

УДК 069.01:[008+930.85+159.953]

DOI <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024.3.14>

**Тетяна Лисюк**

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельного господарства, Волинський національний університет імені Лесі Українки  
tetiana.0602@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1629-9652>

**Лариса Ройко**

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри загальної математики та методики навчання інформатики, Волинський національний університет імені Лесі Українки  
larysaroyko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7318-0925>

**Оксана Терещук**

кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельного господарства, Волинський національний університет імені Лесі Українки  
oksana.tereschuk@vnu.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8131-1270>

## **ІСТОРИЧНІ МУЗЕЇ ЯК ІНСТИТУЦІЇ ПАМ'ЯТІ В ІННОВАЦІЙНО-ЦИФРОВІЙ ЕКСКУРСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ**

**Анотація.** У статті розглядаються українські історичні музеї, які наразі розвиваються у складних умовах через економічні труднощі, спричинені обмеженим фінансуванням музейної діяльності.

Проаналізовано умови використання інноваційних цифрових технологій у роботі музейних установ. Доведено, що процес оцифрування історичних музеїв та його роль у залученні туристів є невіддільними від соціокультурної функції музейного простору.

Доведено, що під впливом новітніх тенденцій у музеєзнавстві, зростання суспільних вимог до комунікаційних можливостей музеїв фокус уваги музеєзнавства змістився з музейних предметів на соціокультурні потреби відвідувачів. В умовах інформаційно-технологічного розвитку, окрім традиційних форм, з'являються сучасні способи взаємодії музеїв із суспільством у вигляді тривимірних технологій, зокрема креативної відеопроєкції, панорамної проєкції, віртуальної реальності та анімаційних технологій.

**Ключові слова:** інновації, музеї, туризм, війна, музейна діяльність, музейний туризм, інноваційні напрями у музейництві.

### **Lysiuk Tetiana, Royko Larysa, Tereshchuk Oksana. HISTORICAL MUSEUMS AS MEMORY INSTITUTIONS IN INNOVATIVE DIGITAL EXCURSION ACTIVITIES IN UKRAINE**

**Abstract.** The article examines Ukrainian historical museums, which are currently developing in difficult conditions due to economic difficulties caused by limited funding for museum activities.

The conditions for the use of innovative digital technologies in the work of museum institutions are analysed. The process of digitalisation of museums and its role in the work of modern museology in terms of attracting tourists, which is inseparable from the socio-cultural function of the museum space, are described.

It is determined that under the influence of the latest trends in museology, which have shifted the focus from museum objects to the socio-cultural needs of visitors, society's requirements for the communication capabilities of museums have increased. In the context of information and technological development, in addition to traditional forms, modern ways of interaction between museums and society are emerging in the form of three-dimensional technologies, including creative video screenings, panoramic projection, virtual reality and animation technologies.

It is substantiated that the main means of expanding the field of museum communication are cooperation with the media, involvement of specialists in museum marketing, fundraising, Public Relations and advertising, cooperation with museum associations and public organisations, the use of information technology, Internet portals and the emergence of virtual museums.

The innovative services provided by European museums are studied, namely: access to museum collections, orientation in the system of cultural values, conditions for self-education, communication, creativity, leisure,

recreation, assistance in educational and promotional activities; information, reference, advertising, image, tourist, innovative excursion services.

The article identifies promising innovative directions in museum studies after the Victory: the emergence of new types of museums that do not have traditional forms of exhibition organisation. We are talking about interactive museums, one-exhibition museums, eco-museums, and others. First of all, these innovative forms of museums change the space, making it interactive and theatrical. It is filled with new forms of interaction: viewing a virtual exhibition online, buying museum tickets via a website, discussing problems at museum forums, using audiovisual media and formats (slides, films, photo albums, and video presentations created with the help of software).

**Key words:** innovations, museums, tourism, war, museum activities, museum tourism, innovative directions in museum studies.

**Актуальність теми дослідження.** Внутрішній ринок екскурсійних послуг в Україні є досить конкурентним. Однак внаслідок російсько-української війни велика кількість туристичних підприємств обслуговує меншу кількість туристів. Війна внесла корективи в усі сфери нашого життя, у тому числі і в соціальну та економічну. Багато підприємців були змушені змінити місце роботи й навіть імідж через закриття своїх підприємств та небезпеку їхнього розташування.

