

УДК 338.48:008:35

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5681-2025-2.10>**Геннадій КАЗАКОВ***кандидат історичних наук, докторант кафедри публічного управління і проектного менеджменту, Державний заклад вищої освіти «Університет менеджменту освіти»**gkazakov2505@ukr.net***ORCID:** 0000-0002-2860-9892

ВПЛИВ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ: ПУБЛІЧНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ

Анотація. *Мета статті* полягає у з'ясуванні впливу культурних індустрій на розвиток туристичного сектору та формулюванні рекомендації щодо вдосконалення механізмів публічного управління в цій галузі. У роботі обґрунтовано актуальність теми у зв'язку зі зростанням ролі культурних індустрій у світовій економіці та необхідністю адаптації успішних міжнародних практик до українських реалій, зокрема в умовах післявоєнного відновлення країни. **Методологія** дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, що поєднує методи системного аналізу, статистичний аналіз даних міжнародних організацій, кейс-стаді окремих культурних подій і практик, а також структурно-функціональний аналіз механізмів взаємодії культури й туризму. **Наукова новизна** запропонованої розвідки полягає у вивченні впливу культурних індустрій на сектор туризму крізь призму публічного управління. Визначено економічний ефект культурних індустрій на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях, а також сформульовано рекомендації для державної політики. **Висновки.** Доведено, що культурні індустрії є потужним фактором формування туристичної привабливості території, забезпечують мультиплікативний економічний ефект і стимулюють розвиток суміжних секторів. Успішність інтеграції культурних ресурсів у туристичній сфері залежить від ефективного публічного управління, спрямованого на розвиток інфраструктури, просування бренду країни, залучення інвестицій і збереження культурної спадщини. Для України актуальним є впровадження інтегрованої політики, що поєднує підтримку культурних індустрій із завданнями відновлення туризму, формування позитивного міжнародного іміджу та довгострокової конкурентоспроможності. Запропоновані рекомендації можуть слугувати основою для вироблення стратегій державної політики у сфері культурного туризму та післявоєнного розвитку економіки.

Ключові слова: публічне управління, культурні індустрії, туристичний сектор, державна політика, культурний туризм, подієвий туризм, бренд країни.

Hennadii KAZAKOV*Candidate of Historical Sciences, Doctoral Student at the Department of Public Administration and Project Management, State Higher Educational Institution "University of Educational Management"**gkazakov2505@ukr.net***ORCID:** 0000-0002-2860-9892

INFLUENCE OF CULTURAL INDUSTRIES ON THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM SPHERE: PUBLIC AND ADMINISTRATIVE ASPECT

Abstract. *The aim* of the article is to clarify the impact of cultural industries on the development of the tourism sector and to formulate recommendations for improving public governance mechanisms in this area. The paper substantiates the relevance of the topic in connection with the growing role of cultural industries in the world economy and the need to adapt successful international practices to Ukrainian realities, in particular in the context of the country's post-war reconstruction. The research **methodology** is based on an interdisciplinary approach that combines methods of system analysis, statistical analysis of data from international organizations, case studies of individual cultural events and practices, as well as a structural and functional analysis of the mechanisms of interaction between culture and tourism. **The scientific novelty** of the proposed research lies in the study of the impact of cultural industries on the tourism sector through the prism of public management. The economic effect of cultural industries at the macro-, meso- and microeconomic levels has been determined, and recommendations for state policy have been formulated. **Conclusions.** It has been proven that cultural industries are a powerful factor in shaping the tourist attractiveness of territories, providing a multiplicative economic effect and stimulating the development of related sectors. The success of integrating cultural resources into the tourism sector depends on effective public management aimed at developing infrastructure,

© Г. Казаков, 2025

Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

promoting the country's brand, attracting investments and preserving cultural heritage. For Ukraine, the implementation of an integrated policy that combines support for cultural industries with the tasks of restoring tourism, forming a positive international image and long-term competitiveness is relevant. The proposed recommendations can serve as the basis for developing state policy strategies in the field of cultural tourism and post-war economic development.

Key words: public administration, cultural industries, tourism sector, public policy, cultural tourism, event tourism, country brand.

Постановка проблеми. Значення культурних індустрій як джерела розвитку національної економіки залежить не лише від економічного потенціалу кожної з індустрій окремо, але й від їхньої здатності впливати на інші галузі, суміжні з ними, що в результаті впливає на економічний розвиток як окремого регіону, так і цілої країни. Кейси Т. Свіфт, світовий тур якої в деяких містах приводив до отримання місцевими адміністраціями 70% річного доходу за один вікенд; фільму «Володар перстнів», який зробив Нову Зеландію на декілька десятиліть свого роду «Меккою для фанатів фільмів та фентезі літератури», підвищив інтерес до держави у світі; таких фестивалів, як *Гластонберрі* чи *Коачелла*, які у своїх регіонах стали головним джерелом місцевого доходу, створення робочих місць; феномен Халлю, завдяки якому Південна Корея стала цікава світу, є лише поодинокими випадками, коли культурні індустрії стимулюють економіку завдяки туристам. Саме поєднання культури та туризму створює потужний синергетичний ефект, який сприяє соціально-економічному розвитку територій.

