

УДК 338.48 : 379.8
JEL Classification: L830

Шикіна Ольга, Нечева Наталія

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ МУЗЕЙНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

Анотація. Стаття присвячена вирішенню проблеми проведення оцінки стану музейного господарства за допомогою використання математичної моделі аналізу. Запропоновано алгоритм підходів до оцінки діяльності музеїв як контрагентів, що надають туристичні послуги. Було виокремлено з всієї палітри показників розвитку сегменту «музеї», що надаються статистичним бюлетенем «Заклади культури, фізичної культури і спорту України», вісім показників, що допоможуть відобразити на якому місці за музейною справою знаходиться окрема взята область України. До ключових показників запропоновано віднести кількість музеїв, співвідношення національних музеїв до загальної кількості, кількість предметів основного фонду, основні фонди, що потребують реставрації на кінець року, кількість будівель музею, загальну площу будівель музею, кількість обслужених екскурсіями осіб, співвідношення працівників з спеціальною вищою освітою до загальної кількості працівників. Визначено фактори, які впливають на привабливість музеїв і їх експозицій. Запропоновано використання для оцінки діяльності музеїв класичного таксономічного аналізу з описанням усіх етапів його проведення. Виділено проблеми формування національних музейних установ з урахуванням міжнародного досвіду їх розвитку. Наведено розподіл усіх областей України за мірою подібності m до груп «лідери», «середняки» та «аутсайтери». Визначено до якої групи належить Одеська область та виокремлені основні слабкі місця музейної справи Одеської області. Обґрунтовано доцільність впровадження міжнародного досвіду формування сучасних музейних установ як форма активізації екскурсійної діяльності на туристичному ринку. Запропоновано запровадити в основу розвитку екскурсійної діяльності українських музеїв концепцію розвитку інноваційних додаткових послуг із залученням інвестицій як від державного бюджету так і за допомогою пошуку спонсорської допомоги.

Ключові слова: музеї, музейна справа, музейні фонди, науково-дослідна робота музеїв, експозиційна робота музеїв, музеї України, музеї Одеської області.

Shykina Olga, Niecheva Natalia

INVESTIGATION OF THE STATE OF MUSEUM ECONOMY IN UKRAINE

Abstract. The article is devoted to solving the problem of assessing the state of the museum economy using a mathematical model of analysis. The algorithm of approaches

to the evaluation of the activities of museums as counterparts providing tourist services has been proposed. From the whole range of indicators of the development of the museums segment provided by the statistical bulletin «Institutions of culture, physical culture and sports of Ukraine», eight indicators that will help to reflect at what place behind the museum case is a separate area of Ukraine have been considered. Key indicators include the number of museums, the ratio of national museums to the total, the number of fixed assets, fixed assets requiring restoration at the end of the year, the number of museum buildings, the total area of museum buildings, the number of persons with excursions, the ratio of employees with the appropriate education to the total number of employees. The factors that influence the attractiveness of museums and their exhibits have been identified. It has been suggested to use classical taxonomic analysis to describe the activity of museums, describing all stages of its conduct. The problems of formation of national museum institutions with the international experience of their development have been highlighted. The distribution of all regions of Ukraine in the degree of similarity of m to the groups «leaders», «middle peasants» and «outsiders» has been given. The group of the Odessa region as well as the main weaknesses of the museum area of the Odessa region have been determined. The expediency of introducing international experience in the formation of modern museum institutions as a form of activating excursion activity in the tourist market has been substantiated. It has been proposed to introduce into the basis of the development of excursion activity of Ukrainian museums the concept of development of innovative additional services with attraction of investments both from the state budget and through the search for sponsorship.

Keywords: museums, museum business, museum funds, research work of museums, exposition work of museums, museums of Ukraine, museums of the Odessa region.

Шикина Ольга, Нечева Наталья

ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТОЯНИЯ МУЗЕЙНОГО ХОЗЯЙСТВА В УКРАИНЕ

Аннотация. Статья посвящена решению проблемы проведения оценки состояния музейного хозяйства посредством использования математической модели анализа. Предложен алгоритм подходов к оценке деятельности музеев как контрагентов, предоставляющих туристические услуги. Было выделено из всей палитры показателей развития сегмента «музеев», предоставляемых статистическим бюллетенем «Учреждения культуры, физической культуры и спорта Украины», восемь показателей, которые помогут отразить на каком месте по музейному делу находится отдельная взятая область Украины. К ключевым показателям предложено отнести количество музеев, соотношение национальных музеев к общему количеству, количество предметов основного фонда, основные фонды, требующие реставрации на конец года, количество зданий музея, общую площадь зданий музея,

