

Ewa Kasperska
Politechnika Koszalińska

Muzea jako produkt turystyczny. Implikacje wynikające z integracji Polski z Unią Europejską

Streszczenie

Celem opracowania o charakterze badawczym jest próba analizy sytuacji polskich muzeów, postrzeganych jako produkt turystyczny. Przedstawiono tu podstawy prawne i zasady finansowania muzeów, a także nowości w sposobie prezentacji oferty muzealnej, charakterystyczne dla ostatnich lat. Omówiono tendencje w podejściu muzeów do swoich dotychczasowych, tradycyjnych funkcji, zwłaszcza w kontekście rosnących wymagań nabywców. Obszerłą część artykułu zajmuje analiza źródeł wtórnych, którymi są statystyki, bazy muzeów polskich, a także raporty z obszaru kultury. Analizy dokonano dla zobrazowania liczby i charakteru muzeów. Nie mniej ważna dla ich sytuacji jest, dostępna dopiero w ostatnim dziesięcioleciu, możliwość wsparcia finansowego ze środków Unii Europejskiej. Dofinansowanie muzeów przewiduje większość programów operacyjnych, jednak, jak wykazała analiza, najistotniejszym źródłem dotacji są regionalne programy operacyjne. Należy przy tym zauważyć, że pozyskiwane przez muzea środki są w poszczególnych województwach bardzo zróżnicowane. Programy dedykowane bezpośrednio instytucjom kultury mają natomiast we wsparciu muzeów wręcz marginalny udział. Artykuł ma charakter badawczy.

Słowa kluczowe: muzeum, produkt turystyczny, kultura, dotacje unijne.

Kody JEL: Z11

Wstęp

Celem opracowania jest próba analizy sytuacji polskich muzeów w kontekście ich znaczenia jako produktu turystycznego. Punktem wyjścia do rozważań są naukowe zainteresowania autorki, dotyczące kreowania produktów turystycznych, zwłaszcza w obszarze turystyki kulturowej, budowania ich atrakcyjności wobec zmieniających się gustów konsumenckich oraz wobec nowych szans, jakie daje akcesja Polski do Unii Europejskiej. Członkostwo Polski w UE to jednak również implikacje dla pozycji i wizerunku instytucji kulturalnych (w tym muzeów) na rynku turystycznym. Otwarcie na kraje Europy, swoboda podróżowania, dynamiczny rozwój nowych technologii, nacisk na innowacyjność, a zatem rosnące wymagania nabywców i dążenie do zaspokajania potrzeb w zgodzie z własnymi oczekiwaniami, bez kompromisów, to okoliczności, które oddziałują również na muzea. Wymusza to na nich (mimo niezmienności dotychczasowych, tradycyjnych funkcji) podążanie za oczekiwaniami rynku, uwspółcześnianie swoich ekspozycji i środków wyrazu, a także, coraz częstsze w walce o klienta, ustawianie się w jednym szeregu z instytucjami komercyjnymi. A przecież z ustawy, historii i natury (choć to ostatnie zaczyna budzić coraz więcej wątpliwości) muzeum taką instytucją nie jest.

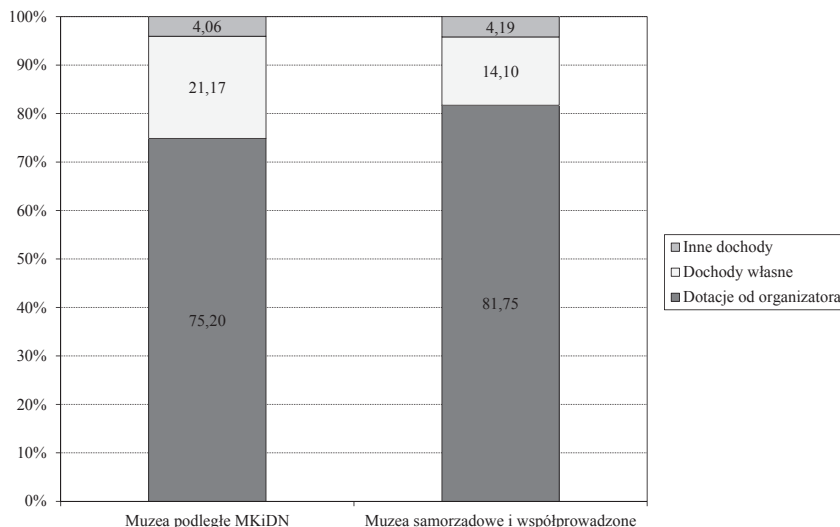
Podstawy prawne i finansowe funkcjonowania muzeów w Polsce