Водночас визначальну роль у забезпеченні такого розвитку відіграє сфера публічного управління, яка формує стратегічні пріоритети, координує взаємодію між державними інституціями, бізнесом і громадянським суспільством, а також забезпечує нормативно-правові, фінансові й організаційні умови для розвитку культурного туризму.

Аналіз джерел та останніх досліджень. Дослідження О. Радіонової, Л. Оболенцева, С. Александрової не пропонує рекомендацій для сфери публічного управління в контексті використання культурних індустрій для розвитку сектору туризму. Проте авторами наводиться низка кейсів про те, як саме культурні індустрії сприяли розвитку туризму в різних регіонах світу [5]. М. Шепель, М. Юдін і Ю. Чижевський у своєму дослідженні виходять з тези, що «збереження об'єктів культурно-історичної спадщини є важливим

для розвитку сфери туризму» [8]. Водночас у статті акценти більше зміщені на систему управління туристичним сектором, як приклад наведено регіон Одещини.

Л. Безугла та Т. Герасименко, навпаки, намагаються довести, що саме туризм стимулює культуру, що перетворюється на створення нових мистецьких продуктів, проведення заходів у місцях сезонного скупчення відпочивальників [2]. Звісно, курортні міста часто стають осередками проведення значних культурних подій, прикладами можемо назвати кінофестиваль «Бригантіна» у м. Бердянську, Одеський міжнародний кінофестиваль, кінофестиваль у Каннах та інші. Водночас говорити суто про вплив туризму на культуру, як і культури на туризм ми не можемо. Вони є взаємозалежними один від одного. Хоча, якщо говорити про довгострокову перспективу, беручи до уваги міжнародний досвід, саме культурні індустрії створюють попит, на основі якого вже розбудовується туристичний простір.

Загалом, питання впливу культурних індустрій на сферу туризму в контексті публічного управління лишається малодослідженим, особливо з урахуванням сучасних реалій, у яких перебуває Україна.

Метою роботи є проведення аналізу впливу культурних індустрій на сектор туризму та розроблення пропозицій з удосконалення механізмів публічного управління в цій сфері

Виклад основного матеріалу. Як зазначають у науковій літературі, культура є одним з основних ресурсів, які приваблюють туристів. Наявність культурних ресурсів, за умов їх правильного використання, просування, створює ефект привабливості, що переходить у конкурентоспроможність місцевої економіки [11, с. 29–30]. Культурні індустрії виступають каталізатором *place-making*, забезпечують появу «якірних» подій і об'єктів (фестивалі, артцентри, музеї сучасного мистецтва, креативні кластери), що підвищують пізнаваність дестинації та диференціюють її на глобальному ринку. Через виробництво символічного

контенту вони посилюють когнітивний і емоційний компоненти іміджу місця, формують стійкі асоціації в потенційних відвідувачів.

До ключових механізмів належать:

1) створення унікальних атракторів попиту (нові культурні локації, події як бренди);

2) підвищення якості міського середовища та сервісів завдяки культурним кластерам;

3) мережеві ефекти співпраці між митцями, бізнесом і муніципалітетами.

Результатом є збільшення туристичних потоків, подовження середньої тривалості перебування та зростання середніх витрат на відвідувача.

Незважаючи на поширену думку значної частини громадян про те, що туризм у будь-якій формі містить культурний складник, аналіз наукової літератури свідчить про існування щонайменше десяти видів туризму (за галузевим критерієм). Культурний, або, як ще називають, культурно-пізнавальний, туризм є лише одним із таких видів і передбачає головною метою поїздки в новий для особи регіон ознайомлення з культурними надбаннями території (окремі заклади, міста, регіони чи цілі країни). Як зазначає А. Парфіненко, саме цей різновид туризму замінив у 80-х рр. минулого століття курортний туризм, запропонував духовне збагачення на заміну тілесному відпочинку. Окрім того, такий тип туризму не лише генерує великі потоки туристів, а й допомагає розвитку культурного продукту, який є джерелом відвідування цих місць [4, с. 233–234].

Паралельно культурні індустрії пов'язані з подієвим туризмом, тобто короткочасним масовим зростанням туристів у регіоні. Здебільшого це окремі населені пункти, хоча часом можуть мати ширший ефект на всю країну. На наш погляд, такий вид туризму більше пов'язаний із сучасними культурними індустріями, а його прикладами є концертні тури відомих виконавців, міжнародний пісенний конкурс «Євробачення», карнавал у Ріо-де-Жанейро, Канський кінофестиваль. Для України можемо визначити фестивалі: Atlas та Faine Misto, до війни – Одеський міжнародний кінофестиваль тощо. Такі заходи, хоча й дають лише тимчасовий сплеск економіці, проте подеколи вони наповнюють щонайменше половину річного бюджету умовного міста. А за умови їх регулярного проведення

стають ще й наративом для конкретної місцевості, частиною її культурного життя та найбільшим джерелом доходу до місцевої казни та заробітку місцевих жителів.

