



РІВНЕНСЬКА МІСЬКА РАДА
(восьмого скликання)
Р І Ш Е Н Н Я

_____ м. Рівне

№ _____

Про затвердження Стратегії розвитку культури
Рівненської міської територіальної громади до 2030-х років

Керуючись частиною 1 статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», з метою забезпечення ефективного розвитку галузі культури в Рівненській територіальній громаді, Рівненська міська рада

ВИРІШИЛА:

1. Затвердити Стратегію розвитку культури Рівненської міської територіальної громади до 2030-х років.

2. Контроль за виконанням цього рішення доручити постійній комісії з питань науки, освіти, культури, туризму, духовного відродження, молоді, спорту, зв'язків з громадськими об'єднаннями, засобами масової інформації, захисту прав людини, законності, правопорядку, розвитку місцевого самоврядування, Регламенту, депутатської діяльності та етики, постійній комісії з питань бюджету, фінансів та управління комунальною власністю і секретарю міської ради Віктору Шакирзяну, а організацію його виконання – заступнику міського голови Євгенію Іванішину та начальнику управління культури і туризму Наталії Лозовській.

Секретар міської ради

Віктор ШАКИРЗЯН

Дата візування

Секретар міської ради

Віктор ШАКИРЗЯН

Готувала:

Начальник управління культури
і туризму

Наталія ЛОЗОВСЬКА

Погоджено:

Заступник міського голови

Євгеній ІВАНШИН

Головний спеціаліст – юрист
відділу юридичного супроводу депутатської
діяльності міської ради

Рекомендації постійних комісій:

Голова постійної комісії з питань
бюджету, фінансів та
управління комунальною власністю

Роман ЯВОРСЬКИЙ

Голова постійної комісії з питань
науки, освіти, культури, туризму,
духовного відродження, молоді,
спорту, зав'язків з громадськими
об'єднаннями, засобами масової
інформації, захисту прав людини,
законності, правопорядку,
розвитку місцевого самоврядування,
Регламенту, депутатської діяльності та етики

Тарас ОБОЇСТА

Оприлюднено на сайті Рівненської міської ради _____ року

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ ТА МІСЦЕВИХ ПОЛІТИК, ПРОГРАМ СФЕРИ КУЛЬТУРИ РІВНЕНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	1
1.1. Огляд окремих документів	
1.1.1. Стратегія розвитку Рівного на період до 2040 року	
1.1.2. Програма розвитку культури в місті Рівному на 2019 – 2023 роки	
1.1.3. Програми соціально-економічного розвитку міста Рівного на 2020— 2022 роки	
1.1.4. Стратегія розвитку Рівненської територіальної громади на період до 2027 року	
1.1.5. Стратегія розвитку Рівненської області на період до 2027 року (проаналізовано у частині розвитку міста Рівного)	
1.1.6. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки	
РОЗДІЛ 2. ПОРІВНЯЛЬНА ДІАГНОСТИКА ТА КАРТОГРАФУВАННЯ КУЛЬТУРНИХ РЕСУРСІВ РІВНЕНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	18
2.1. Словник	
2.2. Методологічний підхід	
2.3. Вихідні дані	
2.4. Карта культурних ресурсів Рівненської міської територіальної громади та околиць	
РОЗДІЛ 3. SWOT-АНАЛІЗ СФЕРИ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ РІВНЕНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	35
РОЗДІЛ 4. ВІЗІЯ ТА СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ СТРАТЕГІЇ КУЛЬТУРИ РІВНЕНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ДО 2030-Х РОКІВ.....	41
4.1. Візія культури Рівного 2030-х років	
4.2. Стратегічні напрямки	
ДОДАТКИ.....	48
ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	60

Стратегія розвитку культури Рівненської міської територіальної громади до 2030-х років

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ ТА МІСЦЕВИХ ПОЛІТИК, ПРОГРАМ СФЕРИ КУЛЬТУРИ РІВНЕНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Резюме

У Рівненській міській територіальній громаді немає єдиної напрацьованої стратегії або комплексної політики підтримки та розвитку культури та креативних індустрій. Загальний стратегічний підхід до розвитку сфери складається з багатьох документів, основним з яких є “Програма розвитку культури в місті Рівному на 2019 – 2023 роки”. Утім, і вона є зосередженою на сфері культури у той час, як креативні індустрії є побіжно згаданими у “Програмі соціально-економічного розвитку міста Рівного на 2020—2022 роки”.

Управління:

- Назагал є розуміння того, що компетенції дієвців культури та креативних індустрій Рівненської міської територіальної громади потребують покращення, зокрема компетентності культурного менеджменту. Щоправда, потреба у покращенні знань менеджерів в управлінні організаціями та інституціями (організаційний менеджмент) поки проігнорована.
- Наявні стратегічні підходи недостатньо уваги приділяють потребі у налагодженні зв'язків між представниками комунальної та незалежної культури, також креативних бізнесів, розвитку міжсекторності та міждисциплінарності.
- Чинні політики та програми не передбачають системного застосування інструментів розвитку компетентностей управління серед представників культури та креативних індустрій Рівненської міської територіальної громади, до прикладу, періодичні тренінги, стипендії та ваучери на навчання, компенсації вартості навчання тощо.



- Політики та стратегічні підходи до розвитку сфери культури та креативних індустрій на місцевому та регіональному рівні не повністю узгоджуються з Державною стратегією регіонального розвитку, особливо що стосується розвитку людського капіталу.

Фінансування

- Чинні програми визначають, що брак матеріальних ресурсів є однією з основних перепон для розвитку культури та креативних індустрій Рівненської міської територіальної громади. На місцевому рівні ця проблема частково вирішується шляхом надання матеріальних ресурсів (наприклад, приміщень у безоплатне користування) чи прямого фінансування на покращення інфраструктури та придбання необхідних інструментів, матеріалів тощо.
- Наявні документи не передбачають використання інструментів системного залучення позабюджетних коштів та матеріальних ресурсів (шляхом меценатства, спонсорства, кредитування, залучення інвестицій, у тому числі імпаکت-інвестування та краудфандингу), хоча розробники політик визнають, що така потреба існує.
- Бізнеси креативних індустрій великою мірою є поза фокусом розробників політик, що значно обмежує їх у розвитку попри те, що ці індустрії мають велику додану вартість як окремі суб'єкти економічної діяльності, так і завдяки якісному підсиленню інших сфер, зокрема завдяки ефекту переливів (spillovers).
- З'являються перші ініціативи для підтримки незалежної культури (приватного та громадського сектора) у формі надання доступу до інфраструктури та прямого фінансування у формі грантів (бюджетна програма “Рівненський культурний фонд”), а також фінансування ініціатив через громадський бюджет.

Людський капітал

- Розвиток людського капіталу культури та креативних індустрій Рівненської міської територіальної громади великою мірою залишається поза фокусом розробників політик та тих, хто приймає рішення. Це гальмує розвиток сфери та спричиняє відтік кадрів, молоді зокрема, через брак можливостей для розвитку.
- Наявні ініціативи у сфері розвитку людського капіталу здебільшого зосереджені на дошкільній, шкільній та позашкільній освіті у той час, як формальна, неформальна та інформальна освіта та спеціалізовані тренінги дорослих, зокрема представників культури та креативних



індустрій, є поза увагою розробників політик.

- Є розуміння потреби у посиленні компетентностей культурного менеджменту серед професійного середовища Рівненської міської територіальної громади, втім наявні документи не передбачають чітких механізмів та інструментів покращення.

Інфраструктура

- Наявні стратегічні підходи фокусуються на інфраструктурі (здебільшого комунальній) та окремих подієвих форматах у конкретних місцях, розрахованих на залучення широких аудиторій. Це дійсно дозволяє залучити велику кількість споживачів культурних продуктів та послуг, втім, немає критеріїв їхньої якості цих продуктів та послуг.
- На національному рівні є розуміння потреби розвитку інноваційний фізичних майданчиків для взаємодії, утім цей підхід поки мало прослідковується як політика місцевої влади. Натомість, знакові для Рівного інфраструктурні об'єкти (наприклад, Оствиця та платформа взаємодій “Простір”) є частиною політики СВБ місцевого бізнесу.

Культурна спадщина

- Культуру Рівненської міської територіальної громади часто розглядають у тісному симбіозі із сферою туризму, проте культурні активи є недодосліджуваними та недокомунікованими, а тому їхній потенціал для побудови туристичного бренду Рівненської міської територіальної громади є недовикористаним.
- Наявні стратегічні документи розглядають культурну спадщину Рівненської міської територіальної громади як актив, зокрема такий, що здатен підсилити сферу туризму, а тому стимулювати надходження до місцевого бюджету. Утім, такий підхід інструменталізує культурну спадщину — без належного її дослідження та проговорення її мультикультурного характеру існує ризик вульгаризації культурної спадщини задля більш туристичних надходжень.

Назагал, сфера культури та креативних індустрій не розглядається як окремий напрямок розвитку, її межі у стратегії розмиті, а операційні цілі, завдання та показники ефективності є частково заміщеними з інших сфер, наприклад, спорту чи індустрії гостинності. З огляду на те, що сфера культури та креативних індустрій Рівненської міської територіальної громади сама потребує підсилення, такий підхід є радше шкодить їй.

1.1. Огляд окремих документів

1.1.1. Стратегія розвитку Рівного на період до 2040 року

Стратегія розвитку Рівного на період до 2040 року, прийнята у 2020 році, застановляє креативність як одну із основних цінностей, на які вона спирається:

“Міське середовище стимулюватиме підвищення творчого потенціалу громади, посилюватиме привабливість міста для носіїв нових ідей, досвіду та знань. Створення умов для творчого обміну і є основною метою формування креативного міста”

Утім, далі ця цінність недостатньо репрезентується у стратегічних цілях та завданнях. Стратегія розглядає сферу культури як один із напрямків розвитку, проте не як достатньо самостійну сферу, а як частину інших, наприклад, спорту та туризму, зокрема медичного, індустрії гостинності, рекреації.

Такий підхід до політик, коли сфера культури та креативних індустрій не є окремою сферою політики, а є частиною індустріальних політик, є виправданим, доцільним та навіть корисним за умови, що рівень розвитку цієї сфери є достатньо потужним, аби вона могла посилювати інші. Поки ж сфера культури та креативних індустрій Рівного сама потребує підсилення, а тому й вироблення на цьому етапі розвитку окремої візії, стратегії та політик розвитку.

В аналітичній частині стратегії культура та креативні індустрії Рівного розглядаються здебільшого з точки зору наявної комунальної інфраструктури та окремих подієвих форматів.

У той же час аналітична частина Стратегія Рівного 2040 дуже побіжно аналізує культуру та креативні індустрії міста з точки зору громадського та приватного сектора. Як наслідок, складається враження, що культура та креативні індустрії Рівного представлені винятково державними та комунальними установами та окремими подієвими форматами.

У структурі загальної стратегії, сфера культури та креативних індустрій Рівного адресована у Стратегічні цілі № 2 “Місто як культурний та спортивний центр”, зокрема Операційна ціль 2.1. “Розвиток туристичних



можливостей міста” та такі завдання:

- Підтримка розвитку наявних та створення нових туристичних продуктів
- Популяризація рекреаційних та туристичних можливостей міста
- Забезпечення змістовного дозвілля та активного культурно-мистецького життя

З такими індикаторами успіху:

- Кількість проведення культурних заходів
- Кількість ініціатив, реалізованих громадськими організаціями
- Обсяг залучення культурними інституціями грантових та спонсорських коштів
- Обсяг інвестицій в галузь культури (без конкретизації, що мається на увазі під “інвестиціями” — ред.)
- Обсяг інвестицій у захист культурної спадщини

Стратегія 2040 наголошує на необхідності “з одного боку створення необхідної інфраструктури для творчої самореалізації креативного класу, а з іншого — трансформації зовнішнього вигляду міського простору, його насичення креативним елементами”.