Podstawą funkcjonowania muzeów w Polsce jest ustawa z dnia 21 listopada 1996 roku o muzeach (Dz.U. z 1997 r., Nr 5 poz. 24). W art. 1. określa ona, iż „muzeum jest jednostką organizacyjną nienastawioną na osiągnięcie zysku, której celem jest gromadzenie i trwała ochrona dóbr naturalnego i kulturalnego dziedzictwa ludzkości o charakterze materialnym i niematerialnym, informowanie o wartościach i treściach gromadzonych zbiorów, upowszechnianie podstawowych wartości historii, nauki i kultury polskiej oraz światowej, kształtowanie wrażliwości poznawczej i estetycznej oraz umożliwianie korzystania ze zgromadzonych zbiorów”. Art. 5.1. wspomnianej ustawy precyzuje natomiast ich charakter prawny i ciała powołujące: „Muzea mogą być tworzone przez ministrów i kierowników urzędów centralnych, jednostki samorządu terytorialnego, osoby fizyczne, osoby prawne lub jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej”. Ustawa z dnia 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz.U. z 1991 r., Nr 114 poz. 493) zalicza muzea do form działalności kulturalnej (art. 2), klasyfikując te, powołane przez urzędy centralne i jednostki samorządu terytorialnego jako instytucje kultury.

Zgodnie z zapisami obu ustaw, podstawowym źródłem finansowania muzeum jest, jego założyciel. Na całkowity budżet składają się jednak wpływy trojakiemu rodzaju: dotacje od organizatora, dochody własne muzeum i dochody inne. Dotacje od organizatora to środki przyznawane na szczeblu centralnym albo środki z budżetu jednostek samorządu teryto-

Wykres 1

Struktura budżetu muzeów ze względu na organizatora w roku 2008 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Folga-Januszewska (2008, Załącznik Tabela 1).

rialnego. Dochody własne muzeum to przede wszystkim środki pochodzące z obsługi turystycznej (bilety wstępu), działalności edukacyjnej i prowadzenia różnorodnych warsztatów specjalistycznych, ale też sprzedaż pamiątek, czy udostępnianie swoich wnętrz na potrzeby konferencji, sesji zdjęciowych itp. Dochody inne, to natomiast wchodzenie w kooperację z innymi instytucjami kultury, ale również z biznesem czy osobami prywatnymi (*Raport...* 2012). Do tej grupy należy zaliczyć też fundusze pozyskane od prywatnych darczyńców (sponsoring, mecenat), a także (w ostatnich dziesięciu latach) dofinansowanie unijne. Od 2002 roku na mocy ustawy z dnia 19 listopada 2009 roku o grach hazardowych, (Dz.U. z 2009 r. nr 201 poz. 1540) istnieje też możliwość finansowego wspierania kultury środkami pochodzącymi z loterii (Ilczuk 2012). Dochody inne mają jednak tylko charakter uzupełniający i stanowią znikomy udział w strukturze budżetu polskich muzeów.

