

корпоративного, регіонального, публічного менеджменту та державного управління. Розробка та впровадження вертикально та горизонтально ІСМБ сприятиме переорієнтації економічного мислення, створення принципово нових механізмів розвитку суспільства, спрямованих на забезпечення високої якості життя, прийнятної якості навколишнього середовища, людського розвитку, безпеки життєдіяльності та національної безпеки загалом.

*Список використаних джерел*

1. J.G.Sanz-Calcedo, A.G.González, O.López, D.R.Salgado, I.Camero, J.M.Herrera. Analysis on Integrated Management of the Quality, Environment and Safety on the Industrial Projects. *Procedia Engineering*. V.132, 2015, p 140-145.
2. T.V. Nunhes, L. Motta, OJ de Oliveira. Evolution of integrated management systems research on the Journal of Cleaner Production: Identification of contributions and gaps in the literature. *Journal of Cleaner Production*. V.139, 2016, p. 1234-1244.
3. T. Holm, T. Vuorisalo, K. Sammalisto. Integrated management systems for enhancing education for sustainable development in universities: a memetic approach. *Journal of Cleaner Production*. V.106, 2015, p. 155-163.
4. Thomas R. Peltier. Information Security Policies, Procedures, and Standards: guidelines for effective information security management. 1st Edition. CRC Press, Inc. Boca Raton, FL, USA, 2016, p. 286.
5. ZA. Soomro, MH. Shah, J. Ahmed. Information security management needs more holistic approach: A literature review. *International Journal of Information Management*. V. 36, 2016, p. 215-225.
6. Буряк Р. І. Інтегрована система менеджменту як основа забезпечення сталого розвитку підприємства аграрного сектору України. *Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України*. 2015. № 3-4. С. 36-44.
7. Криворучко, О. М. Інтегрований підхід до удосконалення бізнес-процесів підприємства. *Економіка трансп. комплексу*. 2018. Вип. 32. С. 17-29
8. Траченко Л. А. Системи управління якістю підприємств сфери інжинірингу: монографія. Одеса : ОНЕУ, 2019. 378 с.
9. Пилипенко О. І. Концептуальні підходи до побудови інтегрованого ризик-менеджменту в системі управлінського обліку для забезпечення економічної безпеки підприємства. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації*. 2017. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/3578>

**Шикіна О. В.**

*к.е.н., доцент,*

*доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,*

*Одеський національний економічний університет,*

*м. Одеса*

## **ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ СТАНУ МУЗЕЙНОЇ МЕРЕЖІ ЯК ЕЛЕМЕНТ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ СФЕРОЮ**

У сучасному світі, особливого значення набуває науково-теоретичне осмислення, обґрунтування та узагальнення різних складових туризму, серед яких належне місце займає музейна діяльність, яка вимагає системного підходу до пізнання її сутності, структури, зовнішніх і внутрішніх зв'язків, загальної динаміки. Для оцінки діяльності музеїв необхідно використовувати ряд показників, що враховують і характеризують їх здатність до

конкурентоспроможного функціонування у багатофункціональній сфері туристичного обслуговування.

Перш за все необхідно дослідити особливості діяльності музейних закладів загалом по Україні з використанням показників задля визначення найбільш показових для ранжування регіонів за їх проф. активністю у даній сфері. До системи показників необхідно включити як якісні, так і кількісні з використанням абсолютних та відносних показників [2].

Пропонуємо використати вісім показників для аналізу діяльності музейної справи України:

- кількість музеїв, од.;
- співвідношення національних музеїв до загальної кількості, %;
- кількість предметів основного фонду, од.;
- основні фонди, що потребують реставрації на кінець року, од.;
- кількість будівель музею, од.;
- загальна площа будівель музею, м<sup>2</sup>.;
- обслуговано екскурсіями, тис. осіб;
- співвідношення працівників з спеціальною вищою освітою до загальної кількості, %.

Проводиться аналітична обробка отриманої інформації за методом таксономічного аналізу, що дозволить провести ранжування областей за рівнем розвитку музейної діяльності в сукупності, надасть можливість виокремити серед областей лідерів шляхом порівняння значень основних обраних показників з еталоном.

В результаті проведеного дослідження виявилось, що найбільша питома вага серед областей України у оцінці стану музейної мережі припадає на групу «аутсайтери» (13 областей) до якої входить і Одеська область. Наявним є великий відрив м. Києва від інших регіонів. Одеська область знаходиться на 17 місці із 25 наявних, що є досить слабким результатом.

Стосовно співвідношення національних музеїв до загальної кількості у відсотках, то це значення найвище в м. Київ, однак в Одеській області воно складає 0,00%.

