



УДК 911.3:379.8:[930.85(477.82)]

## MUSEUM SPACES AS A SEGMENT OF THE CULTURAL LANDSCAPE OF TOURIST DESTINATIONS: THE COUNTRY STUDIES DIMENSION

### МУЗЕЙНІ ПРОСТОРИ ЯК СКЛАДОВА КУЛЬТУРНОГО ЛАНДШАФТУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ: КРАЇНОЗНАВЧИЙ ВИМІР

**Melnyk Nadiia / Мельник Н.В.***PhD in Geography / к.геогр.н., доц.*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2077-595X>*Vasyl Stefanyk Precarpathian National University**Карпатський національний університет імені Василя Стефаника,**Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57***Yerko Iryna / Єрко І.В.***Doctor of Economics / д.е.н., доц.*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5395-7557>*Lesya Ukrainka Volyn National University**Волинський національний університет імені Лесі Українки,**Луцьк, проспект Волі, 13***Kacharovskiy Roman / Качаровський Р.Є.***Master of Geography*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6096-4800>*Lesya Ukrainka Volyn National University**Волинський національний університет імені Лесі Українки,**Луцьк, проспект Волі, 13*

**Анотація.** У статті здійснено комплексне дослідження аптек-музеїв як складової культурного ландшафту туристичних дестинацій. Проаналізовано їхнє місце у структурі пізнавального туризму, окреслено просторові, функціональні та історико-культурні аспекти розвитку. Вперше запропоновано класифікацію аптек-музеїв України та здійснено компаративний аналіз функціонування таких закладів у країнах Європи. Окреслено проблеми, регіональні диспропорції та перспективні напрями інтеграції аптек-музеїв у регіональні туристичні маршрути, що визначають локальну ідентичність території.

**Ключові слова:** аптеки-музеї, музейний простір, культурний ландшафт, туристична дестинація, локальна ідентичність.

#### **Вступ.**

Сучасні умови розвитку туристичної галузі вимагають пошуку інноваційних і креативних підходів до формування мережі нетипових туристичних об'єктів, зокрема вузькопрофільних та галузевих музеїв. Такі заклади сприяють урізноманітненню туристичного простору, підвищенню зацікавленості потенційних відвідувачів, а також допомагають реалізувати пізнавальну, культурно-освітню та виховну функції туризму. Створення і популяризація подібних об'єктів відповідає сучасним тенденціям розвитку



пізнавального туризму, позаяк дозволяє розширити знання про історико-культурну спадщину, традиції та звичаї певних соціальних спільнот. У даному контексті особливу наукову та прикладну цінність становлять аптеки-музеї, що розглядаються як специфічна форма збереження й популяризації культурної та професійної спадщини. Вони створюють унікальну атмосферу і постають не лише як пам'ятки минулого, а як динамічні культурні простори, що поєднують історико-культурну, освітню та естетичну цінність. Аптеки-музеї розширюють туристичну пропозицію, надаючи можливість створення тематичних маршрутів і залучення нішевих категорій туристів. Крім того, вони формують унікальний бренд дестинації, підвищуючи її конкурентоспроможність на туристичному ринку, та інтегруються у культурний ландшафт міст.

Аналіз наукової літератури засвідчив своєрідний вакуум в контексті дослідження даної проблематики, як за кордоном, так і в Україні. Зустрічаються поодинокі статті, які описують історію аптек-музеїв у Європі, тоді як практично відсутні дані щодо вивчення їхньої інтеграції в культурний ландшафт міст, роль у формуванні локальної ідентичності та брендингу території, порівняльний аналіз за критеріями туристичної привабливості, тощо. Так, Chris A., Vassiliadis, Zoe-Charis Belenioti досліджують розвиток тематичних музеїв, включаючи питання музейного маркетингу та покращення досвіду відвідувачів, а також концепцію «діснейфікації» музеїв як інноваційну складові розвитку [4]. Smith L. акцентує увагу на концепції культурної спадщини як практики, де вона розглядається як активний процес соціального та культурного сенсотворення [8]. Richards G. фокусується на ролі креативних просторів у розвитку туризму, а також вивчає вплив креативних стратегій на розвиток туристичних дестинацій [7]. Landry C. досліджує концепцію креативних міст та інновацій у культурних закладах, підкреслюючи важливість креативності як ресурсу для інновацій та змін у міському культурному середовищі [6]. Спеціалізовані музеї та їхню роль у формуванні культурного ландшафту вивчають Taheri B., O'Gorman K., & Baxter I. (аналізують функції сучасних музеїв та їхні моделі взаємодії з відвідувачами) [9], Huo H., Shen K., Han C., Yang M. (досліджують соціально-



культурні функції музеїв, зокрема їхню роль як центрів соціальної інтеграції, культурної ідентичності та міського розвитку) [5].

