

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-54>

УДК 338.48

# СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ ТУРИЗМ ЯК СИСТЕМА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

## SPECIALIZED TOURISM AS A SYSTEM OF CREATIVE INDUSTRIES

**Васильєва Олена Олексіївна**доктор економічних наук, професор,  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2859-3592>**Домашенко Світлана Володимирівна**кандидат фізико-математичних наук, доцент,  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2956-5502>**Каптюх Тетяна Віталіївна**старший викладач,  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7748-1648>**Vasyl'yeva Olena, Domashenko Svitlana, Kaptyukh Tetiana**  
National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

В статті визначено роль об'єктів креативної економіки, які зумовлюють зростання туристичних потоків, наповнюють національний бюджет та забезпечують стаке економічне зростання країни. Мета дослідження – аналіз потенціалу спеціалізованого туризму України в контексті розвитку креативних індустрій. Дослідження проведено з використанням поєднання кількісних та якісних методів аналізу. Наведено критерії креативності, охарактеризовано основних учасників креативної економіки, розкрито стратегічний потенціал креативних індустрій з точки зору створення регіональних брендів та концепції спеціалізованого туризму. Визначено сектори креативних індустрій, які слугують ресурсною базою для формування та розвитку певних видів спеціалізованого туризму. Встановлено, що динаміка економічних показників розвитку креативних індустрій, на яких базується виникнення спеціалізованих видів туризму, є позитивною та сталою. Проаналізовано практику країн Європейського Союзу, які через туристичний бізнес капіталізують креативні та культурні індустрії. Показано, що в Україні сформовано певний досвід створення креативних просторів та креативних проєктів, орієнтованих як на внутрішній, так і на в'їзний туризм. Практичне значення дослідження полягає у позитивних висновках щодо можливості розвитку спеціалізованого туризму з урахуванням найкращих світових практик та національних особливостей. Запропоновано стратегічні напрями культурної та економічної політики щодо підтримки розвитку креативних індустрій.

**Ключові слова:** спеціалізований туризм, креативні індустрії, креативні проєкти, туристичний попит, креативний простір.

The role of creative economy objects, which determine the growth of tourist flows, fill the national budget and ensure sustainable economic growth of the country is defined in the article. The study aims to analyze the potential of specialized tourism in Ukraine in the context of the development of creative industries. The study used a combination of quantitative and qualitative methods of analysis. The criteria of creativity and factors of the popularity of creative goods are given, the main participants of the creative economy are characterized, the strategic potential of creative industries is revealed from the point of view of creating regional brands and the concept of specialized tourism. The principles of segmentation of the tourism market are determined based on the selection of individual niches, taking into account the characteristics of the tourism destination and the special needs of tourists, which form a narrow target segment. Attention is focused on sectors of creative industries, which serve as a resource base for the formation and development of certain types of specialized tourism. Attention is also focused on the peculiarities of the development of creative industries in the conditions of war and their role in the formation of the Ukrainian tourism brand. Popular types of creative industries that satisfy the special interest of tourists have been identified:

architecture, theater and concert activities, individual artistic activities, functioning of museums. The dynamics of the economic indicators of the development of creative industries, on which the emergence of specialized types of tourism is based, is established to be positive and stable. The practice of the countries of the European Union, which capitalize on the creative and cultural industries through the tourism business, is analyzed. It is shown that Ukraine has a certain experience in creating creative spaces and successful creative projects focused on both domestic and inbound tourism. Proposals for the creation of permanent cultural projects with the aim of increasing tourist demand for "special interest travel" for the sustainable development of cities are provided. The practical significance of the study lies in positive conclusions regarding the possibility of developing specialized tourism, taking into account the best world practices and national characteristics. Strategic directions of cultural and economic policy for the development of creative industries are proposed.