Внаслідок повномасштабної війни безцінні експонати українських музеїв опинилися під загрозою знищення. Деякі з цих музеїв були захоплені та розграбовані росіянами, інші – обстріляні. Станом на 25 грудня 2023 р. загалом в Україні було пошкоджено 1189 об'єктів культурної інфраструктури. З них 446 були повністю зруйновані. Найбільше постраждали Донецька, Київська, Харківська, Луганська, Миколаївська, Сумська та Херсонська області (63 українські музеї були зруйновані, з них – 24 історичні).

Використання нових технологій у форматі їхньої діяльності та презентації турів і екскурсійних маршрутів стало важливим в умовах війни, коли туристичні підприємства не могли працювати через обстріли та постійні звуки авіаударів.

В умовах зростання конкуренції необхідно пропонувати нові туристичні програми, які приваблюватимуть туристів і допоможуть їм дізнатися про культурну та історичну спадщину нашої країни. Українці та туристи з інших країн зацікавлені в ознайомленні з історичними пам'ятками на українській землі, які частково відтворені в українських історичних музеях.

Таким чином, на сучасному етапі необхідно підвищувати попит на екскурсійні та музейні послуги на туристичному ринку та проводити політику активної розробки та впровадження нових екскурсійних продуктів із використанням ефективних сучасних технологій.

Інновації в музейних дослідженнях та колекціонуванні здійснюються, зокрема, в оцифруванні музейних колекцій та створенні відповідного програмного забезпечення (стандартів) для документування музейних зібрань.

**Стан вивчення питання з аналізом праць.** Аналіз результатів впровадження інноваційних цифрових технологій в українських історичних музеях є предметом дослідження багатьох науковців.

Про реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі пишуть С. Баженова, Ю. Пологовська, М. Бикова, М. Шевелюк [1; 14]. Актуальні проблеми музейних досліджень висвітлені у працях О. Бондарець, Л. Чупрій, Л. Хахули [2; 12; 13]. Науковий доробок П. Гринько [4] демонструє основи методів управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах цифрової економіки. Проблеми управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств розглядають Г. Долга, В. Дударенко, А. Кравченко, С. Костючик [5–8]. С. Кириченко, О. Носирев, Т. Деділова, І. Токар, О. Роїк [9–11] аналізують тенденції розвитку туризму та гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України.

**Мета статті** – дослідити сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку історичних музеїв України.

**Методи та матеріали дослідження.** У процесі написання статті використано такі методи: спостереження, конкретно-фактологічний, теоретичного дослідження, аналітичний, зокрема системний та порівняльний, які дають змогу виявити основні взаємозв'язки та спрогнозувати подальший інноваційний розвиток історичних музеїв; метод узагальнення, який демонструє загальні характеристики та особливості музеїв історичних типів. Прогностичні методи, що базуються на ретроспективних даних, екзогенних (зовнішніх) та ендогенних (внутрішніх) зв'язках, використовуються для визначення майбутнього розвитку історичних музеїв.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Під час війни росія не лише знищує матеріальні цінності, а й намагається знищити ідентичність української культури. Українські музеї були обстріляні та пограбовані росіянами. Однак, попри війну, музейні працівники продовжують працювати. Одні вивозять музейні експонати з підконтрольної росії території, інші переховують експонати в безпечних місцях, щоб вони не постраждали від обстрілів. На жаль, через швидкість окупації цінні та рідкісні експонати не завжди вдається зберегти. Тим не менш, співробітники музеїв якнайшвидше повертаються до роботи, шукають можливості відновити зруйновані експозиції та повернути втрачені. З огляду на бойові дії співробітникам музеїв, екскурсводам та гідам у прифронтовій зоні складно проводити будь-які екскурсії та музейні заходи. Внаслідок постійних обстрілів туристичні підприємства на Сході та Півдні країни згорнули свою діяльність в офлайн, проте працюють активно онлайн, застосовуючи інтерактивні методи та інноваційні інформаційні технології.

Впровадження інноваційних технологій стало пріоритетом для туристичного та музейного бізнесу під час війни. Сучасні інноваційні технології дають змогу швидко оцифровувати матеріали та експозиції й викладати їх у вільний доступ онлайн [9; 10].

Українські музеї по-різному підійшли до цього питання. Більшість музейних організацій обрала традиційний формат – розміщення відеоеккурсій та фото на сторінках у соціальних мережах для широкої аудиторії. Деякі музеї просувають свої виставки через сайти туристичних компаній.