Відповідно до Стратегії, це передбачає:

- Сприяння розвитку мережі культурних закладів, у тому числі інноваційного характеру (міні-театрів, творчих майстерень, міні-музеїв тощо), використовуючи вільні нежитлові приміщення, що перебувають у комунальній власності, для надання в оренду ініціаторам різного роду творчих активностей
- У просторових планах міста мають бути враховані можливості для створення нових знакових культурних та спортивних об’єктів. Місто також здійснюватиме пошук інвестиційних ресурсів для реконструкції наявних та створення нових знакових об’єктів культурної та спортивної інфраструктури.
- Рівненська міська влада спільно з приватним бізнесом дбатиме про розвиток сервісної інфраструктури (мережа кафе, ресторанів, готелів), формування кластеру туристичних послуг та забезпечення належної якості сервісів. Місто також має сприяти розширенню



інфраструктури для проведення конференцій. Все це сприятиме також підвищенню туристичної привабливості міста, збільшення надходжень від туризму та міжнародному обміну знаннями та досвідом.

- *Місто продовжить стимулювати насичення громадського простору креативними елементами (стріт-арт, інтерактивні скульптурні композиції, творчі рішення у сфері озеленення, створення міських “меблів”, малих архітектурних форм тощо). Місто повинно сформувати мережу атрактивних місць з урахуванням історичного потенціалу та використанням нових технологій індустрії вражень.*

Відповідно до описаних завдань Стратегія 2040 визначає такі індикатори успіху:

- *Кількість закладів у мережі культурної інфраструктури*
- *Кількість об'єктів спортивної інфраструктури*
- *Впроваджені стандарти якості сервісів*
- *Кількість закладів у мережі громадського харчування*
- *Кількість номерів готельного фонду за категоріями якості*
- *Кількість проведених міжнародних семінарів та конференцій*
- *Загальна кількість туристів, які відвідали Рівне*

Стратегія Рівного 2040 розглядає культуру та креативні індустрії здебільшого інструментально як декоративний елемент та не пропонує розвиток сфери на сенсовому рівні. Індикатори успіху реалізації стратегічних завдань, дотичних до сфери культури та креативних індустрій, є переважно кількісними та не завжди релевантними до стратегічних завдань, у той час як якісні критерії практично відсутні.

Назагал, сфера культури та креативних індустрій не розглядається як окремий напрямок розвитку, її межі у стратегії розмиті, а операційні цілі, завдання та показники ефективності є частково заміщеними з інших сфер, наприклад, спорту чи індустрії гостинності. З огляду на те, що сфера культури та креативних індустрій Рівного сама потребує підсилення, такий підхід є радше шкодить їй.

Стратегія також має дуже обмежений спектр розвиткових інструментів для сфери культури та креативних індустрій. Здебільшого мова йде про відновлення/створення інфраструктури, надання комунальних приміщень у користування та підтримку окремих подієвих форматів та ініціатив. Стратегія наголошує на необхідності створення “креативного міського середовища”,

проте не передбачає активне залучення рівнян до творення культури, розвиток дієвців культури та креативних індустрій та створення та/або підсилення середовищ — незрозуміло, яким чином мають виникати інноваційні форми культурного самовираження, нові продукти культури та креативних індустрій, як має зростати обсяг залучених коштів без інвестицій у людський капітал.

Стратегія також передбачає розвиток туризму, зокрема що стосується культурної спадщини. Так само є розуміння потреби інвестування ресурсів у збереження та промоцію культурної спадщини, втім, поки на стратегічному рівні не передбачене ґрунтовне дослідження мультикультурної спадщини Рівного, публічної дискусії та обговорення конфліктної спадщини та вироблення підходів щодо роботи з такою спадщиною. Без цього неможливе створення туристичних продуктів, які б вирізняли Рівне від схожих українських міст та своєю унікальністю привертала увагу туристів до міста. З іншого боку, стратегія також не розглядає потенціал міста до творення сучасного мистецтва попри те, що місто має активних дієвців у цій сфері.

Як наслідок, Стратегія Рівного 2040 не представляє цілісного та сенсового підходу до розвитку культури та креативних індустрій Рівного.

1.1.2. Програма розвитку культури в місті Рівному на 2019 – 2023 роки.

Програма розвитку культури в місті Рівному на 2019 – 2023 роки є основним секторальним документом розвитку культури та креативних індустрій Рівного, проте вона є сфокусованою здебільшого на розвитку інфраструктури культури, а не культури та креативних індустрій цілісно. Крім неї, є ще ряд інших програм, проте вони є розроблені для конкретних об'єктів, як-от підтримка розвитку Міського об'єднання парків культури та відпочинку чи передача майна на баланс конкретних комунальних закладів культури.

Основні проблеми (policy issues), на які націлена програма:

- Світоглядні — консервативне, застаріле розуміння культури.
- Інфраструктурні — домінування традиційних бюджетних закладів культури, недостатньо розвинуті недержавний сектор та індустрія культури.
- Проблема людського капіталу — брак компетентностей серед представників сфери.
- Матеріальне забезпечення — брак або застарілість матеріальних ресурсів.



- Пасивність — очікування від представників сфери вказівок щодо їхньої роботи, брак проактивності.
- Брак промоції бренду міста.
- Брак фінансових ресурсів.

У той же час заходи, прописані у програмі, спрямовані на вирішення лише деяких з цих проблем. Частина з них залишилася поза фокусом програми. До прикладу, програма приділяє багато уваги розвитку бібліотек у той час, як інші форми освіти, що має критичну роль для доданої вартості культури та креативних індустрій, залишилася поза фокусом уваги.

Зокрема, програма приділяє велику увагу покращенню стану інфраструктури комунальних закладів культури та їхнього матеріального забезпечення (наприклад, сценічні костюми, музичні інструменти тощо), адже вони, як правило, цього дійсно потребують і надають доступ до культурних послуг великій кількості місцевих мешканців завдяки доступній вартості чи взагалі безкоштовно.

З 2020 року Рівненська міська рада почала використовувати інструмент грантів — була відпілотована програма “Рівненський культурний фонд” (за аналогією до конкурсів Українського культурного фонду та розвитку подібних локальних ініціатив в інших містах).

Назагал програма є інфраструктурно центрованою, що, певною мірою, є виправданим кроком з огляду на потребу в оновленні та розвитку матеріально-технічної бази культури Рівного. З іншого боку, програма приділяє мало уваги (як наслідок і ресурсів) розвитку людського потенціалу, інтелектуального капіталу та посиленню позитивного економічного впливу культури та креативних індустрій (власне виробництво продуктів та послуг, збереження та створення нових робочих місць, інноваційний вплив на інші галузі). Використання коштів на розробку якісних цілісних концепцій реконструкцій та виготовлення проектно-кошторисної документації у поєднанні з навчанням операторів культури (зокрема управлінців комунальних об’єктів) залученню фінансування могло би бути ефективнішим використанням коштів програми.

Така відсутність системного підходу спричиняє дисбаланс доступу до ресурсів, де незалежна культура та бізнеси креативних індустрій є значно обмеженими у можливостях для розвитку. З позитивного, це частково компенсується індивідуальними ініціативами представників влади, бізнесу, комунальної сфери, громадських та комерційних організацій. Втім, без



напрацювання цілісної стратегії розвитку культури Рівного та відповідних політик ці ініціативи ризикують залишитися спорадичними та малоефективними.

Крім цього, програма недостатньо уваги приділяє зв'язкам культури та креативних індустрій з іншими сферами. Як наслідок, потенціал цих сфер є недовикористаним, до прикладу, недостатньо досліджена, комунікаційна та промотована мультикультурна історія Рівного (а тому й пам'ятки матеріальної та нематеріальної спадщини) не дозволяють створювати туристичні продукти на своїй основі. Це не лише спричиняє необізнаність про культурний капітал Рівного, але й не дозволяє розвивати туризм на основі спадщини як індустрію.

Програмі також бракує міжсекторного та міждисциплінарного підходу. Сфера культури розглядається ізольовано, без бачення того, як вона може посилювати інші сфери, до прикладу, через програми соціальної відповідальності бізнесу, ваучерні програми на професійні послуги бізнесів креативних індустрій чи промоцію певних локацій.

Утім, чи не найбільшою проблемою Програми є її зацикленість на традиційних формах культурних практик (наприклад, сценічного фольклору), у той час, коли більш інноваційні форми культурного самовираження та сфера креативних індустрій, залишилися без належної підтримки.

Програма як основний документ на місцевому рівні, що визначає політику у сфері культури, застосовує обмежений набір інструментів політики — фокусується здебільшого на прямій матеріальній підтримці комунальних закладів культури.

1.1.3. Програми соціально-економічного розвитку міста Рівного на 2020—2022 роки Програма соціально-економічного розвитку міста Рівного на 2020—2022 роки виділяє такі проблеми сфери культури та креативних індустрій Рівного:

- *недостатні промоція та просування культурного потенціалу міста в Україні та за кордоном;*
- *недостатньо розвинуті недержавний сектор та культурні індустрії;*
- *невідповідність наявних людських та матеріальних ресурсів і обладнання сучасним вимогам;*
- *недостатні видатки на утримання та розвиток закладів культури.*

Програма передбачає такі шляхи розв'язання зазначених проблем:



- впровадження нових моделей функціонування культурних інституцій відповідно до потреб громади, забезпечення їх модернізації, осучаснення, в тому числі створення музею міста Рівного;
- проведення свят мікрорайонів, вулиць, інших творчих заходів;
- модернізація читачьких залів бібліотек-філій централізованої бібліотечної системи, а також бібліотеки мікрорайону Ювілейний із перетворенням їх на громадські простори;
- сприяння реалізації заходів Всеукраїнських та міжнародних програм і проєктів, у тому числі Українського культурного фонду;
- покращення менеджменту культури;
- підвищення ефективності використання наявного культурного потенціалу;
- забезпечення розвитку мистецької освіти шляхом затвердження нової редакції статутів відповідно до Положення про мистецьку школу, а також реалізації заходів із впровадження Закону України “Про освіту” (щодо реформи організації навчання в мистецьких школах);
- реалізація заходів у сфері охорони культурної спадщини, в тому числі проведення заходів з музеєфікації цегляних кладок на місці виявлених решток Рівненського замку;
- здійснення моніторингу об’єктів (пам’яток) культурної спадщини, їх інвентаризація, паспортизація та утримання.

Щодо забезпечення виконання своїх завдань, у частині культури та креативних індустрій Програма соціально-економічного розвитку спирається в основному на “Програму розвитку культури в місті Рівному на 2019–2023 роки”, яка є інфраструктурно центрованою, та на ряд інших другорядних документів. Як наслідок, не зважаючи на виокремлення актуальних проблем (policy issues) розвитку культури та креативних індустрій Рівного, ефективно розв’язання цих проблем неможливе через брак релевантних політик та застосування необхідних інструментів політик на місцевому рівні.

З позитивного, програма передбачає “розвиток та підтримку інноваційних ідей та стартапів”, що може передбачати підтримку для організацій креативних індустрій. Утім програма не деталізує, за якими саме механізмами та інструментами це має відбуватися, а відповідного пункту у “Програмі розвитку культури в місті Рівному на 2019–2023 роки” немає.

1.1.4. Стратегія розвитку Рівненської територіальної громади на період до 2027 року

Сфера культури безпосередньо висвітлена у Стратегічній Цілі 2. “Громада, яка турбується про мешканців та гостей”, операційній цілі “2.2. Розвиток рекреаційних та туристичних можливостей громади”, “2.2.2.

Забезпечення змістовного дозвілля та активне культурно-мистецьке життя”. Стратегія розглядає сферу культури з точки зору соціального блага, яке має бути доступне всім рівням і максимально враховувати інтереси та вподобання широких груп. Утім, рівнян у цій стратегії є радше пасивним споживачем культурних продуктів та послуг, а не співтворцем чи навіть творцем.

