

Список літературних джерел

1. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: офіц. веб-портал. — Електрон. дані. — 2010. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>.
2. Баядян А. Ю. Государственно-частное партнерство как стратегия развития туристской отрасли Российской Федерации / А. Ю. Баядян, М. Ю. Беликов, М. Л. Некрасова // Новый взгляд: междунар. науч. вестн. — 2013. — № 2. — С. 8–17.

Щеглюк С. Д., к.е.н., с.н.с.,
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долишнього НАН України»

АКТИВІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЯК ДРАЙВЕРА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Креативна індустрія характеризується не лише певною сукупністю видів економічної діяльності, які виробляють креативні товари та послуги, а й підходом до формування нової економіки, яка базується на застосуванні людської творчості та активізації творчого потенціалу людини з метою отримання конкурентних переваг і розробки не лише нового, а й передусім цінного для суспільства продукту.

Попри численні заяви про підтримку креативних індустрій з боку Уряду України, розробку «Довгострокової національної стратегії культури-2025», формування окремих міських стратегій розвитку культури та вступу в дію Угоди про співробітництво з ЄС у частині культури (2017 р.), до цього часу не оцінено ані креативного потенціалу за світовими стандартами, не визначено тенденцій розвитку креативних індустрій, не сформовано політики сприяння розвитку креативного сектору економіки України. Всупереч відсутності такої державної підтримки протягом останнього часу окремі проекти, реалізовані у сфері культури та креативу підприємцями, громадським сектором за сприяння іноземних коштів діють у містах та регіонах України, стають відомі за її межами та сприяють формуванню нової бізнес-спільноти, креативної екосистеми, зміню-

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

ють імідж регіонів та міст, стимулюють зростання громадянської активності.

Велику роль у активізації креативних індустрій у вітчизняній економіці відіграють програми Європейського Союзу з підтримки креативної економіки: «Містки громадської активності», «Креативна Європа», «Культура і креативність», Програма «ЄС — Східного партнерства», проект ЄС Association4U [1]. Результатами діяльності низки проектів у співпраці з ЄС стали розробка навчальних посібників, он-лайн курсів для культурних менеджерів, практичні заходи щодо впровадження креативних просторів: SMART-бібліотек, медіатек, креативних хабів та ін.

Зазначимо, що у доповіді ООН під «креативними індустріями» розуміють сукупний цикл створення, виробництва і поширення товарів та послуг, заснованих на креативності та інтелектуальному капіталі [2, с.4.]

До креативних індустрій британської моделі належать: реклама, архітектура, мистецтво, антикваріат, ремесла, дизайн, мода, кіно- та відеовиробництво, музика, живопис, продукція програмування, телебачення та радіо, відео- та комп'ютерні ігри. За моделлю концентричних кругів ядро креативних індустрій становлять: література, музика, образотворче мистецтво; інші складові ядра: кіно, музеї, бібліотеки; культурна індустрія в «широкому» змісті: культурна спадщина, видавництво, звукозапис, телебачення та радіо, відео- та комп'ютерні ігри; суміжні індустрії: реклама, архітектура, дизайн, мода.

Передумовами зростання питомої частки креативної індустрії у ВРП є освіта, високі доходи споживачів, висока фахова підготовка працівників, відкритий до ідей соціальний простір, високий технологічний рівень та розвинена інституційна інфраструктура [3, с.121]. За іншими підходами, драйверами росту креативної індустрії є технології, попит на креативну продукцію та туризм [4].

Можливості культурного туризму полягають не лише у залученні туристів на події загальнонаціонального, регіонального значення, обміні творчими колективами, а передусім — у інформуванні громадян про інші регіони України для нівеляції стереотипів. Культурний туризм включає відвідання історичних, культурних або географічних визначних місць України. Туризм відіг-

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

рає важливу роль в осмисленні власної ідентичності, у відродженні локальних традицій. Для молоді особливо важливим є усвідомлення історико-культурного значення здобутків власної країни, гордості за неї [5].

