000	3034000	2824000	2893000	3203000	22207000	2775875	18,10
12	Містечко науки та індустрії	Мадрид, Іспанія	2641000	2570000	2674000	2013000	2183000	2235000	2231000	2370000	18917000	2364625	-10,26
13	Національний музей "Центр мистецтв імені королеви Софії"	Мадрид, Іспанія	2572000	3185000	2674000	3250000	3647000	3897000	3898000	4426000	27549000	3443625	72,08
14	Галерея Уффіці	Флоренція, Італія	1769000	1876000	1936000	1972000	2050000	2160000	2230000	2362000	16355000	2044375	33,52
Всього відвідувачів (осіб)			59075000	61432000	63050000	60693000	60095000	60460000	64849000	66682000			

Основною рушійною силою зростання кількості відвідувачів музеїв у 2019 році стало проведення спеціальних виставок, які значно підвищили їх популярність. Так, деякі музеї відзначили двозначний відсотковий приріст відвідувачів. Аналізуючи динаміку туристично-пізнавальних прибуттів за період 2012–2019 років (згідно з даними на Рис. 3.2), можна стверджувати, що практично всі музеї демонструють стабільне зростання кількості відвідувачів у цей часовий проміжок.

Загалом протягом зазначених семи років більшість європейських музеїв спостерігали позитивну динаміку у прирості відвідувачів. З-поміж них виділяється Музей королеви Софії в Мадриді, який продемонстрував рекордне зростання у 72%.

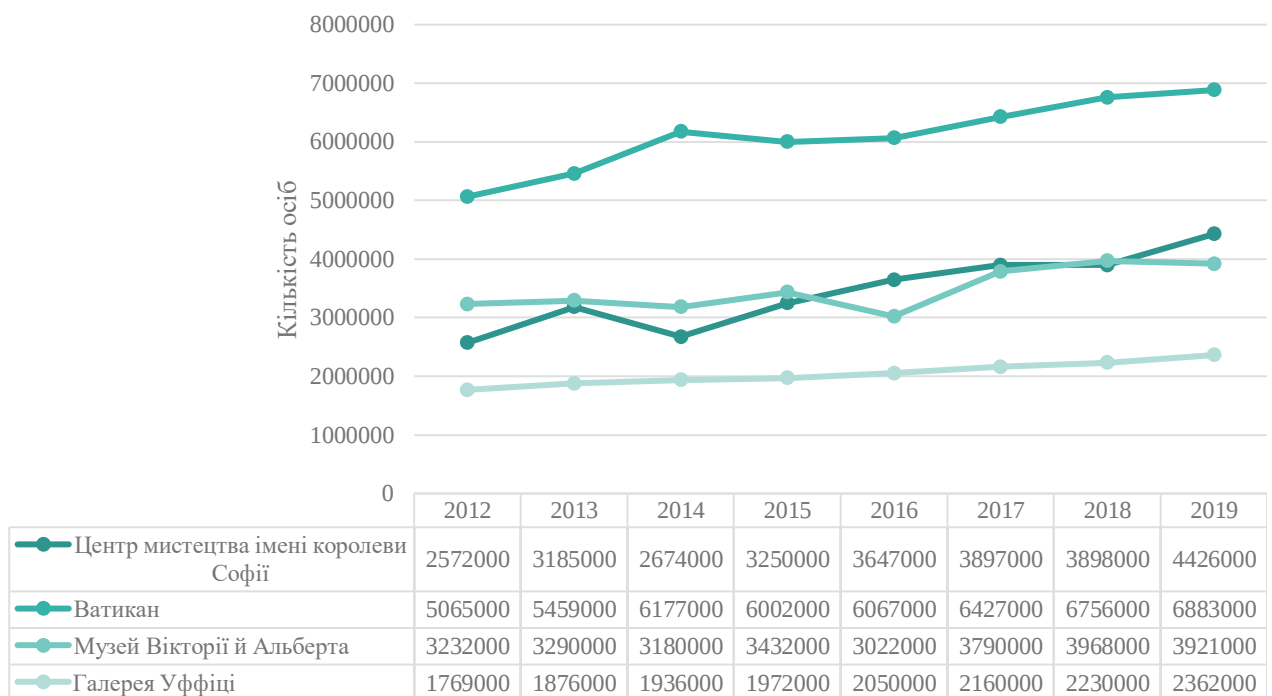


Рис. 3.2. Динаміка туристично-пізнавальних прибуттів музейних локацій з найвищим показником приросту (2012-2019 рр.) [14]

Не менш вражаючі результати показав Ватикан з показником збільшення відвідувань на 35%. Незважаючи на свої малі розміри, ця держава-місто є знаковою музейною територією: справжнім комплексом музеїв, де зберігаються

унікальні художні колекції, зібрані Папами Римськими протягом століть. Такий інтерес туристів вивів Ватикан на друге місце у європейському рейтингу найбільш популярних музейних установ, зробивши його головним конкурентом Лувру. Прогнозується, що завдяки ефективній маркетинговій політиці ця музейна локація може невдовзі очолити рейтинг європейських музеїв.

Аналізуючи географічний розподіл європейських музеїв за країнами та містами (див. Рис. 3.3), можна зробити висновок про нерівномірний розподіл установ у Європі. Найбільшу концентрацію музеїв спостерігають у Лондоні – 42% загальної кількості, тоді як Ватикан і Флоренція мають лише по 7%. Італія має значний потенціал для розвитку своєї музейної індустрії на світовому ринку, хоча Ватикан сам по собі є однією масштабною музейною локацією.

