

КРОССЕКТОРАЛЬНІ ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ ПРОМОЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ: ДОСВІД САДИБИ КОСАЧІВ

CROSS-SECTORAL PARTNERSHIPS FOR PROMOTION OF CULTURAL HERITAGE AND TOURISM DEVELOPMENT: THE EXPERIENCE OF THE KOSACHIV MANOR

У статті розглянуто особливості запровадження кроссекторальних партнерств у процесі популяризації культурної спадщини та розвитку туристичного потенціалу Колодяжненського літературно-меморіального музею Лесі Українки – Садиби Косачів. Обґрунтовано важливість кроссекторальної взаємодії через залучення представників різних секторів: некомерційного, державного, бізнесового для спільного використання ресурсів, спрямованих на збереження історико-культурної спадщини. Визначено ключові цілі кроссекторальних партнерств та функціональні обов'язки учасників у межах створення інноваційних культурно-креативних туристичних продуктів. Наведено приклади реалізованих ініціатив на прикладі Садиби Косачів. Обґрунтовано перспективи розвитку культурних традицій родини Косачів в контексті кулінарних страв, зокрема, гастрономічного продукту «Лизаветин борщ».

Ключові слова: кроссекторальні партнерства, туризм, культурна спадщина, музей, креативні індустрії, гастроспадщина, управління, туристичний продукт.

The article explores the role of cross-sectoral partnerships in the promotion of cultural heritage and the development of tourism potential using the example of the Kolodyazhnensky Literary and Memorial Museum of Lesya Ukrainka - Sadyba Kosachiv. The key goals of such cooperation are identified, which include the integration of resources from the state, business and public sectors to create innovative cultural and creative products. The mechanisms for implementing cross-sectoral initiatives are considered, in particular, the development of modern formats of museum communication, interactive performances, video productions, as well as the branding of tourist locations. Particular attention is paid to the cultural gastronomic heritage, in particular the dish "Lizaveta's borscht", as a tool for gastronomic tourism and strengthening the cultural identity of the region. The experience of Sadyba Kosachiv demonstrates the effectiveness of a multidisciplinary approach that combines theater, audiovisual art, music, design, gastronomy and digital content. It was found that such partnerships contribute not only to the preservation of historical and cultural heritage, but also to its integration into the modern tourist space, increasing the competitiveness of museum objects. The approaches to intersectoral cooperation proposed in the article can become the basis for the further development of tourist objects focused on cultural authenticity. An important aspect is the use of digital technologies to expand the audience and attract the youth target group. Such initiatives contribute to the growth of interest in national heritage, creating new opportunities for interdisciplinary interaction. In the future, the implementation of cross-sectoral models can contribute to increasing the economic sustainability of cultural institutions and expanding the tourism potential of Ukraine. The results of the study can be useful for developing a strategy for the development of cultural tourism and applying.

Key words: cross-sectoral partnerships, tourism, cultural heritage, museum, creative industries, gastronomic heritage, management, tourism product.

УДК 338.48:7.025

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.91-43>

Дашук Ю.Є.

к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Луцький національний технічний університет

Зубехіна Т.В.

к.пед.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Луцький національний технічний університет

Dashchuk Yuliia

Lutsk National Technical University

Zubekhina Tetiana

Lutsk National Technical University

Постановка проблеми. Останні десятиліття характеризуються активним зростанням міжгалузевої, або кроссекторальної, співпраці, яка спрямована на ефективне використання ресурсів для розв'язання суспільно значущих проблем і досягнення спільних цілей. Кроссекторальні партнерства сприяють створенню додаткової суспільної цінності, об'єднуючи зусилля учасників для досягнення результатів, які були б недосяжними окремо.