Як стверджували автори програми, фінансованої ЄС, “Cultural and Creativity”, нині подієвий туризм і сучасні культурні індустрії, насамперед кіно та музика, відіграють вагомий роль у виборі відпочинку. Коли більшість музеїв пропонують відносно схожу модель відпочинку, а завдяки інтернету можна знайти ближчий і дешевший аналог відпочинку у горах чи на пляжі, завдяки продуктам, які пропонують культурні індустрії, культурним операторам вдається продати окремих напрямків. Так, через демонстрацію окремих локацій у кіно серед туристів виникає бажання відвідати місце, де знімався проєкт (або яке просто продемонстровано). Ідеться не тільки про фанатів фільму, актора, режисера, а й про пересічних громадян, які спокушаються побаченням. Проте вказаний вплив культурних індустрій є опосередкованим і не має тривалого ефекту.

Більш вагомим можемо визнати економічний вплив культурних індустрій на сферу туризму. Культурні індустрії нині є найбільшим інструментом, який формує потоки туристів у різні куточки світу. Вони можуть виступати головною причиною вибору туристичного напрямку, а також опосередкованою (разом з іншими видами відпочинку). Загалом, за статистикою, у 2017 р. на вибір подорожей культурні індустрії впливали для 40% туристів [3]. Статистика за 2024 р. демонструє зростання поданого показника до 60%. Усе популярнішими стають локальні події, на кшталт музичних фестивалів, найбільші з яких збирають до 3 млн осіб щорічно. У таблиці 1 наведено статистику щодо деяких фестивалів на 2017 та 2024 рр. [1; 7].

Як ми бачимо, окрім одного топового фестивалю, усі інші демонструють приріст, деякі більш ніж утричі. Така ж ситуація стосовно інших музичних заходів. Зауважимо, що Covid-19 трохи негативно позначився на зростанні інтересу до фестивалів і призвів до більшого споживання продукту вдома, що спричинило незначне зростання в деяких масових культурних заходах.

Загалом, культурні індустрії формують додану вартість і виступають каталізатором розвитку туристичної сфери, зокрема через:

Таблиця 1

Порівняльна таблиця відвідування музичних фестивалів у 2017 та 2024 рр.

| Назва фестивалю | 2017 р. | 2024 р. |
|---|--------------|--------------|
| Glastonbury | 175 тисяч | 540 тисяч |
| Essence | 470 тисяч | 510 тисяч |
| Sziget | 450 тисяч | 565 тисяч |
| Rock in Rio | 700 тисяч | 700 тисяч |
| Coachella Valley Music and Arts Festival) | 200 тисяч | 750 тисяч |
| Pol'and'Rock | 700 тисяч | 750 тисяч |
| Donauinselfest | 2,8 мільйона | 2,4 мільйона |
| Mawazine | 2,1 мільйона | 2,5 мільйона |

– розширення спектра туристичних продуктів і досвіду, що сприяє диверсифікації пропозиції на ринку та підвищенню його конкурентоспроможності;

– модернізацію наявних туристичних практик і маршрутів, які завдяки культурним інноваціям отримують нове змістове й емоційне наповнення;

– створення унікальної ідентичності культурних об'єктів і активне поширення інформації про них у глобальному медіапросторі;

– подолання обмежень традиційних моделей культурного туризму шляхом інтеграції сучасних форматів креативних практик (фестивалі, подієвий туризм, цифрові виставки).

Економічний вимір взаємодії культурних індустрій і туризму проявляється на кількох рівнях: макроекономічному, мезоекономічному та мікроекономічному.

На макрорівні культурні індустрії стимулюють економіку держави шляхом збільшення доходів від туризму, зростання обсягів експорту культурних послуг, розширення податкової бази та формування нових робочих місць. У 2024 р. цей сектор підтримував загалом 357 мільйонів робочих місць у світі, що становить приблизно кожне десяте робоче місце. Сукупний внесок туристичного сектору у формування світового ВВП оцінюється на рівні 10,9 трильйона доларів США. Якщо оцінювати ці показники у відносних величинах, то туристичний сектор забезпечив приблизно 10% світового ВВП [12], що фактично означає його

входження до числа ключових рушіїв глобального економічного зростання. Для порівняння, внесок таких галузей, як автомобілебудування чи сільське господарство, є нижчим, що свідчить про зростання значення нематеріальних активів, культурного обміну та мобільності в сучасній економіці знань.

Завдяки розробленню нових культурних продуктів і туристичних маршрутів відбувається залучення додаткових потоків іноземних туристів, що безпосередньо впливає на платіжний баланс країни, зміцнює її позиції на міжнародному ринку туристичних послуг. Окрім того, культурні індустрії виступають потужним фактором брендингу держави та формування її позитивного іміджу, що є ключовою передумовою довгострокового економічного розвитку туристичного сектору.