Особливої уваги заслуговує Париж, на який припадає значна частка музейних установ регіону. Відвідуваність паризьких музеїв стабілізувалася після падіння у 2017 році, спричиненого громадськими заворушеннями. У 2019 році музеї Парижа залучили близько 16,5 мільйона відвідувачів, що еквівалентно 23% від загальної кількості відвідувачів музеїв у регіоні.

Лувр, один із найвідоміших музеїв світу, утримує лідерські позиції серед

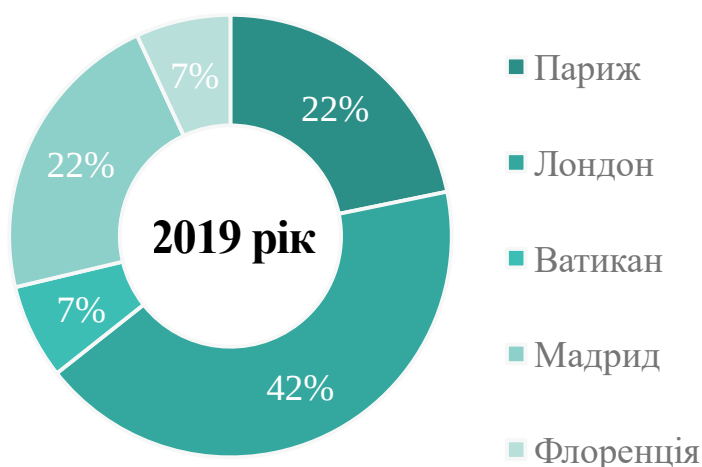


Рис. 3.3. Розподіл музейних установ по Європейських містах

культурних закладів, залучаючи 9,6 мільйона відвідувачів у 2019 році, 75% із яких – іноземні туристи. Хоча загальна кількість гостей знизилася порівняно з 2018 роком, коли вона сягала 10,2 мільйона, цей спад є результатом запровадження нових заходів управління, таких як система онлайн-

бронювання та регулювання потоків відвідувачів. Завдяки цьому вдалося суттєво зменшити переповненість музею у літні місяці — на 20%, де середньомісячна кількість відвідувачів раніше перевищувала мільйон осіб.

У 2019 році Лувр також відзначив тридцятиріччя своєї знаменитої скляної піраміди, спроектованої архітектором І. М. Пей. Особливі заходи та ключова виставка року — «Леонардо да Вінчі» — стали міжнародним хітом, привернувши 1,1 мільйона відвідувачів лише за чотири місяці (з жовтня до лютого). Слід зазначити, що це вражаючий результат, особливо якщо порівняти з річною відвідуваністю таких країн як Люксембург, який у 2019 році прийняв 1,04 мільйона туристів.

Не менш важливі здобутки Лувр продемонстрував у цифровій сфері: його присутність в Інтернеті зросла на 47%, досягнувши 3,5 мільйона підписників на платформі Instagram. Особливий інтерес музей викликав серед китайської аудиторії — кількість підписників на сервісі Weibo збільшилася на 75% і досягла вражаючих 30 мільйонів.

Також у Парижі є інший заклад Музей д'Орсе який зібрав рекордну відвідуваність — майже 3,7 мільйонів відвідувачів у 2019 році, що аж на 15% більше, ніж у 2018 році. Тенденцію зображено на Таблиці 3.1. Такого успіху музей досягнув завдяки двом популярним особливим виставкам «Чорні моделі: від Жеріко до Матісса» (відвідало більше 500 000 осіб) і «Берте Морізо» (413 000 відвідувачів).

Неймовірними результатами може похвалитися Містечко науки та індустрії в Мадриді. У 2019 році його відвідало рекордні 2,4 мільйона осіб — на 6,2% більше, ніж роком раніше. Цього вдалося досягти завдяки багатому спектру подій та фестивалів, хоча велика частина комплексу, зокрема знаменитий купол «Жеод», перебувала на реновації.

У Національному центрі мистецтва і культури імені Жоржа Помпідю відвідуваність у 2019 році знизилася на 7,9%. Це сталося через ремонтні роботи, які суттєво обмежили години роботи музею та його доступність протягом року.

На відміну від цього, значний приріст відвідуваності спостерігався у провідних музеях Мадрида. Зокрема, у Національному музеї Прадо кількість відвідувачів зросла майже на 11%. Такий успіх значною мірою зумовив безкоштовний вхід протягом трьох днів на честь святкування 200-річчя музею. Особливо високий наплив спостерігався на Великодню суботу, коли музей відвідало 14 300 осіб, при середньому показнику у 8 800 відвідувачів на день. Додатково музей активно використовував соціальну мережу Instagram, що призвело до зростання кількості підписників на 65% [14].

У Національному музеї «Центр мистецтв імені королеви Софії» відвідуваність також значно зросла – на 14%. Найбільший внесок у цей показник зробили безкоштовні зони музею, хоча популярність виставок, таких як «Поетика демократії: образи та контр образи від іспанського переходу» і «Шарль Рей: чотири моделі», також зіграла роль. Загальний дохід від цих виставок зріс на 3%.

До переліку 14 найпопулярніших та найбільших європейських музеїв увійшли шість лондонських закладів культури. Разом вони привернули 43% від загальної кількості відвідувачів музеїв у регіоні у 2019 році.

Лондонські музеї демонстрували стабільне зростання популярності, особливо цікаві тенденції продемонстровані на рисунку 3.4. Особливо це стосується Британського музею, де відвідуваність підвищилася майже на 7%. До цього спричинили дві масштабні виставки: «Японська Манга», яка залучала близько 1 900 відвідувачів щодня і загалом зібрала 184 тисячі гостей за три місяці, та «Рембрандт: мислення про папір», яка прийняла майже 327 тисяч осіб за пів року.