**Keywords:** specialized tourism, creative industries, creative projects, tourist demand, creative space.

**Постановка проблеми.** Україна має багату туристично-рекреаційну культуру, унікальні культурно-історичні пам'ятки, самобутнє національне мистецтво, оригінальні вироби народних промислів. Всі ці фактори викликають інтерес туристів з різних країн світу, виокремлюючи окрему форму туризму – культурний туризм, метою якого є ознайомлення з культурою і культурним середовищем дестинацій, включаючи ландшафт, архітектуру, знайомство з традиціями місцевих жителів та їх побутом, народними промислами, мистецтвом, різноманітними формами дозвілля. Цей вид туризму передбачає відвідування культурних заходів, фестивалів, музеїв, архітектурних пам'яток, об'єктів культурної спадщини, контакти з місцевими жителями та ін. Інноваційними підходами до розвитку культури та культурної спадщини виступають креативні індустрії, які характеризуються значним потенціалом для формування сучасних культурних кластерів. Креативні індустрії сьогодні – це нові інструменти культурної та публічної дипломатії України, прибуткова галузь світової економіки. Туристична сфера поєднує десятки інших видів економічної діяльності, стимулює їх розвиток, базується на секторі креативних індустрій, симбіозі інновацій, технологій та знань. Саме об'єкти креативної економіки приваблюють туристичні потоки та наповнюють національний бюджет, а креативні та культурні проєкти можуть забезпечити сталі економічне зростання країни.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останніми десятиліттями увага наукової спільноти зосереджена на взаємозв'язках між бізнесом, національною культурою та мистецтвом, потенціалі культурних та креативних індустрій. В наукових працях Д. Гезмондалша, Е. Глейзера, Дж. Хокінса, Р. Кейвса, Ч. Лендрі та Ф. Бьянчіні, Д. Тросбі, Р. Флорида, Дж. Порфіріо, Т. Каріло, Л. Моніко, П. Колінза обґрунтовано культурні та креативні індустрії як складові сучасної цілісної екосистеми.

Дослідження креативних та культурних індустрій та їх впливу на розвиток туризму знайшли відображення в роботах Л. Антошкіної, О. Гуменної, О. Олійник, О. Павлової, І. Пархоменко, М. Проскуріної, Н. Чорної, В. Ціватого. Теоретичні засади розвитку спеціалізованого туризму, систематизація та класифікація його видів розкриті на теренах українського наукового простору вченими Р. Лозинським, І. Кучинською, С. Дутчаком, Г. Андреевою, М. Крачилом, В. Бабарицькою та О. Малиновською, М. Мальською, В. Кіптенком, В. Ковешніковим, О. Ліфіренком, Н. Стукальською, В. Смолієм, В. Федорченком та В. Цибухом. Проте сьогодні відсутні системні дослідження науковців щодо стратегічної ролі креативних індустрій у розвитку спеціалізованого туризму в Україні.

**Мета дослідження** – аналіз потенціалу спеціалізованого туризму України в контексті розвитку креативних індустрій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Впродовж тривалого періоду серед туристів постійно зростає попит на культурно-пізнавальний відпочинок, в якому об'єктом пізнання слугують креативні продукти, що в креативній економіці поєднують в собі інновації, інтелектуальний капітал, матеріальні ресурси і виступають предметом економічних відносин. До критеріїв креативності продукту можна віднести: інноваційність, практичну цінність, емоційне забарвлення та економічність. Популярність креативного товару або послуги визначається задоволенням очікувань споживачів, їхніх духовних, емоційних та естетичних потреб. Основними учасниками креативної економіки є бізнес-структури (великі компанії та підприємства в креативних індустріях, малі та середні підприємства в креативних кластерах), заклади культури (театри, музеї, бібліотеки тощо) та посередники, які виконують дорадчі функції, аналізують та оцінюють можливий або подальший розвиток подій. Культурні та креативні індустрії України мають

стратегічний потенціал та сприяють розумному, сталому та інтегрованому зростанню регіонів та міст, зокрема через низку ефектів, серед яких створення глокальних міст інновацій з високою доданою вартістю завдяки використанню культурних ресурсів, створення нових робочих місць у сфері послуг (готелі, технічне обслуговування, виробництво сувенірної продукції тощо), створення умов для підвищення впізнаваності міських та регіональних брендів, розвиток спеціалізованого туризму (подієвий туризм, екстремальний туризм, культурний туризм тощо).