Oferta muzeów

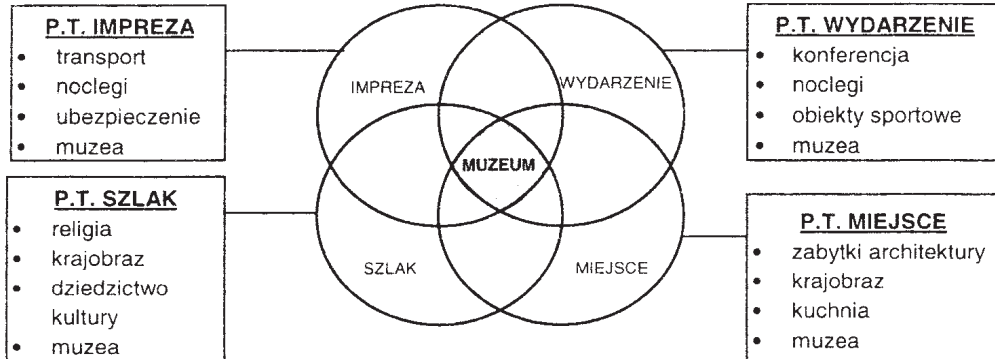
Z punktu widzenia ekonomiki kultury, muzea podlegają prawom rynku, stąd istotne jest efektywne zarządzanie nimi, mimo że z mocy ustawy nie są instytucjami nastawionymi na zysk. Coraz częściej sprawność ich funkcjonowania mierzy się frekwencją, wyrażoną we wpływach z biletów, stąd prosty wniosek, iż muszą uwzględniać w swej działalności wielkość popytu na świadczone usługi¹. To z kolei oznacza konieczność dostosowywania się do potrzeb klientów (zwiedzających) oraz konkurowanie o uwagę z innymi podmiotami rynku. Oferta muzeum będzie bowiem przez potencjalnego nabywcę rozpatrywana pośród innych produktów turystycznych, występujących na danym obszarze. Turysta (lub mieszkaniec), chcący atrakcyjnie spędzić czas w danym miejscu, wizytę w muzeum porówna z wizytą w galerii czy filharmonii, ale też z pobytem w zoo, w parku rozrywki, z seansem w kinie, wydarzeniem sportowym, a nawet spotkaniem w pubie, czy programem w telewizji. O tym, którą z form spędzania czasu wybierze, zdecyduje jej zdolność najskuteczniejszego przyciągnięcia uwagi nabywcy i wzbudzenie jego zainteresowania obietnicą spodziewanych, wyjątkowych przeżyć. Stąd muzeum, mimo swych nadrzędnych, „wyższych” celów, musi dostosowywać sposób eksponowania zasobów do wymagań nabywcy. Taka sytuacja wymusza na muzeach stosowanie różnorodnych i coraz bardziej wyrafinowanych środków prezentacji. Jak ujmuje to W. Kowalczyk, „Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom publiczności, muzea starają się być łatwiejsze w odbiorze, bardziej przyjazne, dostępne i otwarte na świat (...). Alternatywą dla świątynnej ciszy, mającej służyć kontemplacji wystawionych dzieł, staje się atmosfera jarmarku, festynu, wesołego miasteczka (...). By zaspokajać jej (publiczności) potrzeby, zmieniają one profil swej działalności, modyfikują język przekazu. W poszukiwa-

¹ Budzi to zrozumiały opór wśród muzealników, bo stoi w jawnej sprzeczności z narzuconym ustawowo obowiązkiem przechowywania gromadzonych zabytków w warunkach zapewniających im właściwy stan zachowania i bezpieczeństwo. Tak więc nadmierny tłum zwiedzających w obiektach muzealnych może prowadzić do ich deprecjacji (nie wspominając o realnych szkodach materialnych), a nacisk na dochody ze sprzedaży biletów zaprzecza idei udostępniania zbiorów dla celów wyższych, niż komercyjne (edukacja, obcowanie ze sztuką, poznawanie własnej historii i budowanie więzi ze swoim dziedzictwem). Zob. *Raport...* (2012).

niu nowej tożsamości podkradają innym placówkom kulturalnym ich menu. Chcą być jednocześnie galerią, filharmonią, kinem, teatrem, domem kultury...” (Kowalczyk 2010, s. 57).

Schemat 1

Miejsce muzeum wśród produktów turystycznych



Źródło: Stasiak (2000, s. 170).

Sposoby eksponowania muzealnych zbiorów są bardzo różnorodne, a wykorzystywane w tym celu narzędzia i metody w dużej mierze uzależnione od charakteru samego muzeum. Niemniej jednak, powszechny jeszcze kilkanaście lat temu sposób zwiedzania ekspozycji, polegający na powolnym marszu w muzealnych kapciach przez wyfroterowane sale i przyglądanie się eksponatom umieszczonym za szybą lub oddzielną sznurowaną barierką uważane jest już dzisiaj za relik minionych czasów. Dzisiejsze muzea proponują zwiedzającym bogatą paletę doznań, możliwych do odczuwania wieloma zmysłami (poza wzrokiem, angażują również słuch, dotyk, węch, a bywa, że i smak). Jeszcze dalej posuniętym sposobem angażowania widza w prezentację muzealną jest jego aktywny udział w pokazie oraz organizacja różnego rodzaju imprez, w których czynne uczestnictwo zwiedzających jest wręcz nieodzowne (Stoppa 2002).

Formy prezentacji muzealiów wspierają nowoczesne środki wyrazu. Coraz większe znaczenie w eksponowaniu zbiorów zyskują techniki multimedialne, bowiem wydatnie wzbogacają prezentowaną ekspozycję. Umożliwiają prezentację obrazu w 3D, tworzą wirtualny wizerunek nieistniejących obiektów, dają możliwość zapoznania się z informacjami na temat kolekcji za pomocą np. aplikacji na telefon. Przy użyciu tzw. semakodów stwarzają możliwość wyświetlania obrazów za pośrednictwem czytników. Z multimedialnych zdobyczy szeroko korzysta np. Muzeum Historyczne Miasta Krakowa Rynek Podziemny.