В українському контексті аптеки-музеї залишаються мало дослідженим сегментом культурно-пізнавального туризму. Відсутні комплексні країнознавчі дослідження, що системно оцінюють їхній просторовий розвиток, функції та вплив на туристичні дестинації. На сьогодні не розроблені моделі інтеграції аптек-музеїв у регіональні туристичні маршрути. Тому, метою наукового пошуку є аналіз та систематизація аптек-музеїв як складової культурного ландшафту дестинацій, визначення просторового, функціонального та культурно-історичного потенціалу. Мета дослідження зумовлює вирішення певних завдань, зокрема: здійснити класифікацію аптек-музеїв, реалізувати порівняння українського та зарубіжного досвіду функціонування таких закладів, дослідити моделі інтеграції аптек-музеїв у туристичний простір, визначити проблеми та перспективні напрями їхнього розвитку.

### **Виклад матеріалу.**

Нині на теренах України функціонує понад 12 аптек-музеїв у Києві (1728 р.), Харкові, Львові, Луцьку (1755 р.), Вінниці (1870 р.), Чернівцях, Черкасах, Рівному (2020 р.), Чернігові (1949 р.), Бориславі, Тульчині, Ковелі, Ніжині (1777 р.). Ми вперше здійснили пробу класифікувати музеї-аптеки України за низкою критеріїв (рис. 1), що створить теоретичне підґрунтя для подальших досліджень музейного простору, дасть можливість визначити оптимальні моделі розвитку, сприятиме комплексній оцінці туристичного потенціалу аптек-музеїв, ідентифікації сильних та слабких сторін їхнього розвитку, окресленню обґрунтованих рекомендацій щодо модернізації, цифровізації та підвищенню привабливості для споживачів туристичних послуг.

Серед найвідоміших об'єктів такого типу виокремлюємо діючу Аптеку-музей на Подолі у місті Києві, засновану німцем Йоганом Гейтером (Ейстером). Заклад функціонував як аптека упродовж 111 років – до 1839 р. Після реставрації у 1988 р. тут відкрито музей, колекція якого налічує понад 50 тис. експонатів: автентичні меблі, знаряддя для виготовлення ліків, аптечний посуд, пакування,



фармакопеї XIX та XX ст. Експозиція музею, що охоплює 12 залів (зокрема кабінет аптекаря, хату знахарки, лабораторію алхіміка та інші.) відтворює атмосферу аптек XVIII–XIX ст. [2-3]. Музей функціонує як освітній та науковий центр, пропонуючи аудіогіди та тематичні екскурсії.



**Рис. 1. Клаифікація аптек-музеїв України**

*Джерело: авторська розробка*

У Луцьку працює найдавніша діюча аптека Злоцьких. Музейна експозиція функціонує у двох наземних приміщеннях – торговому залі та кабінеті директора, де збережено автентичний історичний інтер'єр. Берестові шафи, встановлені у приміщеннях понад 150 років тому, містять експозицію скляних ємностей різного призначення. Особливо цінний експонат – унікальний провізорський касовий апарат 1902 р. [1].

Аптека, заснована Пироговим М.І. у 1870 р. у Вінниці, стала першою аптечною установою на Поділлі. Окрім реалізації лікарських засобів, у її приміщені здійснювався прийом хворих та проводились хірургічні втручання. Експозицію складають старовинні ваги, рецептурні бланки, підручники з фармакології, посуд для зберігання ліків. Поруч з будівлею висаджено лікарські рослини, які вчений використовував у лікувальній практиці [2- 4] .