Концепція спеціалізованого туризму зумовлена сучасними тенденціями розвитку туризму, його диверсифікацією і, як результат, появою нових інноваційних туристичних продуктів, орієнтованих на вузькі сегменти туристів [1, с. 170]. Окремим різновидом турів виділяють «подорожі спеціальних інтересів», як подорожі людей з метою задоволення особливого інтересу, який може бути реалізований в певному регіоні чи дестинації [2]. Відомі на сьогодні види спеціалізованого туризму поділяють на традиційні та інноваційні (креативні). До традиційних видів відносять лікувальний, освітній, спортивний, подієвий, релігійний. Кількість інноваційних видів постійно зростає, серед них екологічний, екстремальний, етнографічний, туризм пам'яті, пригодницький [3, с. 10]. Сегментація туристичного ринку може бути здійснена на підставі виділення окремих ніш з урахуванням особливостей туристичної дестинації та спеціальних потреб туристів, що формують вузький цільовий сегмент. Новий креативний вид туризму спочатку стає нішевим, а, набираючи популярності, – масовим [1, с. 179].

Конференція ООН з торгівлі та розвитку визначає основні напрями для розвитку креативної економіки:

- культурна спадщина: традиційна культура (ремесла, фестивалі тощо);
- культурні пам'ятки (музеї, бібліотеки, місця розкопок тощо);
- образотворче мистецтво (скульптура, фотографія тощо);
- медіа: публікації та видавництво;
- аудіовізуальні твори (фільми, телебачення, радіомовлення);
- нові медіа (цифровий контент, відеоігри тощо);
- функціональний креатив: дизайн і креативні послуги (наприклад, реклама) [4].

Закон «Про культуру», прийнятий у 2019 році, визначає нове поняття – «креативні

індустрії»: «це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) або креативне вираження» [5]. Міністерство культури та інформаційної політики України виділяє 34 види економічної діяльності (КВЕДи) з Класифікації видів економічної діяльності ДК 009:2010, які було згруповано у сектори креативних індустрій, що слугують ресурсною базою для формування та розвитку певних видів спеціалізованого туризму (табл. 1). Таке формування є умовним, оскільки рівень деталізації КВЕД не завжди дає змогу охопити і врахувати специфіку секторів. Наприклад, такі види діяльності, як народні художні промисли, мода, музична індустрія, візуальне мистецтво, мають обмежену кореляцію з кодами КВЕД [6].

Сьогодні майже всі види економічної діяльності креативних індустрій складають стратегічний потенціал розвитку спеціалізованого туризму. Багато культурних об'єктів та виробничої інфраструктури зруйновані або сильно пошкоджені, порушені ланцюги постачання й попиту внаслідок військових дій. Виїжджають креативні фахівці у пошуках власної безпеки, гострою стає проблема brain drain. Українські представники креативних індустрій об'єдналися навколо загальної мети і працюють на перемогу України в загарбницькій війні. Провідні блогери, режисери, співаки та рекламні агенції долучилися до інформаційної армії, створюючи контент і поширюючи правду про агресію РФ та мужню оборону України. Саме через них провідні світові знаменитості дізналися про війну та підтримали Україну, тим самим стали промоутерами українського туристичного бренду. Художники, письменники, актори, музиканти, діячі театру влаштовують гастролі, мистецькі та літературні акції, збираючи кошти на підтримку України. IT-фахівці працюють над блокуванням російських урядових і пропагандистських сайтів. Українські креативні хаби й бібліотеки діють як волонтерські центри та приймають внутрішніх біженців. Завдяки практично всім сферам креативних індустрій створений стійкий бренд України як форпосту Європи.

Девідом Тросбі в 2001 році була розроблена модель концентричних кіл, що базувалась на розумінні креативної цінності товарів та послуг, яка є відмінною рисою креативних індустрій у порівнянні з іншими галузями економіки. В моделі Тросбі креативні ідеї представлені у вигляді концентричних кіл з центром ідей креативного мистецтва з висо-