Однак інноваційні підходи також заслуговують на увагу в музеях та екскурсіях для людей з особливими потребами. Однією з небагатьох організацій, яка почала створювати відеоекскурсії для людей із мовним бар'єром, є Національний заповідник «Софія Київська». Відеоекскурсії супроводжуються перекладачами жестової мови, що не лише допомагає утримувати певну категорію людей вдома, роблячи їх дозвілля більш насиченим та цікавим, а й має значний соціальний вплив у контексті спротиву українців російській агресії [2].

Віртуалізація музейних екскурсій стала трендом у туристичних підприємствах і є досить популярною (як серед громадян України, так і серед туристів з інших країн). Впровадження оцифрування та віртуалізації значною мірою сприяло трансформації музеїв та туристичних підприємств.

Для більшості українських історичних музеїв у воєнний період основними каналами поширення інформації про їхню діяльність були сторінки в соціальних мережах (Facebook) та вебсайти, але згодом така діяльність почала зростати в переліку екскурсійних продуктів підприємств туризму.

Вебсайти музеїв та туристичних підприємств стали місцем не лише презентації їхньої діяльності (анонси подій, відеоекскурсії, онлайн-курси, фото), а й платформою для обговорення та висловлення побажань через лайки та репости. Діяльність історичних музеїв у соціальних мережах є першим кроком у подальшій цифровій трансформації підприємств туризму.

На українському ринку екскурсійних послуг можна виділити чотири таких типи суб'єктів: підприємства, що надають власний продукт (екскурсійні організації); підприємства-посередники (при організації екскурсій із підприємствами-партнерами); підприємства-постачальники (музеї, заклади харчування, транспортні компанії тощо); підприємства торгівлі (туристичні агентства, бюро з продажу товарів та послуг тощо) [6].

Підвищення стійкості та прибутковості туристичних підприємств може бути досягнуто як за рахунок збільшення прибутковості реалізації кінцевих послуг, так і за рахунок надання клієнтам кращого співвідношення ціни та якості й зростання обсягів реалізації послуг [7].

Сьогодні музеї історії України балансують між традиційними функціями музейної установи та сучасними методами залучення туристів. Однак виклики сучасної епохи швидких змін змушують музеї критично переосмислювати свій імідж як соціокультурних інституцій, адже їх головним завданням є збереження матеріальних цінностей культурної спадщини. Збереження історичних артефактів, поширення знань та залучення широкого кола відвідувачів є основними завданнями сучасних історичних музеїв, а інноваційні технології та їх елементи покликані допомогти в досягненні цієї мети.

На сучасному етапі суспільного розвитку неможливо повною мірою використовувати всі соціокультурні можливості історичних музеїв без впровадження інноваційних елементів у музейні простори та просування музейного продукту через туристичні підприємства [1].

Сучасний світ стає світом інтерактивної комунікації, взаємодії та змін, а розвиток інноваційних технологій ставить нові виклики перед мистецькими та культурними інституціями. Сучасні музеї змінюють свої практики під впливом нових технологій.

Специфіка музейної інновації полягає не лише у сфері її використання, а й у цілях та результатах її впровадження. Метою музейних інновацій є не лише створення конкурентних переваг, а й підвищення доступності культурних цінностей для широкого загалу через вебсайти туристичних підприємств. Іншими словами, роль музейної інновації не обмежується впливом на саму культурну інституцію, а поширюється на все суспільство [11].

Еволюція уявлень про соціальне призначення історичних музеїв призвела до появи нової ідеології музеїв, сукупності поглядів на здатність музеїв як соціокультурних інституцій відігравати більш активну й перетворюючу роль у суспільстві. Унаслідок цього відбулася суттєва зміна традиційного погляду на історичні музеї.

Музеї розглядаються не як сховища музейних предметів і дослідницькі центри, а як інструменти соціальних і культурних змін, як інституції, що служать конкретним громадам. Такі музеї не лише надають відвідувачам певні абстрактні знання чи естетичний досвід, а й дають їм відчуття історії та ідентичності своєї країни [3].

У сучасному світі, який прагне використовувати всі засоби для сприяння розвитку, музеї повинні вийти за межі своїх традиційних завдань і функцій ідентифікації, збереження та освіти й реалізовувати ширші програми, які дадуть змогу їм активніше брати участь у житті суспільства та повніше інтегруватися в соціальне середовище.