Опосередковано питання розвитку культури та креативних індустрій Стратегія розвитку Рівненської територіальної громади на період до 2027 року висвітлює у Стратегічній цілі 1 “Громада, зручна для бізнесу”, а саме в операційній цілі “1.1. Розвиток малого бізнесу та самозайнятості населення”. Завдання 1.1.1 ”Полегшення доступу до фінансових ресурсів для малого та мікробізнесу” передбачає сприяння розвитку малого та мікробізнесу, а бізнеси креативних індустрій переважно належать до цієї категорії. Крім цього, підтримку розвитку креативних індустрій можна прослідкувати у Завданні 1.1.3. “Розвиток публічних просторів для громадської та ділової активності”, де йде мова про створення ділової інфраструктури, зокрема коворкінгів для представників цифрової сфери, а креативні індустрії складають велику частку цієї сфери.

На жаль, документ на стадії оновлення та підготовлена стратегія не містить чітких показників ефективності та очікуваних результатів для перелічених цілей.

1.1.5. Стратегія розвитку Рівненської області на період до 2027 року (проаналізовано у частині розвитку міста Рівного)

Проведений у рамках розробки Стратегія розвитку Рівненської області на період до 2027 року аналіз вказує на те, що стан сфери культури в області “відповідає діючим у державі мінімальним соціальним нормативам забезпечення населення закладами культури”. Сама ж стратегія фокусується на розвитку культури в області, поза межами міста Рівного, і приділяє увагу переважно відновленню та збереженню пам’яток матеріальної культурної спадщини (Стратегічна ціль 2. “Збалансований розвиток територій області”, Операційна ціль 2.2. “Стимулювання економічної активності в громадах”, Завдання 2.2.4. Розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури; підтримка галузі культури та збереження пам’яток культурної спадщини”). З позитивних сторін, Стратегія розвитку Рівненської області на період до 2027 року порівняно більше уваги приділяє розвитку креативних індустрій у регіоні.

При розробці Стратегії розвитку Рівненської області на період до 2027 року застосовували підхід SMART-спеціалізації та виокремили такі пріоритетні сфери:



<ul style="list-style-type: none"> ● Виробничий, ресурсний та трудовий потенціал ● Науковий та інноваційний потенціал ● Спроможність конкурувати на зовнішніх ринках 	<p>⇒</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Деревообробна та меблева промисловість ● Виробництво продуктів харчування та поглиблена переробка сільськогосподарської продукції ● Органічне сільське господарство, ягідництво та садівництво ● Логістика ● IT-сектор
---	---

Відповідно до такої спеціалізації Стратегія розвитку Рівненської області серед іншого визначає пріоритетним напрямком для підтримки IT-сектор, який, згідно з розпорядженням Кабінету міністрів України № 265-р від 24 квітня 2019 р., є одним із видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій.

Крім цього, Стратегія розвитку Рівненської області передбачає підтримку розвитку креативних індустрій, щоправда, не як самостійної сфери, а як джерело знань та інновацій, які б мали стимулювати якісний та кількісний розвиток пріоритетних у регіоні галузей виробництва та сільського господарства.

<p><i>Стратегічна ціль 1. Розвиток конкурентної економіки</i></p> <p>⇓</p>
<p><i>Операційна ціль 1.1. Підтримка високотехнологічних виробництв та наукових досліджень</i></p> <p>⇓</p>
<p><i>Завдання 1.1.3. Підтримка впровадження технологічних, організаційних, комерційних інновацій, сприяння розвитку галузі креативних індустрій. ⇓</i></p>

**Можливі сфери реалізації проєктів:**

- активізація співпраці освітньо-наукових установ, бізнесу та органів влади у сфері розроблення і реалізації інноваційних проєктів;
- створення інноваційних наукових лабораторій;
- створення бази даних регіональних дослідницьких та інноваційних проєктів та заходів;
- сприяння освоєнню виробництва інноваційних продуктів; організація конкурсів на кращу інноваційну розробку серед науковців;
- розвиток інноваційних форм підприємництва;
- створення фінансових можливостей для самореалізації економічно активної частини населення та розвитку креативної економіки; ● створення умов для розвитку креативних індустрій, ремесел, творчої активності.
-

Недоліком цієї операційної цілі є відсутність конкретики щодо якісних та кількісних результатів та індикаторів успіху. Стратегія не ставить чітких показників ефективності щодо залучення та використання інструментів креативних індустрій для посилення інших сфер:

Очікувані результати:

- залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій у економіку області;
- збільшення обсягів інвестицій, залучених підприємствами області для реалізації інноваційних проєктів;
- збільшення обсягів інноваційної продукції промислових підприємств; розвиток та підвищення ефективності інноваційної інфраструктури області;
- збільшення кількості підприємств високотехнологічних галузей промисловості; створення нових робочих місць;
- збільшення частки експортної високотехнологічної продукції;
- збільшення надходжень до місцевих бюджетів від діяльності підприємств, які функціонують у високотехнологічних галузях промисловості;
- створення ефективних форм взаємодії науково-дослідного та виробничого секторів;
- підтримка розвитку креативних (творчих) індустрій.

Індикатори:

- *обсяг залучених інвестицій;*
- *кількість модернізованих виробництв та новостворених підприємств;*
- *кількість промислових підприємств, що впроваджують інновації;*
- *кількість нових суб'єктів господарювання у високотехнологічних секторах економіки;*
- *кількість впроваджених інноваційних технологічних процесів у промисловості;*
- *відсоток обсягу інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції;*
- *кількість організацій, які виконують наукові і науково-технічні роботи;*
- *частка науковців, зайнятих дослідницькою діяльністю;*
- *динаміка та структура зовнішньоторговельного балансу області;*
- *кількість суб'єктів господарювання, які працюють у сфері креативних індустрій, ремесел, творчої активності.*

Розвиток креативних індустрій також частково підпадає під пріоритети Операційної цілі 1.2. “Створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього бізнесу”, оскільки бізнеси креативних індустрій є переважно мікро та малими бізнесами. Стратегія серед іншого передбачає інформаційну, консалтингову та фінансову підтримку (наприклад, у формі часткового відшкодування з обласного бюджету відсоткових ставок за кредитами (позиками) банків). Щоправда, із документа незрозуміло, наскільки такі ініціативи відповідають специфіці саме креативних індустрій, які, як правило, створюють нематеріальні активи (наприклад, авторські права), а тому не мають власних матеріальних ресурсів, які бути б прийнятні для банківських установ у якості застави для кредиту.

Звіт про результати моніторингу реалізації Стратегії розвитку Рівненської області за перші 3 квартали 2021 року показує, що єдиним цільовим заходом підтримки розвитку культури та креативних індустрій у Рівному було надання послуг з підготовки та проведення Форуму креативних індустрій.

Отож, Стратегія розвитку Рівненської області на період до 2027 року (у частині розвитку міста Рівного) фокусується на розвитку бізнесів креативних індустрій, щоправда, розглядає їх не суб'єктно, а інструментально, оскільки вони здатні підвищувати додану вартість товарів та послуг більш традиційних



галузей економіки. Крім цього, стратегія вкрай мало уваги приділяє цільовим заходам для підвищення якості людського капіталу (який є ключовим для розвитку креативних індустрій), хоч це є одним із пріоритетів Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки, у відповідність до якої обласні державні адміністрації мали б привести свої регіональні стратегії розвитку.

1.1.6. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки

Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки зазначає, що згідно з результатами розрахунку індексу регіонального людського розвитку, за 2018 рік рівень людського розвитку у Рівненській області є нижчим за середній показник в Україні, а тому *“рівень людського розвитку у зазначених регіонах потребує особливої уваги з боку центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування”*. Утім, регіональні та місцеві політики та стратегічні підходи цього не враховують належним чином.

Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки



Джерело: Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки: стратегічні цілі і способи їх досягнення

Загальний підхід до розвитку сфери культури та креативних індустрій у Державній стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки описаний у



різних стратегічних та операційних цілях. Загалом стратегія характеризується великою увагою до розвитку культурної спадщини як економічного активу, рівного та якісного доступу до культурних товарів та послуг, а також розвитку креативних індустрій як інтелектуально ємких видів економічної діяльності з високою доданою вартістю.

У межах Стратегічної цілі I, в операційній цілі 4 “Розвиток інфраструктури та цифрова трансформація регіонів” виділяють окреме завдання за напрямом *“Розвиток соціальної інфраструктури” №4.*

Сприяння створенню функціонально та організаційно нових моделей закладів культури (центрів культурних послуг, центрів творчості, креативних хабів) для забезпечення діяльності митців, театральних-видовищних закладів культури, незалежних театрів, музичних та художніх колективів, ансамблів.

У межах Стратегічної цілі II “Підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів”, в операційній цілі “Розвиток людського потенціалу” виділяють окремий напрямок *“Розвиток креативних індустрій”* із такими завданнями:

1. Запровадження новітніх освітніх підходів та форматів з посиленою прикладною орієнтацією, міждисциплінарним підходом, що пов’язані з інтелектуально місткими, виробничими та інноваційними видами підприємництва.

2. Забезпечення стимулювання та підтримки підприємництва, зокрема молодіжного, у креативних індустріях шляхом підвищення рівня компетентностей, полегшення доступу до фінансування та розширення систем наставництва.

3. Поширення практики утворення центрів розвитку креативної економіки в містах різного масштабу та з різними соціально-економічними умовами, зокрема на засадах державно-приватного партнерства.

4. Сприяння залученню донорів та міжнародних організацій до підтримки проєктів розвитку людського капіталу та креативної економіки.

5. Забезпечення державної підтримки пілотних проєктів розвитку креативної економіки та сприяння переходу від сировинно-експортної до виробничо-інноваційної економіки.

6. Сприяння створенню нових та посиленню спроможності діючих осередків розвитку креативної економіки (центрів, хабів, платформ, агенцій, мереж



тощо) на місцевому та регіональному рівні із збереженням рівних та прозорих умов функціонування для осередків усіх форм власності.

7. Створення умов для посилення залученості креативних індустрій до підвищення доданої вартості продукції інших галузей та секторів економіки шляхом створення нових продуктів, інтелектуальної власності та підсилення інноваційних процесів.

8. Сприяння посиленню спроможності закладів культури до міжсекторної взаємодії, зокрема з операторами креативних індустрій, створення нових культурних продуктів та диверсифікації доходів.

9. Забезпечення стимулювання попиту та сприяння розвитку місцевих ринків для креативних індустрій через маркетингові та просвітницькі кампанії, публічні закупівлі та ініціативи об'єднань підприємців та міжсекторних платформ.

У межах Операційної ціль 6 “Ефективне використання економічного потенціалу культурної спадщини для сталого розвитку громад” передбачається два основні напрямки роботи - “Створення умов для ефективного використання економічного потенціалу культурної спадщини” та “Збереження культурної спадщини та захист традиційного характеру середовища”

Назагал Державна стратегія регіонального розвитку доволі комплексно підходить до розвитку сфери культури та креативних індустрій. Утім, поки її цілі та завдання не співвідносяться з тим, що пропонують розробники політик на регіональному та місцевому рівні.

Рекомендації

- Напрацювання комплексної візії та стратегії розвитку культури та креативних індустрій Рівненської міської територіальної громади як окремої сфери, але з урахуванням потреби у міжсекторній взаємодії, наприклад, культура-туризм, культура-гостинність, культура-крафтове виробництво, креативні індустрії-культура.
- Передбачення у комплексній стратегії потреби у підтримці появи інноваційних, міжсекторних, мультидисциплінарних, міждисциплінарних проєктів та ініціатив, зокрема туристичних продуктів на основі культурної спадщини та екокультурних проєктів.