Innym przykładem wykorzystania nowoczesnych technologii są tzw. muzea wirtualne. Funkcjonują jako strony www muzeów istniejących w realnym świecie, oferując wirtualny spacer po muzeum, zapoznanie się ze zbiorami, obejrzenie wnętrza, dostarczając przy tym in-

formacji na temat historii muzeum i jego zasobów (np. wspomniany Rynek Podziemny czy Wirtualne Muzea Podkarpacia). Są też jednak muzea wirtualne w dosłownym znaczeniu, nie istniejące realnie. Prezentują one „zbiory”, które w rzeczywistości nie są zgromadzone w jednym miejscu, a czasem nawet już nie istnieją (np. Wirtualne Muzeum Lecha Poznań czy najnowsza inicjatywa Google Cultural Institute).

Muzeum w liczbach

Trudno precyzyjnie określić liczbę muzeów w Polsce, brak jest bowiem jednoznacznych wytycznych dotyczących klasyfikacji muzeów jako instytucji, a tym samym sposobów ich zliczania. Różniących się od siebie danych dostarczają nawet instytucje państwowe. Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zabytków w Polsce podaje, że ich obecna liczba to 519, z oddziałami – 818. Ośrodek Statystyki Kultury GUS wyszczególnia ich w 2012 roku 768, a autorytet z dziedziny muzealnictwa, prof. dr hab. D. Folga-Januszewska szacowała ich liczbę w 2012 roku na blisko 1200 (Sarzyński 2012)².

Tabela 1

Liczba muzeów w Polsce ze względu na ich status

Status muzeum*	Organ powołujący i nadzorujący	Liczba
samorządowe	województwo	87
	powiat	85
	gmina	145
	razem	317
państwowe	MKiDN	18
	MON	4
	MSWiA	1
	Narodowy Instytut Fryderyka Chopina	1
	razem	24
prywatne	osoba	104
	instytucja	74
	razem	178
muzea w Polsce razem		519

* W zestawieniu podano muzea bez wyszczególniania oddziałów.

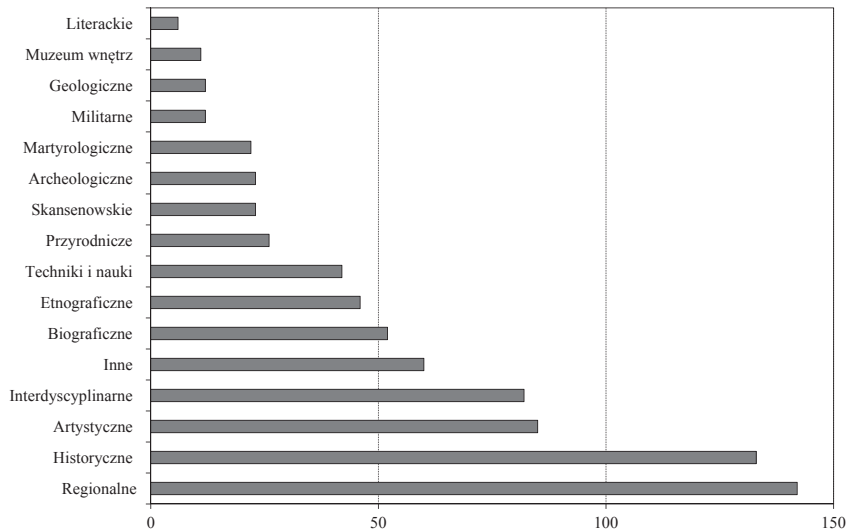
Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Baza Muzeów w Polsce Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zabytków w Polsce*, <http://www.nimoz.pl/> [dostęp: 08.03.2014].

² W niniejszym opracowaniu posłużono się danymi podawanymi przez GUS, mimo ich niedoskonałości. Uczyniono tak ze względu na ich dostępność. Inne, bardziej kompetentne w opinii autorytetów, źródła okazały się niemożliwe do wykorzystania. Również bazy danych, na które powołuje się D. Folga-Januszewska (2008, s. 6), czyli almanach muzeów na portalu Culture (http://test2.culture.pl/pl/culture/almanach_muzeow) oraz baza danych PKN ICOM i Krajowego Ośrodka Badań i Dokumentacji Zabytków obecnie nie funkcjonują pod podanymi adresami <http://www.kobidz.pl/app/site.php5/Show/334.html> [dostęp 25.03.2014].