Згідно зі статистикою на 2024 р., доходи від міжнародного туризму (витрати на культурні події, трансфер, проживання, харчування, сувеніри) становили приблизно 1,9 трлн доларів. З них саме на культурні індустрії припадає 20% доходу [5], решта як раз демонструють їхній економічний вплив на туристичну сферу. У перспективі показники мають зростати в майбутньому, адже, за оцінками експертів, на 2030 р. щорічна кількість туристів у світі становитиме 1,8 млрд осіб. Ми схильні погодитися із цією думкою, адже показники за минулі роки демонструють поступове зростання кількості відпочивальників. Подані дані запропоновані в таблиці 2.

Таблиця 2

Динаміка зростання міжнародного туризму

| Рік | 1950 р. | 2011 р. | 2024 р. | 2030 р. |
|--------------------------------|---------|---------|----------|---------------------|
| Кількість міжнародних туристів | 25 млн | 980 млн | 1,4 млрд | очікується 1,8 млрд |

Внутрішній туризм, культурні події для якого є ще більш стимулюючим фактором. Фестивалі, виступи популярних артистів, особливо закордонних, привертають увагу мешканців окремих держав, стимулюють внутрішньодержавні перевезення, ринок оренди житла, торгівлю. Культурні заходи, які приваблюють туристів, створюють тимчасові робочі місця, дають дохід організаторам, митцям, майданчикам, на яких відбувається захід. За статистикою у 2024 р. внутрішній туризм приніс 5,3 трильйона доларів США [12].

На мезоекономічному рівні взаємодія культурних індустрій і туризму відображається в розвитку регіонів і міст, які отримують можливість активізувати власний потенціал завдяки реалізації культурних проєктів і організації заходів міжнародного масштабу. Культурні столиці Європи, численні фестивалі, мистецькі ярмарки не лише створюють платформу для культурного обміну, але й стимулюють локальну економіку завдяки зростанню попиту на готельні, транспортні, ресторанні й інші послуги. Такий мультиплікативний ефект посилює економічну стійкість регіонів, що стають центрами культурно-туристичної активності, водночас сприяє збереженню та модернізації культурної спадщини. Важливою є роль культурних індустрій у формуванні креативних кластерів, які об'єднують підприємства різних секторів і створюють синергетичні ефекти для розвитку туризму.

У національному контексті подієві культурні індустрії, зокрема українські фестивалі сучасного мистецтва, театральні й літературні форуми, етнокультурні свята, сприяють формуванню позитивного іміджу країни як відкритої, креативної та гостинної. Туристи, які прибувають на такі заходи, нерідко залишаються довше, ніж передбачалося, відвідують інші культурні об'єкти, музеї, історичні пам'ятки, а це безпосередньо збільшує середні витрати та податкові надходження до бюджету.

Відзначимо, що подієвий туризм, на відміну від класичного екскурсійного, формує динаміку повторних візитів, оскільки події часто є циклічними, а їхній контент оновлюється з року в рік.

На мікроекономічному рівні культурні індустрії впливають на бізнес-моделі туристичних підприємств, які отримують змогу розширю-

вати спектр своїх послуг, орієнтуючись на різні цільові аудиторії, та створюють ефект ланцюгової реакції, коли кожна інвестиція у сферу культури генерує додаткові надходження в суміжних секторах.

Не менш важливим є формування так званих «культурних усесвітів», які виходять за межі локального ринку та стають глобальним явищем, що приваблює фанатів з усього світу та стимулює туристичні потоки. Такі феномени мають подвійний ефект:

- вони зміцнюють національну ідентичність у світовому культурному просторі;
- створюють сталі мотиваційні чинники для відвідування країни походження відповідного культурного продукту.

Найяскравішим прикладом є феномен Халлю (K-Wave) у Південній Кореї, що завдяки експорту K-pop, серіалів (K-drama), моди сформував потужний культурний бренд країни. Аналогічно японське аніме й індустрія манги десятиліттями підтримують інтерес до Японії як до центру унікальної креативної культури, поєднаної із традиціями. У США довгий час таким осередком був Голлівуд, який перетворився на символ кінематографа та культури споживання, однак нині його туристична привабливість дещо знизилася, зокрема через глобалізацію кіновиробництва та зміщення центрів знімання в інші регіони.

Водночас вдалим прикладом використання культурного продукту для розвитку туризму є Нова Зеландія, яка завдяки фільмам «Володар перстнів» і «Гобіт» перетворилася на об'єкт «кінематографічного паломництва». Створені культурні образи стали основою для промоції країни на глобальному ринку туризму та забезпечили мільйонні потоки відвідувачів.

Такі культурні усесвіти функціонують у довгостроковій перспективі, оскільки їхній вплив не обмежується короточасними рекламними кампаніями чи окремими культурними подіями. Вони формують тривалі культурні маршрути та практики споживання культури, які зберігають актуальність протягом десятиліть. У результаті мільйони туристів щороку обирають ті чи інші країни як місце подорожі не стільки через традиційні природні чи історичні пам'ятки, скільки завдяки асоціаціям із відомими культурними продуктами. Це можуть бути як конкретні локації,

продемонстровані у фільмах, серіалах чи анімаційних творах, так і місця, що набули символічного значення у зв'язку з діяльністю їхніх авторів чи культурних інституцій.