- Посилення уваги до недержавного сектора культури та креативних індустрій, зокрема у частині розвитку малого та середнього підприємництва, розвитку людського капіталу, встановлення міжсекторних зв'язків.
- Напрацювання місцевої політики роботи з мультикультурною матеріальною і нематеріальною культурною спадщиною.
- Сприяння появі ініціатив для підтримки культури приватним сектором, зокрема завдяки програма соціальної відповідальності бізнесів, кращій комунікації спонсорства тощо.
- Більший фокус на просвітницьких проектах та розвитку людського капіталу, зокрема дієвців культури та креативних індустрій Рівненської міської територіальної громади.
- Розширення інструментів політики, які використовуються до розвитку сфери культури та креативних індустрій, зокрема аналітика та відкриті дані, комунікаційні кампанії, навчання професіоналів, конкурси для отримання підтримки, підвищення кваліфікації та підтримка професійних мереж та майданчиків.

РОЗДІЛ 2. ПОРІВНЯЛЬНА ДІАГНОСТИКА ТА КАРТОГРАФУВАННЯ КУЛЬТУРНИХ РЕСУРСІВ РІВНЕНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

2.1. Словник

Валовий регіональний продукт у ринкових цінах визначається як сума валової доданої вартості усіх видів економічної діяльності, включаючи чисті податки на продукти.

Валова додана вартість розраховується як різниця між випуском та проміжним споживанням кожного виду економічної діяльності, зменшена на величину оплати послуг фінансових посередників. Вона містить у собі первинні доходи, що створюються учасниками виробництва.

Домогосподарство – сукупність осіб, які спільно проживають в одному житловому приміщенні або його частині, забезпечують себе всім необхідним для життя, ведуть спільне господарство, повністю або частково об'єднують свої кошти та витрачають їх. Ці особи можуть перебувати в родинних стосунках або стосунках свояцтва, не перебувати в будь-яких з цих стосунків



або бути і в тих, і в інших стосунках. Домогосподарство може складатися з однієї особи.

Креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження (відповідно до ЗУ «Про культуру»).

Культурна послуга – дії фізичних та/або юридичних осіб, які провадять культурну діяльність, спрямовані на задоволення культурних, інтелектуальних потреб людини, забезпечення творчого, духовного розвитку особистості, що мають визначену вартість та споживаються в процесі надання (виконання) цих дій (відповідно до ЗУ «Про культуру»).

Культурний (креативний) продукт – товари та послуги, що створені/надані за результатами культурного (мистецького) та/або креативного вираження і мають високу додану вартість (відповідно до ЗУ «Про культуру»).

Нематеріальна культурна спадщина – звичаї, форми показу та вираження, знання, навички, що передаються від покоління до покоління, постійно відтворюються спільнотами та групами під впливом їхнього досвіду, оточення, взаємодії з природою, історії та формують у них почуття самобутності та наступності, сприяючи таким чином повазі до культурного розмаїття і творчості людини (відповідно до ЗУ «Про культуру»).

Штатний працівник – найманий працівник, який уклав письмово трудовий договір (контракт) і виконував постійну, тимчасову або сезонну роботу один день і більше.

2.2. Методологічний підхід

Методологічний підхід базується на адаптованій методології, розробленій для ініціативи «Креативні міста та регіони», – «Making the Most of Cultural and Creative Resources. The Mapping and Strategy Building Handbook for Creative Towns and Regions» (Лія Гіларді).

Збір інформації проводився протягом грудня 2021 – лютого 2022 року; матеріал був доповнений у червні 2022 року.

Джерела інформації:

- статистичні дані Державної служби статистики України, Управління культури та туризму Рівненської міської ради та Українського культурного фонду;



- наявні наукові та інші аналітичні дослідження;
- індивідуальні інтерв'ю з дієвцями сфери культури та креативних індустрій Рівного та дотичних до неї;
- зустрічі із заінтересованими сторонами сфери культури та креативних індустрій;
- спостереження за методом «таємного покупця».

2.3. Вихідні дані

Основні економічні показники

Споживання

Відповідно до даних Державної служби статистики України (ДССУ), сукупні витрати у Рівненській області на культуру та відпочинок у середньому становлять 44,75 грн на місяць на одне домогосподарство, що становить 0,6% у структурі загальних витрат. У той же час витрати, до прикладу, на зв'язок становлять 288,35 грн та 3,8% у структурі відповідно (Додаток 1).

Для порівняння – у Волинській області сукупні витрати одного домогосподарства на культуру та відпочинок встановить 72,93 грн, а в Івано-Франківській – 186,97 грн, відповідно до даних ДССУ.

У міській місцевості (місто Рівне як обласний центр та інші міста області), з огляду на вищу доступність культурних товарів та послуг, у середньому за місяць одне домогосподарство витрачає на культуру та відпочинок 83,33 грн, що становить 1% у загальній структурі сукупних витрат.

Що цікаво, наявність дітей у сім'ї стимулює витрати на відпочинок та культуру. За даними Державної служби статистики України, сукупні витрати домогосподарств без дітей на культуру та відпочинок становлять 21,73 грн на місяць (Додаток 2), у той час як домогосподарств з дітьми – 69,57 грн на місяць. Що більше дітей у сім'ї, то й більші витрати на культуру та відпочинок: домогосподарства з однією дитиною витрачають на культуру та відпочинок 53,02 грн на місяць, з двома дітьми – 69,75 грн на місяць, а з трьома та більше дітьми – 215,85 грн на місяць (Додаток 3).

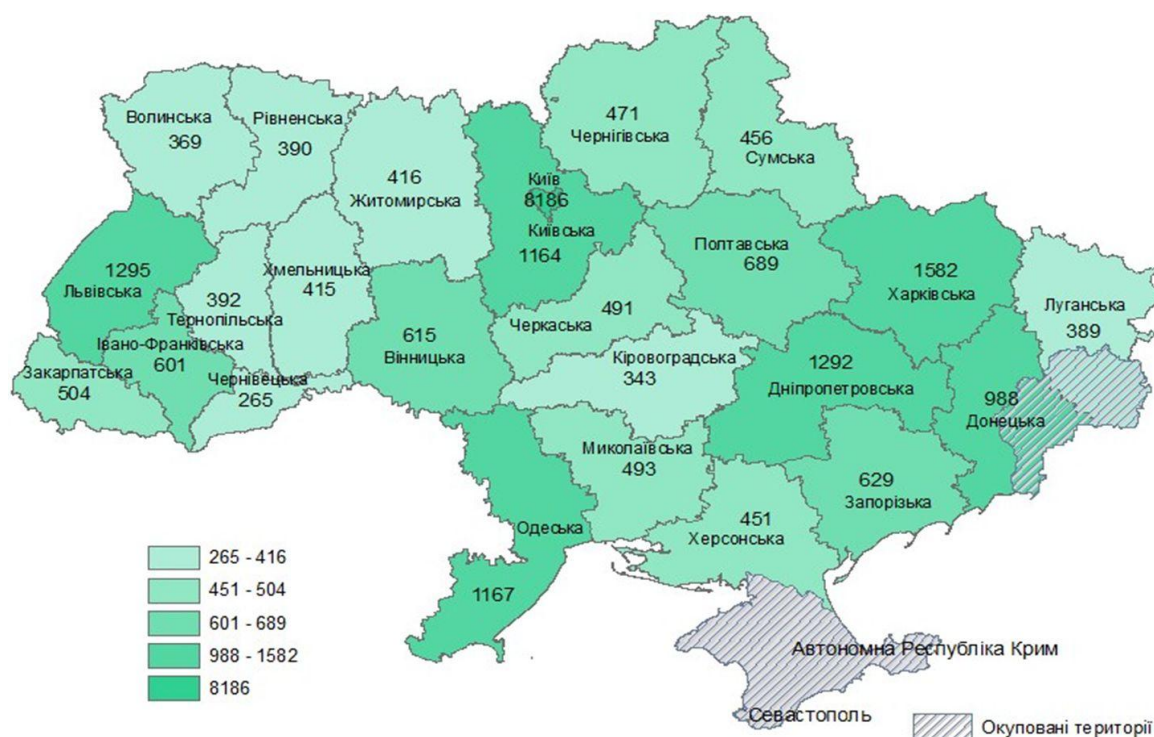
Звідси можна зробити висновок, що рівень споживання культурних товарів та послуг у Рівненській області (а тому можна допустити, що і в Рівному як обласному центрі), є доволі низьким. З одного боку, це може свідчити про низький попит серед містян, які з тих чи інших причин (економічних, світоглядних, соціальних тощо) не можуть та/або не хочуть витрачати кошти на культурне дозвілля, а з іншого боку, й про те, що пропозиція для них також може бути обмеженою. Обмежена пропозиція може свідчити про недостатність культурних товарів та послуг (наприклад, постійно

діючих незалежних театрів у місті) з великою доданою вартістю, так і про небажання, неможливість чи необізнаність містян щодо культури та креативних індустрій.

Додана вартість

Валова додана вартість сфери мистецтва, спорту, розваг та відпочинку у Рівненській області є однією з найнижчих в Україні, проте є вищою, ніж, до прикладу, у сусідній Волинській області чи Чернівецькій, яка є туристично привабливим регіоном.

Валова додана вартість мистецтва, спорту, розваг та відпочинку у 2019 році, (у фактичних цінах)



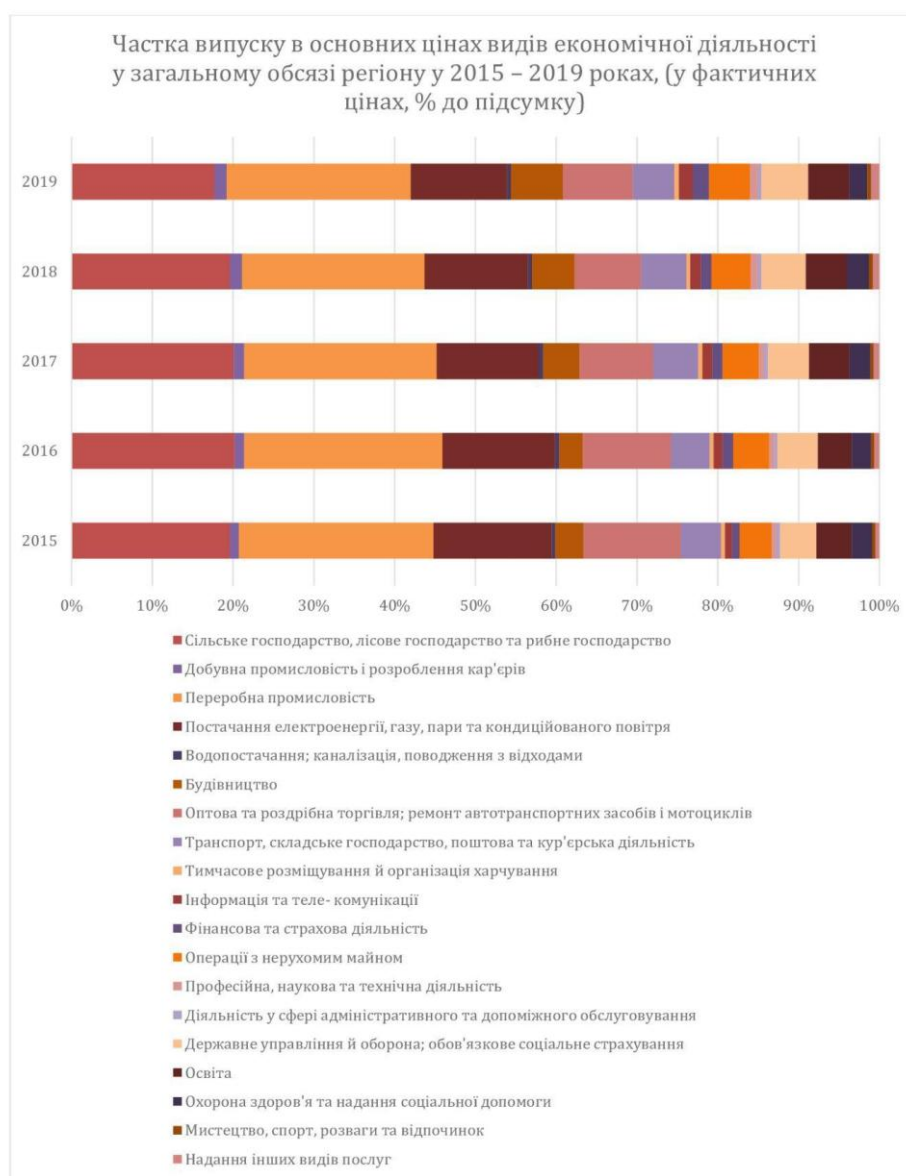
Джерело: *Джерело: [Валовий регіональний продукт, 2019](#)*

При цьому у загальній структурі вартості вироблених товарів та послуг у Рівненській області частка сфери культури, спорту, мистецтва, розваг та відпочинку не перевищує 0,5% (Додаток 6), що є середнім значенням для України. Враховуючи той факт, що культура та креативні індустрії мають високу додану вартість – а тому й здатні самі продукувати висококонкурентні товари та послуги та допомагати це робити в інших галузях – їхній потенціал є недовикористаним у регіоні.