Для досягнення цієї мети й залучення відвідувачів до своєї діяльності музеї повинні застосовувати міждисциплінарні принципи та використовувати новітні методи комунікації й сучасні форми інформування громадськості у своїй культурно-просвітницькій діяльності. Дотримання та реалізація цих принципів стане можливою лише за умови спільного впровадження інновацій музеями та туристичним бізнесом [8].






На рис. 1 представлено найбільш затребувані та популярні історичні музеї, які повністю або частково оцифровані. Опис цих музеїв подано в таблиці 1.








Рис. 1. Картосхема розміщення музеїв історії України, які повністю або частково оцифровані

Таблиця 1

Опис музеїв історії України, які повністю або частково оцифровані

Область (кількість музеїв)	Назва	Рік створення	Фото	Короткий опис
1	2	3	4	5
Волинська	Історико-культурний заповідник «Старий Луцьк»	1985 р.		Історико-культурний заповідник на території обласного центру (міста Луцьк) був створений з метою збереження та раціонального використання історичних пам'яток.
Львівська	Львівський історичний музей	8 травня 1940 р.		Один із найстаріших музеїв України. Фондова збірка музею нараховує понад 370 тисяч експонатів. Експозиція знайомить з історією міста Львова та галицьких земель від найдавніших часів до наших днів.
Рівненська	Сарненський історико-етнографічний музей	1974 р.		У музеї зібрані історичні пам'ятки, колекція старовинного одягу, предметів побуту, матеріалів, які розповідають про промисли та ремесла поліського краю.
Тернопільська	Тернопільський обласний краєзнавчий музей	1913 р.		У музеї є найбільше зібрання пам'яток і матеріалів із природи, історії, етнографії та побуту Тернопільщини.
Івано-Франківська	Музей історії Галича, м. Крилос	5 червня 1960 р.		Музей присвячений історії стародавнього міста Галич у с. Крилос Галицького району Івано-Франківської області. Входить до складу Національного заповідника «Давній Галич».

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5
Закарпатська	Мукачівський історичний музей	1989 р.		У музеї діють 8 тис. експозицій. Основною експозицією музею є «Історія міста Мукачеве». На території є замок Паланок.
Чернівецька	Музей етнографії та давньої історії	2015 р.		У музеї давньої історії та етнографії представлено велику колекцію автентичного одягу жителів гірських районів і передгір'я, побутових предметів та знарядь праці.
Хмельницька	Кам'янець-Подільський історичний музей-заповідник	1890 р.		Музей зберігає та презентує багату історію Поділля від найдавніших часів до сучасності.
Житомирська	Музей української домашньої ікони	4 жовтня 2011 р.		Частина історико-культурного комплексу «Замок Радомисль». В основі музейного фонду – колекція ікон із різних областей України.
Вінницька	Історико-меморіальний комплекс пам'яті жертв нацизму	15 липня 2011 р.		Комплекс складається з двох об'єктів – території колишньої ставки та братської могили військовополонених, які загинули під час будівництва «Вервольфа».
Київська	Музей історичних коштовностей України	1969 р.		У музеї знаходяться історичні та мистецькі пам'ятки з дорогоцінних металів та коштовного каміння.
Чернігівська	Археологічний музей у Батурині	22 січня 2009 р.		Об'єкти: кістяний молоток (трипільська пластика), слов'яно-руські старожитності, козацькі ужиткові речі, предмети з гетьманських будинків, артефакти героїчної оборони Батурина.
Сумська	Музей грошей та історії розвитку Української академії банківської справи	2006 р.		Музей грошей та історії розвитку Української академії банківської справи діє на базі Сумського державного університету у м. Суми з 2016 р.
Полтавська	Краєзнавчий музей імені Василя Кричевського у Полтаві	1891 р.		Музей має близько 300 тисяч експонатів, володіє найбільшим зібранням пам'яток і предметів історії, археології, природознавства, етнографії та культури в місті й області.
Черкаська	Національний історико-культурний заповідник «Чигирин»	7 березня 1989 р.		У заповіднику зберігаються пам'ятки різних часів, але найбільша частина їх пов'язана з історією козацтва та становленням державності українського народу.



Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
Кіровоградська	Музей археології в Кропивницькому	22 червня 2011 р.		Колекція музею містить артефакти практично всіх археологічних епох.
Миколаївська	Миколаївський обласний краєзнавчий музей	1913 р.		У музеї є найбільше зібрання матеріалів і документів з історії та культури, уродженців і персоналій Південного Прибужжя та міста Миколаїв.
Одеська	Одеський історико-краєзнавчий музей	1948 р.		Обласний музей історії міста Одеси й краю.
Харківська	Історичний музей у Харкові	21 січня 1920 р.		Є культурним центром Слобожанщини та Східної України. Він також є обласним науково-методичним музейним центром.
Луганська	Музей історії Луганська	14 грудня 1990 р.		Головною експозицією є «Старий Луганськ», що охоплює період із року заснування міста (1795) до Жовтневого перевороту 1917 року. Вона представлена продукцією Луганського ливарного заводу, предметами побуту кінця XIX – початку XX ст., унікальними документами та фотографіями дореволюційного міста.
Донецька	Донецький краєзнавчий музей	1924 р.		У його колекції – експонати з історії краю, зразки етнографічних та природних пам'яток.
Запорізька	Музей історії запорозького козацтва	14 жовтня 1983		Музей присвячений історії українського козацтва, звідки відкривається найбільший мальовничий вигляд на греблю Дніпровської ГЕС.
Херсонська	Херсонський краєзнавчий музей	1890 р.		Обласний краєзнавчий музей містить найбільше зібрання матеріалів, свідчень і предметів з історії та культури Херсонщини.
АР Крим	Центральний музей Тавриди	1921 р.		Найбільше республіканське зібрання матеріалів і предметів з археології та історії Криму, персоналій, із ним пов'язаних, етнографії окремих національних громад півострова.

Джерело: складено на основі [5; 12; 13; 14]

**Висновки.** Таким чином, еволюція поглядів на соціальне призначення історичних музеїв призвела до появи нової музейної ідеології – сукупності поглядів на здатність музеїв як соціо-

культурних інституцій відігравати більш активну та перетворюючу роль у суспільстві. Унаслідок цього відбулася суттєва зміна у традиційному погляді на музеї. Музеї більше не розглядаються як центри музейних колекцій і досліджень, а радше як інструменти соціальних і культурних змін, інституції, що служать конкретним міським і сільським громадам. Такі музеї не лише надають відвідувачам певні абстрактні знання чи естетичний досвід, а й дають їм відчуття історії та ідентичності їх краю [8].

У сучасному світі, який прагне використовувати всі засоби для сприяння розвитку, історичні музеї повинні вийти за межі своїх традиційних завдань і функцій ідентифікації, збереження та освіти й реалізовувати ширші програми, які дають змогу їм активніше брати участь у житті суспільства та повніше інтегруватися в соціальне середовище. Для досягнення цієї мети та залучення відвідувачів до своєї діяльності історичні музеї повинні взяти на озброєння міждисциплінарні принципи та використовувати у своїй культурно-освітній діяльності новітні методи комунікації та сучасні форми роботи з туристами.

**Новизна дослідження** полягає у підтвердженні пріоритетності соціальної місії історичних музеїв – осмислювати минуле, змінювати сьогодення й творити майбутнє; виявленні інноваційних аспектів у діяльності музеїв та туристичних підприємств, що дає змогу залучати нових туристів і фінансові ресурси, а також робити їхні продукти конкурентоспроможними на ринку музейних послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5 (23). С. 168–180.
2. Бондарець О.В. Освітні моделі музею та специфіка освітньої діяльності на сучасному етапі. *Мастеріум. Культурологія*. 2018. Вип. 71. С. 36–42.
3. Бондарець О.В. Сучасна освітня модель музею та деякі актуальні проблеми музейництва. *Могилянські читання. 2019. Пам'ять і пам'ятки Мазепиної доби: вивчення, збереження, осмислення*. Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ : Фенікс, 2019. С. 12–20.
4. Гринько П.Л. Методологія управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах цифрової економіки : дис. ... докт. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Харків : ХДУХТ, 2020. 470 с.
5. Довганик Н. Історична пам'ять про Другу світову війну в контексті формування української політичної нації. *Історико-політичні студії*. 2014. № 2. С. 34–40. URL: [https://babyniar.org/storage/library/digital-articles/9a/8d/120S0017\\_file.pdf](https://babyniar.org/storage/library/digital-articles/9a/8d/120S0017_file.pdf) (дата звернення: 05.01.2024 р.).
6. Долга Г.В. Управління інноваційною діяльністю підприємств туристичного бізнесу. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 1 (57). С. 111–114. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.57-19>.
7. Дударенко В.О., Примак Т.Ю. IT-туристичні підприємства на ринку України. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті* : збірник тез доповідей 83-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, м. Київ, 5–6 квітня 2017 р. Київ : НУХТ, 2017. С. 349.
8. Кравченко А.В., Костючик С.В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. *Молодий вчений*. 2017. Вип. 10 (50). С. 922–926.
9. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туристична індустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> (дата звернення: 02.02.2024 р.).
10. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1 (26). С. 55–68.
11. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2022. Вип. 46. С. 11–15.
12. Хахула Л., Ільницький В. Сучасні українські музейні наративи як чинники детравматизації пам'яті про тоталітаризм ХХ ст. *Проблеми гуманітарних наук : збірник наукових праць Дрогобицького держав-*