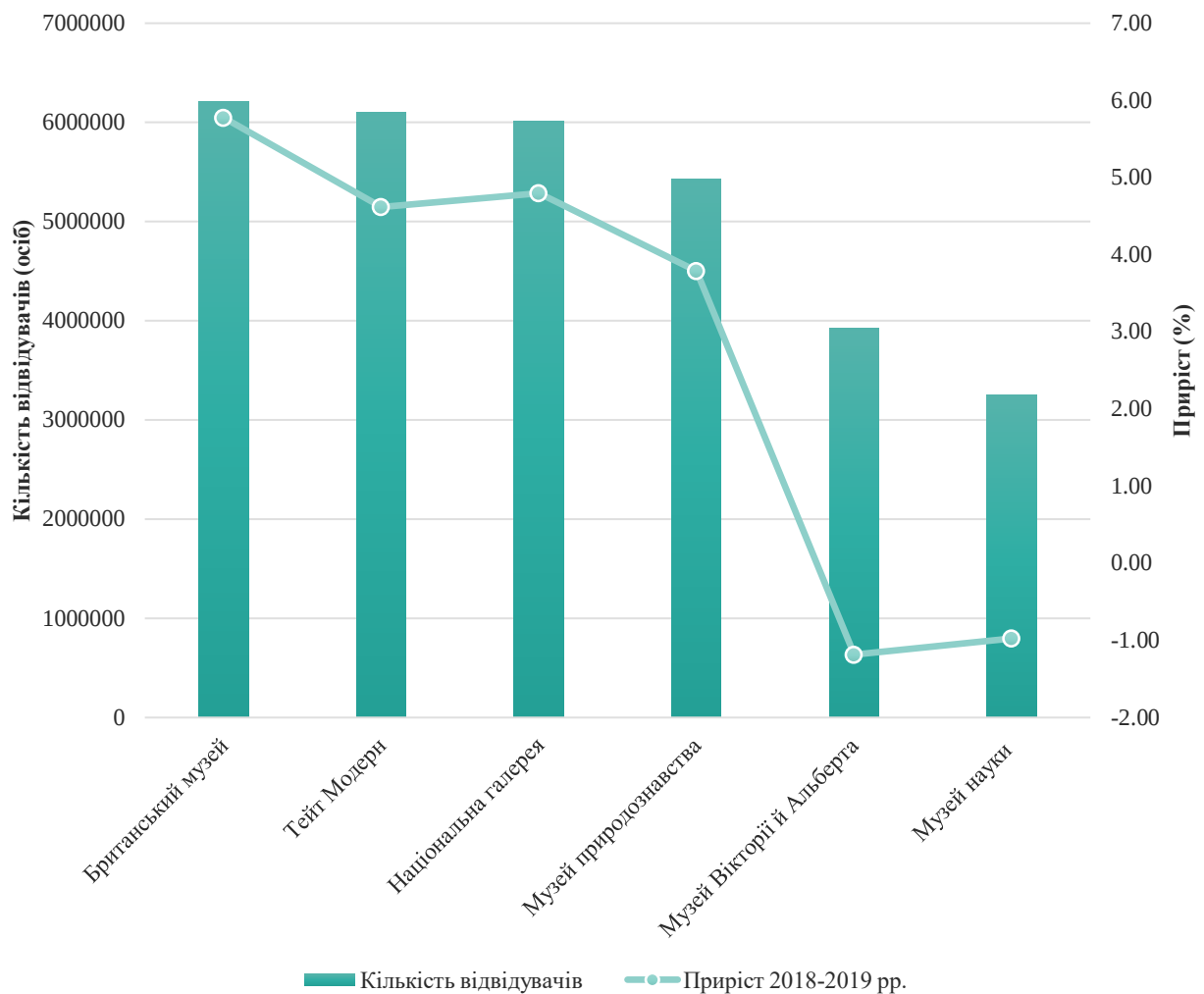


Рис. 3.4. Відвідуваність найпопулярніших музейних локацій Лондона та приріст прибуттів у 2019 році

Підтверджуючи беззаперечну популярність експозицій, присвячених великим модним будинкам, виставка «Крістіан Діор: Дизайнер мрії» встановила рекорд відвідуваності серед усіх виставок Музею Вікторії та Альберта в Лондоні. З лютого по вересень 2019 року її переглянули 595 тисяч осіб, що перевершило попереднього рекордсмена музею — виставку «Олександр МакКвін: Дика краса», яку відвідало близько 480 тисяч людей у період з березня по серпень 2015 року.

Важливо зазначити, що зона EMEA (Європа, Близький Схід і Африка) включає не лише музейні осередки відомих європейських країн, а й заклади

Африки та Близького Сходу. Втім, музеї з останніх регіонів все ще поступаються за відвідуваністю світовим лідерам.

Однак не можна ігнорувати їхній значний потенціал для подальшого розвитку. Яскравим прикладом успіху є Лувр Абу-Дабі, який з часу свого відкриття в листопаді 2017 року щорічно приймає близько одного мільйона відвідувачів. Цей музей став зразком ідеального балансу між високим мистецтвом і сучасним архітектурним дизайном.

У той же час відкриття Музею африканських цивілізацій у Сенегалі в листопаді 2018 року, можливе завдяки значним інвестиціям Китаю, стало важливою культурною подією для Західної Африки. Цей музей швидко перетворився на провідний осередок мистецького життя регіону.

3.2 Вибір та формування музейного туристичного продукту в США для міжнародного туризму

Північна Америка є одним із найактивніших і найпотужніших музейних регіонів. В США Нью-Йорк, як одне із ключових міст з постійним зростанням, відіграє важливу роль у підтримці розвитку музейної справи. Географічний охопит та поширення музеїв включає східне узбережжя США (від штату Мен до Флориди), усі штати Середнього Заходу та східну частину Канади. Східна частина США активно розширює свою музейну діяльність.