Причин цього може бути кілька:



- відсутність/поганий дизайн/неефективна реалізація політик та програм підтримки розвитку культури та креативних індустрій;
- відсутність/брак сприятливих умов для розвитку (наприклад, спеціалізованих програм для кредитування мікро та малого бізнесу, яким переважно є креативні індустрії);
- відсутність/брак фінансування розвитку для бюджетних інституцій культури, коли їм виділяють кошти лише на поточні потреби (оплата комунальних послуг, заробітної плати, охорони приміщення тощо);
- низька спроможність людського капіталу через брак ресурсів для постійного розвитку та вдосконалення продуктів та послуг;
- відсутність/брак майданчиків для взаємодії різних дієвців з різних секторів та встановлення контактів/партнерств.



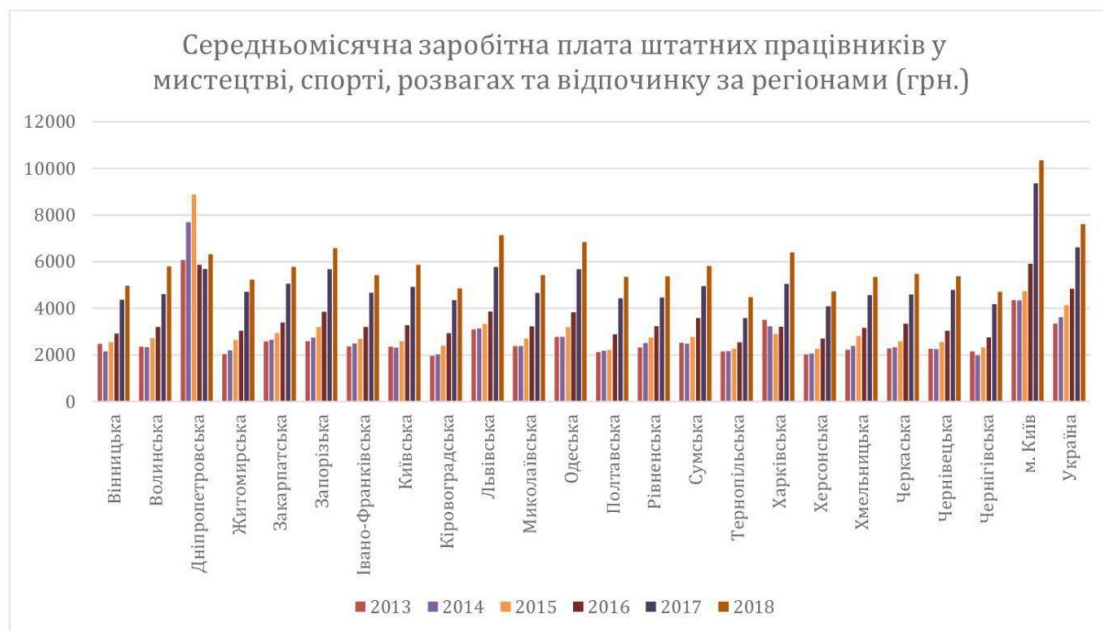
Джерело: [Валовий регіональний продукт, 2019](#)

Рівненська область має один з найвищих показників рівня офіційної зайнятості населення (штатних працівників) у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку. За даними Державної служби статистики України, 6,7 тис. мешканців Рівненської області працюють у цій сфері як штатні працівники, що складає близько 1,4% у загальній структурі зайнятості (серед населення віком 15-70 років) (див. Додаток 7).



Джерело: складено авторами на основі даних Державної служби статистики України. Розподіл загальної кількості зайнятого населення за видами економічної діяльності здійснено на основі комплексної оцінки шляхом інтеграції даних обстеження робочої сили, державних статистичних спостережень підприємств і адміністративної звітності.

Утім, рівень оплати праці штатних працівників у сфері мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку у Рівненській області є одним із найнижчих в Україні (див. Додаток 8).



Джерело: [Економічна привабливість української культури](#)

Такий високий відсоток зайнятості та низький рівень оплати праці може свідчити про розгалужені штати інституцій та організацій культури (передовсім, комунальних та державних) при обмеженому бюджеті. Відтак, багато людей працює за малу оплату, що може призводити до низької продуктивності праці, проактивності та обмежених можливостей для професійного розвитку, як наслідок – домінування застарілих та брак інноваційних культурних продуктів та послуг.

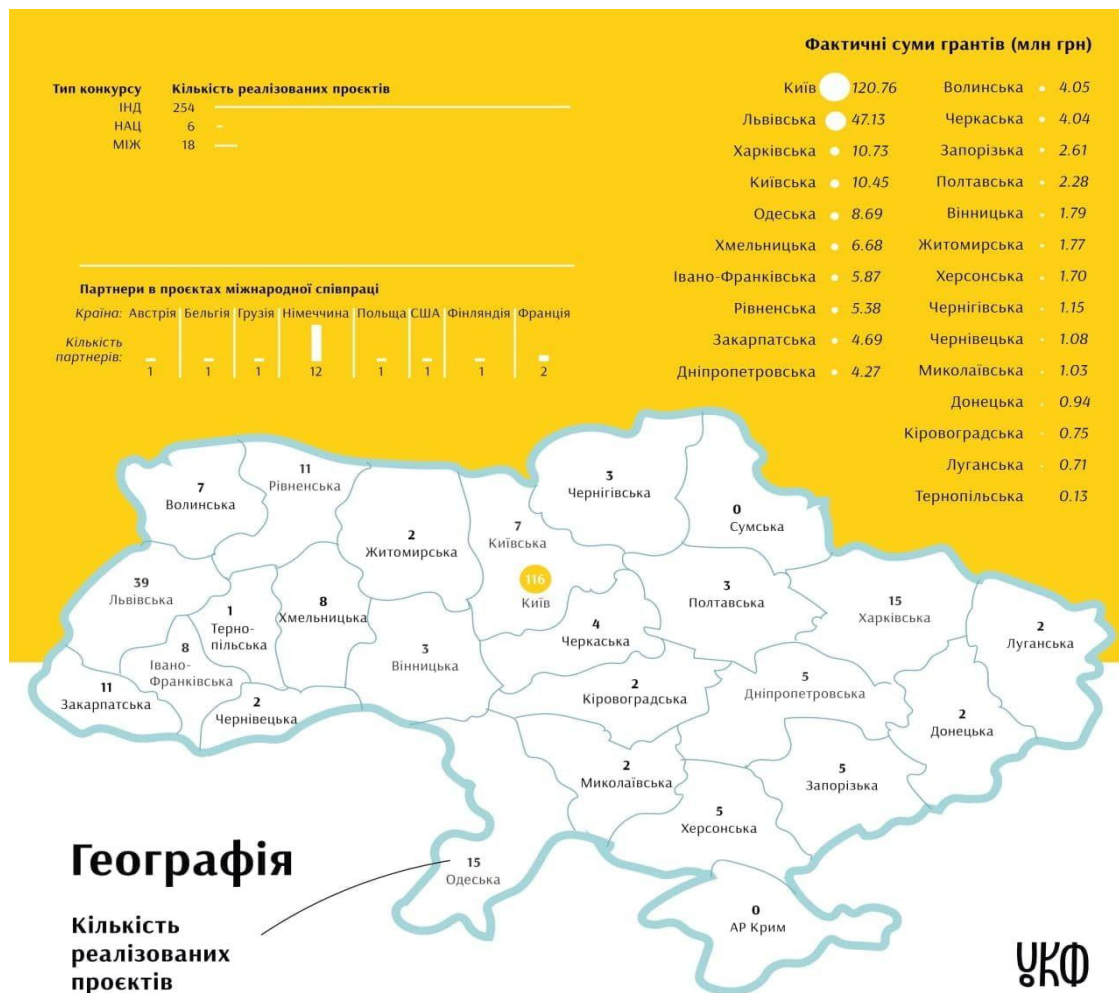
Залучення грантового фінансування

Український культурний фонд

За даними архіву проектів Українського культурного фонду (УКФ), у Рівному реалізували 33 проектів за підтримку УКФ за 2018-2021 роки на загальну суму трохи більше 15 мільйонів гривень. Рівне є одним із найактивніших невеликих міст (з населенням більше 200 тисяч, але менше 500 тисяч людей) у поданні та реалізації проектів УКФ. За кількістю успішно реалізованих проектів Рівненська область випереджає, до прикладу, Івано-Франківську та сусідню Волинську область.

Дані про кількість реалізованих проектів УКФ за 2020 рік (крайній річний звіт УКФ) вказують на те, що Рівненська область є однією з лідерів по

кількості реалізованих проєктів та залучених коштів, утім пропорційно бюджети проєктів рівненських подавачів є нижчими. До прикладу, у 2020 році в Івано-Франківській області реалізували 8 проєктів на загальну суму майже 6 млн гривень, у той час як у Рівненській – 11 проєктів на загальну суму майже 5,4 млн гривень.



Джерело: статистика УКФ за 2020 рік

Найактивнішими у залученні грантових коштів Українського культурного фонду є громадські організації та фізичні особи-підприємців (див. Додаток 12). Це може свідчити як і про високу колективну та індивідуальну активність серед небюджетного сектора культури та креативних індустрій, так і про використання таких юридично-правових норм як найбільш зручних та простих для обліку грантових коштів.