Перехід міст на креативні індустрії високо оцінили вчені, назвавши його «другим шансом для відродження міст» (Рагнар Сі-іл). Зазначимо, що у великих містах спостерігається вища щільність та концентрація креативних людей, яким притаманні певні особливості співпраці та тяжіння до неформальних мереж, вільного переміщення та фокусування на можливостях середовища для реалізації креативного потенціалу.

Визнаючи креативну індустрію передусім міським феноменом, низка вчених аналізує форми просторової організації креативної економіки, притаманні власне високоурбанізованим територіям: креативні кластери, креативні квартали та центри, арт-галереї, шоу-руми, теле- і медійні платформи, спортивні і мистецькі ініціативи, культурні простори, анти кафе та медіатеки, стартапи тощо. Хоча існують наукові підходи, які доводять про необхідність залучення креативної індустрії до розвитку сільських громад, формування креативних просторів та сприяння диверсифікації економіки сільських територій, об'єднаних територіальних громад шляхом децентралізації сфери культури, модернізації соціальної інфраструктури тощо [6].

На сьогодні дієвими інструментами міського розвитку є підтримка бізнесу в сфері культури та творчості, створення «комунікативних майданчиків», до яких можуть входити нові творчі та культурні центри, що поєднують функції культурного виробництва та культурного споживання [7, с. 5].

Як відомо, такі креативні осередки у містах задовольняють не лише естетичні потреби творчих містян, а й приваблюють підприємців, туристів, змінюють імідж самого міста, підвищуючи згодом його капіталізацію за рахунок концентрації підприємницької активності. Креативні індустрії відіграють роль своєрідних каналів встановлення культурних та підприємницьких зв'язків території [7, с.6]. Внаслідок поширення та розвитку креативної індустрії в місті формується нова унікальність, зростає його туристична привабливість, формується мотивація до відвідин міста та бажання жити і працювати в ньому, збільшується кількість

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

робочих місць у креативній сфері та кількість інвестиційно привабливих об'єктів для трансформації у креативні простори.

Як засвідчує практика, зараз майже у кожному обласному центрі України присутні креативні простори різного виду: у Львові — арт-кластер «Фабрика повідла», у перспективі — «Креативний квартал», у Івано-Франківськ — ревіталізація заводу «Промприлад» із перетворенням його на хаб творчості та пізнання, у Рівному — мапування культурних і творчих ініціатив з метою створення креативного кластера, у Києві — арт-завод «Платформа» з однойменним коворкінгом тощо. За твердженням М. Скиби, всі такі масштабні проекти у креативній сфері реалізуються передусім за рахунок приватного або іноземного капіталу та завдяки новим фінансовим інструментам як краудфандинг, краудсорсинг [4].

Велика роль у організації культурного туризму та розвитку креативних індустрій належить місту Львів, де протягом останніх років активізувалися громадські діячі та міська влада і результатом їх консенсусу стали креативні простори, що ревіталізували колишні промислові зони міста, локалізували зацікавлених митців та бізнесменів. Так, серед таких креативних просторів Львова слід відмітити «!FESTrepublic», «Фабрика повідла», «Lem Station» завод «РЕМА», бізнес-центр «Промисловий», бізнес-сіті «Технопарк», а також ІТ-підприємства, які орендують колишні промислові об'єкти та ін. Новим креативним простором та проектом потужного львівського ІТ-кластер у перспективі стане креативний квартал — Innovation District IT Park, площею 10 га, де планується збудувати офіси для ІТ-компаній, лабораторії та навчальні корпуси для студентів, дитячий садочок, готель на колишній промисловій зоні. Такий квартал передбачає високу концентрацію установ та людського креативного капіталу для створення інноваційного продукту та промоції міста.