количество обслуженных экскурсиями лиц, соотношение работников со специальным высшим образованием к общему числу работников. Определены факторы, влияющие на привлекательность музеев и их экспозиций. Предложено использование для оценки деятельности музеев классический таксономический анализ с описанием всех этапов его проведения. Выделены проблемы формирования национальных музейных учреждений с учетом международного опыта их развития. Приведено распределение всех областей Украины по степени сходства m к группам «лидеры», «средняки» и «аутсайдеры». Определено к какой группе относится Одесская область и выделены основные слабые места музейного дела Одесской области. Обоснована целесообразность внедрения международного опыта формирования современных музейных учреждений как формы активизации экскурсионной деятельности на туристическом рынке. Предложено ввести в основу развития экскурсионной деятельности украинских музеев концепцию развития инновационных дополнительных услуг с привлечением инвестиций как от государственно-бюджета, так и с помощью поиска спонсорской помощи.

Ключевые слова: музеи, музейное дело, музейные фонды, научно-исследовательская работа музеев, экспозиционная работа музеев, музеи Украины, музеи Одесской области.

DOI: 10.32680/2409-9260-2019-9-10-272-273-146-162

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями. 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.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких покладений початок вирішенню даної проблеми і на які спирається автор. Питання розвитку музеїв у контексті туризму є об'єктом досліджень багатьох закордонних авторів, зокрема: G. Voda, [15], B. Capstick [16], J. Falk & L. Dierking [17]; М. Белікова [1], Л. Воронова [2], П. Горішевський [3], С. Нездоймінов [7–8], І. Понтелейчук [10], М. Рутинський, О. Стецюк [12], В. Рожко [13] та ін. приділили увагу проблемі дослід-

дження стану діяльності музейних закладів в Україні та Одеській області.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Попри посилену увагу науковців до ролі культури у самоідентифікації нації та її стану, як показника рівня розвитку держави, регіону, духовної зрілості її громадян, необхідність забезпечення високої ефективності охоронного процесу потребують пошуку відповідного інструментарію, обліку та контролю культурних цінностей.

Формулювання мети статті (постановка завдання). З урахуванням зазначеного вище мета статті полягає у розробці та апробації дієвого алгоритму оцінки музейного господарства на прикладі областей України.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У статистичному щорічнику «Заклади культури, фізичної культури і спорту України у 2017 р.» є можливість використати низку показників як абсолютного, так і відносного характеру. До них відносяться: кількість музеїв, філій, секторів; розподіл музеїв за статусом (національні, державні, обласні, районні, інші); розподіл музеїв за профілем (природничі, історичні, літературні, художні, мистецькі, науково-технічні, комплексні, галузеві, інші); кількість предметів основного фонду; класифікація предметів основного фонду; рух основного фонду музеїв; площа музейної території; кількість будівель музеїв; науково-дослідна та експозиційна робота музеїв; виставкова робота музеїв; кількість відвідувань; екскурсійна робота музеїв; основні характеристики персоналу музеїв.

Для можливості проведення оцінки рівня розвитку музейної діяльності регіонів України з врахуванням зазначених вище показників, пропонуємо наступний методичний підхід (рис. 1).

Відповідно до рисунку, на першому етапі відбувається дослідження особливостей діяльності музейних закладів загалом по Україні. Це дасть змогу визначити найбільш показові для ранжування регіонів відповідно до їх професійної активності. Система показників розвитку сегмента «музеї» представлена на рис. 2.