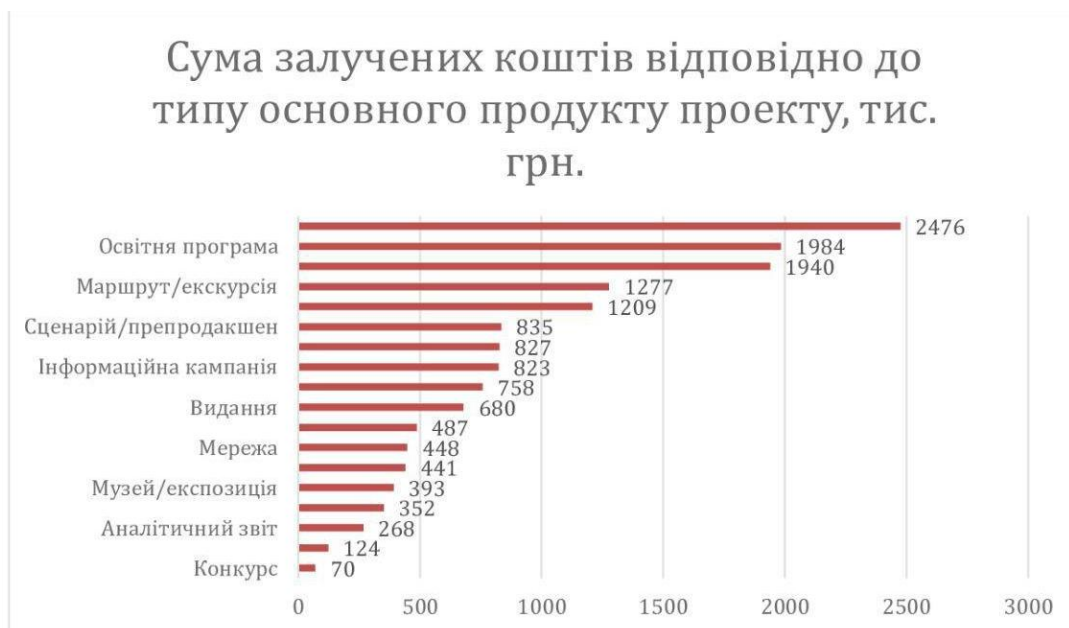
Джерело: складено авторами на основі даних сайту UA Culture (2018, 2019, 2020) та архіву УКФ (2021). Дані подано сукупно за всі роки (2018-2021), враховано проекти, які реалізовувалися лише у Рівному та у тому числі у Рівному.

Найпопулярнішими продуктами за всі роки грантової діяльності УКФ серед рівненських грантоотримувачів є фестивалі та освітні програми (див. Додаток 13). Певною мірою популярність продукту освітніх програм серед рівненських подавачів можна пояснити потребою у розвитку людського капіталу та неформальної освіти загалом, яка поки залишається поза фокусом місцевих та регіональних політик та програм.



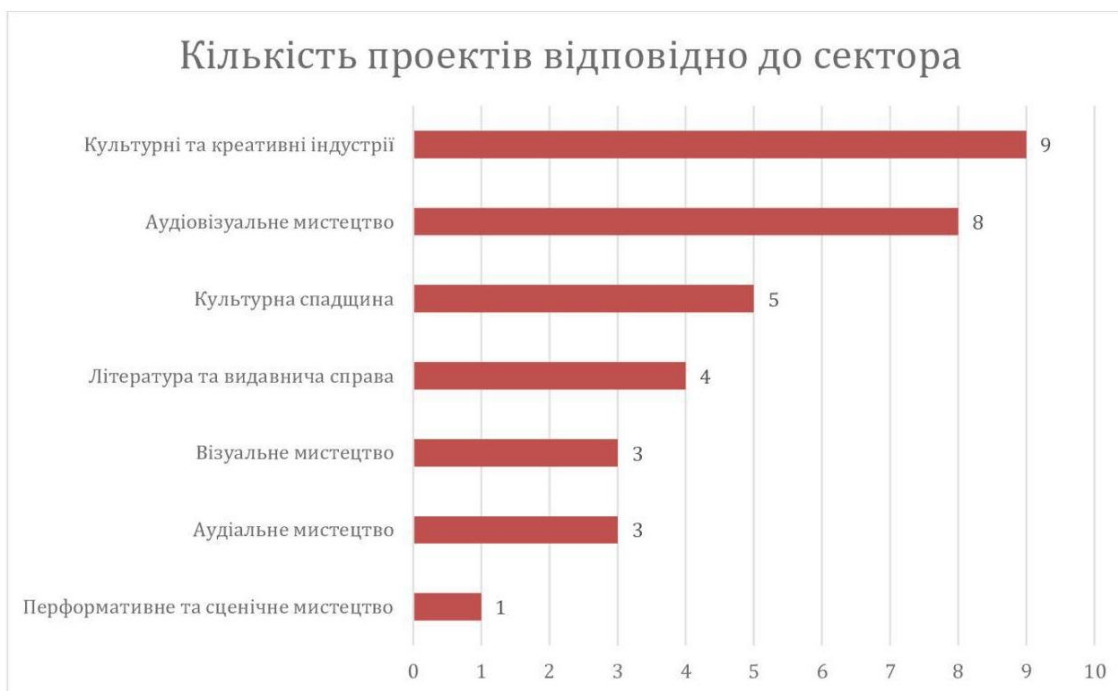
Джерело: складено авторами на основі даних сайту UA Culture (2018, 2019, 2020) та архіву УКФ (2021). Дані подано сукупно за всі роки (2018-2021), враховано проекти, які реалізовувалися лише у Рівному та у тому числі у Рівному.

З огляду на популярність фестивалів та освітніх програм як основних продуктів проектів рівненських грантоотримувачів, саме вони мають найбільшу частку у сукупних обсягах залучених коштів (див. Додаток 14).



Джерело: складено авторами на основі даних сайта UA Culture (2018, 2019, 2020) та архіву УКФ (2021). Дані подано сукупно за всі роки (2018-2021), враховано проекти, які реалізовувалися лише у Рівному та у тому числі у Рівному.

Серед секторів найпопулярнішими є культурні та креативні індустрії (що включає широкий спектр продуктів) та аудіовізуальне мистецтво (див. Додаток 15).



Джерело: складено авторами на основі даних сайта UA Culture (2018, 2019, 2020) та архіву УКФ (2021). Дані подано сукупно за всі роки (2018-2021), враховано проекти, які реалізовувалися лише у Рівному та у тому числі у Рівному.

Порівняно висока активність у поданні заявок на грантові конкурси УКФ та успішність реалізації проектів свідчить про проактивну позицію та спроможність місцевих дієвців культури та креативних індустрій, зокрема, із незалежного сектора до залучення коштів та реалізацію культурних проектів. Щоправда, місцеві подавачі УКФ продовжують зосереджувати свою увагу переважно на подієвих продуктах (фестивалі та освітні програми).

Міжнародні програми

Рівненські дієвці культури та креативних індустрій мають добре налагоджені зв'язки із закордонними партнерами, зокрема з містом-побратимом Рівного Любліном. Так, у 2020-2021 було реалізовано проект «Культурна спадщина кухні – просування кулінарних традицій через професіоналізацію гастрономічної пропозиції Любліна та Рівного» у партнерстві з міською радою Любліна.

У 2020 році у Рівному відкрили для відвідувачів проект «Таємничі підземелля Рівного», що спрямований на збереження культурної спадщини. У межах реалізації проекту реставрували підземну частину споруд Палаціку «На Гірці» князів Любомирських, а також спорудили накриття з оглядовими вікнами над виявленим історичним фундаментом.

Професійна освіта

У місті Рівне є декілька закладів вищої освіти, які готують фахівців культури та креативних індустрій (за даними Єдиної державної електронної бази з питань освіти):

- Рівненський державний гуманітарний університет: 23 акредитовані освітні програми для першого ступеня вищої освіти та 17 для другого ступеня (див. Додаток 9).
- Національний університет водного господарства та природокористування: по дві освітні програми для першого та другого ступеня вищої освіти та одна програма освітньо-наукового ступеня «Доктор філософії» (див. Додаток 10).
- Приватний вищий навчальний заклад "Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука": освітня програма «Журналістика» для першого та другого ступеня вищої освіти (див. Додаток 11).

Національний університет водного господарства та природокористування розробив профільну бакалаврську освітню програму «Креативна та цифрова культура» у межах спеціальності (034) «Культурологія», втім вона поки не отримала сертифікат про акредитацію.

Щодо неформальної освіти, то у Рівному діють окремі ініціативи, спрямовані на підвищення навичок представників культури та креативних індустрій. До прикладу, громадська організація «Центр студій політики

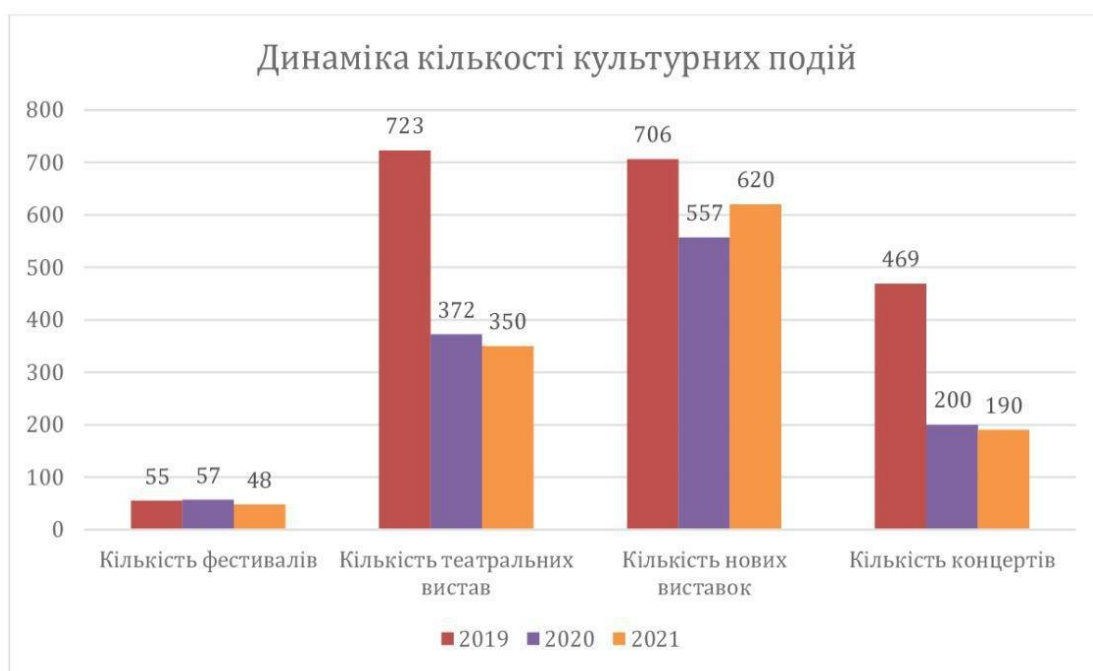


пам'яті та публічної історії «Мнемоніка», що працює із культурою пам'яті, має окремий напрям неформальної освіти: організовує і проводить літні школи, воркшопи, тренінги та освітні семінари з питань політики пам'яті для професіоналів сфери та ширшої аудиторії.

Платформа взаємодій «Простір» так само має окремий освітній напрям, націлений на вдосконалення компетентностей представників культури та креативних індустрій, а також проводить Форум креативних індустрій у Рівному, а в 2020 році приймала House of Europe Festival.

Інфраструктура культури та подієва культура

Так звана подієва культура Рівного зазнала суттєвого сповільнення через пандемію COVID-19 та пов'язані з нею карантинні обмеження (див. Додаток 16). За два роки повного відновлення до докартинного рівня так і не відбулося.



Джерело: статистика Управління культури та туризму Рівненської міської ради



Суттєвого приросту серед інституцій та комунальних закладів культури також не відбулося (див. Додаток 16), хоч є запит на нові інституції, наприклад, Музей міста Рівного чи інституцію, яка б була відповідальною за професійний розвиток місцевих дієвців культури.