Розглядаючи кількість предметів основного фонду робимо висновок про те що саме м. Київ та Львівська область налічують найбільшу їх кількість, тим не менш Одеська область має не останній результат.

Багато в яких музеях України існують основні фонди, що потребують реставрації на кінець року, найбільша кількість яких знаходиться в м. Київ. Одеська область займає посередню позицію у даному списку і налічує загалом 22270,0 од. в цій категорії.

Процент співвідношення працівників зі спеціальною вищою освітою до загальної кількості працівників музею по областях України показує, що найбільше значення в даній категорії має Івано-Франківська область із значенням 33,18%, далі слідує Дніпропетровська і Волинська області із значеннями 32,05% і 30,74% відповідно. Одеська область у цьому рейтингу налічує 14,89% співробітників, що безперечно є більш низьким результатом серед областей України.

Серед проблем, з якими безперечно стикаються музейні заклади Одеської області і України на сьогоднішній день виділимо декілька.

По-перше, це відсутність достатнього фінансового забезпечення з боку держави, а також недостатня кількість зацікавлених спонсорів. Музеї сьогодні мусять знайти додаткові джерела фінансування. Проте українські музеї як бюджетні установи мають обмежені перспективи для ведення торгівлі чи бізнесу. Фіскальний мінімум не надає податкових споживчих надходжень для музеїв з метою їх переходу до комерційної діяльності.

По-друге, це відсутність додаткових музейних послуг задля підвищення рентабельності закладів. Додаткові музейні послуги повинні підвищити рентабельність музеїв завдяки їх синергетичному потенціалу. Українські музеї повинні доповнити перелік своїх послуг,

наприклад придбання сувенірів та рекламних матеріалів, послуги харчування та продажу напоїв, транспортні послуги, банкомат, оренда.

По-третє, це недостатня організація управління персоналом та слабка маркетингова позиція. Завдання відділу маркетингу в музеї – сприяти збільшенню кількості відвідувачів, поширенню інформації про музеї серед тих, хто його не відвідує. Музеям необхідно чітко уявляти собі, в чому полягає унікальність їх місії. Головними завданнями музейного маркетингу є: аналіз потреб відвідувачів; прогноз їх складу, в тому числі з урахуванням сезону; визначення перспективних послуг, які може запропонувати музей; рівень платоспроможності відвідувачів; можливості отримання музеєм прибутку [1].

По-четверте, це відсутність інноваційних рішень як в управлінні колективом, так і в роботі з відвідувачами. Музейні установи України в умовах задекларованого державою євроінтеграційного курсу не мають права існувати й розвиватися поза спільно європейським інформаційно-культурним простором. Існують такі елементарні проблеми, як погано спроектовані або зовсім відсутні сайти музеїв, які у наш час є невід'ємною частиною успішного існування будь-яких туристичних закладів.

Створення у музеях розгалуженої сфери послуг для туристів та відвідувачів, відкриття сувенірних магазинів, виставкових галерей, антикварних магазинів сприяють збільшенню фінансових витрат – надходжень у місцеві бюджети.

Пріоритетним напрямом розбудови національної музейної мережі має стати запровадження нових технологій в експозиційній діяльності, створення експозицій, що дивують і принаджують несподіваними технічними ефектами (напр., рухома, анімована чи інтерактивна експозиція).

Необхідно якісно переосмислити планування музейного простору з метою виділення у ньому сегментів для релаксації відвідувачів. Керівництву кожного українського музею необхідно пам'ятати: музей – це установа, котра надає послуги культурного відпочинку й естетичного задоволення. Отже, йдеться про нематеріальні послуги, які надає музей і за які відвідувач платить гроші. Інноваційна музейна концепція «відпочинок плюс пізнання та враження» повинна у XXI ст. стати новою ідеологією кожного українського музею [3].

Важливими напрямками розвитку музеїв є подолання проблеми відставання їх матеріально-технічного забезпечення, оснащення їх належними технічними засобами охорони, використання комп'ютерної техніки й створення на її базі інформаційно-довідкових систем. У цьому напрямі музеї України значно відстають від музейних мереж розвинених країн світу.

#### *Список використаних джерел*

1. Нездоймінов С. Г., Загорулько С. Музейна мережа в контексті сучасних проблем екскурсології. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2017. № 6 (248). С. 81-93.
2. Шикіна О. В. Дослідження стану музейного господарства в Україні / О. В. Шикіна, Н. В. Нечева // *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2019. – № 9-10. – С. 146-162.
3. Шикіна О. В. Аналіз сучасного стану музейної справи України / О. В. Шикіна, Н. В. Нечева // *Інфраструктура ринку*. – Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій. – 2019. – Вип. 38. – С. 116-125.