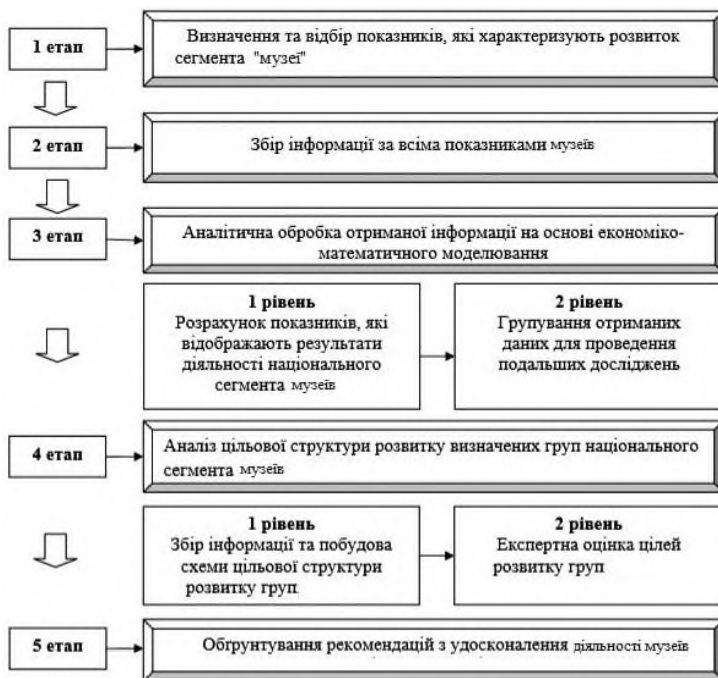


Рис. 1. Алгоритм методичних підходів до оцінки діяльності музеїв

Джерело: розроблено авторами за [4, с. 102]



Рис. 2. Показники розвитку сегмента «музеї»

Джерело: розроблено авторами за [4, с. 103]

На другому етапі здійснюється збір інформації за всіма показниками розвитку. Для аналізу діяльності музейної справи України пропонуємо використовувати такі вісім показників, як: 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, м².; обслуговано екскурсіями, тис. осіб; співвідношення працівників з спеціальною вищою освітою до загальної кількості, %.

На третьому етапі здійснюється аналітична обробка отриманої інформації з використанням методу таксономічного аналізу; ранжування областей за рівнем розвитку музейної діяльності в сукупності; виокремити серед областей лідерів за результатами порівняння значень основних обраних показників з еталоном.

Відмітимо, що існують два основні підходи до проведення ранжування об'єктів за допомогою таксономічного аналізу – класичний та модифікований. Класичний алгоритм націлений більш точно визначити об'єкти-лідери в ранжуванні, у той час як модифікований алгоритм забезпечує більш точні результати при ідентифікації об'єктів-аутсайдерів [9]. Відповідно до зазначеного, у якості інструменту ранжування областей України за вісьмома факторами, застосуємо класичний варіант таксономічного аналізу В. Плютом [11], який передбачає задання еталону у вигляді точки верхнього полюсу та розрахунок відстаней від нього до всіх об'єктів досліджуваної сукупності, визначення подібності точок до еталону. Остання величина розглядається як інтегральна синергетична оцінка латентного показника [13, с.430]. Цей алгоритм дозволить нам виокремити з загальної кількості областей, тих що належать до об'єктів лідерів та потребує виконання наступних етапів (рис. 3).

Для виконання 3–7 пункти наведеного на рис. 3 алгоритму скористаємося програмним продуктом STATISTICA 10.0. Пункти 1, 2 виконаємо самостійно, а 8-й – за допомогою програми Microsoft Excel.

На першому етапі з метою забезпечення обґрунтованості багатовимірної статистичної процедури необхідно визначимо ознаки-симптоми (критерії). Для цього введемо наступні позначення:

q – номер досліджуваної області, $q = 1, 2, \dots, s$;

i – номер досліджуваного критерію, $i = 1, 2, \dots, m$;

x_{qi} – значення i -го критерію у q -ої області.



Рис. 3. Блок-схема класичного алгоритму оцінювання латентних показників на основі функцій відстані та схожості

Джерело: розроблено авторами за [13, с. 430]

Тоді вихідну інформацію про всі значення критеріїв за всіма областями України представимо у вигляді матриці розміру $s \times m$. Рядки цієї матриці відповідають окремим областям, а стовпці – окремими критеріями. Очевидно, що проекти (вектори-рядки) можна розглядати як точки деякого простору ознак (формула 1).

Зазначимо, що усі ознаки-симптоми, які використовують для характеристики багатовимірних об'єктів повинні бути кількісними, а не атрибутивними [14, с. 7]. Важливими є «принципи достатності» (необхідно використовувати мінімальну, але достатню кількість ознак, які всебічно характеризують об'єкти, що досліджуються); «принцип допустимої мультиколінеарності» (кожна ознака повинна бути представлена тільки одним показником); «принцип достовірності» [14, с. 16].

$$X = \begin{pmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1i} & \dots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2i} & \dots & x_{2m} \\ \dots & & & & & \\ x_{q1} & x_{q2} & \dots & x_{qi} & \dots & x_{qm} \\ \dots & & & & & \\ x_{s1} & x_{s2} & \dots & x_{si} & \dots & x_{sm} \end{pmatrix} \quad (1)$$

На другому етапі здійснюється поділ обраних показників на стимулятори та дестимулятори. На базі відповідної теорії варто чітко визначити, зростання яких показників є бажаним, а яких представляється негативним з точки зору оцінюваного латентного явища. Такий поділ дозволить правильно завдати еталон для досліджуваних об'єктів – областей України.

