

УДК [069:658.8:005.21]-042.3:008(045)

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ В МУЗЕЙНОМУ МАРКЕТИНГУ:  
ВПЛИВ НА АУДИТОРІЮ ТА КУЛЬТУРНУ СПАДЩИНУ**

Мілашовська О.І., Шитікова Т.В.

**CONTEMPORARY TRENDS AND STRATEGIES IN MUSEUM MARKETING:  
IMPACT ON AUDIENCE AND CULTURAL HERITAGE**

Milashovska Olha, Shytikova Tetiana

*В статті здійснено аналіз сучасних тенденцій та стратегій в музейному маркетингу і їх вплив на аудиторію та збереження культурної спадщини. Розглядаються ключові аспекти музейного маркетингу, включаючи використання цифрових технологій, розвиток віртуальних турів, інтерактивні виставки та соціальні медіа. Особлива увага приділяється вивченню впливу цих стратегій на залучення нових аудиторій, збільшення культурної освіченості та популяризацію музейних колекцій. Досліджується також роль музейного маркетингу у збереженні та просуванні культурної спадщини для майбутніх поколінь.*

**Ключові слова:** музейний маркетинг, цифрові технології, віртуальні тури, інтерактивні виставки, соціальні медіа, аудиторія, культурна спадщина, аналітика даних, маркетингові дослідження, стратегічне партнерство.

*In the article, an analysis of current trends and strategies in museum marketing and their impact on the audience and preservation of cultural heritage is conducted. Key aspects of museum marketing are considered, including the use of digital technologies, the development of virtual tours, interactive exhibitions, and social media. Special attention is paid to studying the impact of these strategies on attracting new audiences, increasing cultural literacy, and popularizing museum collections. The role of museum marketing in preserving and promoting cultural heritage for future generations is also examined. Additionally, the article discusses the challenges museums face in the modern digital age, such as competition from online platforms and the need to adapt to changes in consumer behavior. A particular emphasis is placed on the importance of using data analytics and marketing research for effectively directing marketing efforts and developing personalized approaches to audience communication. Finally, the article highlights the significance of strategic partnerships between museums and other institutions, public organizations, and companies to jointly promote cultural heritage and create innovative projects in the field of museum marketing.*

**Key Words:** museum marketing, digital technologies, virtual tours, interactive exhibitions, social media, audience, cultural heritage, data analytics, marketing research, strategic partnership.

Музеї, як культурні інституції, постійно стикаються з сучасними викликами, де цифрові технології відіграють все більш значущу роль у спілкуванні з аудиторією та збереженні культурної спадщини. У цьому контексті музейний маркетинг набуває нових форм і підходів, спрямованих на задоволення потреб вимогливої сучасної аудиторії та залучення нових груп інтересів. Наукова стаття присвячена дослідженню сучасних тенденцій та стратегій в музейному

маркетингу та їх впливу на аудиторію та культурну спадщину, аналізу різноманітних аспектів музейного маркетингу, включаючи використання цифрових технологій, розвиток віртуальних турів, інтерактивні виставки та ефективне використання соціальних медіа. Досліджується вплив цих стратегій на залучення нових аудиторій, збільшення культурної освіченості та популяризацію музейних колекцій, роль музейного маркетингу у збереженні та просуванні культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Маркетинг не можна розглядати лише як рекламну діяльність, формування цін на квитки та інструмент удосконалення асортименту музейних послуг. Маркетинг – це спосіб організувати цю діяльність у такий спосіб, щоб вона стала більш привабливою для публіки. Це вимагає вивчення ролі маркетингу та можливості використання його інструментарію в оптимізації діяльності музею в нових ринкових умовах [1].

Використання цифрових технологій у музейному маркетингу відіграє ключову роль у взаємодії музеїв з аудиторією та забезпечення більшої доступності до культурної спадщини широкого загалу. Віртуальні тури дозволяють відвідувачам віртуально оглядати музейні експозиції і колекції, не виходячи з дому, що особливо актуально у сучасному цифровому віці та під час обмежень, пов'язаних з пандемією.

Ще однією важливою цифровою технологією є інтерактивні виставки. Вони створюють можливість для відвідувачів активно взаємодіяти з експонатами, розширюючи їхні можливості сприйняття та збагачуючи музейний досвід. Інтерактивність дозволяє створити захоплюючий та пізнавальний досвід, що привертає більше уваги та зацікавленості аудиторії.

Крім того, цифрові технології використовуються для створення онлайн-платформ, де музеї можуть презентувати свої колекції, проводити віртуальні екскурсії та навіть взаємодіяти зі своєю аудиторією через соціальні медіа. Це розширює географічні межі музею та дозволяє привертати увагу нових аудиторій, які раніше не мали можливості відвідати музей особисто. Усі ці цифрові

ініціативи сприяють збільшенню доступності культурної спадщини, популяризації музейного досвіду та залученню більш широкої аудиторії до музейних колекцій і експозицій.