Джерело: статистика Управління культури та туризму Рівненської міської ради



<p>Географічне розташування та етнокультурна спадщина Волині та Полісся</p>	<p>Рівне слабо асоціюють із традиційною спадщиною Полісся та Волині, оскільки основні пам'ятки матеріальної та нематеріальної культурної спадщини (бортництво, поліські співи) та туристичні магніти (Тунель кохання, Дубенський замок, Тараканівський форт тощо) зосереджені поза межами міста, в різних куточках області. Утім, завдяки доступу до ресурсів (зокрема українською та іноземному грантовому фінансуванню) починають з'являтися ініціативи, націлені на популяризацію цієї спадщини, зокрема серед ширшої аудиторії.</p> <p>Рівне розташоване на одній з головних логістичних маршрутів в Україні – поруч із трасою Київ-Чоп посередині між Львовом та Києвом. Таке розташування робить місто привабливим для мандрівників як місце для зупинки, що створює попит на «малі» культурні та туристичні продукти.</p>
<p>Рівненська міська територіальна громада як фундамент для змін та інновацій</p>	<p>Немає яскраво вираженої ідентичності, міського міту чи «культурних гачків» на відміну від, до прикладу, Івано-Франківська з його галицькою спадщиною, поняттям «станіславського феномену» та всеукраїнською відомістю проекту Промприлад. Реновація та екосистеми довкола нього. Водночас, Рівне не обтяжене спрощеним сприйняттям місцевої культури чи стереотипами, як це сталося, до прикладу, з Полтавою, яку широко асоціюють із кітчевізованим варіантом української національної культури. Тому відсутність чітко вираженого міту та бренду міста можна використати як зручну основу для їх створення.</p>
<p>Історія Галицько-Волинського князівства, Великого князівства Литовського та родини Любомирських</p>	<p>За свою історію місто належало до кількох різних політичних формувань (наприклад, Галицько-Волинське князівство, Велике князівство Литовське, Райхскомісаріат Україна тощо), які залишили свій слід в історії, культурі, матеріальній та нематеріальній спадщині. Родина князів Любомирських є однією з найбільш відомих історичних постатей, з якими асоціюють Рівне та які можуть бути використані для вибудови бренду та туристичної привабливості міста як для внутрішнього, так і для зовнішнього туриста.</p>



<p>Полікультурна спадщина</p>	<p>Мультикультурна спадщина міста є недостатньо репрезентованою у публічному дискурсі, хоча вона потенційно може бути основою для туристичних продуктів та послуг, орієнтованих на іноземних туристів. До прикладу, історія чеської спільноти та її слід у місті, як-от пивзавод, є потенційно цікавим туристичним продуктом для туристів із Чехії.</p>
<p>Простори та централізована культура</p>	<p>У Рівненській міській територіальній громаді немає єдиного центру, у якому були б зосереджені інституції та установи культури, вони розташовані у різних частинах центру міста чи навіть поза ним, а тому центр Рівного не має «монополії на культуру» (з чим свого часу почав боротися Львів). До прикладу, центр історичної реконструкції «Оствиця» розташований на околиці міста, проте є популярним серед рівнян та туристів.</p> <p>Чимало культурних локацій для відпочинку та дозвілля розташовані у різних частинах міста, що великою мірою робить культурне дозвілля доступнішим для містян через логістичний комфорт.</p> <p>У місті є багато зелених зон (трохи більше 7% площі міста), більшість з яких є облаштованими для комфортного дозвілля. Це дозволяє їх вже використовувати для проведення культурних подій та інтервенцій, а також створює добру базу для екокультурних проєктів та ініціатив.</p> <p>Рівненська міська територіальна громада має розгалужену систему комунальних закладів культури, які можуть ще активніше використовуватися для культурних цілей. Крім цього, інфраструктуру радянських часів можна переосмислювати та переробляти під нові простори. Це доцільніше, ніж зводити нові будівлі, адже вимагає менших фінансових витрат та відповідає принципам сталого розвитку.</p>

РОЗДІЛ 3. SWOT-АНАЛІЗ СФЕРИ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ РІВНЕНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Цей SWOT-аналіз підготовлений на основі даних, отриманих у результаті фасилітованого воркшопу та анонімного опитування заінтересованих сторін культури та креативних індустрій Рівненської міської територіальної громади та індивідуальних інтерв'ю із місцевими експертами сфери.

СИЛЬНІ СТОРОНИ

Історія та спадщина

- Наявність полікультурної історії та, відповідно, спадщини (українська (зокрема, поліська), єврейська, польська, німецька, чеська, литовська, періоду князів Любомирських).
- Спадщина радянського періоду завдяки особливому статусу міста в роки нацистської окупації. Рівне було центром найбільшої окупаційної зони Райхскомісаріат "Україна", на території міста залишився бункер Еріха Коха.
- Наявність меморіальних просторів - радянського, національного, полікультурного.
- Наявна база знань та досліджень про місцеву культуру та історію. ● Місто має досвід залучення українських та міжнародних грантових проектів, пов'язаних з історичною спадщиною: Український Культурний Фонд (УКФ) (Рівне є одним з лідерів залучення коштів УКФ серед малих міст), Програма трансграничного співробітництва Польща-Білорусь-Україна 2014-2020, «Таємничі підземелля Рівного».
- Наявність міста-побратима - Люблін.

Інфраструктура

- Наявність місць для зустрічей та рекреації - зелені зони, які вже використовуються або потенційно можуть бути майданчиками для культурних інтервенцій, подій, процесів.
- Наявність бази комунальної та державної інфраструктури.
- Наявність інституцій з потенціалом до якісного оновлення/розвитку:
- Рівненський обласний краєзнавчий музей (який, щоправда, потребує модернізації, однак може слугувати базою для напрацювання сучасних музейних проектів, наприклад, музею міста);



- Рівненський академічний український музично-драматичний театр;
- Рівненська обласна філармонія, що розташована в історичній будівлі - колишньому костелі Св. Антонія;
- Етнокультурний Центр Рівненського Палацу Дітей та Молоді;
- Музей "Підземелля Рівного";
- Рівненський Зоопарк;
- Розвинена і доступна бібліотечна мережа.
- Наявність просторового ознакування та маршрутів (двомовні таблички англійською та українською мовами, встановлені в межах проєкту "Історичними стежками Рівного", вказівних знаків до об'єктів історичного спадку Рівного та мобільного додатку).
- Наявність непоганої туристичної інфраструктури (готелі, ресторани), операторів туристичної сфери, логістичних шляхів (Рівне прилегле до міжнародної траси Київ-Чоп).

Середовище

- Активне середовище дієвців культури, здатність творити у несприятливих умовах та з обмеженими ресурсами.
- Готовність молоді до залучення, зокрема волонтерства для ініціатив культури та креативних індустрій.
- Наявність індивідуальних митців, громадських організацій та ініціатив культури, здатних залучати додаткове фінансування, започатковувати та підтримувати ініціативи, наприклад:
 - Фестиваль ковальства та Алея кованих фігур;
 - Щорічний "Фестиваль креативних індустрій";
 - Міжнародний джазовий фестиваль "ART JAZZ" тощо.
- Наявність приватних ініціатив культури та креативних індустрій:
 - Сучасна галерея "Євроарт";
 - Приватний музей фотографії;
 - Історичний парк реконструкції "Оствиця" тощо.
- Наявність Інституту культури при Рівненському державному гуманітарному університеті.
- Є запит на культурні продукти, особливо нестереотипні, наприклад, вуличні культури.
- Готовність місцевого бізнесу (спів)фінансувати культурні ініціативи та проєкти.

СЛАБКІ СТОРОНИ

Історія та спадщина

- Невиражена культурна ідентичність громади (у т.ч. через різкі зміни структури населення внаслідок Другої світової війни). Як наслідок, відкрите поле для манупуляцій, псевдодосліджень та створення та поширення історичних міфів.
- Відсутність якісної роботи із полікультурною історією та спадщиною Рівного (бракує нових меморіальних практик, дослідницьких, виставкових, перформативних, медійних проєктів, туристичних та екскурсійних маршрутів (у т.ч. ознакованих кількома мовами) тощо).
- Брак якісної роботи із єврейською спадщиною міста, спільних проєктів (у т.ч. міжнародних) щодо дослідження та роботи із єврейською спадщиною, зокрема періоду Голокосту.
- Маловідомість культурної спадщини поза межами Рівненської міської територіальної громади, брак об'єктів-магнітів.
- Низький рівень управління матеріальною нерухомою спадщиною на місцевому рівні. Брак уваги до, обмежене використання і, як наслідок, занедбаний стан нерухомої культурної спадщини міста, потреба у реставрації (напр. Будівля колишньої єврейської микви Зафранів, будинок Вігдоровича, Будівля Басі Каган).
- В окремих випадках практикування “сценічного фольклору” як національної культури. Брак сенсовно навантажених культурних продуктів, проєктів, дискусій.

Інфраструктура та інституції

- Брак доступної та потрібної інфраструктури - нема динамічного простору для великих подій (відкритих та закритих), немає коворкінгів. потреба у відкритому єдиному поліфункціональному просторі - виставок, показів мод, танців.
- Немає музею історії міста.
- Занедбаність деяких наявних парків та рекреаційних зон, потреба в благоустрої та модернізації.
- Відсутність якісних кінотеатрів та можливостей до кінообговорень.
- Низька вартість культурних продуктів комунальних інституцій культури, що психологічно девальвує їхню цінність для користувачів.



- Недовикористаний потенціал комунальних закладів культури. Як наслідок, брак інфраструктури (приміщень) для проведення репетицій, заходів, театральних показів, обговорень тощо. Брак синергії просторів.

Середовище

- Брак якісних та інноваційних театральних, виставкових, музейних проєктів.
- Відсутність стратегії розвитку культури та креативних індустрій, брак спільної візії діявців, інституцій та інститутів культури. Брак взаємодії та якісної комунікації між “плановою” комунальною культурою та “спонтанною” незалежною культурою.
- Брак єдиного бачення сталого просторового розвитку міста, що робить його естетично непривабливим та негармонійним.
- Відсутність інституційного сталості, залежність розвитку культури від окремих людей (менеджерів-пасіонаріїв).
- Де-юре існування інституцій, організацій та ініціатив, які не втілюють нові проєкти або ж мають дуже низьку активність.
- Брак якісної комунікації та налагодження взаємодії. Низький рівень комунікації та взаємодії між різними дієвцями культури та креативних індустрій та з місцевими органами влади. Гравці діють поодинці, але не роблять спільної промоції міста.
- Надмірна забюрократизованість та недостатнє фінансування комунальних закладів культури. Брак компетентностей працівників у залученні додаткових проєктів та фінансування. Брак компетентностей якісного управління у керівників комунальних інституцій культури.
- Брак комунікації про та промоції місцевих культурних ініціатив та подій - брак медіа майданчиків, немає афіші міста.
- Недостатня промоція туризму, брак напрацьованих туристичних та супутніх продуктів та послуг, недоопрацьована історична спадщина як основа для туристичної привабливості міста. Медичні туристи не поінформовані про можливості відпочинку та дозвілля в Рівному.
- Обмежені можливості бюджетного фінансування для бізнесів та громадського сектора культури та креативних індустрій. Запущений Рівненський культурний фонд, проте невідпрацьовані процедури незалежного експертного відбору.
- Відтік молоді до інших міст та країн внаслідок браку розуміння їхніх потреб та запитів та, відповідно, можливостей для особистого та професійного



розвитку.

- Низьке залучення та зацікавлення містян до участі у мистецьких подіях, проектах тощо.
- Жителі громади мають низький рівень толерантності до різних культур попри те, що має полікультурну історію, ототожнення патріотизму з радикальним націоналізмом.
- Велика залежність від подієвої культури.
- Недостатня розвиненість навичок менеджерів культури (самопрезентація, пітчінг, фінансовий менеджмент) - потрібен “центр менеджменту культури”.

ЗАГРОЗИ

- Нові конфлікти та скандали на ґрунті браку толерантності та знань про полікультурну спадщину міста.
- Не сприйняття інноваційних культурних продуктів, практик, підходів, проектів серед мешканців Рівного.
- Брак сенсовних проектів, підміна культурних продуктів суто розважальними.
- Імпорт культурних продуктів, які витісняють місцеві.
- Низька спроможність якісних культурних продуктів конкурувати із популярною культурою (телебаченням, соцмережами тощо).
- Брак розуміння та запиту на якісні стратегічні зміни.
- Скорочення фінансування на культуру.
- Політичні зміни, військова загроза.
- Неможливість конкурувати з іншими культурно привабливими містами, де є зручна транспортна та туристична інфраструктура (Дубно, Луцьк, Львів).
- Відтік професіоналів в інші, більші міста та за кордон через обмежені можливості для особистого та професійного розвитку.
- Тривала нестабільність через пандемію.