Таблиця 1

## Перехідна таблиця секторів креативних індустрій [7]

Сектори креативних індустрій	Види економічної діяльності (КВЕДи)	Види спеціалізованого туризму
Інформаційні технології	58.21 Видання комп'ютерних ігор 58.29 Видання іншого програмного забезпечення 62.01 Комп'ютерне програмування 62.02 Консультування з питань інформатизації	Корпоративний, освітній, науковий, інтелектуальний
Реклама, маркетинг, PR	63.91 Діяльність інформаційних агентств 70.21 Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю 72.20 Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук 73.11 Рекламні агентства 73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	Всі види
Аудіовізуальний сектор	59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм 59.12 Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм 59.13 Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм 59.14 Демонстрація кінофільмів 60.20 Діяльність у сфері телевізійного мовлення	Культурний, діловий, історичний, фестивальний
Архітектура	71.11 Діяльність у сфері архітектури	Культурний, історичний
Видавнича справа	58.11 Видання книг 58.13 Видання газет 58.14 Видання журналів і періодичних видань 58.19 Інші види видавничої діяльності 74.30 Надання послуг перекладу	Індустріальний, діловий, промисловий
Дизайн	74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну	Культурний
Перформативний сектор	85.52 Освіта у сфері культури 90.01 Театральна та концертна діяльність 90.02 Діяльність із підтримки театральних і концертних заходів 90.04 Функціонування театральних і концертних залів	Культурний, анімація
Візуальний сектор	74.20 Діяльність у сфері фотографії 90.03 Індивідуальна мистецька діяльність	Культурний, етнічний
Аудіальний сектор	59.20 Видання звукозаписів 60.10 Діяльність у сфері радіомовлення	Діловий
Виготовлення прикрас і музичних інструментів	32.12 Виробництво ювелірних виробів 32.13 Виробництво біжутерії 32.20 Виробництво музичних інструментів	Культурний, етнічний, промисловий
Пам'ятки і заклади культури	91.01 Функціонування бібліотек і архівів 91.02 Функціонування музеїв	Освітній, науковий, музейний

ким ступенем вираження культурного змісту, зовнішнє коло включає інноваційні ідеї з високим рівнем комерціалізації. Культурний контекст креативних ідей з кожним колом спадає в протизага комерційному. Модель складається з чотирьох підгруп: основні креативні галузі, інші основні креативні індустрії,

креативні індустрії, суміжні галузі. Сьогодні світ є турбулентним, переміщуючи креативні індустрії на верхівку економіки, люди усвідомлюють, що культура – не тільки потужний інструмент для духовного розвитку громадян, а також джерело економічного зростання для країни [8, с. 12].



До креативних індустрій відносять театральні та образотворчі види мистецтва, кінематограф, телебачення і радіо, музику, видавничу справу, комп'ютерні ігри та програмне забезпечення, нові медіа, архітектуру, дизайн, моду і рекламу, історико-культурний туризм, музейний туризм тощо. Музей як нова сфера культурних і креативних індустрій публічного й творчого простору, один із соціокультурних інститутів, передбачає регламентований тип соціальних відносин і має своєрідну зобов'язуючу силу в збереженні культурної спадщини [9, с. 26]. Популярними видами креативних індустрій, що задовольняють спеціальний інтерес туристів є архітектура, театральна та концертна діяльність, індивідуальна мистецька діяльність, функціонування музеїв.

Креативні індустрії в країнах Європейського Союзу створюють 8,3 млн робочих місць, які зайняті переважно молоддю. Завдяки культурним індустріям ЄС щорічно отримує прибуток 558 млрд євро, 3% світового валового внутрішнього продукту створюють саме креативні та культурні індустрії [6]. В Україні обсяг доходу у сфері креативних індустрій до початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну мав тенденцію до зниження – з 79268,2 млн грн за I квартал 2021 року до 46484,8 млн грн (у номінальних показниках – 51800 млн грн) за I квартал 2022 року (табл. 2).

Загальний обсяг податкових надходжень до зведеного бюджету у сфері креативних індустрій у I кварталі 2022 року проти I кварталу 2021 року зріс на 16%: у I кварталі 2021 року обсяг податкових надходжень становив 6993,9 млн грн, а за рік виріс до 8119,5 млн грн (у номінальних показниках – 9000 млн грн). Попри загальне збільшення обсягу податкових надходжень у сфері креативних індустрій це збільшення не є рівномірним і зумовлене значною часткою ІТ у структурі креативних індустрій [7, с. 28].

Протягом 2013–2019 рр. додана вартість в галузях економічної діяльності, які належать до креативних індустрій (КІ), зростає. Порівняно з 2013 роком додана вартість всіх видів КІ зросла майже у чотири рази – з 30,835 млрд грн у 2013 р. до 117,244 млрд грн у 2019 р.