Стратегії залучення нових аудиторій через використання музейного маркетингу різноманітні та креативні, спрямовані на привертання уваги різних цільових груп. Найбільш ефективними є:

1. Розвиток віртуальних турів та онлайн-платформ. Музеї активно інтегрують цифрові технології для створення віртуальних турів, які дозволяють відвідувачам використовувати музейні колекції з будь-якої точки світу. Онлайн-платформи та мобільні додатки надають доступ до цих турів, роблячи культурний досвід більш доступним та зручним.

2. Створення інтерактивних експозицій та виставок. Музеї розробляють інтерактивні експозиції, що включають сучасні технології, такі як дотикові екрани, віртуальна реальність та розширена реальність. Ці елементи роблять музейний досвід більш захопливим та цікавим для відвідувачів різного віку та інтересів.

3. Використання соціальних медіа для комунікації. Музеї активно взаємодіють зі своєю аудиторією через соціальні медіа, де вони діляться цікавими фактами, анонсами подій, фотографіями з виставок та іншими контентом, який привертає увагу. Використання цих платформ допомагає музеям залучати нових відвідувачів та підтримувати взаємодію зі своєю аудиторією поза межами музею.

4. Організація спеціальних заходів та програм. Музеї регулярно організовують спеціальні заходи, такі як тематичні вечори, лекції, концерти, майстер-класи та фестивалі, що привертають різноманітні цільові групи та стимулюють інтерес до музейного відвідування.

Ці стратегії дозволяють музеям ефективно привертати нові аудиторії та підтримувати інтерес до музейного досвіду, роблячи його більш доступним та захопливим для широкого загалу.

Роль музейного маркетингу у збереженні та просуванні культурної спадщини

полягає в тому, щоб зробити культурні цінності доступними, привабливими та цікавими для різних шарів суспільства. Перш за все, музейний маркетинг сприяє просуванню музейної спадщини, роблячи її більш відомою та доступною для громадськості. Це включає в себе рекламні кампанії, використання соціальних медіа, створення веб-сайтів та мобільних додатків, які привертають увагу та залучають аудиторію до музейних колекцій та експозицій.

По-друге, музейний маркетинг допомагає зберегти культурну спадщину, підтримуючи інтерес громадськості до музейних закладів та їхніх експонатів шляхом створення цікавих та захопливих виставок, експонатів та програм. Музеї привертають увагу до культурних цінностей і підтримують у свідомості громадян усвідомлення значення збереження та дослідження культурної спадщини.

Крім того, музейний маркетинг сприяє залученню фінансових та інших ресурсів для підтримки музеїв і збереження їхньої культурної спадщини. Посилення іміджу музею, збільшення кількості відвідувачів та спонсорів може призвести до збільшення фінансування та можливостей для розвитку музейних проєктів.

У цифрову епоху музеї стикаються з рядом викликів, які потребують нових інноваційних підходів у музейному маркетингу. Це насамперед, конкуренція з онлайн-платформами інших музеїв які використовують нові способи доступу до культурної інформації. Сучасна аудиторія вимагає більш інтерактивних, зручних та персоналізованих музейних платформ. Музеї повинні адаптуватися до цих змін, надаючи нові послуги та програми, використовуючи цифрові технології, які відповідають потребам сучасних відвідувачів.

Щоб подолати ці виклики, музеї повинні впроваджувати інноваційні музейні маркетингові стратегії, такі як:

1. Створення віртуальних екскурсій та онлайн-виставок для розширення доступу до колекцій тим, хто не може відвідати музей особисто.

2. Використання платформи соціальних медіа для просування своїх подій, виставок та колекцій, а також для взаємодії з аудиторією.

### 3. Створення інтерактивних виставок та програм.

Щодо перспектив розвитку музейного маркетингу, – можна очікувати подальшого зростання використання цифрових технологій, переходу до персоналізованих та інтерактивних досвідів для відвідувачів, а також розвитку стратегічного партнерства між музеями та іншими культурними установами. У майбутньому музейний маркетинг матиме значний вплив на культурну сферу, сприяючи зростанню інтересу до культурної спадщини та забезпечуючи доступ до неї для різних шарів суспільства.

Отже, музейний маркетинг відіграє ключову роль у збереженні та просуванні культурної спадщини, сприяючи її відкриттю та освоєнню широкою аудиторією, залученню ресурсів для її підтримки та використанню в освітніх та культурних цілях. Його вплив на сучасне суспільство та взаємодію з аудиторією визначатиме успіх музеїв у цифрову епоху.

#### Список використаних джерел

1. Бандуровська В.О. Музейна реклама: аналіз переважних форм (з досвіду практичної роботи). *Сумцовські читання: історія та археологія Слобожанщини в музеях Харківщини. До 100-річчя відкриття Салтівської культури*. Харків, 2001. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsovconference/2001/article.html?n=679>

#### References

1. Bandurovska V.O. 2001. Museum Advertising: Analysis of Predominant Forms (from Practical Experience). *Sumy Readings: History and Archaeology of Slobozhanshchyna in Museums of Kharkiv Region. On the 100th Anniversary of the Discovery of the Saltivska Culture*. Kharkiv. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsovconference/2001/article.html?n=679>



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>