Стандартизація значень ознак-симптомів і перехід до матриці стандартизованих даних Z здійснюємо на третьому етапі процедури. Його завдання полягає в нівелюванні впливу одиниць вимірювання показників на результати таксономічного аналізу. Ознаки-симптоми мають різні одиниці виміру – натуральні, грошові, якісні. Зміна масштабу їх вимірювання не повинна вагомо впливати на результати ранжування об'єктів. Для цього змінні зазвичай приводяться до одного безрозмірного вигляду шляхом різних перетворень. Найбільш поширеним способом таких перетворень є стандартизація ознак-симптомів за допомогою їх центрування і нормування за такою формулою:

$$z_{qi} = \frac{x_{qi} - \bar{x}_i}{\sigma_i} \quad (2)$$

Центрування передбачає віднімання з кожного значення даної ознаки-симптому x_{qi} по всіх об'єктах сукупності його середнього значення \bar{x}_i . При цьому середня арифметична перетворених значень ознаки дорівнює нулю. Під нормуванням розуміється поділ вихідних значень ознаки на деяке постійне число, зазвичай на стандартне відхилення σ_i . Стандартизація ознак-симптомів дозволяє позбутися масштабу їх виміру, приводить усі дані до одного порядку [14, с. 186]. Отже, на третьому етапі процедури в результаті попередньої обробки вихідних даних шляхом їх стандартизації матриця X приводиться до наступного вигляду:

$$Z = \begin{pmatrix} z_{11} & z_{12} & \dots & z_{1i} & \dots & z_{1m} \\ z_{21} & z_{22} & \dots & z_{2i} & \dots & z_{2m} \\ \dots & & & & & \\ z_{q1} & z_{q2} & \dots & z_{qi} & \dots & z_{qm} \\ \dots & & & & & \\ z_{s1} & z_{s2} & \dots & z_{si} & \dots & z_{sm} \end{pmatrix} \quad (3)$$

На четвертому етапі алгоритму відбувається визначення статистичних ваг f_i відібраних раніше критеріїв оцінювання областей. Даний етап дослідження передбачає диференціацію показників за їхньою роллю у формуванні рівня пріоритетності областей шляхом множення встановлених f_i на відповідні стовпці матриці вихідних даних X [14, с. 185]. При реалізації будь-якої стратегії висувається така умова: сума всіх статистичних ваг дорівнює одиниці.

На п'ятому етапі на основі поділу відібраних ознак-симптомів на стимулятори і дестимулятори задаються координати еталона. Як еталон приймається реальна або умовна точка в багатовимірному просторі ознак, координати якої характеризують найкращі (з урахуванням поділу змінних на стимулятори і дестимулятори) властивості областей. Еталон відображає максимально можливий, потенційний рівень латентного показника та слугує базою порівняння для всіх точок досліджуваної сукупності [14, с. 188].

Для стимуляторів координати еталонних значень визначаються за формулою 4:

$$z_{0i} = \max_q z_{iq} \quad (4)$$

а для дестимуляторів за формулою 5:

$$z_{0i} = \min_q z_{iq} \quad (5)$$

Результати розподілу показників розвитку музейної діяльності на стимулятори та дестимулятори надано у табл. 1.

Таблиця 1

Показники розвитку музейної діяльності

| Фактор | Показник | Стимулятор / дестимулятор |
|--------|--|---------------------------|
| Z1 | Кількість музеїв, од | Стимулятор |
| Z2 | Співвідношення національних музеїв до загальної кількості, % | Стимулятор |
| Z3 | Кількість предметів основного фонду, од | Стимулятор |
| Z4 | Основні фонди, що потребують реставрації на кінець року, од | Дестимілятор |
| Z5 | Кількість будівель музею, од | Стимулятор |
| Z6 | Загальна площа будівель музею, м ² | Стимулятор |
| Z7 | Обслуговано екскурсіями, тис. осіб | Стимулятор |
| Z8 | Співвідношення працівників з спеціальною вищою освітою до загальної кількості, % | Стимулятор |

Джерело: розроблено авторами за [13]