США активно взаємодіє з комітетом TEA NextGen, щоб підтримувати молоде покоління – студентів і нещодавніх випускників – у їхньому вступі до індустрії тематичних розваг. Очолює Східний відділ Трент Олівер, який є президентом правління.

Тим часом Західна частина Північної Америки, інший важливий підрозділ TEA, охоплює велику територію – від Гавайських островів до континентального розділення – і включає різноманітні професійні спільноти тематичної індустрії розваг, зокрема музеї.

У цьому регіоні також знаходиться штаб-квартира ТЕА у Бербанку, штат Каліфорнія, де щороку проходять саміт ТЕА і церемонія нагородження Thea Awards у Лос-Анджелесі. Хоча основний склад членів зосереджений у Південній Каліфорнії, значна кількість учасників також представлена у таких містах, як Лас-Вегас, Сан-Франциско, Денвер, Сіетл, Ванкувер і на Гавайях. Завдяки розташуванню корпоративного офісу члени цього підрозділу активно співпрацюють із колегами з інших регіонів та долучаються до міжнародних проектів. Головна мета Західного відділу – забезпечити своїм членам можливість максимально реалізувати потенціал у майбутніх проєктах.

Для досягнення цієї місії команда активно організовує заходи різного формату: фірмові відкриті вечори, закулісні екскурсії, освітні програми та традиційну щорічну святкову вечірку. Як і Східний підрозділ, Західний відділ підтримує ініціативи комітету NextGen. Керівником правління цього підрозділу є Джефф Крокер [17].

У 2019 році музеї США виявилися менш успішними у порівнянні з аналогічними культурними закладами Європи, демонструючи гірші показники за весь період дослідження, що охоплює 2012–2019 роки. Як видно з графіка динаміки туристичних відвідувань музеїв США (Рис. 3.5), кількість відвідувачів за цей період залишалася відносно стабільною, зі середнім рівнем відвідуваності у 54,5 мільйона осіб до 2019 року. Однак у 2019 році відбулося значне скорочення кількості туристичних прибуттів, що принесло певні зміни у загальній ситуації. Зокрема, у 2019 році було зафіксовано найбільше зниження показників у всій історії досліджень відвідуваності музеїв США.

Загальна кількість туристичних візитів зменшилася до 45,3 мільйона осіб, що свідчить про падіння на 14,4% порівняно з результатами 2018 року. Варто зазначити, що ці коливання значною мірою спричинені такими факторами, як наявність чи відсутність популярних виставок-блокбастерів, тимчасове закриття

закладів через реставраційні роботи, а також зміни у методології підрахунку відвідувачів.

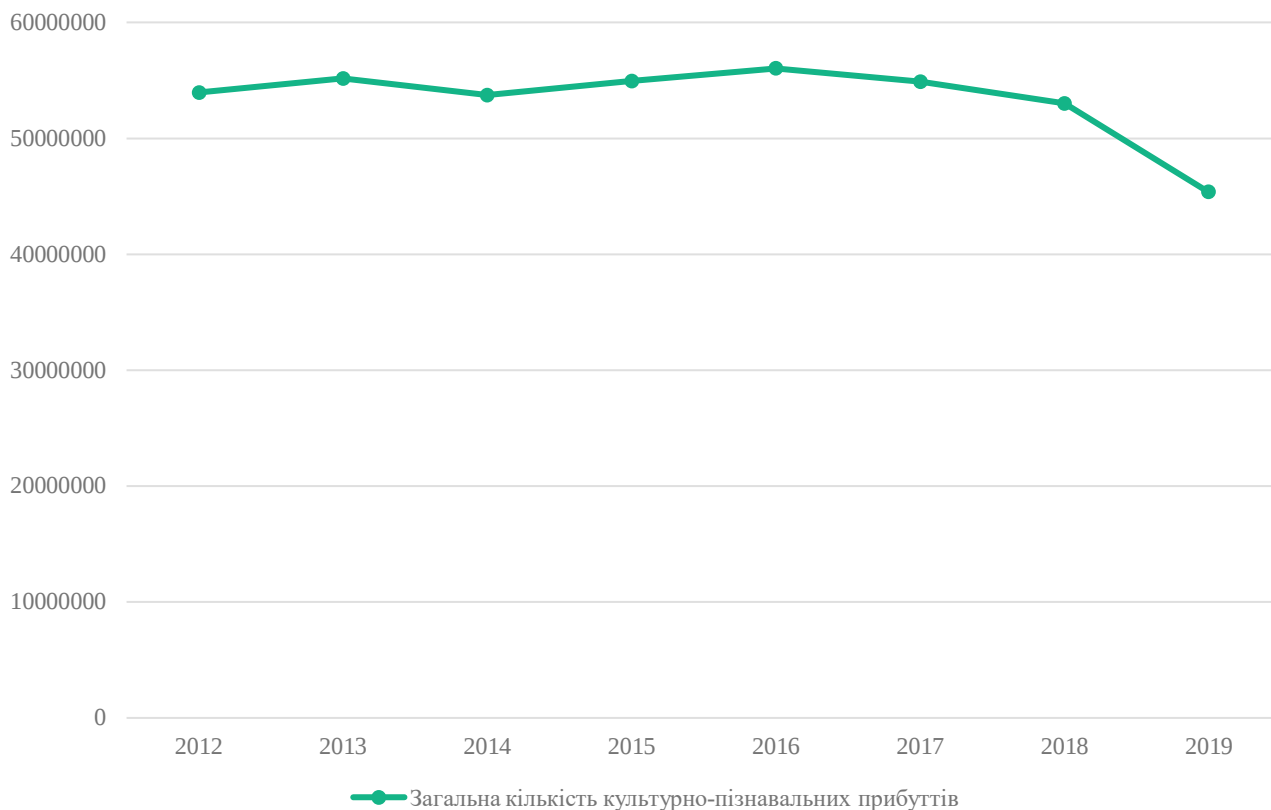


Рис. 3.5. Динаміка загальної кількості туристичних прибуттів у музеях США (2012-2019 рр.) [10]

Саме останній чинник відіграв важливу роль у динаміці відвідуваності в цьому періоді. Проблематика точного вимірювання кількості відвідувачів, особливо для музеїв із безкоштовним входом, була ідентифікована в рамках «Музейного індексу» з моменту початку систематичного збору відповідних даних організаціями АЕСОМ та ТЕА у 2012 році. У 2019 році складнощі з підрахунком були зумовлені операційними проблемами, а також поступовими змінами у системах та методах обліку туристичних потоків.