Кроссекторальна співпраця є ключовим інструментом й для ефективної промоції культурної спадщини та розвитку туристичної привабливості регіонів. У сучасних умовах туристична індустрія потребує інноваційних підходів, які поєднують зусилля державних установ, бізнесу, громадських організацій та науковців. Така взаємодія сприяє створенню нових туристичних продуктів, підвищенню конкурентоспроможності культурних об'єктів та залученню більшої кількості відвідувачів. Водночас, недостатнє наукове опрацювання механізмів ефективної міжсекторальної співпраці

у сфері культурного туризму ускладнює формування стратегій їхнього подальшого розвитку. Тому актуальним є дослідження досвіду Садиби Косачів, як успішного кейсу кроссекторального партнерства, що дозволить виявити ефективні моделі взаємодії та окреслити перспективи її застосування для промоції та розвитку інших об'єктів культурної спадщини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сучасні наукові дослідження охоплюють широкий спектр проблематики, зокрема, питання розвитку креативних індустрій та ключові виклики культурної сфери у світовому контексті висвітлюють М. Мадаршахі [13], М. Массі [14], М. Векко [14]. Особливості розвитку креативних індустрій України досліджують І. Петрова [16] та К. Фарінья [17], О. Маруховська-Картунова [18]. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в умовах глобалізації розглядають Х. Плецан [15], Є. Козловський [15], Т. Ткаченко [15]. Поряд з цим, тематику кроссекторальних проєктів досліджує О. Свінцицька, В. Ткачук [18] та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз та узагальнення передового досвіду кроссекторальних партнерств як інструменту для ефективної промоції культурної спадщини та розвитку туристичного потенціалу на прикладі Колодяжненського літературно-меморіального музею Лесі Українки – Садиби Косачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах збереження та популяризація культурної спадщини є важливим завданням як для державних інституцій, так і для громадських організацій та бізнесу. Однак, традиційні підходи до промоції культурних об'єктів часто виявляються недостатньо ефективними, оскільки потребують комплексного підходу та міжгалузевої взаємодії.

Так, базова інституція у сфері культурної політики, Український культурний фонд [1] у межах грантової програми Культурна спадщина реалізує окремий лот, Кроссекторальні проєкти зі збереження культурної спадщини, який відповідає темі даного дослідження. Метою ЛОТу є підтримка кроссекторальних проєктів, що інтегрують цифрові технології у сферу культурної спадщини для створення сучасного культурно-мистецького продукту. Особливий акцент робиться на підтримці ініціатив, які сприяють збереженню культурної спадщини та української мови, зміцнюють національну ідентичність, підвищують конкурентоспроможність українського культурного продукту та сприяють його популяризації на міжнародному рівні.

В даному контексті досвід Колодяжненського літературно-меморіального музею Лесі Українки – Садиби Косачів є особливо актуальним. Так, згаданий музей є філією Волинського краєзнавчого музею [2]. 75 років тому на його базі було створено науково-обґрунтовану експозицію про родину Косачів. Експозицію представлено у двох будинках: Лесиному будинку – «Білому», та батьківському будинку – «Сірому». Ці споруди є пам'яткою архітектури національного значення. До сьогодні музейний комплекс у с. Колодяжному залишається однією з туристичних перлин Волині. Раніше його відвідувало близько 30 тис. туристів. Проте в останні роки прослідковується тенденція до зменшення кількості відвідувачів. Це зумовлено як технічним станом історичних будинків, так і застарілим змістовим наповненням комплексу. Станом на 2024 рік у музеї працювало 19 осіб, а бюджет філії склав понад 3,24 млн грн. [3].

Поштовхом до розвитку кроссекторальних партнерств стала реалізація проєкту «Садиба Косачів – сучасний осередок культурних наративів і сенсів українського суспільства», який фінансується Українським культурним фондом за програмою «Відновлення культурно-мистецької діяльності» [1]. Основна мета проєкту – комплексний розвиток та популяризація Садиби Косачів в с. Колодяжне Волинської області як сучасного осередку переформатування культурних наративів і сенсів українського

суспільства шляхом креативного подання відвідувачам реекспозиції Садиби через нові культурно-мистецькі продукти.

У 2021 році на меморіальних спорудах комплексу було проведено ремонтно-реставраційні роботи в рамках проєкту, фінансованого з коштів Державного фонду регіонального розвитку та Волинського обласного бюджету на загальну суму у понад 8,14 млн. грн. [4]. З метою оновлення позиціонування комплексу розроблено брендбук, який став стилістичною основою для усіх продуктів. Серед заходів, які проведено для реекспозиції Садиби Косачів, варто виокремити позиціонування інституції як сучасного культурного центру, який сприятиме усвідомленню національної ідентичності та цінностей українців на прикладі родини Косачів.