Позитивна динаміка зростання валової доданої вартості з 2013 р. по 2019 р. характерна також видам економічної діяльності креативних індустрій, які забезпечують функціонування спеціалізованого туризму: діяльність у сфері архітектури (зростання у 2,7 рази), театральна та концертна діяльність (у 2,3 рази), індивідуальна мистецька діяльність (у 14,8 разів), функціонування музеїв

Позитивна динаміка зростання валової доданої вартості з 2013 р. по 2019 р. характерна також видам економічної діяльності креативних індустрій, які забезпечують функціонування спеціалізованого туризму: діяльність у сфері архітектури (зростання у 2,7 рази), театральна та концертна діяльність (у 2,3 рази), індивідуальна мистецька діяльність (у 14,8 разів), функціонування музеїв

Таблиця 2

**Інформація щодо сплати податкових платежів до зведеного бюджету, а також кількості платників – суб'єктів господарювання у сфері креативних індустрій [7]**

Сектор креативних індустрій	Назва виду економічної діяльності	Кількість платників, осіб (окрім ФОПів на загальній системі оподаткування)		Обсяг доходу відповідно до податкових декларацій та декларацій платника єдиного податку, млн грн		Загальний обсяг податкових надходжень, млн грн	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022
Архітектура	Діяльність у сфері архітектури	5301	3343	1414,6	371,1	316,3	327,3
Перформативний сектор	Театральна та концертна діяльність	908	452	479,3	316,7	99,1	104,7
Візуальний сектор	Індивідуальна мистецька діяльність	1978	809	223,4	71,9	18,2	21,5
Пам'ятки і заклади культури	Функціонування музеїв	53	43	12,1	2,5	2,5	3,3
Усього в креативних індустріях		205378	82641	79268,2	46484,8	6993,9	8119,5

(у 4,7 рази). Збільшилась кількість суб'єктів господарювання КІ – з 97,1 тис у 2013 році до 205,5 тис у 2019 р. Поступово зростала також кількість зайнятих у сфері креативних індустрій – з 252,3 тис працюючих у 2013 р. до 351,9 тис у 2019 р. (табл. 3).

Динаміка економічних показників креативних індустрій, на яких базується виникнення спеціалізованих видів туризму, свідчить про наявний потенціал розвитку видів економічної діяльності, задіяних в формуванні туристичних маршрутів, що можуть задовольняти спеціальні потреби туристів.

В результаті пандемії COVID-19 серйозно постраждала світова індустрія туризму. Обмеження на подорожі призвели до скорочення кількості туристів у багатьох напрямках. Багато країн світу на стадії відновлення туристичного бізнесу після пандемії прагнуть стимулювати туристичний попит і сприяти

відновленню індустрії туризму. Деякі уряди надають значну фінансову підтримку для відновлення сектора. Так, в Ірландії на сектор туризму було виділено рекордний рівень фінансування 288,5 млн євро в бюджеті на 2022 рік.

Заслугує на увагу досвід країн Європейського Союзу, що капіталізують креативні та культурні індустрії. Так, наприклад, у 2017 році Велика Британія щогодини заробляла 11 млн євро на культурних та креативних проектах, які сприяють розвитку туризму. Багато людей, які захоплювалися рок-музикою, мріяли побувати у Британії на батьківщині Beatles та Coldplay, фанати Шерлока Холмса жадали покататися на двоповерховому червоному автобусі. У невеличкому містечку Раквере (Естонія) розвивались культурні проекти за активної підтримки уряду, перетворивши місто на одне з найвідоміших