Зазначимо, що сприятиме такому процесу формування креативних просторів «Стратегія розвитку культури Львова до 2025 року», яку прийняли у 2017 р. [8]. Попри популяризацію культури, креативного сектору громадськості, міській владі та підприємницькому сектору варто розробити інвестиційну стратегію, оскільки на побудову нових креативних просторів потрібні значні інвестиції, як внутрішні так і зовнішні. Значно сприятиме розвитку креативної індустрії кластеризація цієї сфери, що призведе до стимулювання сектору високотехнологічних послуг, капіталі-

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

зації інноваційних активів, активізації ділового й культурного туризму і рекреації, покращенню іміджу міста тощо.

Однією з проблем розвитку креативної індустрії поряд з нормативно-правовою, статистичною, фінансово-економічною є інформаційна. Вона полягає у слабкій поінформованості місцевого населення та потенційних туристів щодо важливої ролі діяльності креативної індустрії для розробки позитивного іміджу, впливу на соціально-економічну ситуацію міста, регіону, ОТГ. Попри активність заходів з популяризації креативної індустрії у великих містах шляхом проведення Форумів креативних індустрій, конференцій, фестивалів, конгресів, майстер-класів, мешканці малих міст та сіл, ОТГ залишаються поза такою діяльністю, втрачаючи культурного туриста, можливості для збереження власної культурної ідентичності та відповідних знань у сфері культурного менеджменту.

Вирішення зазначених проблем вимагає розробки і реалізації комплексної культурної політики, яка базуватиметься на заходах модернізації вітчизняної економіки на основі активізації ендогенного потенціалу креативної індустрії: реформування вітчизняного законодавства у сфері розробки пріоритетів креативного сектору; сприяння формуванню креативних кластерів і хабів, бізнес-інкубаторів та акселераторів для масштабування на інші регіони успішних практик, підвищення комунікативності та сприятливості середовища для залучення людського капіталу і захисту авторських прав; формування відкритих фахових мереж та асоціацій для популяризації й підтримки вітчизняного креативного продукту; стратегування та врахування ризиків розвитку для міського середовища при запуску креативних товарів та послуг, які полягають у надконцентрації креативного сектору, зростанні диспропорцій у економічному розвитку регіону, поглиблення сегрегації.

Список літературних джерел

1. Культура і креативність. Програма ЄС — Східного партнерства. 2017. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu>.
2. Creative Economy Report 2008. «The challenge of assessing the Creative economy: towards informed policy-making» United Nations, 2008. — P. 4.

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

3. Клоудова Й. Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы / Й. Клоудова // Журнал новой экономической ассоциации. — 2010. — № 5. — С. 109-124. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/.../2010-5-110-125r.pdf>.

4. Скиба М. Креативні індустрії в Україні: вистояти, просвітити(ся). 2016. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Society/158758>.

5. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/monitor/desember08/23.htm>.

6. Міністр культури України Євген Нищук привітав учасників Першої всеукраїнської науково-практичної конференції для голів ОТГ та міських голів малих міст України, що відбулась у Тульчині [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://decentralization.gov.ua/news/5796>.

7. Тютин Д. В. Арт-конверсия российских территорий: творческие индустрии как фактор пространственного социально-экономического развития муниципальных образований / Д.В. Тютин// Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), Modern Research of Social Problems. — 2013. — №4(24). [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.939.2242&rep=rep1&type=pdf>

8. Стратегія розвитку культури Львова до 2025 р. [Електронний ресурс] — Режим доступу: www.city-institute.org/index.php/uk/strategii/33-culture-strategy.

Якубенко Н. Т., к.і.н.,
доцент кафедри політичної історії
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ВИВЧЕННЯ АРХІТЕКТУРНОЇ СПАДЩИНИ ІТАЛІЇ У ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ КАР'ЄРИ В ТУРИЗМІ

В список Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Італійській республіці зазначені 53 найменування, що складає 5 % від загальної кількості (1073 на 2017 р.) подібних об'єктів. 48 об'єктів включені до списку за культурними критеріями, причому 23 з

© Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.