На основі концепції брендбуку було створено культурно-мистецький продукт у форматі п'яти театральних мініатюр, які представляють комплекс у новому форматі. Мініатюри демонструють яскраві епізоди життя, творчості та літературного світу родини Косачів, включають елементи імерсивності, інтерактиву і об'єднані єдиною сюжетною ниткою. Їх було вплетено у канву променад-вистави та зіграно із залученням професійних акторів на різних локаціях під час відкриття реекспозиції у липні 2024 року.

Виставу було адаптовано для промоційних показів поза межами садиби. Сюжети мініатюр трансформовано для зйомки серії відео для соцмереж. В їх контекст було вплетено часові паралелі з періоду життя родини Косачів сьогодні, акцентуючи на сімейних, культурних, патріотичних та інших цінностях, підкреслюючи їх актуальність нині. Всього створено 5 відео з хронометражем від 30 секунд кожне та опубліковано на сторінках соцмереж Колодяжненського літературно меморіального музею Лесі Українки і Волинського краєзнавчого музею (Facebook, Insagram, Tik-Tok) [2; 3; 5].

З метою охоплення широкої аудиторії проведено інформаційну кампанію в мережі Інтернет з використанням інструментів таргетованої реклами, ціллю якої було охоплення щонайменше 900 тис. користувачів в усіх регіонах України із загальною кількістю показів від 1,2 млн. Виготовлений аудіовізуальний контент, окрім безпосередньої промоції реекспозиції Садиби Косачів, виконує також просвітницьку функцію, формуючи моду на українське. Також з метою покращення організації простору музейного комплексу в рамках проєкту було проведено його естетичне впорядкування з ознакуванням важливих локацій території садиби, встановлено вивіску з оновленим логотипом на фасаді літературного приміщення музею.

Ознакування містить інформаційну складову та елементи інтерактиву. Всього на території садиби встановлено 9 малих інфраструктурних об'єктів з ознакування таких локацій: Великий дім, Білий будинок, Сірий будинок, Ізидорина груша, Водостічні труби, Фрагмент закладного каменя, Пам'ятник Лесі

Українці, Лесин кадуб, Саджавка. Додатково встановлено карту-схему території, яку також можна завантажити онлайн за допомогою QR-коду. Ознакувальні елементи розроблено на основі дизайнерської концепції оновленого брендбуку комплексу та графічних елементів, створеного в рамках проєкту аудіовізуального продукту.

Основні фахівці із сектору культурно-креативних індустрій, які були залучені до розвитку та популяризації Садиби Косачів та їх функціональні обов'язки систематизовано у таблиці 1.

З точки зору промоції було розроблено нову айдентику Колодяжненського літературно-меморіального

музею Лесі Українки, а також створено сторінки у соціальних мережах: Фейсбук – Садиба Косачів та Instagram – sadyba_kosachiv з відповідним контентом. Брендуння музею втілила в життя компанія «Партизан». В основу бренду заклали неофіційну назву музею – садиба Косачів (рис. 1).

Такий підхід сприяв не лише збереженню та осмисленню культурної спадщини родини Косачів, а й її популяризації серед широкої аудиторії.

В межах цього проєкту театр «Гармидер» [5] під керівництвом режисерки Руслани Порицької представив променад-перформанс «Садиба Косачів: то власне дома» (рис.2). Його головна

Таблиця 1

Систематизація фахівців сектору культурно-креативних індустрій, які були залучені до кроссекторального партнерства для розвитку та популяризації Садиби Косачів

Інституція	Сектор ККІ	Функціональні обов'язки
Театр «Гармидер»	Театр і виконавське мистецтво	Розробка літературної та режисерської концепції вистави-променаду; режисура вистави-променаду та серії відео
ФОП Шебеда Віталій Олександрович	Аудіовізуальне мистецтво	Режисура серії відео; виготовлення серії відео
ФОП Шебеда Віталій Олександрович	Музика	Запис аудіосупроводу до вистави-променаду, запис звуків, голосових ефектів
Симфонічний оркестр коледжу культури і мистецтв імені Стравінського	Музика	Виконання музики Миколи Лисенка для використання під час вистави
Рекламна агенція «Партизан»	Дизайн	Розробка дизайнерської концепції брендбуку комплексу та ознакувальних елементів
Поліграфічна компанія «Aqua Print»	Реклама та маркетинг	Виготовлення вуличних елементів ознакування території садиби
Компанія «Едельвіка»	Мода та текстиль	Розробка концепції, дизайн та пошиття одягу для акторів вистави
Комунікаційна команда проєкту	Медіа та цифровий контент	Поширення серії відеороликів у соціальних мережах
Волинський краєзнавчий музей	Культурна спадщина та музеї	Презентація матеріалів музейних експозицій, різностороння підтримка для глибшого занурення в побут, звичаї, атмосферу родин Косачів
Волинський національний університет імені Лесі Українки	Наукові дослідження	Дослідження постаті Олени Пчілки та спадщини родини Косачів: матеріали: спогади, листи, власні твори.
Рекламна агенція «Партизан»	Креативний туризм	Розробка айдентики гастрономічного продукту «Лизаветин борщ» у Садибі Косачів