Таблиця 3

**Динаміка економічних показників розвитку деяких креативних індустрій України [10]**

Показник	Назва виду економічної діяльності	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Валова додана вартість, млн грн	Діяльність у сфері архітектури	1475	1636	1281	2548	2454	3206	4068
	Театральна та концертна діяльність	892	651	759	668	1442	1759	2031
	Індивідуальна мистецька діяльність	24	37	43	91	141	254	356
	Функціонування музеїв	18	17	26	31	69	70	84
	Всі види	30835	33254	34341	55154	81863	96998	117244
Кількість суб'єктів господарювання, тис	Діяльність у сфері архітектури	4,1	4,4	4,3	4,3	4,8	5,4	6,0
	Театральна та концертна діяльність	1,1	1,4	1,5	1,5	1,3	1,4	1,5
	Індивідуальна мистецька діяльність	0,9	1,2	1,2	1,4	1,4	1,8	2,2
	Функціонування музеїв	0	0	0	0	0	0	0
	Всі види	97,1	123,9	125,7	134,7	149,5	175,3	205,5
Зайнятість (кількість працівників), тис	Діяльність у сфері архітектури	24,1	22,1	18,7	18,5	18,1	16,9	19,0
	Театральна та концертна діяльність	7,4	7,4	9,9	10,2	9,7	10,0	10,1
	Індивідуальна мистецька діяльність	1,0	1,4	1,4	1,6	1,6	2,1	2,5
	Функціонування музеїв	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
	Всі види	252,3	265,1	248,5	262,6	283,3	309,4	351,9

в Естонії. Міський фестиваль народної музики перетворився в панк-фестиваль, залучивши велику кількість туристів.

Однією з програм підтримки креативних індустрій Європейського Союзу є «Креативна Європа», за сприяння якої профінансовані креативні проєкти майже на 1,5 млрд грн. Від програми «Креативна Європа» громадська організація «Тустань» отримала грант на створення арт-резиденції «Територія натхнення», де проводиться один з наймасштабніших реконструкторських заходів в Україні та Східній Європі «Ту Стань!», що залучає щороку понад 10 тисяч туристів.

Фінансову підтримку у формі екстрених грантів, стипендій, одноразової допомоги надають фонд «Культура солідарності» Європейського культурного фонду, Гете-Інститут спільно з Федеральним фондом культури Німеччини, програма ЕС House of Europe, міжнародна організація Artists at Risk та інші організації. Безпосередньо в Україні ініціативні групи створюють власні фонди й штаби підтримки з фокусом на спадщині, кіно, мистецтві тощо.

В Україні вже створено велику кількість креативних просторів, орієнтованих як на внутрішній, так і на в'їзний туризм. Вдалий досвід функціонування креативних кластерів вже накопичений багатьма містами України: «в Івано-Франківську це – інноваційний центр «Промприлад. Реновація», у Рівному – марпінг культурних і творчих ініціатив з метою створення креативного кластера, у Києві – креативний проєкт арт-завод «Платформа» з функціонуванням коворкінгу, у Вінниці – креативні простори «Артинов» та «Level 80» тощо. Найбільших успіхів у розбудові креативних просторів вдалося досягти у Львові, де функціонують арт-кластер «Фабрика повидла», холдинг емоцій «!FESTrepublic», мистецька організація «Lem Station», креативні простори «A.Space», «KIVSH», «Farba Place», «AHUB», «MuzSvit», ін.» [11].

В креативних індустріях сьогодні існує багато прикладів зростання кількості наданих робочих місць, створення коворкінгів, різноманітних хабів, анти-кафе та інших творчих ініціатив, що пропонують різні послуги та можливості для розвитку креативної екосистеми. Наприклад, «Артзавод Механіка», «Platforma Art Zavod», «Jam Factory», «Impact Hub» та інші, які надають комфортне робоче середовище з акцентом на творчий процес [12, с. 77].

Прикладами успішних креативних проєктів, які проводять свою діяльність в Україні, є:

– IZONE – арт-простір для проведення освітніх подій, фестивалів та виставок вітчизняних і міжнародних художників. Основні сфери діяльності IZONE: співпраця з різними фестивалями, оренда приміщень, кейтерінг, коворкінг, надання послуг харчування;

– PinchukArtCentre – креативна платформа, міжнародний центр сучасного мистецтва, який організовує виставки провідних міжнародних та вітчизняних художників і підтримує різні культурно-мистецькі ініціативи;

– Мистецький Арсенал – державна установа, де проводяться масштабні виставки національного мистецтва.