Аптека-музей Йогана Зега, розташована у Бориславі, створена на честь відомого дослідника та одного з провідних новаторів у сфері раннього розвитку нафтової промисловості, винахідника способу перегонки нафти та озокериту. Урочисте відкриття музею відбулось у 2021 р. Експонати музею репрезентують не лише розвиток аптечної справи і фармацевтики, а й ілюструють історію міста, становлення та еволюцію нафтовидобутку і нафтопереробки, технології видобування і переробки озокериту. До експозиції входять модель приладу для розділення нафти на фракції, штангласи з аптек Борислава початку ХХ ст., аптечні препарати; колекція газових ламп різних епох [3].

Аптека-музей «Під чорним орлом» функціонує як аптека-музей та є найдавніша з існуючих у місті Львові (1774 р.). Унікальний аптечний музейний комплекс репрезентує понад 3 тис. рідкісних експонатів, зібраних науковцями, фармацевтами та колекціонерами-ентузіастами. У 1966 р. на базі аптеки було створено музей історії фармації. Після проведення ремонтно-реставраційних заходів музейна експозиція суттєво розширилась й налічувала 16 тематичних залів загальною площею 700 м<sup>2</sup> [3]. У Львові працює також інтерактивна «Темна аптека», де відвідувачі можуть зануритися у легенди та практики старовинної фармації через інтерактивні експозиції.

Аптека-музей «Крещатикъ» є приватним музеєм. Основу музейної колекції становлять пам'ятки старовини, зібрані з аптек та аптечних складів області, що дало змогу створити перший у Черкасах музей такого типу. У стилізованому під атмосферу дореволюційної аптеки інтер'єрі експонують фотокопії документів про постачання лікарських засобів до місцевих аптек, рецептурні виписки тогочасних аптекарів тощо. Окрему цінність становлять аптечні ваги, вік яких оцінюють у 200–300 років [1- 4].

Аптека Михайла Лігди у м. Ніжині Чернігівської області була відкрита у 1777 р. На момент відкриття вона вважалась однією з найкраще оснащених та найсучасніших аптек України. Сьогодні в музеї експонуються документи з історії аптеки, старовинний аптечний посуд, шафа для медикаментів та давні рецепти ліків. Водночас музей продовжує функціонувати як повноцінна аптека,



поєднуючи музейну експозицію з практичною діяльністю [3].

Аптека Фрідріхсона у м. Ковель збудована на межі XVIII–XIX ст. Серед найвідоміших клієнтів була родина Косачів. Установа пережила Першу світову війну, революційні події та громадянську війну. Успішно функціонувала і за польських часів, і за німецької окупації. Нині вона продовжує працювати, поєднуючи функції діючої аптеки з музейною експозицією [3-4].

На основі просторового підходу констатуємо про нерівномірність розміщення аптек-музеїв в межах України. Найвища їхня концентрація спостерігається у західних та центральних регіонах, зокрема у Львівській, Волинській, Київській областях. Регіони характеризуються високим рівнем збереженості історичної забудови та значним туристичним потенціалом, що зумовлює активу інтеграцію історико-культурних об'єктів у туристичних простір. Натомість у південних і східних областях вони майже відсутні, що свідчить про регіональну асиметрію розвитку музейної фармацевтичної мережі та потребує подальшого пояснення в контексті історичних чинників, стану культурної спадщини та рівня інвестицій у музейну сферу.

На основі аналізу діяльності аптек-музеїв пропонуємо виділити три основні моделі їхнього розвитку в Україні:

- Перша – історико-охоронна модель, якій притаманно пріоритетне збереження автентичних інтер'єрів, оригінального обладнання, історичних документів, з мінімальним рівнем модернізації. Такий тип розвитку характерний для аптек Києва, Луцька, Ніжина та частково Вінниці.

- Друга модель – комерційна, передбачає функціонування музею в рамках існуючої аптеки. Тут музейна складова поєднується із сучасною фармацевтичною діяльністю, забезпечуючи додаткові джерела фінансування, але обмежує можливості створення повноцінної інтерактивної експозиції.

- Третя – культурно-інноваційна модель, орієнтована на використання сучасних мультимедійних технологій, інтерактивних форматів та елементів театралізації; найяскравішим її прикладом є львівська «Таємна аптека».