Аналізуючи музеї США відповідно до їхнього географічного розміщення, встановлено, що найпопулярніші музеї здебільшого розташовані у провідних

містах Сполучених Штатів Америки. Спираючись на дані сегментації музеїв за містами (Рис. 3.6), можна зробити висновок, що лідером за концентрацією найвагоміших музейних об'єктів є Вашингтон: на це місто припадає 33% усіх музейних локацій. Натомість найнижчий рівень концентрації спостерігається у таких містах, як Бостон, Денвер, Х'юстон і Сан-Франциско – на кожне з них припадає по 6% загальної кількості музеїв.

Таким чином, дослідження свідчить про наявність суттєвих викликів та нерівномірності в розвитку різних музейних кластерів США, що у сукупності вплинуло на загальні показники відвідуваності регіону.

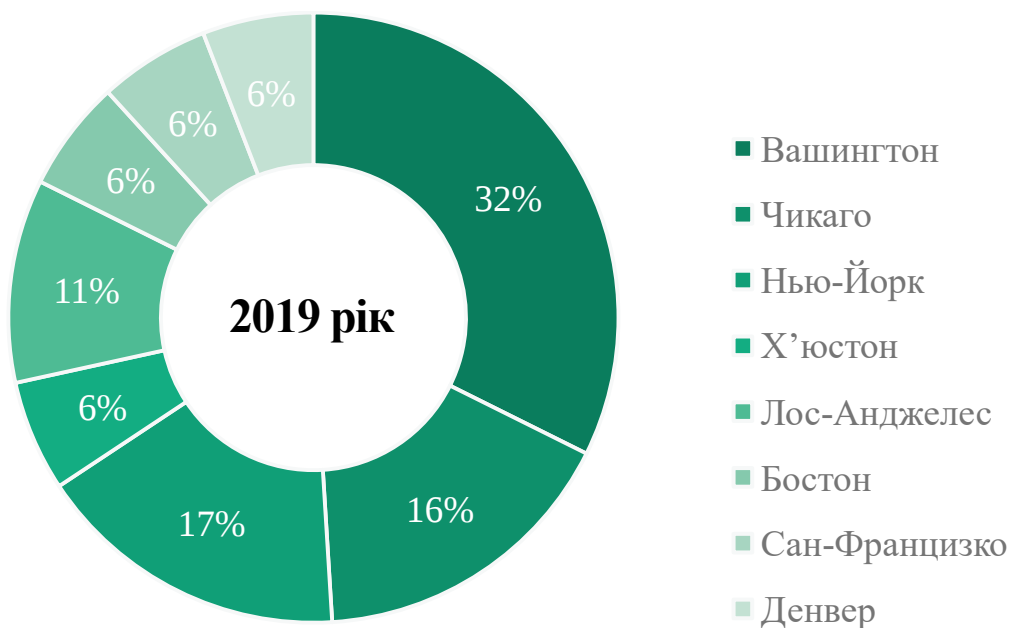


Рис. 3.6. Розподіл найбільш відвідуваних музейних закладів США по містах

Після детального аналізу туристично-розважального потоку в Американському регіоні, зокрема у Вашингтоні, а саме в окрузі Колумбія, можна зробити висновок про спад задекларованої відвідуваності місцевих музеїв у період з 2018 по 2019 рік. Ця несприятлива тенденція проявляється на тлі загальної ситуації у регіоні, що відображено на рисунку 3.7.