Важливо зазначити, що такі процеси сприяють не лише економічним вигодам, як-от зростання туристичних потоків, але й формуванню іміджу країни як культурного центру світового значення. У цьому контексті публічне управління відіграє ключову роль, адже саме завдяки інституційній підтримці, інвестиціям в інфраструктуру та координації із креативними індустріями культурні всесвіти перетворюються на потужний інструмент довгострокового соціально-економічного розвитку.

Проте наявні кейси демонструють, що культурні індустрії впливають не лише на цілі держави чи великі міста. В. Синиця у своїй праці наводить як приклад м. Біло Поле в Чорногорії, де ремісничі майстер-класи та культурні фестивалі стали дієвим інструментом залучення туристичних потоків до сільських територій. Такі ініціативи не лише створюють можливості для ознайомлення відвідувачів із традиційними культурними практиками, але й забезпечують їх безпосереднє залучення до ремісничої діяльності, що підвищує автентичність туристичного досвіду [6, с. 60–61]. Подібна модель може бути успішно адаптована і в українському контексті, оскільки багато регіонів країни володіють потужним потенціалом для розвитку культурного туризму, особливо в поєднанні із традиційними народними ремеслами та мистецькими практиками. Реалізація таких підходів здатна не лише поси-

лити економічну привабливість територій, але й сприяти вирішенню соціокультурних проблем, зокрема зупинити процеси занепаду сільських поселень. Адже саме село виступає важливим носієм культурної пам'яті й ідентичності суспільства, а його інтеграція в туристичних маршрутах дозволяє зберегти нематеріальну культурну спадщину, водночас забезпечити додаткові джерела доходів для місцевого населення.

Загалом, можемо зобразити вплив культурних індустрій на сектор туризму в такій схемі (рисунок 1).

Варто також відзначити, що культурні індустрії є інструментом «м'якої сили», оскільки здатні впливати на міжнародне сприйняття держави не шляхом прямого політичного чи економічного тиску, а через культурні коди, символи й образи. Експорт культурного продукту (кінематографічна продукція, музика, дизайн, літературні видання, цифровий контент) формує у світової аудиторії асоціативний ряд, який безпосередньо впливає на імідж країни та її привабливість як туристичної дестинації. Масштабні культурні події з міжнародною участю – бієнале, фестивалі, театральні та музичні тури, книжкові ярмарки – не лише демонструють рівень розвитку культурних індустрій, але й позиціонують країну як відкриту, безпечну й інноваційну.

Виходячи з вищезокресленого, відзначаємо, що культура має визначальне значення для туризму, а також для привабливості й конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Найуспішнішими є ті напрямки, які

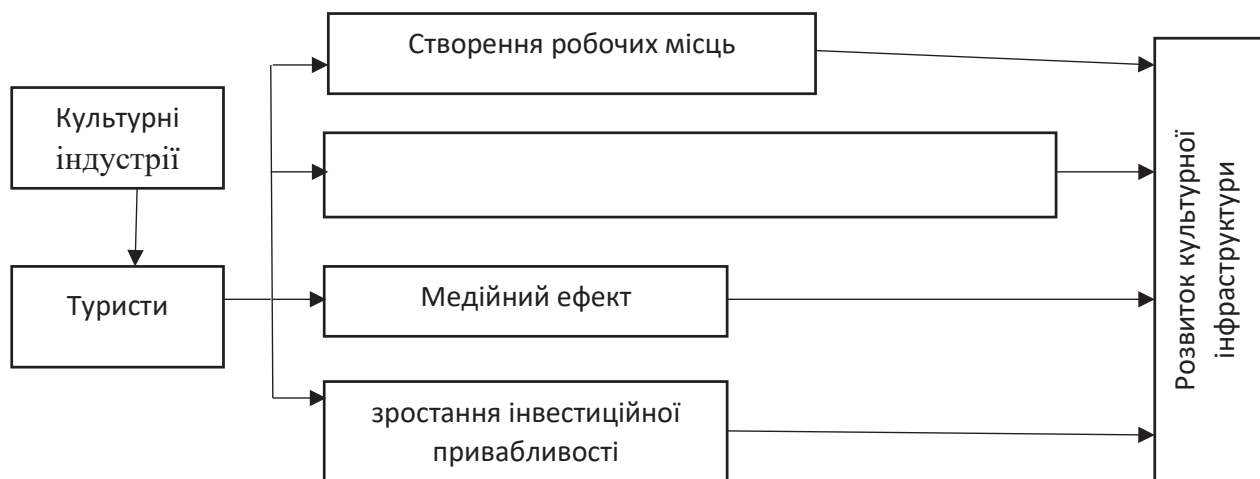


Рис. 1. Вплив культурних індустрій на сектор туризму

здатні створювати позитивну синергію між культурою та туризмом. Проте ця синергія не виникає автоматично: її необхідно формувати, розвивати, управляти нею. У звіті ОЕСР щодо культури та місцевого розвитку (2005 р.) К. Греффе виокремлює низку критеріїв, що мають особливе значення для формування позитивних взаємин між туризмом і культурою:

- сталість культурних активностей;
- рівень залученості місцевого населення поряд із туристами;
- спроможність території забезпечити виробництво всіх необхідних товарів і послуг у цьому контексті, тобто визначальним є локальний ресурсний потенціал;
- взаємозалежність цих видів діяльності, що сприяє утворенню «кластерних ефектів» [11, с. 32].