Аптеки-музеї широко представлені в Європі та Америці, де стали



популярними туристичними магнітами. Одним з найдавніших закладів такого типу, що функціонує безперервно ще з XV ст., є Raapteek у м. Таллінн (Естонія). Значний інтерес представляє віденська аптека «Чорної Кури», заснована у 1618 р. До відомих європейських зразків належить також старовинна аптека-музей в Барселоні (Іспанія), що відтворює інтер'єр та технологію виготовлення лікарських засобів XVIII–XIX ст.; аптека в Лейдені (Нідерланди); The Old Operating Theatre and Herb Garret (м. Лондон, Велика Британія) – репрезентує традиції траволікування. Один з найбільших фармацевтичних музеїв Європи – Музей фармації функціонує в Кракові (Польща), і налічує більше 20 тис. експонатів, у тому числі реконструйовані лабораторії, автентичний інтер'єр, предмети алхімічної практики.

В американському контексті вирізняється Музей фармації у Новому Орлеані, в межах регіону Азія особливої уваги заслуговує аптека-музей D.T. Suzuki Pharmacy, де представлено традиційні фармацевтичні практики доби Едо, зокрема природні інгредієнти, ваги, керамічний посуд тощо.

У переважній більшості вони є приватними закладами, які активно інтегровані у туристичні маршрути міст і характеризуються високим рівнем інтерактивності, пропонуючи відвідувачам майстер-класи, тематичні квести, 3-D тури. Їхній освітній та науковий потенціал реалізується через проведення лекцій, конференцій, співпрацю з університетами, а різноманітні джерела фінансування дозволяють на постійній основі оновлювати експозиції та залучати широку аудиторію відвідувачів.

Компаративний аналіз українського та зарубіжного досвіду функціонування аптек-музеїв (табл. 1) дозволяє визначити роль українських аптек-музеїв у міжнародному контексті, а також засвідчує наявність суттєвих відмінностей, що актуалізують потребу подальшої модернізації вітчизняних аптек-музеїв.

Сучасні реалії українських аптек-музеїв засвідчують їхню діяльність переважно як комерційних закладів, що обмежує можливості для розвитку експозицій та підвищення інтерактивності. Експозиції у своїй переважній більшості є статичними, сфокусовані на збереженні історичних інтер'єрів,



аптечного обладнання та документів, а інтеграція в туристичні маршрути є фрагментарною. Освітня діяльність зорієнтована переважно на школярів, студентів, тоді як науково-дослідний потенціал використовується обмежено. Фінансування таких музеїв здебільшого державне або комунальне, що обмежує можливості модернізації та проведення масштабних культурних заходів.

**Таблиця 1 – Порівняльний аналіз функціонування аптек-музеїв за кордоном та в Україні**

<b>Критерій порівняння</b>	<b>Українські аптеки-музеї</b>	<b>Європейські аптеки-музеї</b>
Інтерактивність	Переважно статичні експозиції; обмежені інтерактивні елементи; низький рівень цифровізації	Висока інтерактивність; 3D-тури, мультимедійні інсталяції, тематичні квести; поєднання традиційних та цифрових форматів
Менеджмент і фінансування	Переважно державні або комунальні заклади; нестача інвестицій; обмежені ресурси для модернізації	Приватні або змішані форми; стабільне фінансування; активне залучення грантів, спонсорства та партнерств
Роль у туристичних маршрутах	Фрагментарне включення до туристичних маршрутів; слабка інтеграція у міські туристичні продукти	Системна інтеграція в туристичну інфраструктуру; обов'язкові пункти екскурсій; активна участь у міських культурних подіях
Комунікаційні практики	Обмежені цифрові ресурси; недостатня маркетингова активність; мінімальна присутність у міжнародних інфотуристичних платформах	Розвинуті комунікаційні стратегії; потужна онлайн-присутність; багатомовні сайти, мобільні застосунки, відеоконтент
Темп оновлення експозицій	Низький темп оновлення через обмежене фінансування; реставраційні роботи проводяться нерегулярно	Регулярне оновлення експозицій; використання сучасних технологій; підтримка стану фондів за рахунок стабільних грантів