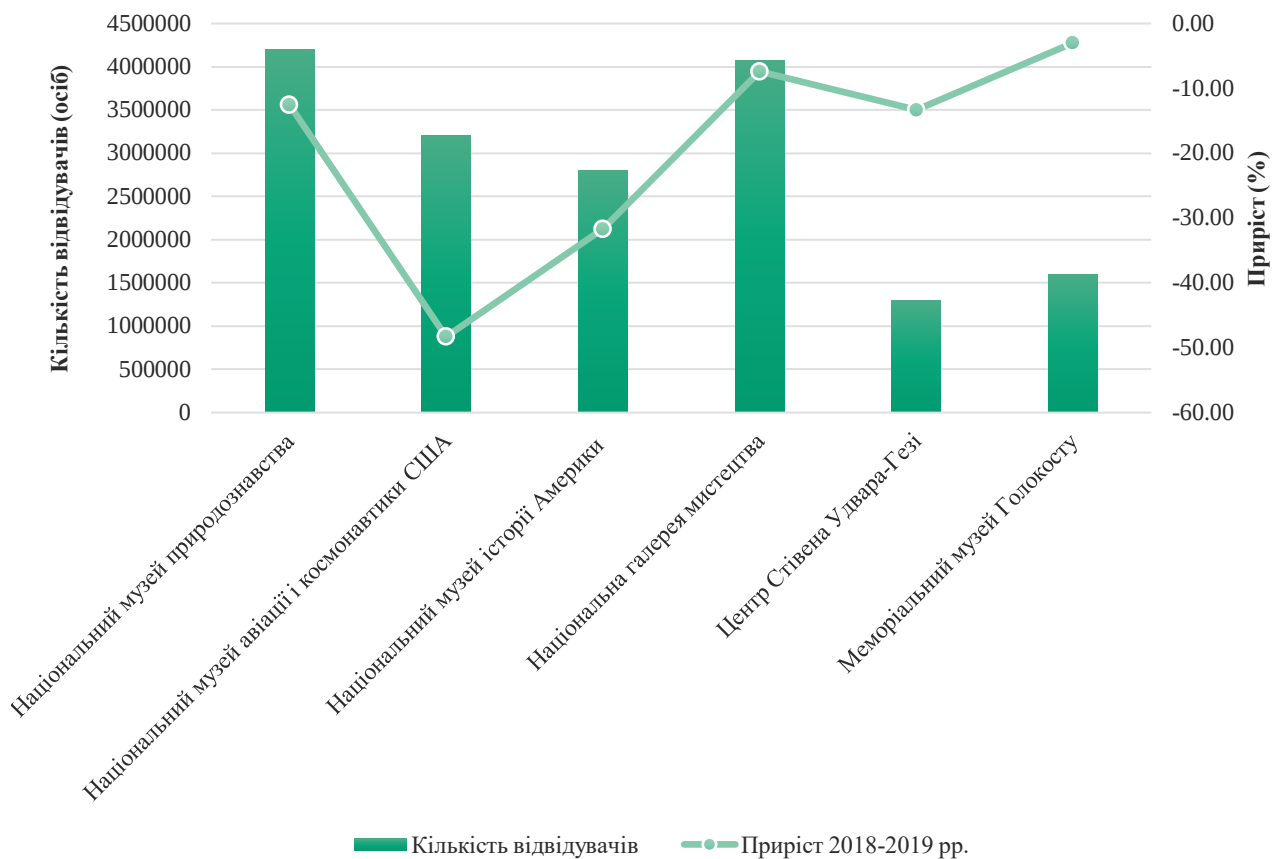


Рис. 3.7. Туристично-пізнавальні прибуття та приріст найпопулярніших музейних локацій у Вашингтоні (2019 рік)

Слід зауважити, що до списку найвідвідуваніших музеїв США увійшло шість музеїв Вашингтону, що становить лише 6% від загальної кількості у країні. Серед них три ключові локації – Національний музей природознавства, Національний музей авіації та космонавтики і Національний музей історії Америки – впровадили автоматизовані системи обліку відвідування замість механічних лічильників. Утім, цей перехід супроводжувався певними труднощами.

Зокрема, у кінці 2018 року в Національному музеї авіації й космонавтики розпочалася масштабна багаторічна реконструкція, що призвела до суттєвого скорочення кількості відвідувачів, аж на 48%.

Водночас Національний музей природознавства зазнав зниження показників відвідуваності на 12,5%, а кількість відвідувачів Національного музею історії Америки зменшилася на значні 31,7% упродовж 2018-2019 років.

Варто зазначити, що автоматизовані системи обліку річної відвідуваності безпосередньо не впливають на реальний обсяг туристичних потоків, однак перехід на новий метод підрахунку міг спричинити втрату частини статистичних даних, що формально позначилося на кінцевих результатах.

Крім зазначених музеїв у столиці США, незначне скорочення кількості туристів спостерігається і в кількох інших культурних закладах. Зокрема, Національна галерея мистецтв зазнала зниження відвідуваності на 7,4%, Центр Стівена Удвара-Гезі — на 13%, а Меморіальний музей Голокосту — на 3%. Подібні процеси характерні також для Нью-Йорка. У цьому мегаполісі три провідні музеї залучили загалом 13,7 мільйона відвідувачів у 2019 році, що становило 30% від загальної кількості в регіоні.

Найпопулярнішим серед них залишився Музей мистецтва Метрополітен, який хоча й зіткнувся зі зменшенням відвідувань на 8% (до 6,8 мільйонів у 2019 році), проте продовжує утримувати позицію найбільш популярного музею в США та третього за відвідуваністю у світі. Варто зазначити, що це зниження частково пов'язане з рекордно популярною тимчасовою виставкою 2018 року «Небесні тіла: мода і католицька уява», яка зібрала понад 1,7 мільйона відвідувачів і принесла майже чверть річної аудиторії музею. Значного скорочення відвідуваності зазнав і Музей сучасного мистецтва (MoMA), де впродовж 2019 року кількість відвідувачів зменшилася на 28%.

Це скорочення частково обумовлене тим, що музей був тимчасово зачинений через проведення робіт із його розширення. Серед позитивних трендів варто виділити успішний старт нового Музею Статуї Свободи, відкритого у травні 2019 року. У перспективі цей заклад має усі шанси увійти до топ-20 найпопулярніших музейних установ світу.

З огляду на той факт, що щорічно приблизно 4,5 мільйона людей користуються поромними сполученнями, аби побачити всесвітньо відому Статую Свободи, можна очікувати, що новостворений музей не лише здобуде популярність у Північноамериканському регіоні, але й стане важливим культурним осередком глобального масштабу.

Окремо варто зосередити увагу на статистичних даних відвідуваності музеїв у великих міських центрах. Так, у Чикаго, в Музеї науки і промисловості, кількість відвідувачів зменшилася на 11% у 2019 році після проведення спеціальної виставки «Наука позаду Ріхар», яка тривала з травня 2018 по січень 2019 року. Згідно з даними (див. рис. 3.8), виставка вимагала додаткової оплати у розмірі 14 доларів до стандартної вартості квитка в музей. Вочевидь, більшість аудиторії отримала достатню кількість вражень від цієї виставки у 2018 році, що й призвело до зменшення відвідуваності наступного року [11].