Джерело: сформовано автором на основі [1]

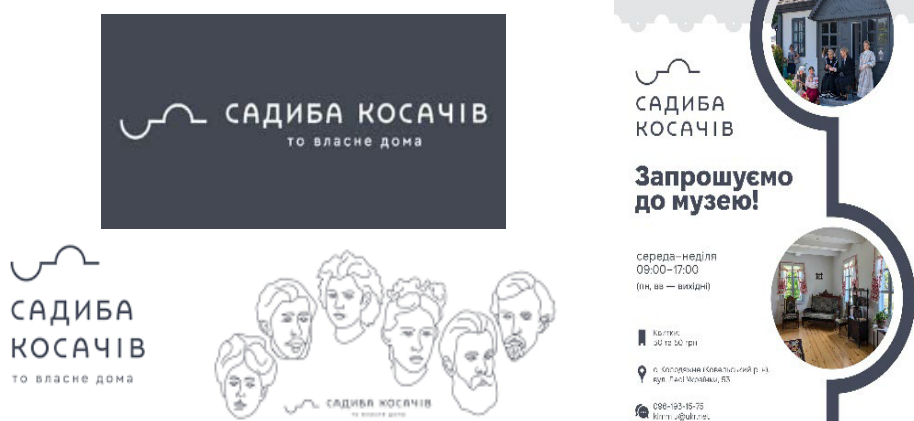


Рис. 1. Нова айдентика Колодяжненського літературно-меморіального музею Лесі Українки

Джерело: [3]

мета – по-перше віддати шану постаті Олени Пчілки, якій у 2024 році виповнилося 175 років від дня народження, а по-друге показати всі сторони її потужної особистості та життя родини.

Перевагами такого підходу до презентації є інноваційний формат взаємодії з культурною спадщиною, що поєднує історію, мистецтво і сучасні туристичні практики. Відвідувачі не є пасивними спостерігачами, а стають учасниками подій, що дозволяє їм глибше відчувати атмосферу минулого. Через поєднання реальних фактів і художніх інтерпретацій аудиторія відчуває емоційний зв'язок із родиною Косачів, що дає можливість краще зрозуміти їхній внесок у національну культуру. Такими чином, використаний мультидисциплінарний підхід (театр, музика, візуальні проєкції, ландшафтна взаємодія) дозволив створити цілісний мистецький продукт.

Наступним етапом популяризації Садиби Косачів стала вистава-дослідження «Пчілка». Імерсивна моновистава «Пчілка», виконувалася з використанням різних голосових історій, пісень, розмов, зітхань та навіть запахів. Дійство на сцені можна було досягнути усіма органами відчуттів. Через радянську цензуру, заборони, ім'я Олени Пчілки висвітлювали дуже однобоко, тому презентація вистави, приуроченої річниці поетеси, яка має неабияку причетність до Луцька, є вагомим етапом розвитку культурної спільноти краю (рис. 3).

Затребуваність вистави у цільової аудиторії засвідчила про високу якість створеного продукту, не шаблонний, креативний підхід до справи. Отриманий результат підкреслює важливість міжсекторальної взаємодії у сфері культури, що дозволяє створювати справді інноваційні форми презентації

історичних пам'яток і збагачувати культурний простір України.