ного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Історія». 2020. № 4 (46). С. 347–370. DOI: <https://doi.org/10.24919/2312-2595.4/46.215328>.

13. Чупрій Л. Музеї історичного профілю як інструмент державної політики пам'яті. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/april08/20.htm> (дата звернення: 12.02.2023 р.).
14. Шевелюк М.М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 226–235.

#### References:

1. Bazhenova, S., Pologhovsjka, Ju., & Bykova, M. (2022). Realities of tourism development in Ukraine at the current stage. *Scientific perspectives*, 5(23), 168–180. [In Ukrainian].
2. Bondarets, O. (2018). Educational models of the museum and the specifics of cultural and educational activities at the present stage. *Magisterium. Culturology*, 71, 36–42. [In Ukrainian].
3. Bondarets, O. (2019). The modern educational model of the museum and some actual problems of museology. *Mohyla readings. 2019. Memory and monuments of the Mazepa era: study, preservation, understanding*. National Kyiv-Pechersk Historical and Cultural Reserve. Kyiv: Phoenix, 12–20. [In Ukrainian].
4. Grinko, P.L. (2020). Methodology of management of innovative development of business in the conditions of digital economy: the dissertation of the doctor of economic sciences. Kharkiv: KhDUHT, 470. [In Ukrainian].
5. Dovhanyk, N.M. (2022). Historical memory of the Second World War in the context of the formation of the Ukrainian political nation. *Historical and political studies: a collection of scientific works*, 2, 34–40. Retrieved 05.01.2024 from [https://babynyar.org/storage/library/digital-articles/9a/8d/120S0017\\_file.pdf](https://babynyar.org/storage/library/digital-articles/9a/8d/120S0017_file.pdf) [In Ukrainian].
6. Dolha, H. (2020). Management of innovative activities of tourism business enterprises. *Business navigator*, 1(57), 111–114. <https://doi.org/10.32847/business-navigator.57-19> [In Ukrainian].
7. Dudarenko, V.O., & Primak T.Yu. (2017). IT-tourism enterprises on the market of Ukraine. *Scientific achievements of youth – solving the problems of human nutrition in the XXI century*, (Kyiv, 5–6 April 2017). Kyiv: NUHT, 349. [In Ukrainian].
8. Kravchenko, A.V., & Kostiuchyk, S.V. (2017). Analysis of the innovative development of domestic tourism enterprises on the market of Ukraine. *Young scientist*, 10(50), 922–926. [In Ukrainian].
9. Kyrychenko, S. (2022). Travel and war: what will the tourism industry be like after victory. Retrieved 02.02.2024 from <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> [In Ukrainian].
10. Nosyrjev, O., Dedilova, T., & Tokar, I. (2022). Development of tourism and the hospitality industry in the strategy of post-conflict economic recovery of Ukraine. *Socio-economic problems and the state*, 1(26), 55–68. [In Ukrainian].
11. Rojik, O.R., & Nedzvecjka, O.V. (2022). Ways of development of the tourism sphere of Ukraine during the war period. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: economic sciences*, 46, 11–15. [In Ukrainian].
12. Khakhula, L., & Ilnytskyi, V. (2020). Modern Ukrainian museum narratives as factors of detraumatization of the memory of totalitarianism of the 20th century. *Problems of humanitarian sciences: Collection of scientific works of Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University. History series*, 4(45), 347–370. <https://doi.org/10.24919/2312-2595.4/46.215328> [In Ukrainian].
13. Chuprii, L. (2020). Museums of historical profile as a tool of state memory policy. Retrieved 12.02.2023 from <http://old.niss.gov.ua/Monitor/april08/20.htm> [In Ukrainian].
14. Sheveliuk, M. M. (2021). Digitization in the field of tourism: innovative trends and priority areas of development. *The question of cultural studies*, 38, 226–235. [In Ukrainian].

Стаття надійшла до редколегії  
11.02.2024 р.