На шостому етапі процедури відбувається вибір функції (метрики) для вимірювання відстані між усіма проектами та еталоном. Зазвичай користуються найбільш популярною в економічних дослідженнях евклідовою метрикою. Евклідова відстань вдало вписується своєю математичною формою в традиційні статистичні показники типу середнього квадратичного відхилення і дисперсії [14, с. 189].

$$d_2(z_q, z_0) = \left[\sum_{i=1}^m (z_{qi} - z_{0i})^2 \right]^{1/2} \quad (6)$$

Знайдені значення обраної метрики представляються у вигляді матриці відстаней, розміру $(s + 1) \times (s + 1)$, яка має наступний загальний вигляд:

$$D = \begin{pmatrix} 0 & d_{12} & d_{13} & \dots & d_{1s} & d_{1(s+1)} \\ d_{21} & 0 & d_{23} & \dots & d_{2s} & d_{2(s+1)} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ d_{s1} & d_{s2} & d_{s3} & \dots & 0 & d_{s(s+1)} \\ d_{(s+1)1} & d_{(s+1)2} & d_{(s+1)3} & \dots & d_{(s+1)s} & 0 \end{pmatrix} \quad (7)$$

У матриці D у $(s + 1)$ -й рядку (стовпці) наводяться відстані всіх s областей до еталона. D – невід’ємна матриця, на її головній діагоналі знаходяться нулі (відстань об’єкта до самого себе). Матриця D симетрична, оскільки величина d_{qi} змінюється від зміни точки початку відліку відстані і є однією з найважливіших матриць багатовимірного аналізу.

На восьмому етапі алгоритму таксономічного аналізу після знаходження відстаней до еталона визначається міра подібності μ_{0i} кожної області з еталоном. Поняття подібності протилежно поняттю відстані в багатовимірному просторі ознак-симптомів. Розраховується за наступною формулою:

$$\mu_{0i} = 1 / [1 + d(z_q, z_0)] \quad (8)$$

Отже, упорядкування областей України відбувається по величині одновимірного скаляра μ_{0i} , який і слугує статистичною оцінкою шуканого латентного критерію [14].

Далі, для проведення дослідження сформовано матрицю вихідних даних з визначенням статистичних ваги f_i (табл. 2).

Таблиця 2

Дані для проведення таксономічного аналізу областей України за музейною діяльністю у 2017 р.

| Регіон | 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 ² | Обслуговано екскурсіями, тис. осіб | Співвідношення працівників з спеціальною вищою освітою до загальної кількості, % |
|-------------------|----------------------|--|---|---|------------------------------|---|------------------------------------|--|
| | Z1 | Z2 | Z3 | Z4 | Z5 | Z6 | Z7 | Z8 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| f_i | 0,19 | 0,14 | 0,1 | 0,2 | 0,05 | 0,07 | 0,16 | 0,09 |
| Вінницька | 30 | 3,33 | 229985 | 19627,0 | 70,0 | 15374 | 318,6 | 30,74 |
| Волинська | 16 | 0,00 | 257767 | 4282,0 | 42,0 | 14788 | 85,9 | 18,78 |
| Дніпропетровська | 26 | 3,85 | 593131 | 25691,0 | 41,0 | 33445 | 228,9 | 32,05 |
| Донецька | 15 | 0,00 | 191785 | 1875,0 | 59,0 | 25433 | 146,5 | 7,77 |
| Житомирська | 23 | 0,00 | 197531 | 58357,0 | 36,0 | 14701 | 94,8 | 20,68 |
| Закарпатська | 14 | 0,00 | 236081 | 21838,0 | 63,0 | 13073 | 215 | 14,35 |
| Запорізька | 23 | 8,70 | 402900 | 10429,0 | 48,0 | 28859 | 231,9 | 23,31 |
| Івано-Франківська | 26 | 7,69 | 268257 | 6417,0 | 96,0 | 20776 | 198,8 | 33,18 |
| Київська | 24 | 12,50 | 536218 | 19699,0 | 228,0 | 27641 | 270,8 | 23,35 |
| Кіровоградська | 29 | 0,00 | 209378 | 3632,0 | 47,0 | 10308 | 125,2 | 23,22 |
| Луганська | 13 | 0,00 | 77760 | 310,0 | 22,0 | 8229 | 52,9 | 9,65 |
| Львівська | 27 | 14,81 | 1305612 | 82060,0 | 222,0 | 92917 | 600,2 | 16,76 |
| Миколаївська | 12 | 8,33 | 497910 | 52489,0 | 68,0 | 28738 | 97,5 | 17,44 |
| Одеська | 14 | 0,00 | 570432 | 22270,0 | 36,0 | 21505 | 210,5 | 14,89 |