Ще одним важливим напрямком кроссекторального партнерства у популяризації історичної та культурної спадщини родини Косачів є відтворення та презентація їхніх гастрономічних традицій. Особливе місце серед них займає унікальна страва – Лизаветин борщ, який має глибоке історичне коріння та тісний зв'язок із родиною Косачів. Цю страву готувала бабуся Лесі Українки – Єлизавета Драгоманова, представниця українського дворянського (козацько-старшинського) роду, мати Олени Пчілки та Михайла Драгоманова. Спогади про цей борщ збереглися в листах сестри письменниці – Ізидори Косач-Борисової. Єлизавета Драгоманова, проживши понад століття, передавала традиційний рецепт наступним поколінням жінок у родині.

Секрет неповторного смаку Лизаветиного борщу полягає у використанні яблук-антонівок, які додають страві особливої кислоти, а також фірмового бурякового квасу. Згадані рецепти знайшли своє відображення й у сучасному кулінарному світі. Так, завдяки Костянтину Грубичу [6], який опублікував відеозвіт про приготування Лизаветиного борщу на своєму каналі, рецепт дійшов до широкого загалу. Поряд з цим, рекламна агенція Партизан розробила візуалізацію і сувенірну продукцію для пошановувачів гастрономічного туризму, які відвідують Садибу Косачів у с. Колодяжне (рис.4).

Таким чином, вивчення Лизаветиного борщу в контексті спадщини Лесі Українки сприяє популяризації її постаті через кулінарну призму. Це відкриває нові можливості для розвитку гастрономічного туризму у Волинському регіоні.



Рис. 2. Фрагменти театралізованого променаду-перформансу «Садиба Косачів: то власне дома» у с. Колодяжне, Волинська область

Джерело: [5]



Рис. 3. Промоція вистави-дослідження «Пчілка»

Джерело: [5]



Рис. 4. Презентація гастрономічного продукту «Лизаветин борщ» у Садібі Косачів

Джерело: [3]

Таким чином, продуктом кроссекторального партнерства стала реекспозиція садиби Косачів у Колодяжному, її презентація широкому загалу як сучасного культурного центру, що сприятиме усвідомленню національної ідентичності, цінностей українців на прикладі родини Косачів. Продукти, розроблені в межах такої взаємодії, сприяють оновленню іміджу музейного комплексу, роблячи його більш сучасним і привабливим для відвідувачів. Це допомагає привернути увагу цільової аудиторії, популяризувати культурну спадщину та реалізувати важливу просвітницьку місію музею. Приклад Музею-садиби Косачів демонструє, як співпраця між різними секторами може не лише зберегти національну спадщину, а й перетворювати її на важливий туристичний магніт. Завдяки об'єднанню ресурсів і знань, залученню сучасних технологій та інтеграції спадщини в туристичні маршрути музей отримує ширше визнання, що позитивно впливає на розвиток місцевої економіки та культурної ідентичності регіону.

Висновки. У сучасних умовах воєнного стану та економічної нестабільності кроссекторальна співпраця відіграє важливу роль у збереженні та адаптації культурної спадщини до нових викликів. Взаємодія культурних установ із представниками туристичної, креативної, ресторанної та освітньої сфер сприяє розвитку культурного туризму, формуванню нових форматів взаємодії з аудиторією та підвищенню економічної життєздатності культурних об'єктів. Таким чином, впровадження міжсекторальних проєктів сприяє не лише промоції культурної спадщини, а й її інтеграції в сучасний туристичний простір. Вивчення досвіду Музею-садиби Косачів є надзвичайно актуальним, оскільки може стати основою для впровадження аналогічних ініціатив у інших культурних об'єктах України, сприяючи розвитку сталого туризму та ефективному використанню культурної спадщини.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Українського культурного фонду. URL: <https://ucf.in.ua/> (дата звернення: 11.02.2025).
2. Офіційний сайт Волинського краєзнавчого музею. URL: <https://volynmuseum.com/> (дата звернення: 11.02.2025).

3. Офіційний сайт Колодяжненського літературно-меморіального музею Лесі Українки. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057860701270> (дата звернення: 11.02.2025).

4. Про інвестиційні програми і проєкти регіонального розвитку, що можуть реалізовуватися у 2021 році за рахунок коштів державного фонду регіонального розвитку. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/297-2021-%D1%80#Text> (дата звернення: 12.02.2025).

5. Офіційна сторінка театру Гармидер. URL: <https://www.facebook.com/garmyder> (дата звернення: 11.02.2025).