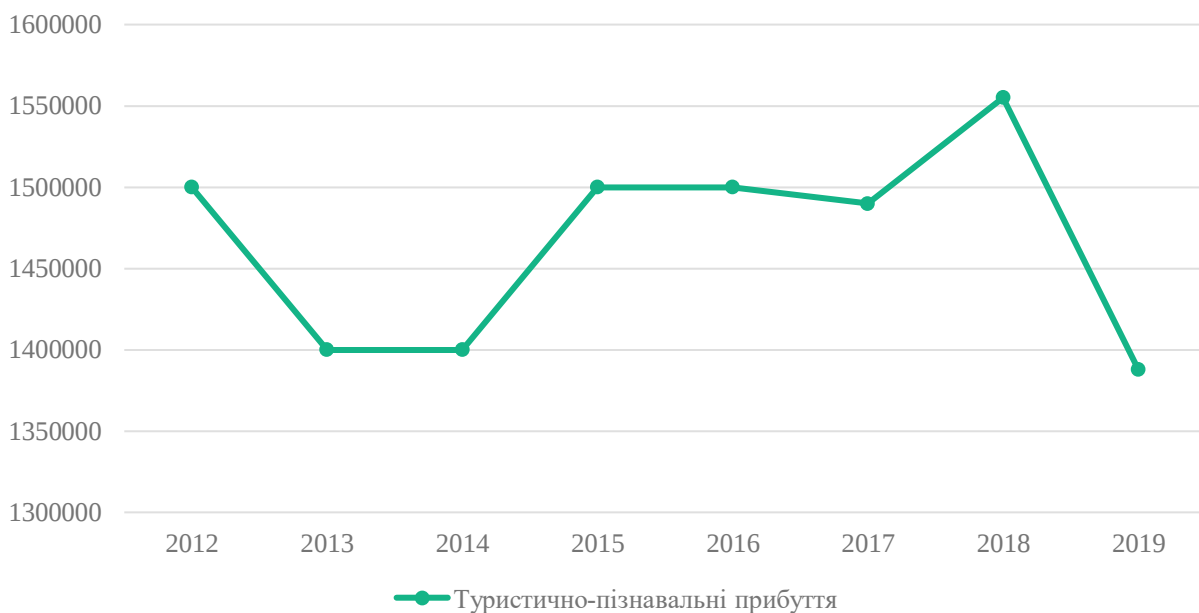


Рис. 3.8. Динаміка туристично-пізнавальних прибуттів Музею науки та промисловості у Чикаго (2012-2019 рр.) [11]

До 2019 року середня річна кількість відвідувачів Музею науки і промисловості становила 1,48 мільйона осіб. Водночас зниження туристичних

потоків у 2019 році вплинуло на кількісний показник відвідувачів, скоротивши його до 1,4 мільйона. Подібні тенденції спостерігаються і в Каліфорнійському науковому центрі в Лос-Анджелесі, де у тому ж році кількість відвідувачів зменшилася на 13% (див. таблицю 3.1). Це сталося після неперевершеного успіху виставки «Цар Тутанхамон: Скарби золотого фараона». Дана експозиція, яка охоплювала дев'ять галерей та знаменувала сторіччя відкриття легендарної гробниці єгипетського фараона, включала сучасні мультимедійні елементи, зокрема 3D-сканування артефактів.

Таким чином, можна зробити висновок, що динаміка відвідуваності музеїв має значну варіативність із року в рік. У розвинених регіонах, таких як Європа чи Північна Америка, ці зміни здебільшого спричиняються організацією знакових виставок-блокбастерів або реалізацією унікальних культурних програм, які стимулюють ріст популярності в короткостроковій перспективі та спад в наступному періоді. Натомість в країнах Азії значний підйом відвідуваності часто пов'язаний із впровадженням масштабних нових проєктів або істотними модернізаціями існуючих музейних просторів. Незважаючи на періодичні коливання у рівнях відвідуваності, слід наголосити, що підхід до взаємодії з аудиторією музеїв суттєво еволюціонує. Сучасні музеї перетворюються у потужні культурно-розважальні локації, здатні конкурувати навіть із тематичними парками завдяки своїй багатофункціональності та культурному потенціалу.

Окремо варто зазначити, що лише протягом 2019 року найбільш популярні музеї світу залучили близько 153,7 мільйонів відвідувачів, що демонструє вражаючий внесок у туризм на глобальному рівні. Можна з упевненістю стверджувати, що музейна сфера перебуває на правильному шляху до посилення своєї ролі у світовій культурній та економічній системі.

ВИСНОВКИ

Провівши ґрунтовне дослідження ролі музеїв на світовому ринку розважального туризму, ми прийшли до низки важливих висновків, які відповідають поставленим завданням нашої роботи:

1. Музеї сьогодні виступають не лише в ролі центрів збереження культури, мистецтва, історії, науки та освіти, але й стають потужними суб'єктами глобального туристичного бізнесу. Сучасні музейні об'єкти перетворюються на беззаперечні магніти для мільйонів туристів, доводячи свою світову значущість. Яскравим прикладом є Лувр, який у 2019 році відвідало 9,6 мільйонів осіб. Цей один музей зміг залучити більше людей, ніж навіть такі держави, як Бельгія чи Болгарія, і навіть перевершив показники туризму для такого континенту як Австралія. В умовах сучасного світу з безліччю туристичних та культурних пропозицій музеї не лише залишаються конкурентоспроможними, але й слугують каталізаторами культурного та туристичного життя планети.