*Джерело: авторська розробка*

### **Висновки.**

Цінність і привабливість досліджуваних музеїв є беззаперечною, а сучасні вимоги розвитку туристичної сфери формують передумови для їхньої подальшої модернізації та прогресивного становлення як об'єктів туристичного інтересу. За умови забезпечення належного рівня гостинності та проведення ефективних інформаційних кампаній у ЗМІ аптеки-музеї здатні більш повно задовольняти потреби різних сегментів відвідувачів. У цьому контексті активізуються



реставраційні роботи, впроваджуються новітні технології (3D інсталяції, англomовний переклад елементів експозиції, підписи шрифтом Брайля), застосовуються сучасні форми та методи роботи, зокрема проведення виставок та експозиції просто неба, тематичних зустрічей, днів відкритих дверей і «ночей у музеї», створення віртуальних онлайн 3D-турів, тощо.

Разом з тим проведене дослідження виявило низку бар'єрів, що стримують ефективний розвиток аптек-музеїв в Україні. Одним з ключових є низька інтерактивність експозицій, домінування суто статичних форм подачі матеріалу та низький рівень інклюзивності. Недостатнє фінансування обмежує можливості проведення реставрацій, оновлення експозицій та впровадження цифрових технологій. Варто також відмітити відсутність системного туристичного менеджменту: більшість аптек не інтегровані у міські туристичні маршрути, не мають налагодженої співпраці з ТПЦ й практично не використовують маркетингові інструменти. Додатковим лімітуючим чинником є слабка цифровізація, що проявляється у відсутності якісних вебресурсів, онлайн-екскурсій, мультимедійного супроводу та багатомовних матеріалів.

Вважаємо, що аптеки-музеї, за умови модернізації, інтерактивності, інституційної підтримки та включення в туристичні маршрути, здатні суттєво підвищувати культурну привабливість дестинації і формувати їхній унікальний туристичний бренд на основі локальної ідентичності.

#### References:

1. Музейний простір Волині [Museum space of Volyn] URL: <https://volyn-museum.com.ua/> (дата звернення: 11.09.2025).
2. Музейний портал [Museum portal] URL: <https://museum-portal.com/ua> (дата звернення: 21.09.2025).
3. Українська туристична компанія «Компас» [Ukrainian travel company "Compass"] URL: <https://compass-tour.com.ua/?m0prm=2&show=824> (дата звернення: 11.10.2025).
4. Chris A., Vassiliadis, Zoe-Charis Belenioti. (2015.). *Museums & Cultural*



Heritage via Social Media: an Integrated Literature Review. *Tourismos*. issue 12, vol. 3. pp. 97–132.

5. Huo H, Shen K, Han C, Yang M. (2024). Measuring the relationship between museum attributes and visitors: An application of topic model on museum online reviews. *PLoS ONE*. issue 19(7).

6. Landry C. (2020). Arts, Culture and the City: an Overview. *Built environment*. issue 46, vol. 2. pp. 267–278.

7. Richards, G., & Wilson, J. (Eds.). (2007). *Tourism, Creativity and Development* (1st ed.). Routledge.

DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203933695>

8. Smith L. (2006). *Heritage as a Cultural Process*. Routledge. 41 p.

9. Taheri B., O’Gorman K., Baxter I. (2016). Contemporary issues in museums and heritage marketing management: introduction to the special issue. *Journal of Marketing Management*, issue 32(15–16). pp. 1387–1391.  
DOI: <https://doi.org/10.1080/0267257X.2016.1216379>

**Abstract.** *The article provides a comprehensive study of pharmacies-museums as a segment of the cultural landscape of tourist destinations. Their place in the structure of cultural tourism is analyzed, spatial, functional and cultural-historical aspects of development are outlined. For the first time, the classification of pharmacies-museums of Ukraine was proposed and a comparative analysis with European experience was carried out. The problems, regional disparities and promising directions of integration of such institutions into tourist routes that determine local identity are outlined.*

**Key words:** *pharmacy-museums, museum space, cultural landscape, tourist destination, local identity*

Стаття надіслана: 17.11.2025

© Мельник Н.В., Єрко І.В., Качаровський Р.Є.