Продовження таблиці 2

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---------------|----|-------|---------|----------|-------|--------|-------|-------|
| Полтавська | 37 | 5,41 | 565763 | 26877,0 | 107,0 | 31180 | 289,3 | 24,08 |
| Рівненська | 14 | 7,14 | 270901 | 11278,0 | 35,0 | 16990 | 111,2 | 20,91 |
| Сумська | 17 | 5,88 | 216175 | 19252,0 | 52,0 | 18223 | 145,7 | 25,08 |
| Тернопільська | 30 | 0,00 | 482078 | 5267,0 | 34,0 | 15327 | 149,7 | 23,49 |
| Харківська | 33 | 6,06 | 608288 | 9866,0 | 59,0 | 28751 | 131,9 | 22,17 |
| Херсонська | 9 | 0,00 | 206771 | 18858,0 | 13,0 | 8009 | 63,4 | 1,88 |
| Хмельницька | 28 | 3,57 | 339021 | 6074,0 | 100,0 | 44377 | 159,2 | 21,55 |
| Черкаська | 29 | 10,34 | 556909 | 6251,0 | 129,0 | 38353 | 208,5 | 23,41 |
| Чернівецька | 10 | 0,00 | 155324 | 11552,0 | 59,0 | 10131 | 37,3 | 21,88 |
| Чернігівська | 35 | 8,57 | 474475 | 5325,0 | 132,0 | 37930 | 457,9 | 17,99 |
| м. Київ | 40 | 52,50 | 2153005 | 259108,0 | 704,0 | 227731 | 771,7 | 26,08 |

Джерело: розроблено авторами за [5]

За формулою 1 отримано матрицю стандартизованих значень. Визначено область-еталон із наступними координатами: z_0 (1,896770931; 4,351621853; 3,916912647; – 0,54094995 (анти-еталон); 4,403378865; 4,414446618; 3,239663033; 1,75263505). За формулою 2 визначено міра подібності μ_{0i} кожної області з еталоном: вищий ранг 1 отримує область, яка відповідає максимальному значенню μ_{0i} , ранг 2 – область, для якої величина подібності з еталоном знаходиться на другому місці і т. ін. (табл. 3).

Згідно з даними табл. 3 найбільша питома вага припадає на групу «аутсайтери» (13 областей) до якої входить Одеська область. Найявним є великий відрив м. Києва від інших регіонів. Одеська область знаходиться на 17 місці із 25 наявних, що є досить слабким результатом. Отже, упорядкування областей відбувається по величині одновимірного скаляра μ_{0i} , який і слугує статистичної оцінкою шуканого латентного критерію.

Згідно з даними табл. 3 найбільша питома вага припадає на групу «аутсайтери» (13 областей) до якої входить Одеська область. Найявним є великий відрив м. Києва від інших регіонів. Одеська область знаходиться на 17 місці із 25 наявних, що є досить слабким результатом.

Таблиця 3

Структура областей України у музейній справі за 2017 р. по групах

| Регіон | Ранг | Міра подібності μ_{0i} | Група |
|-------------------|------|----------------------------|------------|
| м. Київ | 1 | 0,513593376 | Лідери |
| Львівська | 2 | 0,333830311 | |
| Чернігівська | 3 | 0,326126826 | |
| Полтавська | 4 | 0,300399837 | |
| Черкаська | 5 | 0,28642725 | Середняки |
| Київська | 6 | 0,277699814 | |
| Вінницька | 7 | 0,276993823 | |
| Івано-Франківська | 8 | 0,272435028 | |
| Харківська | 9 | 0,271087118 | |
| Дніпропетровська | 10 | 0,267105937 | |
| Запорізька | 11 | 0,252984749 | |
| Хмельницька | 12 | 0,252089158 | Аутсайтери |
| Тернопільська | 13 | 0,248693346 | |
| Кіровоградська | 14 | 0,233288213 | |
| Сумська | 15 | 0,208424509 | |
| Рівненська | 16 | 0,195352406 | |
| Одеська | 17 | 0,189647414 | |
| Волинська | 18 | 0,184706504 | |
| Житомирська | 19 | 0,178749243 | |
| Закарпатська | 20 | 0,178701927 | |
| Миколаївська | 21 | 0,174214505 | |
| Донецька | 22 | 0,173403924 | |
| Чернівецька | 23 | 0,160202239 | |
| Луганська | 24 | 0,151664919 | |
| Херсонська | 25 | 0,124227341 | |