2. Детальний аналіз глобальних туристично-пізнавальних потоків підтверджує статус музеїв як незалежних та самодостатніх туристичних атракцій. Упродовж досліджуваного періоду (з 2012 по 2019 роки) двадцять чотири провідних музеї світу загалом зібрали 938,9 мільйонів відвідувачів, із яких лише у 2019 році було зафіксовано 114,8 мільйона – зростання на 4,7% порівняно з попереднім роком. Порівняльна структура цих туристичних потоків демонструє цікаві дані: найбільше відвідувачів зафіксовано у регіоні Європи – 66,8 мільйонів осіб, музеї США відвідало – 45,3 мільйонів туристів. На ці тенденції значною мірою впливають як оновлення музейної інфраструктури та створення тимчасових виставок-блокбастерів, так і коригування підходів до залучення туристів. За підсумками 2019 року лідерами за кількістю відвідувачів очолює Лувр із 9,6 мільйонів гостей, а Ватиканські музеї з показником у 6,8 мільйонів значно відстали.

3. Порівняння музейного туристичного потоку за регіонами згідно зі стандартами ТЕА показує чітке домінування музеїв у ключових зонах світового туризму. Найуспішніші музейні комплекси концентруються в таких глобально відомих містах, як Лондон, Париж, Флоренція, Вашингтон, Нью-Йорк. У 2019 році Європа демонструвала найбільший приріст за кількістю відвідувань музейних локацій. Лідером залишився Лувр із 9,6 мільйонами відвідувачів, тоді як галерея Уффіці у Флоренції залучила 2,3 мільйони гостей. Особливо перспективними для розвитку у регіоні стали Музей Орсе у Парижі (зростання відвідуваності на 15% у період 2018-2019 років) та Центр мистецтва королеви Софії у Мадриді (+13,5% до кількості відвідувачів).

Провівши детальний аналіз, ми дійшли висновку, що сучасних туристів приваблюють дві категорії напрямків: перевірена часом класика або щось абсолютно нове й оригінальне, здатне дарувати глибоке емоційне задоволення. Виходячи з цього, можна стверджувати, що кожна локація, яка увійшла до наших рейтингів, має значний потенціал для підвищення туристичної привабливості регіону. Серед об'єктів світового масштабу виділяються дві музейні інституції, які, без сумніву, можуть найближчим часом опинитися на лідерських позиціях у популярності. Перш за все варто згадати Музейні комплекси Ватикану, які наразі займають третє місце у глобальному рейтингу. Їхня перевага полягає в унікальності експозицій та компактності території, що робить відвідини зручними й захопливими. Другим перспективним об'єктом є відносно новий Музей Статуї Свободи. Хоча наразі його ще не включено до наших списків, його вигідне розташування та символічна значущість відкривають великі можливості для привернення уваги й отримання високого статусу в майбутньому.

СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія / Ф. Вайдахер. – Львів: Літопис, 2005. – 628 с.
2. Маньковська Р. Музеї як складова історико-культурного туризму. *Історикокультурний туризм: український та світовий досвід*. Зб. матеріалів Міжнар. наук. конф. / Редкол. : О.П. Реєнт, В.П. Капелюшний, ін. Київ: «Фоліант», 2019. С. 35–47.
3. Романуха О. М. Розвиток музейної справи як фактор активізації міжнародного туризму // *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*: міжнар. конф. Миколаїв: МНУ, 2015. С. 79-83.
4. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Музеєзнавство: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 428 с.
5. Closed Exhibition - Alexander McQueen: Savage Beauty [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.vam.ac.uk/content/exhibitions/exhibition-alexander-mcqueen-savage-beauty/>.
6. Christian Dior: Designer of Dreams [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.vam.ac.uk/exhibitions/dior-designer-of-dreams>.
7. Currid-Halkett E. The Warhol Economy: How Fashion, Art, and Music Drive New York City / Elizabeth Currid-Halkett. – Princeton: Princeton university press, 2009. – 258 p.
8. Ferrary S., Gilli M. From the museums of objects to the virtual museums: An Opportunity for local tourism development // *New Business Opportunities in the Growing E-Tourism Industry*. NY: IGI Global, 2015. P. 255-272.
9. International Tourism Highlights, 2020 Edition. 2021. – URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456>.

10. International Visitors to the United States. National Travel and Tourism Office, U.S. Department of Commerce. <https://travel.trade.gov/research/programs/i94/>. (дата звернення: 2.04.2026)
11. Lewis G. *Museum: cultural institution* / Geoffrey D. Lewis. – 2021. – URL: <https://www.britannica.com/topic/museum-cultural-institution#ref76500> (дата звернення: 5.03.2026)
12. Marc Sklar M. Museum Will Remain Open With Phased Gallery Closings / Marc Marc Sklar. – 2018. – URL: <https://airandspace.si.edu/newsroom/press-releases/smithsonians-national-air-and-space-museum-begin-seven-year-renovation>.
13. Institute of museum and library services. Museum Data Files, FY 2019. – URL: https://www.ims.gov/sites/default/files/museum_data_file (дата звернення: 3.04.2026)
14. Reporting TEA DIVISIONS for the period 2012-2019. – URL: <https://www.teaconnect.org/tea-theme-museum-index> (дата звернення: 2.03.2026)
15. The Science Behind Pixar [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.msichicago.org/explore/whats-here/exhibits/the-science-behind-pixar/>.
16. "Tourism in the United States." U.S. Department of Commerce, International Trade Administration. <https://www.trade.gov/tourism-united-states>. (дата звернення: 4.03.2026)
17. William, C. Gartner. Rural tourism development in the USA [Electronic resource]. – Access mode: <http://onlinelibrary.wiley.com>. (дата звернення: 2.04.2026)
18. World exhibition catalog. The Reports closed exhibition. 2019. – URL: <https://www.vam.ac.uk/exhibitions>