Незважаючи на те, що культурні пам'ятки та орієнтири можуть бути пов'язані з історією міста, не всі культурні об'єкти потрібно успадковувати. У містах можна активно створювати систематичні культурні проєкти у вигляді проведення фестивалів, концертів і шоу. Це матиме позитивний ефект для міст, які не наділені численними культурними пам'ятками, а також для міст, де не так багато музеїв. Не всі міста мають «достатню масу» культурних активів, і тому активи, якими вони володіють, слід рекламувати разом з іншими туристичними атракціонами, включаючи культурні заходи, гастрономію та якісну інфраструктуру [13, с. 631]. Навіть якщо місто має достатню кількість пам'яток, розвиток альтернативних культурних проєктів є важливим, поєднання культурних пам'яток потрібне для підтримки прибуття туристів. Особливістю створення таких культурних проєктів є те, що цей продукт можна пропонувати цілий рік, він буде засобом для залучення туристів у непіковий туристичний сезон, це може стати прибутковим фактором збільшення туристичного попиту [14].

Популяризація та розвиток культурних індустрій потребують фінансування для підтримки у проведенні музичного фестивалю чи серії концертів, які відкривають можливості для збільшення туристичного попиту в своїх містах. Ті, хто працює в індустрії туризму, можуть контролювати загальну організацію та промоцію заходу, а також взаємодіяти з власниками та менеджерами сектору розміщення та харчування в місті, щоб створити різні туристичні пропозиції. Враховуючи те, що багато концертів у всьому світі проводяться на спортивних аренах і майданчиках під відкритим небом, цілком можливо, що багато крупних українських міст матимуть доступ до місць для проведення таких заходів без необхідності робити масштабні капіталовкладення

з точки зору будівництва спеціальних споруд або центрів подій. Таким чином, організація таких арт-просторів може бути життєздатним варіантом для розвитку спеціалізованого туризму в багатьох українських містах.

**Висновки.** Креативні індустрії в Україні наразі набувають обертів, переміщуючись на верхівку економіки, люди усвідомлюють, що культура – потужний інструмент для духовного розвитку громадян, джерело економічного зростання для країни. Сьогодні культурний

туризм – не тільки один із видів спеціалізованого туризму, а й експортна стратегія розвитку культурної сфери у тісному взаємозв'язку із розвитком території. Для збільшення мультиплікативного ефекту туристичного бізнесу необхідна державна та приватна підтримка місцевих креативних проєктів, що є підґрунтям для розвитку економіки та створення нових робочих місць, закріплення конкурентної позиції туристичного бренду України.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Лозинський Р., Кучинська І. Спеціалізований (нішевий) туризм: розвиток концепції в українській і зарубіжній науковій літературі. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2018. Вип. 52. С. 170–182.
2. Read S. E., Hawkins E. L., Shafer, E. L., Rovelstad J. M. A prime force in the expansion of tourism in the next decade: special interest travel. *Tourism Marketing and Management Issues*. 1980. P. 193–202.
3. Богатирьова Г. А., Головань М. Г., Горіна Г. О., Літвінова-Головань О. П., Коптева Т. С., Снігур К. В. Спеціалізований туризм : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2021. 173 с.
4. Офіційний сайт Конференції ООН з торгівлі та розвитку. URL: <https://unctad.org/> (дата звернення: 05.04.2023).
5. Про культуру: Закон України від 14 грудня 2010 № 2778-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 14.04.2023).
6. Як економізувати культурні та креативні проєкти: досвід інших країн та чи можливо в Україні. URL: <https://creativeeurope.in.ua/posts/cci-projects-economization> (дата звернення: 05.04.2023).
7. Податкові надходження у сфері креативних індустрій в Україні: I квартал 2022 vs I квартал 2021. URL: <https://mkip.gov.ua/news/7654.html> (дата звернення: 05.04.2023).
8. Галахова Т. О. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2014. Вип. 9(4). С. 9–13.
9. Ціватий В. Г. Культурна спадщина, культурні та креативні індустрії в умовах поліцентричного світобудову ХХІ століття: інституціональна історія і сучасні міжнародні відносини (темпоральний дискурс). *Креативний простір*. 2022. № 10. С. 24–26.
10. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України: звіт Центру аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при Київській школі економіки. Київ : KSE, 2020. 111 с.
11. Чорна Н. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-37>.
12. Панова І. О., Степаненко В. І. Креативна економіка як фактор формування міжнародного туристичного іміджу країни. *Бізнес Інформ*. 2022. № 3. С. 72–78.
13. Russo A. P. and van der Borg J. Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities. *Tourism Management*. 2002. Vol. 23. No. 6. P. 631–637.
14. Noonan L. The role of culture as a determinant of tourism demand: evidence from European cities. *International Journal of Tourism Cities*. 2023. Vol. 9. No. 1. P. 13–34. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJTC-07-2021-0154>.