Ze względu na organ powołujący wyróżnić można w Polsce 3 rodzaje muzeów: państwowe, samorządowe i prywatne. Największą liczbę muzeów powołały samorządy, w tym gminy (145). Sporo, bo blisko 200, utworzyli też prywatni inwestorzy, którymi są instytucje lub osoby prywatne (por. tabela 1). Ze względu na tematykę, najliczniejsze są w Polsce muzea regionalne - 142, a następnie muzea historyczne – 133 (por. wykres 2)³.

Wykres 2

Muzea według rodzaju działalności w 2011 roku



Źródło: *Muzea i instytucje paramuzealne*, Raport GUS, http://www.stat.gov.pl/krak/69_767_PLK_HTML.htm [dostęp: 08.03.2014].

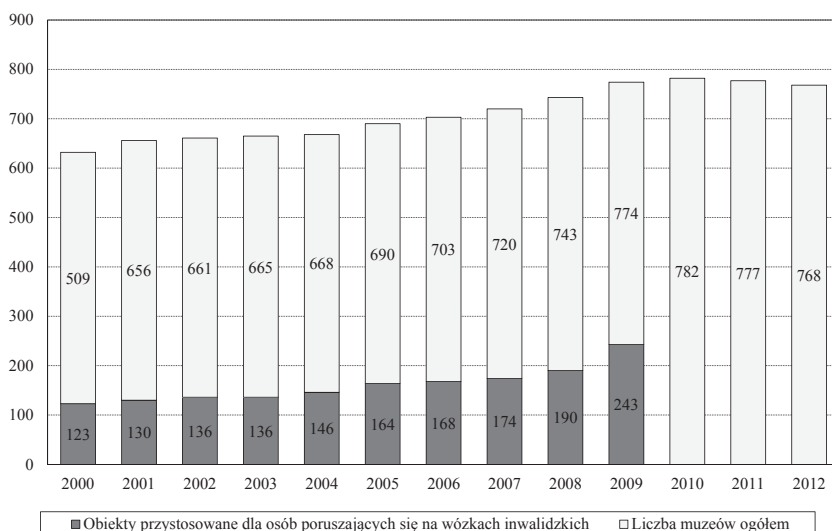
Analizując liczbę muzeów w ostatnich 13 latach, zaobserwować można jej sukcesywny wzrost, ze spadkiem dopiero w ostatnich dwóch latach dostępnych statystyk. Zwiększa się też w Polsce liczba muzeów dostosowanych do potrzeb osób niepełnosprawnych (por. wykres 3). Ciągły przyrost liczby muzeów zaznacza się na tyle silnie, że mówi się nawet o tzw. renesansie muzeów. Jak opisuje to W. Kowalczyk, „Na naszych oczach powoływane zostają do życia coraz to nowe muzea. Są wśród nich wielkie, których stworzenie i pozostawienie kolejnym generacjom jest ambicją mężów stanu i całych formacji politycznych; ale też maleńkie, lokalne, rodzinne, organizowane z potrzeby serca, dla zachowania czyjejś pamięci czy propagowania jakichś idei albo jako sposób, nierzadko pomysłowy i ambitny, zdobywania środków na życie (...). Zarówno w skali globalnej, jak i na naszym podwórku daje się zaobserwować swego rodzaju trend, który można określić mianem panmuzealizacji rzeczywistości – wszelkich jej aspektów i dziedzin” (Kowalczyk 2010, s. 55). Jak dalej

³ Należy jednak wspomnieć, że muzea regionalne często stanowią połączenie kilku tematycznych ekspozycji (np. historycznej, archeologicznej, skansenowskiej, wnętrz itp.).

zauważa autor, rosnąca popularność muzeów wynika ze zmian społecznych, ale też zmian w podejściu do samej instytucji muzeum. Rośnie znaczenie wizerunku muzeum, promocji, umiejętności przyciągania widza i dostarczenia mu satysfakcjonującej rozrywki. Na dalszy plan schodzą tradycyjne funkcje: zachowanie kolekcji, opieka nad nią, badania naukowe. Wagę zyskują nowe technologie informatyczne, cyfryzacja zbiorów i operowanie wirtualnym wizerunkiem, będące naturalną konsekwencją oczekiwań młodszej społeczności, a wynikające z trendu dostosowywania muzeów do wymogów rynku turystycznego.