На основі аналізу моделей конкурентоспроможності можна також додати, що організаційна спроможність території (так звана *orgware*) є не менш важливим чинником. Із цієї позиції управління та належне врядування у сфері взаємозв'язку культури й туризму набувають вирішального значення.

Водночас утручання у взаємини між туризмом і культурою може виявитися складним завданням, що пов'язано з фінансовим питанням на місцях, а також залежно від рівня влади, яку мають місцеві органи для здійснення культурної політики.

Ще однією суттєвою проблемою є те, що управління культурним туризмом зазвичай перебуває в руках багатьох різних суб'єктів, до того ж більш нематеріальні аспекти взаємозв'язку між туризмом і культурою (як-от якість життя чи питання сталості) зазвичай не враховуються у процесі планування. Невеликі регіони та міста часто не володіють належними компетенціями та/або ресурсами для ефективної організації регіональної співпраці. Інтегроване управління туризмом передбачає запровадження таких моделей урядування і управлінських систем, які включають взаємодію органів місцевої влади, туристичного сектору, локальних асоціацій і мешканців.

Культурні індустрії, як і сектор туризму, тривалий час залишаються на периферії публічної політики України. Звісно, нині, коли у країні триває війна, існує загроза життю

громадян і гостей країни та потреби вкладати кошти в оборону держави, говорити про розвиток туризму, особливо міжнародного, ми не можемо. Проте з боку уряду вже зараз мають створюватися умови, які після завершення бойових дій стимулюють туристичну галузь. Культурні індустрії ж в цьому світлі мають стати тим ресурсом, який стимулює притік туристів до України, адже саме вони створюють унікальні продукти, події, образи та символи, які спонукають людей подорожувати. Вони ж є одним із ключових джерел, які створюють враження про країну (місто/село) для іноземних туристів.

На наш погляд, доречним постає взаємодія в цьому питанні держави, яка має створити загальні умови для створення у співпраці з культурними індустріями «України як бренду», та на локальному рівні органів влади спільно з бізнесом, громадськими організаціями та місцевими громадами, які мають реалізовувати конкретні стратегії культурного та туристичного розвитку. Такий підхід дозволить ввести культурні ресурси у стратегії регіональних ДМО, сприяти інституціоналізації «культурних усесвітів», знижувати сезонність попиту, формувати сталі туристичні практики та забезпечувати соціально-економічні вигоди для територій.

Держава має підтримати ту синергію, яка існує між культурними індустріями та туризмом, через створення спеціальних стратегій розвитку, передусім інвестувати в культурні індустрії, особливо в унікальний і саморідний український культурний продукт (як матеріальний, так і нематеріальний). Створення та просування унікальної культурної продукції на експорт має стати пріоритетом відповідних органів державної влади. В умовах війни це передбачає і спрощену процедуру виїзду митців на міжнародні конкурси та фестивалі, де вони презентують українську культуру (адже навесні 2025 р. виїзд для більшості діячів культурних індустрій було ускладнено додатковими бюрократичними механізмами).

Інший напрям передбачає збільшення фінансування унікальних культурних проєктів, заходів, які на перспективу можуть зацікавити як місцевого, так і закордонного споживача, стимулювати їхнє бажання побачити більше або відвідати місця створення цих проєктів.

Звісно, Український культурний фонд надає щорічні гранти на підтримку різних проєктів, але більшість із них є досить нішевими та не сприятимуть розвитку туризму. Ми ж пропонуємо або збільшити кількість грантів для таких проєктів, які демонструватимуть своєрідність української культури та привертатимуть до країни або окремого її регіону увагу туристів, або ж створити окремі механізми фінансування для таких проєктів.

Одним із таких механізмів можуть стати податкові реbeyти для кіно/серіалів, гранти на подієві проєкти, спрощені процедури зйомок, а також спрощення дозвільних процедур і бюрократичних бар'єрів для організації зйомок. У результаті відбудеться створення передумови для концентрації виробництв у визначених локаціях і формуватиметься так званий ефект «якірних» місць, які із часом можуть набути статусу культурно-туристичних центрів.

Економічний ефект таких стимулів проявляється на двох рівнях. На ендогенному рівні він фіксується у формі мультиплікаторів витрат: зростає зайнятість у сфері креативних професій, активізуються локальні закупівлі товарів і послуг (від оренди приміщень до логістичних і технічних послуг), створюються додаткові можливості для малого та середнього бізнесу. Цей процес стимулює економічну динаміку регіону й формує довготривалі робочі місця у сфері культурних індустрій. На екзогенному рівні проявляється відкладений ефект, пов'язаний із формуванням сталого туристичного попиту.

Окрім того, держава може стимулювати інвесторів вкладати в такі проєкти зменшенням податкових виплат, іншими бонусами.