#### REFERENCES:

1. Lozynskyi, R. & Kuchynska, I. (2018). Spetsializovanyi (nishevyi) turyzm: rozvytok kontseptsii v ukrainskii i zarubizhnii naukovi literaturi [Specialized (niche) tourism: development of the concept in Ukrainian and foreign scientific literature]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia heohrafichna – Bulletin of Lviv University. The series is geographical*, 52, 170–182. [in Ukrainian]
2. Read, S. E., Hawkins, E. L., Shafer, E. L., & Rovelstad, J. M. (1980). A prime force in the expansion of tourism in the next decade: special interest travel. *Tourism Marketing and Management Issues*, 193–202.
3. Bohatyrova, H. A., Holovan, M. H., Horina, H. O., Litvinova-Holovan, O. P., Koptieva, T. S., & Snihur, K. V. (2021). Spetsializovanyi turyzm [Specialized tourism]. navch. posib. [tutorial]. Kryvyi Rih: DonNUET. [in Ukrainian]
4. Ofitsiyniy sait Konferentsii OON z torhivli ta rozvytku [Official website of the United Nations Conference on Trade and Development]. Available at: <https://unctad.org> (accessed April 05, 2023).



5. Pro kulturu : Zakon Ukrainy vid 14 hrudnia 2010 roku № 2778-VI [On culture: Law of Ukraine dated December 14, 2010 No. 2778-VI]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (accessed April 05, 2023).
6. Yak ekonomizuvaty kulturni ta kreatyvni proiekty: dosvid inshykh krain ta chy mozhlyvo v Ukraini [How to economize cultural and creative projects: the experience of other countries and whether it is possible in Ukraine]. Available at: <https://creativeeurope.in.ua/posts/cci-projects-economization> (accessed April 05, 2023).
7. Podatkovi nadkhodzhennia u sferi kreatyvnykh industrii v Ukraini: I kvartal 2022 vs I kvartal 2021 [Tax revenues in the field of creative industries in Ukraine: Q1 2022 vs Q1 2021]. Available at: <https://mkip.gov.ua/news/7654.html> (accessed April 05, 2023).
8. Halakhova, T. O. (2014) Kreatyvni industrii: teoretychno-metodolohichni pidkhody vyvchennia [Creative industries: theoretical and methodological approaches to study]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia : Ekonomichni nauky – Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic sciences*, 52, 170–182. [in Ukrainian]
9. Tsivatyi, V. H. (2022) Kulturna spadshchyna, kulturni ta kreatyvni industrii v umovakh politsentrychnoho svi-toustroiu KhKhI stolittia: instytutsionalna istoriia i suchasni mizhnarodni vidnosyny (temporalnyi dyskurs) [Cultural heritage, cultural and creative industries in the conditions of the polycentric world system of the 21st century: institutional history and modern international relations (temporal discourse)]. *Kreatyvnyi prostir – Creative space*, 10, 24–26. [in Ukrainian]
10. Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy: zvit Tsentru analizu mizhnarodnoi torhivli Trade+ pry Kyivskii shkoli ekonomiky [Creative industries: impact on the development of the economy of Ukraine: report of the International Trade Analysis Center Trade+ at the Kyiv School of Economics]. Kyiv: KSE. [in Ukrainian]
11. Chorna, N. (2023) Kreatyvni industrii ta yikh rol u rozvytku kulturno-piznavalnoho turyzmu [Creative industries and their role in the development of cultural and educational tourism]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-37> [in Ukrainian]
12. Panova, I. O. & Stepanenko, V. I. (2022) Kreatyvna ekonomika yak faktor formuvannia mizhnarodnoho tury-stychnoho imidzhu krainy [Creative economy as a factor in the formation of the country's international tourist image]. *Biznes Inform – Business Inform*, 3, 72–78. [in Ukrainian]
13. Russo, A. P. & van der Borg, J. (2002) Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities. *Tourism Management*, 23(6), 631–637.
14. Noonan, L. (2023) The role of culture as a determinant of tourism demand: evidence from European cities. *International Journal of Tourism Cities*, 9(1), 13–34. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJTC-07-2021-0154>.