Wykres 3

Liczba muzeów w Polsce w latach 2000-2012



* Dla lat 2010-2012 brak danych na temat liczby obiektów przystosowanych dla osób niepełnosprawnych.
Źródło: Bank Danych Lokalnych, <http://www.stat.gov.pl/bdl> [dostęp: 04.03.2014].

Czy zatem działania te przekładają się na frekwencję w muzealnych obiektach? Analizując liczbę zwiedzających w latach 1995-2012 (z uwagi na fakt, iż wspomniany renesans muzeów przypada według źródeł na lata 1995-2005) nie można stwierdzić, iż ów boom na muzea znajduje swoje odzwierciedlenie w skokowym (dla tego okresu) wzroście frekwencji. Przyznać jednak należy, iż wzrost ten, mimo chwilowych spadków, ma stałą tendencję, a w ciągu 18 lat liczba odwiedzających z blisko 16 mln wzrosła do 26 mln.

Środki pomocowe UE w finansowaniu przedsięwzięć muzealnych

Wraz z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej pojawiły się dla muzeów dodatkowe źródła finansowania w postaci dostępu do funduszy europejskich. W perspektywie finansowej

2004-2006, inwestycję w kulturę przewidywał Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego (ZPORR), Sektorowy Program Operacyjny Restrukturyzacja i Modernizacja Sektora Żywnościowego oraz Rozwój Obszarów Wiejskich (SPO ROL), a także programy współpracy transgranicznej Interreg III i program Kultura. Jeszcze większe możliwości pozyskiwania środków unijnych przyniosła perspektywa finansowa 2007-2013. Muzea mogły ubiegać się o środki z 16 programów regionalnych, programów Europejskiej Współpracy Terytorialnej (EWT), Innowacyjnej Gospodarki (POIG), Infrastruktury i Środowiska (POIiŚ), Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW), Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (POKL).

Mapa dotacji, prezentująca przedsięwzięcia realizowane z funduszy strukturalnych, dostępna na stronach Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, wyszczególnia łącznie 169 przedsięwzięć, realizowanych przez muzea w latach 2004-2013 przy współfinansowaniu z Unii Europejskiej⁴. Łączna kwota otrzymanych dotacji to 1028,7 mln złotych w minionym okresie finansowania i 101,2 mln złotych w perspektywie 2004-2006. W obu okresach największego wsparcia udzieliły muzeom programy regionalne (odpowiednio 91% i 64% pozyskanych przez muzea kwot). Dofinansowanie dla muzeów w latach 2002-2004 pochodziło też z SPO ROL (5%) i Interreg III (4%). W latach 2007-2013 po 17% udzielonego wsparcia wydatkowały POIG oraz POIiŚ, a pozostały, znikomy procent to dotacje EWT (2%) i POKL (0,04%).

W strukturze programów regionalnych dotacje na muzea stanowią bardzo zróżnicowane wielkości. Największe kwoty zdobyły na swoje potrzeby muzea województwa śląskiego (blisko 11%), istotne są też wypłaty na ich rzecz w Małopolsce (8,9%) i województwie mazowieckim (7%). Pozostałe województwa oscylują wokół 1-3 %, a muzea opolskie w minionym okresie finansowania nie pozyskały z RPO WO ani złotówki (por. wykres 4).

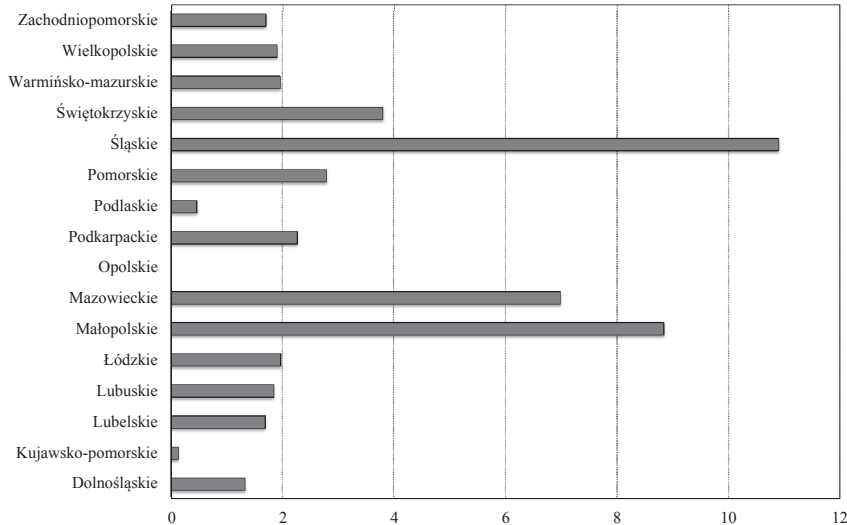
Ze względu na dziedzinę podejmowanych przedsięwzięć, najliczniejsze to te, bezpośrednio związane z kulturą i sztuką (37%), w tym również dotyczące unowocześniania ekspozycji, a następnie z turystyką (21%). Muzea ze środków UE finansują też współpracę międzynarodową i inwestują w rewitalizację obiektów.