Зауважимо, що фінансовий механізм підтримки має стосуватися не тільки культурних індустрій, але й інфраструктури. Ідеться насамперед про необхідність створення сучасної логістики відвідування нових туристичних локацій, розбудову якісної системи розміщення, а також спрощення візових і прикордонних процедур, які здатні підвищити мобільність туристів і забезпечити комфортність подорожей. Реалізація таких заходів можлива як коштом державного та місцевих бюджетів, так і шляхом заохочення інвесторів вкладати з перспективою в майбутньому відбити кошти завдяки туристам.

Успіх культурного туризму в Україні ми бачимо в тому, щоб державні (комунальні) органи зменшили монополію на окремі пам'ятки, майданчики, віддали їх (за аналогією з МЦКМ) у приватні руки. Ми говоримо не про приватизацію культурних осередків, а саме про право оренди, за яким орендар сплачує щомісяця визначену суму до бюджету (незалежно від рівня доходу), а держава (або інший державний орган, юрисдикція якого охоплює право розпоряджатися об'єктом) залишає за собою право вето та розірвання договору в разі його невиконання. Нині приватні заклади (зокрема, музеї) є цікавішими туристам, але вони переважно не несуть українського колориту, не демонструють українців як націю з давньою історією, культурою. Уведення приватного підходу в управління державними пам'ятками (зкладами) за визначених умов може суттєво популяризувати українську культуру як для громадян, так і на міжнародному рівні.

Водночас погодимося з думкою О. Яшиної та О. Висоцької, що ефективно управління культурною сферою неможливе без збалансування економічних вигод від розвитку туризму із завданнями охорони культурної спадщини та природного середовища. Сучасні тенденції свідчать про поступове утвердження сталого культурного туризму, який набув поширення під впливом міжнародних інституцій і національних урядів [9, с. 46–47].

У такому разі наявна необхідність у формуванні інтегрованої політики, яка водночас стимулюватиме економічну віддачу від туристичної сфери та забезпечуватиме збереження культурного капіталу. Рекомендовано запроваджувати інституційні та нормативні механізми, що сприятимуть розвитку відповідального туризму, підтримці місцевих громад і створенню довгострокових умов для сталого регіонального зростання.

У підсумку відзначимо, що для держави й органів публічного управління це означає потребу у формуванні нормативно-правової та інституційної бази, яка сприятиме:

- захисту та регулюванню інтелектуальних прав, що є ключовою передумовою укладання копродукційних угод із правласниками глобальних брендів;
- створенню стимулів для бізнесу та культурних індустрій через податкові пільги, гран-

тові програми чи державно-приватні партнерства з метою запуску культурно-туристичних проєктів на базі популярних франшиз;

– інтеграції культурних брендів у маркетингових кампаніях, що орієнтовані на міжнародні ринки, з урахуванням мовної специфіки, особливостей субкультур та інтересів цільових аудиторій;

– розвитку інфраструктури й сервісів, які забезпечать можливість організації масштабних культурно-туристичних подій, тематичних фестивалів та інтерактивних заходів, що підтримуватимуть постійний інтерес відвідувачів.

Висновки. Отже, отримані результати дослідження підтверджують, що культурні індустрії виступають не лише джерелом створення символічних продуктів, а й важливим чинником економічної мобільності та підвищення конкурентоспроможності територій. Вони здатні трансформувати туристичні практики, формувати стійкі мотиваційні фактори

відвідувань та забезпечувати мультиплікативний ефект у суміжних секторах. Наукова цінність роботи полягає у визначенні структурних механізмів впливу культурних індустрій на туризм у вимірах різних рівнів економічної системи та в обґрунтуванні ролі публічного управління як ключового координатора цих процесів. Встановлено, що ефективна інтеграція культурних ресурсів у розвиток туристичної сфери можлива за умови використання комплексних управлінських підходів, що поєднують підтримку креативних ініціатив, розвиток інфраструктури, інституційну модернізацію та довгострокові стратегії брендингу держави.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому вивченні інституційних моделей публічного управління, що забезпечують ефективну взаємодію культурних індустрій і туристичного сектору в умовах глобалізаційних викликів і післявоєнного відновлення України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. 10 найбільших музичних фестивалів у світі – великі музичні концерти. URL: <https://largesthq.com/najbilshi-muzichni-festivali-2/> (дата звернення: 14.09.2025).
2. Безугла Л., Герасименко Т. Механізми публічного управління в галузі туризму. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. 2024. Вип. 5. С. 65–72. <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2024.5.8>
3. Вплив культури на економічний розвиток. Внесок культури в туризм (як одну із креативних індустрій). URL: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Factsheets/pdf-4/04_Influence-of-culture-on-economic-development_Contribution-of-culture-to-tourism-as-a-part-of-creative-industries_UA.pdf (дата звернення: 16.09.2025).
4. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. Вісник Львівського університету. Серія «Географічна». 2013. Вип. 43. Ч. 1. С. 233–242.
5. Радіонова О., Оболенцева Л., Александрова С. Креативність і туризм: діалектика взаємозв'язку (міжнародний досвід). Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2020. Вип. 29. С. 138–141. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-29-27>
6. Сеницька В. Креативні індустрії та розвиток туризму: економічні перспективи. Причорноморські економічні студії. 2025. Вип. 91. С. 59–63. <https://doi.org/10.32782/bses.91-9>
7. 10 найпопулярніших музичних фестивалів у світі. URL: <https://www.kissfm.ua/news/5521-top-10-naipopuliarnishykh-muzychnykh-festyvaliv-u-sviti/> (дата звернення: 14.09.2025).
8. Шепель М., Юдін М., Чижевський Ю. Механізми публічного управління розвитком сферою туризму та їх вплив на визнання історичної спадщини. *ECONOMICS: time realities*. 2024. № 1. С. 22–31. DOI: 10.15276/ETR.01.2024.3
9. Яшина О., Висоцька О. Ефективне державне управління сферою культури в інтересах сталого розвитку: ключові міжнародні виміри. Таврійський науковий вісник. 2023. № 2. С. 41–51. <https://doi.org/10.32851/tnv-pub.2023.2.6>
10. International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. URL: <https://www.untourism.int/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024> (дата звернення: 17.09.2025).
11. The Impact of Culture on Tourism. OECD, 2009. 159 p. URL: https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2009_The_Impact.pdf (дата звернення: 17.09.2025).
12. Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR). URL: <https://wttrc.org/research/economic-impact> (дата звернення: 17.09.2025).