Джерело: авторська розробка

За результатами застосування таксономічного аналізу зробимо наступні висновки. У більшості музеїв 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. 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 м. Київ та Львівська область налічують найбільшу їх кількість, тим не менш Одеська область має не останній результат у цій категорії і може похвалитися не поганим результатом. 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. По-друге, це відсутність додаткових музейних послуг задля підвищення рентабельності закладів. По-третє, це недостатня організація управління персоналом та слабка маркетингова позиція. По-четверте, це відсутність інноваційних рішень як в управлінні колективом, так і в роботі з відвідувачами.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок за даним напрямом. Було запропоновано алгоритм оцінки діяльності музеїв на основі математичного аналізу за методом класичної таксономії. Із масиву даних щорічної звітності було виділено показники, які оптимальним шляхом характеризують діяльність музеїв у обраній області. Аналіз діяльності музейних структур Одеської області дав можливість не тільки встановити місце даного регіону серед інших областей України, а також виділити ряд можливих причин, які мають негативний вплив на розвиток музейної сфери в країні в цілому. Загалом українські музеї досягли б набагато кращих результатів, якщо б використовували досвід інших країн у вирішенні наявних проблем.

Перспективою подальших розробок могла би виступити спроба обґрунтування необхідності фінансування окремих регіонів із бюджету країни задля виправлення ситуації музейної справи виходячи з того до якої групи потрапила область.

Література

1. Белікова М. Музейний менеджмент в Україні та світі: проблеми та перспективи. *Економіка. Управління. Інновації*. №2 (10), 2013. С. 123–135.
2. Воронова Л. М. Музейна справа на Харківщині у 1960–1980-х рр. в контексті державної культурної політики. *Збірник наукових праць. Серія «Історія та географія»*. 2010. №39. С. 208–212.
3. Горішевський П., Дейнега М., Ковалів М., Мельник В., Рега Н., Оришко С., Соколова О. *Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв* : посіб. Івано-Франківськ : Плай, 2005. 64 с.
4. Жупаненко А. В. *Державне регулювання неявної інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери* : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03. Одеса, 2015. 220 с.
5. Заклади культури, фізичної культури і спорту України у 2017 р. : статистичний бюлетень. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 95 с.
6. Нездойминов С. Г., Бален А. П. Музей как фактор развития культурно-познавательного туризма. *Кримський економічний вісник*, 2014. №5 (12). С. 5–7.
7. Нездойминов С. Г., Загорулько С. Музейна мережа в контексті сучасних проблем екскурсології. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2017. №6 (248). С. 81–93.
8. Нездойминов С. Г. *Організація екскурсійних послуг* : навч.-метод. посіб. Одеса : Астропринт, 2011. 216 с.
9. Олійник В. В., Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №14. С. 460–463.
10. Понтелейчук І. В. Проблема становлення музейної політики в Україні. *Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: Збірник наукових праць*. 2005. С.256–260.
11. Плота В. *Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании*. Москва : Финансы и статистика, 1989. 175 с.
12. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. *Музеєзнавство* : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 428 с.
13. Шикіна О. В. Застосування таксономічного аналізу як методу оцінки конкурентоспроможності готельного господарства. *Perspective economic and management issues: collection of scientific articles*. Austria : «East West» Association for advanced studies and higher education GmbH, 2015. Pp. 429–434.

14. Янковой А. Г. *Математико-статистические методы и модели в управлении предприятием* : учеб. пособ. Одесса : ОНЭУ, 2014. 250 с.
15. Boda, G. (2015). Museum Marketing, Tendencies and Perspectives. *Annals of the Constantin Brancusi University of Targu Jiu-Letters & Social Sciences Series*, (2), 122–126. Retrieved from: http://www.utgjiu.ro/revista/lit/pdf/2015-02/19_Boda.pdf
16. Capstick, B. (1985). Museums and tourism. *International Journal of Museum Management and Curatorship*, 4 (4), 365–372. doi: 10.1080/09647778509514990
17. Falk, J., & Dierking, L. (2012). *The museum experience revisited*. New York, NY: Routledge.