6. Улюблені страви Лесі Українки. Лизаветин Борщ. URL: <https://surl.li/mqnkek> (дата звернення: 11.02.2025).

7. Бурак В. Г. Кроссекторальні проєкти в антикризовому менеджменті підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Науковий вісник Херсонського університету*. 2023. Випуск 48. С. 5–9.

8. Dashchuk Y., Matviichuk L., Lepky M., Sidoruk S. Financial support of culture, tourism and creative industries in Ukraine: opportunities and prospects. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2021. Vol. 5(40). P. 620–630. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcapter.v5i40.245257>

9. Zubekhina T., Dyshko O., Matviichuk L., Dashchuk Yu. Virtualization of museums as an element of the modern education of young tourist specialists. *Sport i Turystyka. Środkowoeuropejskie Czasopismo Naukowe. Central European Journal*. 2024. Vol. 7. Issue 2. P. 123-137 DOI: <https://doi.org/10.16926/sit.2024.02.06>

10. Стратегічні орієнтири розвитку партнерства держави, бізнесу та науки в контексті повоєнного відновлення України: монографія / за ред. І. М. Грищенка, А. О. Касич, І. О. Тарасенко. Київ: КНУТД, 2023. 267 с. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24821>

11. Стан культури та креативних індустрій під час війни – результати дослідження (2022). УКФ. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022> (дата звернення: 11.02.2025).

12. Хитра О. Синергія публічно-приватного партнерства як запорука ефективного функціонування рекреаційно-туристичної сфери у контексті сталого розвитку регіонів. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-43>

13. Madarshahi M. (2021). The role of digital economy in advancing creative industries. *Creativity 2030 seminar*. URL: <http://city.cri.cn/20210507/633e86e4-7cc0-92c5-a18c439c6dec1d4b.html> (дата звернення: 18.02.2025).

14. Massi M., Vecco M., Yi Lin. (2020). Digital Transformation in the Cultural and Creative Industries: Produc-

tion. Consumption and Entrepreneurship in the Digital and Sharing Economy. Taylor&Francis Ltd. 276 p. [in English].

15. Pletsan K., Kozlovskiy Y., Tkachenko T., Dmitrenko G., Verezhomskaya I., Irtysheva I. Creative industries in the socio-cultural space. *Journal of Interdisciplinary Research*. 2021. Vol. 29. P. 124–128. URL: http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/110222/papers/A_22.pdf [in English]

16. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: від концепцій до інструментів. *Феномен культури постглобалізму* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Маріуполь, 26.11.2021 р.). МДУ, Маріуполь, 2021. С. 5–9.

17. Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. Дослідження за підтримки Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність». 2017. С. 52. URL: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf (дата звернення: 17.02.2025).

18. Маруховська-Картунова О. О. Розвиток сфери культурних та креативних індустрій в Україні в контексті євроінтеграційних процесів. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2022. С. 28–38. DOI: <https://doi.org/10.32782/uad.2022.spec.4>

19. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. Житомир: Державний ун-т «Житомирська політехніка», 2020. 218 с.

REFERENCES:

1. Ofitsiyni sait Ukrainskoho kulturnoho fondu [Official website of the Ukrainian Cultural Foundation]. Available at: <https://ucf.in.ua/>

2. Ofitsiyni sait Volynskoho kraieznavchoho muzeiu [Official website of the Volyn Museum of Local Lore]. Available at: <https://volynmuseum.com/>

3. Ofitsiyni sait Kolodiazhnenskoho literaturno-memorialnogo muzeiu Lesi Ukrainky [Official website of the Kolodyazhnensky Literary and Memorial Museum of Lesia Ukrainka]. Available at: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057860701270>

4. Pro investytsiini prohramy i proekty rehionalnogo rozvytku, shcho mozhut realizovуватися u 2021 rotsi za rakhunok koshtiv derzhavnogo fondu rehionalnogo rozvytku [On investment programs and regional development projects that can be implemented in 2021 at the expense of the State Regional Development Fund]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/297-2021-%D1%80#Text>

5. Ofitsiina storinka teatru Harmyder [Official page of the Garmyder Theater]. Available at: <https://facebook.com/garmyder>

6. Uliubleni stravy Lesi Ukrainky [Lesia Ukrainka's favorite dishes]. Lyzavetyn Borshch. Available at: <https://surl.li/mqnkek>

7. Burak V. H. (2023). Krosssektoralni proieky v antykrizovomu menedzhmenti pidpriemstv hotelno-restorannogo biznesu [Cross-sectoral projects in crisis management of the hospitality industry]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho universytetu*, vol. 48, pp. 5–9.