Przedsięwzięciom z dziedziny kultury dedykowane są w szczególności dwa programy minioniej perspektywy finansowej: Kultura 2007-2013 i Fundusz Wymiany Kulturalnej (FWK), realizowany w ramach Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego i Norweskiego Mechanizmu Finansowego. W ramach programu Kultura dofinansowano 300 projektów, w tym muzea były beneficjentem w 22 z nich. Łączna kwota wsparcia wyniosła 10,4 mln złotych, stanowiąc 14,4% wydatkowanych z programu środków. FWK jest programem o innej, niż fundusze perspektywie finansowej. Jego obecna edycja to lata 2009-2014. Jak dotąd, w jego ramach zrealizowano łącznie 36 projektów na kwotę 71 mln złotych. Przedsięwzięć muzealnych sfinansowano jednak tylko 3 (Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, Muzeum Narodowe w Krakowie oraz Wawel) na łączną kwotę 1,8 mln złotych, co stanowi 8,6% całej sumy.

⁴ Trzeba jednak zaznaczyć, że autorka skupia się jedynie na projektach, w których beneficjentami są muzea, a nie omawia przedsięwzięć podejmowanych np. przez gminy, a służących powoływaniu nowych czy rozbudowie istniejących muzeów, które powiększyłyby ostateczną liczbę projektów realizowanych na rzecz muzeów.

Wykres 4

Środki pozyskane przez muzea w strukturze wydatków programów regionalnych (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Mapa Dotacji UE*, <http://www.mapadotacji.gov.pl/> oraz serwis funduszy europejskich, <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/RPO/> [dostęp: 08.03.14].

Gwoli uczciwości, do powyższego zestawienia dodać należy Program Zrównoważony Rozwój Sektora Rybołówstwa i Nadbrzeżnych Obszarów Rybackich, który w ramach priorytetu przekształcania statków rybackich na działania poza rybołówstwem daje taką możliwość również instytucjom kultury. Faktem jest jednak, że autorka nie natrafiła na żaden ślad skorzystania z tej oferty przez muzea.

Podsumowanie

Rozpoczęła się właśnie nowa perspektywa finansowa na lata 2014-2020. Również tutaj przewidziano programy wspierające kulturę, w tym muzea, będące w zasadzie kontynuacją dotychczasowych inicjatyw. Pojawił się też nowy program, szczególnie ważny z uwagi na podjęte w opracowaniu zagadnienia stosowania nowoczesnych technologii w muzeach – Program Polska Cyfrowa, który przewiduje wsparcie również instytucji kultury, a za główny cel obiera wzmocnienie cyfrowych fundamentów dla społeczno-gospodarczego rozwoju kraju, którymi mają być szeroki dostęp do szybkiego Internetu, efektywne i przyjazne użytkownikom e-usługi publiczne oraz stale rosnący poziom kompetencji cyfrowych społeczeństwa. W tym kontekście nasuwa się intrygujące pytanie: w jak dużym stopniu polskie muzea zechcą skorzystać z tak jednoznacznej oferty nowoczesności?