REFERENCES:

1. 10 naibilshykh muzychnykh festyvaliv u sviti – velyki muzychni kontserty [10 biggest music festivals in the world – big music concerts]. Retrieved from: <https://largesthq.com/najbilshi-muzichni-festyvali-2/> [in Ukrainian].
2. Bezuhla, L., Herasymenko, T. (2024). Mekhanizmy publichnoho upravlinnia v haluzi turyzmu [Mechanisms of public administration in the tourism sector]. *Dniprovskiyi naukovyi chasopys publichnoho upravlinnia, psykholohii, prava*. Vyp. 5. S. 65–72. <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2024.5.8> [in Ukrainian].
3. Vplyv kultury na ekonomichni rozvytok. Vnesok kultury v turyzm (yak odnu z kreatyvnykh industrii) [The influence of culture on economic development. The contribution of culture to tourism (as a part of creative industries)]. Retrieved from: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Factsheets/pdf-4/04_Influence-of-culture-on-economic-development_Contribution-of-culture-to-tourism-as-a-part-of-creative-industries_UA.pdf [in Ukrainian].
4. Parfinenko A. (2013). Kulturnyi turyzm yak chynnyk sotsialno-ekonomichnoho rozvytku terytorii [Cultural tourism as a factor of socio-economic development of territories]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya heohrafichna*. Vyp. 43. Ch. 1. S. 233–242 [in Ukrainian].
5. Radionova, O., Obolentseva, L., Aleksandrova, S. (2020). Kreatyvny i turyzm: dialektyka vziaemoviazku (mizhnarodnyi dosvid) [Creativity and tourism: dialectics of the relationship (international experience)]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. Vyp. 29. S. 138–141. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-29-27> [in Ukrainian].
6. Synytska, V. (2025). Kreatyvni industrii ta rozvytok turyzmu: ekonomichni perspektyvy [Creative industries and tourism development: economic prospects]. *Prychornomorski ekonomichni studii*. Vyp. 91. S. 59–63. <https://doi.org/10.32782/bses.91-9> [in Ukrainian].
7. 10 naipopuliarnishykh muzychnykh festyvaliv u sviti [TOP-10 most popular music festivals in the world]. Retrieved from: <https://www.kissfm.ua/news/5521-top-10-naipopuliarnishykh-muzychnykh-festyvaliv-u-sviti/> [in Ukrainian].
8. Shepel, M., Yudin, M., Chyzhevskiy, Yu. (2024). Mekhanizmy publichnoho upravlinnia rozvytku sferoiu turyzmu ta yikh vplyv na vyznannya istorychnoi spadshchyny [Mechanisms of public management of tourism development and their impact on the recognition of historical heritage]. *ECONOMICS: time realities*. № 1. S. 22–31. DOI: 10.15276/ETR.01.2024.3 [in Ukrainian].
9. Yashyna, O., Vysotska, O. (2023). Efektyvne derzhavne upravlinnia sferoiu kultury v interesakh staloho rozvytku: kliuchovi mizhnarodni vymiry [Effective state management of the sphere of culture in the interests of sustainable development: key international dimensions]. *Tavriskiyi naukovyi visnyk*. № 2. S. 41–51. <https://doi.org/10.32851/tnv-pub.2023.2.6> [in Ukrainian].
10. International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. Retrieved from: <https://www.untourism.int/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024> [in English].
11. The Impact of Culture on Tourism. OECD, 2009. 159 p. Retrieved from: https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2009_The_Impact.pdf [in English].
12. Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR). Retrieved from: <https://wtcc.org/research/economic-impact> [in English].

Дата надходження статті: 29.09.2025

Дата прийняття статті: 03.11.2025

Опубліковано: 17.12.2025