References

1. Bielikova M. (2013). Muzeinyi menedzhment v Ukraini ta sviti: problemy ta perspektyvy [Museum management in Ukraine and the world: problems and prospects], *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii – Economy. Management. Innovation*, 2 (10), 123–135 [in Ukrainian]
2. Voronova L. M. (2010). Muzeina sprava na Kharkivshchyni u 1960–1980-kh rr. v konteksti derzhavnoi kulturnoi polityky [Museum in Kharkiv Region in 1960–1980’s in the Context of State Cultural Policy], *Zbirnyk naukovykh prats. Serii «Istoriia ti heohrafiia» – Collection of scientific works. History and Geography Series*, 39, 208–212 [in Ukrainian]
3. Gorishevskiy, P., Deynega, M., Kovaliv, M., Melnyk, V., Rega, N., Oryshko, S., Sokolova, O. (2005). *Osnovy muzeieznavstva, marketynhu ta reklamno-informatsiinoi diialnosti muzeiv* [Fundamentals of museology, marketing and advertising and information activities of museums], Plai: Ivano-Frankivsk, 64 s. [in Ukrainian]
4. Zhupanenko, A. V. (2015). *Derzhavne rehuliuвання neivnoi infrastruktury rekreatsino-turystychnoi sfery: dysertatsiia* [State regulation of implicit infrastructure of the recreational and tourist sphere: dissertation], Odessa, 220 s. [in Ukrainian]
5. *Zaklady kul'tury, fizychnoi kul'tury i sportu Ukrainy u 2017 r.: statystychnyi biuletyn (2018)* [Institutions of culture, physical culture and sports of Ukraine in 2017: statistical bulletin], Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 95 s. [in Ukrainian]
6. Nezdoyminov, S. G., Balen, A. P. (2014). Muzey kak faktor razvitiya kulturno-poznavatel'nogo turizma [Museum as a factor of cultural and educational tourism development], *Krymskiy ekonomichnii visnik – Crimean economic bulletin*, 5 (12), 5–7 [in Russian]

7. Nezdoymynov, S. G., Zagorulko, S. (2017). Muzeina merezha v konteksti suchasnykh problem ekskursolohii [Museum network in the context of contemporary issues excursion], *Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universitetu – Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University*, 6 (248), 81–93 [in Ukrainian]
8. Nezdoymynov, S. G. (2011). *Orhanizatsiia ekskursiinykh posluh [Organization of excursion services]*, Odessa: Astroprint, 216 s. [in Ukrainian]
9. Oliynyk, V. V., Shykina, O. V. (2016). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku podiievoho turyzmu na terytorii Ukrainy [Current state and prospects of development of event tourism in Ukraine], *Hhlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and national problems of economy*, Mykolaiv, 14, 460–463 [in Ukrainian]
10. Ponteichuk I. V. (2005). Problema stanovlennia muzeinoi polityky v Ukraini [The problem of museum policy formation in Ukraine], *Aktualni filozofski ta kulturolohichni problemy suchasnosti: Zbirnyk naukovykh prats – Actual philosophical and cultural problems of the present: Collection of scientific works*, 256–260 [in Ukrainian]
11. Pliuta, V. (1989). *Sravnitel'nyy mnogomernyy analiz v ekonometricheskom modelirovanii: [Comparative multivariate analysis in econometric modeling]*, Moskva: Finansy i statistika, 175 s. [in Russian]
12. Rutynskyyi M. Y., Stetsiuk O. V. (2008). *Muzeieznavstvo [Museum Studies]*, Kyiv: Znannia, 428 s. [in Ukrainian]
13. Shykina, O. V. (2015). Zastosuvannia taksonomichnoho analizu yak metodu otsinky konkurentospromozhnosti hotelnoho hospodarstva [The taxonomic analysis using as a method of hotel industry competitiveness assessing], *Perspective economic and management issues: collection of scientific articles*, Austria: «East West» Association for advanced studies and higher education GmbH, 429–434 [in Ukrainian]
14. Yankovoy, A. G. (2014). *Matematiko-statisticheskie metody i modeli v upravlenii predpriatiem [Mathematical and statistical methods and models in enterprise management]*, Odessa: ONEU, 250 s. [in Russian]
15. Boda, G. (2015). Museum Marketing. Tendencies and Perspectives. *Annals of the Constantin Brancusi University of Targu Jiu-Letters & Social Sciences Series*, (2), 122–126. Retrieved from: http://www.utgjiu.ro/revista/lit/pdf/2015-02/19_Boda.pdf
16. Capstick, B. (1985). Museums and tourism. *International Journal of Museum Management and Curatorship*, 4 (4), 365–372. [in English]
17. Falk, J., & Dierking, L. (2012). *The museum experience revisited*. New York, NY: Routledge.