8. Dashchuk Y., Matviichuk L., Lepky M., Sidoruk S. (2021). Financial support of culture, tourism and creative industries in Ukraine: opportunities and prospects. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, vol. 5(40), pp. 620–630. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v5i40.245257>

9. Zubekhina T., Dyshko O., Matviichuk L., Dashchuk Yu. (2024). Virtualization of museums as an element of the modern education of young tourist specialists. *Sport i Turystyka. Środkowoeuropejskie Czasopismo Naukowe. Central European Journal*, vol. 7(2), pp. 123–137. DOI: <https://doi.org/10.16926/sit.2024.02.06>

10. Hryshchenko, I. M., Kasych, A. O., & Tarasenko, I. O. (Eds.). (2023). *Strategichni oriientyry rozvytku partnerstva derzhavy, biznesu ta nauky v konteksti povoiennoho vidnovlennia Ukrainy* : monohrafiia [Strategic guidelines for the development of partnerships between the state, business, and science in the context of post-war recovery of Ukraine: monograph]. Kyiv: KNUTD, p. 267. Available at: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24821>

11. Stan kultury ta kreatyvnykh industriipid chas viiny – rezultaty doslidzhennia (2022) [The state of culture and creative industries during the war – research results]. UKF. Available at: <https://ucf.in.ua/news/11082022>

12. Khytro O. (2022). Synerhiia publichno-pryvatnogo partnerstva yak zaporuka efektyvnogo funktsionuvannia rekreatsiino-turystychnoi sfery u konteksti staloho rozvytku rehioniv [Synergy of public-private partnership as a guarantee of effective functioning of the recreational and tourism sector in the context of sustainable regional development]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-43>

13. Madarshahi M. (2021). The role of digital economy in advancing creative industries. Creativity 2030 seminar. Available at: <http://city.cri.cn/20210507/633e86e4-7cc0-92c5-a18c439c6dec1d4b.html>

14. Massi M., Vecco M., Yi Lin. (2020). Digital Transformation in the Cultural and Creative Industries: Production. Consumption and Entrepreneurship in the Digital and Sharing Economy. Taylor&Francis Ltd, 276 p. [in English].

15. Pletsan K., Kozlovskiy Y., Tkachenko T., Dmitrenko G., Verezhomskaya I., Irtysheva I. (2021d) Creative industries in the socio-cultural space. *Journal of Interdisciplinary Research*, vol. 29, p. 124–128. Available at: http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/110222/papers/A_22.pdf [in English]

16. Petrova I. V. (2021). Kulturni ta kreatyvni industrii: vid kontseptsii do instrumentiv [Cultural and creative industries: From concepts to tools]. *Fenomen kultury postglobalizmu* : materialy II Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Mariupol, 26.11.2021). MDU, Mariupol, pp. 5–9.

17. Farinya K. (2017). Rozvytok kulturnykh ta kreatyvnykh industrii v Ukraini. [Development of cultural and creative industries in Ukraine]. *Doslidzhennia za pidtrymky Prohramy YeS ta Skhidnogo partnerstva "Kultura i kreatyvni"*, p. 52. Available at: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf (Accessed: 17.02.2025).

18. Marukhovska-Kartunova O. O. (2022). Rozvytok sfery kulturnykh ta kreatyvnykh industrii v Ukraini v konteksti yevrointehratsiinykh protsesiv. [Development of the cultural and creative industries sector in Ukraine in the context of European integration processes]. *Ukrainskyi mystetstvoznavchyi dyskurs*, pp. 28–38. DOI: <https://doi.org/10.32782/uad.2022.spec.4>

19. Svintsitska O. M., Tkachuk V. O. (2020) Kreatyvna ekonomika ta kreatyvni industrii: navch. posibn [Creative economy and creative industries: Textbook]. Zhytomyr: Derzhavnyi un-t "Zhytomyrska politehnika", 218 p.