

Музеї  
як потенційний ресурс  
розвитку туристичної  
дестинації місцевих  
громад

*Лариса Гайда,  
Педагогічний музей України*

# Туристична дестинація (грумада)


її можна охарактеризувати як територію із засобами обслуговування та послугами для забезпечення потреб туристів.

Для того, щоб певну територію можна було вважати дестинацією, необхідне виконання таких умов:

- наявність на цій території засобів розміщення, харчування туристів, рекреаційної та розважальної інфраструктури, а також достатньо розвиненої транспортної системи;
- наявність **визначних пам'яток**, які становлять туристичний інтерес (атрактивність є одним з головних чинників формування та розвитку туристичної дестинації);
- наявність інформаційних і комунікаційних систем (наприклад, систем пошуку та бронювання турів, інформаційних туристичних порталів тощо).

# Дестинація

- (лат. destino – "призначення", "місцезнаходження") – це географічна територія, яка є привабливою для туристів завдяки наявності унікальних або специфічних туристсько-рекреаційних ресурсів та відповідної інфраструктури, доведених до споживачів у вигляді готового туристичного продукту з метою задоволення їх найрізноманітніших потреб. Іншими словами, це місце призначення туриста, де він має реалізувати мету своєї подорожі.
- Проте, не кожна територія може називатися дестинацією. Для цього необхідною є відповідність наступним критеріям:
  - 1. Транспортна доступність та наявність певного набору послуг належної якості для обслуговування туристів (трансфер, розміщення, харчування та ін.);
  - 2. Наявність цікавих для відвідування **пам'яток природи, історії, культури, релігії** і т.д.;
  - 3. Наявність інформаційних систем (наприклад, систем комп'ютерного бронювання) задля просування продукту на туристичному ринку.



# Характеристика музейного середовища України

Класифікація за формою власності:

- Музеї юридичні особи – знаходяться у державній та комунальній власності, зокрема, громад, у підпорядкуванні департаменту культури, туризму та культурної спадщини.
- Громадські музеї, відомчі – ними опікуються установи комунальної власності, заклади освіти, військові частини, громадські об'єднання тощо.
- Приватні музеї у власності фірм, окремих юридичних та фізичних осіб.
- Єдиний інформаційний ресурс про музеї України - відсутній.

# Турист повинен мати вибір!

Причини недостатньої задіяності музеїв у туристичному просторі:

- Низький рівень промоції - не включені у туристичні маршрути.
- Традиція відомчості, слабкий кадровий потенціал.
- Правовий статус.
- Проблема доступності відомчих музеїв.
- Відсутність комунікації з туристичними агенціями та туристично-інформаційними центрами.
- Слабкі позиції музейників як корпоративної спільноти.
- Стереотипи у сприйнятті «музеї – це не цікаво!»

# Музей – центр туристичної дестинації, чому він вкрай потрібен громаді?

- Музей як презентаційний центр громади, сприяє визначенню її місця і ролі у культурологічному середовищі краю, пошуку «свого обличчя».
- Він має широкі можливості для комунікації з різними групами та спільнотами.
- Досліджує всі аспекти життя мешканців населених пунктів з часу заснування або першої письмової згадки. Це єдина установа, яка зберігає документи і матеріальні свідчення минулого та сучасної історії нових громад, творить літопис подій.
- Провідний акцент – антропологічний, це конкретні люди, не тільки видатні, а й звичайні, на яких «усе тримається». Історія людського життя цікава завжди! Родини, вихідці із села, селища, міста – хто вони?
- Музеї шукають розумний баланс цінностей та настрою, сприяють промоції «культури добрих прикладів».



# Комунікація – рухатись без вагань!

- Відділи освіти, культури, спорту і туризму.
- Музеї комунальної власності.
- Земляцтва, випускники, громадські організації.
- Бібліотеки, архіви та архівні відділи у районах, наукові установи, відомчі музеї.
- Національно-культурні товариства, художні самодіяльні колективи.
- Краєзнавці-аматори, колекціонери, журналісти, художники, музиканти.
- Особливий аспект - це інтереси і запити «малих груп», духовна культура, лідерство.

# Форми діяльності сучасного музею

- Музейні клуби, гуртки, співпраця з молодіжними громадськими організаціями та рухами.
- Розробка туристичних маршрутів, просування туристичної привабливості краю у соціальних мережах.
- Тематичні зустрічі з цікавими людьми, майстрами, колекціонерами.
- Експедиції, екскурсії та мандрівки, цикли практичних занять, конференції, краєзнавчо-дидактичні вікторини та квести, мандрівки з краєзнавчими завданнями, концерти, театралізовані екскурсії-вистави, створення літописів родин.
- Участь у конкурсах, акціях, виставках, туристичних фестивалях.