Bibliografia

- Bank Danych Lokalnych, <http://www.stat.gov.pl/bdl/app> [dostęp: 08.03.2014].
- Baza Danych Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zabytków*,
<http://www.nimoz.pl/pl/bazy-danych/wykaz-muzeow-w-polsce> [dostęp: 08.03.2014].
- Folga-Januszewska D. (2008), *Muzea w Polsce 1989-2008. Stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów polskich*, MKiDN, Warszawa,
- Folga-Januszewska D.(2008), *Muzeum: definicja i pojęcie czym jest muzeum dzisiaj?*, „Muzealnictwo”, nr 49.
- Google Cultural Institute, <http://www.google.com/culturalinstitute/home?view=grid> [dostęp: 20.03.2014].
- Ilczuk D.(2012), *Ekonomika kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa,
- Kowalczyk W. (2010), *Celebrować, zabawiać czy edukować? Po co społeczeństwu są dziś publiczne muzea*, „Muzealnictwo”, nr 51.
- Mapa Dotacji UE*, <http://www.mapadotacji.gov.pl/> [dostęp: 08.03.2014].
- Możliwości finansowania kultury z funduszy europejskich w latach 2007-2013*, MKiDN, Warszawa,
http://www.mkidn.gov.pl/media/docs/Finansowanie_kultury-2007-13.pdf [dostęp: 08.03.2014].
- Raport. Strategia rozwoju muzealnictwa. Założenia programowe.* (2012), Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, Warszawa,
<http://www.nimoz.pl/pl/dzialalnosc/strategia-rozwoju-muzealnictwa/raport-strategia-rozwoju-muzealnictwa-zalozenia-programowe> [dostęp: 08.03.2014].
- Portal Funduszy Europejskich,
http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/polska_cyfrowa/Strony/glowna.aspx#strona=1&zakladka=2
[dostęp: 08.03.2014].
- Sarzyński P. (2012), *Opowieści z tysiąca muzeów*, „Polityka”, nr 42.
- Stoppa M. (2002), *Formy przedstawiania muzealiów techniki wiejskiej*, „Biuletyn Stowarzyszenia Muzeów na Wolnym Powietrzu”, nr 4.
- Ustawa z dnia 19 listopada 2009 roku o grach hazardowych (Dz.U. z 2009 r., Nr 201 poz. 1540).
- Ustawa z dnia 21 listopada 1996 roku o muzeach (Dz.U. z 1997 r., Nr 5 poz. 24).
- Ustawa z dnia 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz.U. z 1991 r., Nr 114 poz. 493).
- Wirtualne Muzeum Lecha Poznań, <http://wirtualnemuzeum.lechpoznan.pl/> [dostęp: 20.03.2014].

Museums as a Tourist Product and the Implications Issuing from the Integration of Poland with the European Union

Summary

An aim of the elaboration of the research nature is an attempt to analyse the situation of Polish museums perceived as a tourist product. There are presented here the legal bases and principles of museums financing as well as novelties in the way of presentation of the museum offer, characteristic for the recent years. The author discussed the trends in the museums' approach to their hitherto, traditional functions, particularly in the context of growing demands of customers. An ample part of the articles is an analysis of secondary sources which are statistics, Polish

museums' bases as well as reports from the area of culture. The analysis was carried out to illustrate the number and nature of museums. No less important for their situation is, accessible only in the recent decade, the opportunity to support financially by European Union's funds. Financial support for museums is envisaged in most operational programmes; however, as the analysis has shown, the most important source of grants is regional operational programmes. It is proper to note here that the funds museums are achieving in individual provinces are highly diversified. And the programmes dedicated directly to cultural institutions have in museums support just a marginal share. The article is of the research nature.

Key words: museum, tourist product, culture, EU grants.

JEL codes: Z11

Музеи как туристический продукт и импликации, вытекающие из интеграции Польши с Европейским Союзом

Резюме

Цель разработки исследовательского характера – попытка провести анализ ситуации польских музеев, воспринимаемых как туристический продукт. Здесь представлены юридические основы и принципы финансирования музеев, а также новинки в способе презентации предложения музеев, характерные для последних лет. Автор обсудила тенденции в подходе музеев к их прежним, традиционным функциям, в особенности в контексте растущих требований покупателей. Большую часть статьи занимает анализ вторичных источников, какими являются статистики, базы польских музеев, а также отчеты из области культуры. Анализ проведен для проиллюстрирования числа и характера музеев. Не менее важна для их ситуации, доступная лишь в последнем десятилетии, возможность финансовой поддержки за счет средств Евросоюза. Финансовая помощь для музеев предусмотрена в большинстве операционных программ, однако, как показал анализ, самым существенным источником субсидии являются региональные операционные программы. Следует при этом отметить, что получаемые музеями средства весьма дифференцированы в отдельных воеводствах. Программы же, направленные непосредственно заведениям культуры, составляют в помощи для музеев лишь ничтожную долю. Статья имеет исследовательский характер.

Ключевые слова: музей, туристический продукт, культура, субсидии ЕС.

Коды JEL: Z11

Artykuł nadesłany do redakcji w grudniu 2014 roku

© All rights reserved

Afiliacja:

dr Ewa Kasperska

Politechnika Koszalińska

Wydział Nauk Ekonomicznych

Zakład Marketingu i Usług

ul. Kwiatkowskiego 6E

75-343 Koszalin

tel.: 94 343 91 18

e- mail: kasperska.ewa@wp.pl