МОЖЛИВОСТІ

Історія та спадщина

- Використання історичної спадщини міста для розвитку туризму, зокрема коломорального, залучення нових донорських проектів, у т.ч. міжнародних.

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS





- Дослідження, промоція і розвиток культурної спадщини Полісся. Використання дослідницького потенціалу місцевих експертів для кращого розуміння історичної цінності та контексту спадщини.
- Розвиток туризму на основі культурної спадщини, зокрема “малих” туристичних продуктів.
- Потреба в адаптивному використанні матеріальної нерухомої культурної спадщини. Зараз її потенціал невикористаний, наприклад, філармонія відкрита тільки для концертів, але не екскурсій.
- Статус Рівного як бурштинової столиці з урахуванням прозорості та сталості видобутку.

Інфраструктура

- Покращення доступ до інфраструктури, використання незадіяних приміщень міських комунальних установ (як освітніх, так і культурних). Активніша інтеграція бібліотек.
- Використання транзитного статусу міста (траса Київ-Чоп) для приваблення відвідувачів та туристів.
- Використання зелених та рекреаційних зон Рівного як майданчиків для споглядання та (спів)творення культури (для цього частину з них слід довести ладу).
- Використання природних водних ресурсів як основи для створення проєктів на перетині водного господарства, креативних індустрій та туризму (наприклад, Басів Кут слугує базою для Оствиці).

Середовище

- Брендинг та туристична промоція міста.
- Розбудови толерантного простору через полікультурні практики у сфері мистецтва, музейної справи, освіти тощо.
- Якісна промоція місцевих культурних продуктів та проєктів.
- Створення комунікаційного майданчика про культуру Рівного, наприклад, міську афішу.
- Підвищення професійного рівня дієвців завдяки навчанню, обмінам, стипендіям тощо.
- Нові колаборації та кроссекторальні проєкти. Покращення комунікації та взаємодії між різними секторами.
- Розвиток культури меценатства та програм СВБ серед місцевого бізнесу.
- Підтримка для незалежного сектора культури та бізнесів креативних індустрій (ваучери, стипендії, інформаційна підтримка та промоція тощо).

- Розвиток крафтових промислів для підсилення туристичної привабливості.

РОЗДІЛ 4. ВІЗІЯ ТА СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ СТРАТЕГІЇ КУЛЬТУРИ РІВНЕНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ДО 2030-Х РОКІВ

4.1. Візія культури Рівненської міської територіальної громади 2030-х років

Жива спадщина

Мультиетнічна спадщина Полісся та Волині стає звичною точкою входу у сучасний культурний простір для рівнян та гостей міста. У мережевому Центрі прадавніх культур, новому Центрі поліського краю, Радіозаводі культурі та Льонокомбінаті культури можна зануритись у різні епохи, випробувати ремісничий фах (довбане Рівне) та спробувати місто на смак (мацик). Рівне відновлює та популяризує льонарство (міське садівництво). Відновлені та осучаснені практики історичних постатей (Любомирські, Острозькі, Рівненські) формують нові культурні практики (світське життя, меценатство). Мультиетнічна спадщина живить нові креативні індустрії - крафтові виробництва, ремісничі табори, музичні студії, неофолк у музиці, бренди одягу тощо. Етно-історичні фестивалі Рівного є відомими туристичними подіями. Рівне є знаним центром досліджень мультиетнічної спадщини з науковими школами та інституціями.

Проактивний культурний патріотизм

Рівняни включились у вивчення та творення культури міста, - проактивний культурний патріотизм. Місто відоме своїм багатим цілорічним меню демократичних культурних практик для сімейного дозвілля, які заохочують та розвивають включеність, впливають на якість та динаміку комунікації та відносин між людьми (знайомими і незнайомими), формують довіру та якість відносин. Рівнезнавство є у тренді - кожен рівнянин є гідом та амбасадором міста. У Рівному сформувалась традиція “збору” культурних визначників у міському середовищі, рівняни знають культурні місця та маршрути різних аудиторій та активно використовують культурне меню у загальноміському інформаційному додатку. Рівне вміє інтегрувати нових мешканців у міське культурне середовище. У Рівному вирости вимоги до культурних продуктів, - збільшився запит на нішові пропозиції та значно розширилось коло споживачів культури, почала формуватись нова культура культури. Рівне - візуально приязне урбаністичне середовище, з впізнаваним брендом.

Цілодобові культурні гачки

Рівне вже не рівне - у місті є цілодобові культурні гачки, які вхоплюють рівнян та гостей з буденності, - від вуличних галерей, мистецьких інтервенцій до форматів локацій (малих та великих) у місті. У Рівному насичене культурними подіями життя, - від знакових фестивалів до камерних подій, від відомих усім локацій до місць для своїх (жива музика, вуличні танці, рейви тощо). Місто генерує та пропонує незвичні досвіди, використовуючи перетини індустрій та локацій, поєднуючи віртуальне та живе, наприклад концерти з екстремальними видами спорту у Гідропарку. Тролейбуси та вулиці (пішохідна вулиця) стали локаціями культури. Це дозволяє Рівному бути дестинацією для туристів та підсилює конкурентоспроможність міста.

Локації

Рівне має розвинені локації, які пройшли процеси сенсовної, візуальної та архітектурної реновації, з повагою до мультикультурності міста та з поглядом у майбутнє (наприклад модерніська будівля Центрального ринку, Пагорб Слави, будівля гімназії Тарбут, Краєзнавчий музей, “Русана” тощо).

Культура отримує нову видиму домінанту - Мультикультурний об’єднаний хаб (МОХ). МОХ - це якірна міська міжсекторна інституція, середовище взаємодії, що підтримує культурних менеджерів; це місце міських резиденцій для кураторів та культурних менеджерів з України та Європи; це інкубатор культурних проєктів, генератор ідей та база міського культурного фонду; це оператор програм наставництва та менторської підтримки, тощо. Саме МОХ є двигуном, кузнею культури та культурною кухнею, з вирізняльним форматом, відомим в Україні та Європі.

Зелені простори громади додають вирізняльності культурним продуктам, а культурні ініціативи підсилюють екологічну свідомість (Лебединка, Оствиця, Гідропарк тощо).

У Рівному з’явилися молодіжні простори нового формату, створені разом з молоддю та освоєні молоддю самостійно - місця народження субкультур та явищ.

Рівне отримало мультиформатний арт-простір, де проводяться виставки, події та фестивалі.

Динамічна спроможність

У Рівненській міській громаді відбуваються активні процеси ідеації, розробки та впровадження культурних проєктів, творення інституцій та

форматів, - за принципами відкритого доступу, активної взаємодії та секторальних перехресть.

Культура у Рівненській міській територіальній громаді вмє працювати з бізнесом, активно підживлюючи місцеві креативні індустрії, гастрономію й туризм, формуючи додану цінність для рівненських брендів. У Рівному експериментують з форматами міжсекторних партнерств для створення нових та реновації існуючих об'єктів.

Наша громада генерує особистостей, які формують лідерство у культурі як явище. Лідерство цінується, а лідери відповідально ставляться до своєї місії з розбудови спроможності та популяризації культури у Рівненській міській територіальній громаді.

У Рівненській міській територіальній громаді доступні механізми підтримки нішових знакових культурних подій та ініціатив.

Рівне навчилось дбати про сталість проектів (інституційну, емоційну, екологічну, організаційну та фінансову).

4.2. Стратегічні напрямки

4.2.1. Мультикультурний об'єднаний хаб

МОХ - це якірна міська міжсекторна інституція, середовище взаємодії, що підтримує культурних менеджерів; це місце міських резиденцій для кураторів та культурних менеджерів з України та Європи; це інкубатор культурних проектів, генератор ідей та база міського культурного фонду; це оператор програм наставництва та менторської підтримки, тощо. Саме МОХ є двигуном, кузницею культури та культурною кухнею, з вирізняльним форматом, відомим в Україні та Європі.

Процес творення МОХ стає процесом розвитку динамічної спроможності культури Рівного - вимагає об'єднання зусиль, взаємодії, пошуку консенсусів та управлінських рішень. МОХ створюється як знакова інституція для Рівного - з відповідним рівнем амбіцій. МОХ - це переосмислений неординарний простір, створений через мултивимірну реновацію існуючої локації (наприклад декомунізований, демілітаризований та дерусифікований пострадянський простір, переосмислений простір єврейської спадщини тощо).

МОХ створюється передовсім для операторів культури, задля посилення спроможності та взаємодії, водночас відкритим для громади (інклюзивний простір та інклюзивне середовище).

МОХ - це простір, що інтегрує природоорієнтовані рішення.

Ціль 2027 - початок реконструкції об'єкту для МОХ.

Стратегічні завдання:

1. Ітеративна розробка концепції МОХ (інституційна архітектура, фізична локація, портфоліо активностей, мережа операторів).
2. Розробка ключової документації МОХ (оцінка та вибір локації, дизайн-проект, проектна документація, план облаштування)
3. Залучення фінансування (підготовка проектних заявок, адвокація, робота з меценатами, спонсорами та приватним бізнесом, краудфандинг, звітність).
4. Інституційна інкубація МОХ (функціональний дизайн, бізнес-модель, організаційно-правова модель, команда та операційна модель, формування спільноти).
5. Пілотування активностей МОХ (власних та гостей).

Індикатори:

- Стадія проекту щодо фізичної локації МОХ
- Кількість підготовлених та поданих заявок на фінансування МОХ
- Кількість активностей МОХ та їх учасників
- Кількість організацій та митців, задіяних до екосистеми МОХ
- Колаборації, які виникли за результатами роботи МОХ

Можливі ініціативи та проекти

- Розбудова МОХ відповідно до стадій
- Тренінгові програми та семінари для культурних менеджерів
- Мистецькі колабораційні проекти, у т.ч. виставкові проекти, екокультурні, ● Арт-резиденції, візити, стажування.

4.2.2. Тривимірна реновація локацій

Рівне має розвинені локації, які пройшли процеси сенсовної, візуальної та архітектурної реновації, з повагою до полікультурності міста та з поглядом у майбутнє (наприклад модерніська будівля Центрального ринку, Пагорб Слави, будівля гімназії Тарбут, Красзнавчий музей, “Русана” тощо).

Зелені простори Рівного додають вирізняльності культурним продуктам, а

культурні ініціативи підсилюють екологічну свідомість (Лебединка, Оствиця, Гідропарк тощо).

У Рівному з'явилися молодіжні простори нового формату, створені разом з молоддю та освоєні молоддю самостійно - місця народження субкультур та явищ. Рівне отримало мультиформатний арт-простір, де проводяться виставки, події та фестивалі.

Першопочатково Рівненська міська територіальна громада відкриває доступ до існуючих локацій та заохочує власників та управлінців створювати та активувати нові локації для культури в місті. Оператори культури мають доступ до реєстру локацій та електронної системи подання запитів на проведення заходів. Як оператори культури, так і власники та управлінці локацій вчаться працювати з та управляти локаціями. *Ціль 2027 - кількість локацій, які пройшли тривимірну реновацію (сенсовну, візуальну та архітектурну) - 5.*

Стратегічні завдання:

1. Врегульовано відкритий доступ до існуючих локацій у місті для операторів культури.
2. Комунікаційна підсвітка різних локацій та середовищ.
3. Переосмислити пріоритетні локації.
4. Реновація переосмислених локацій (твердий та м'який компоненти).
5. Стимулювання активностей на переосмислених локаціях.
6. Залучення молоді до перетворення локацій (комунальних та приватних).
7. Прокачка управлінців та власників просторів (локацієтворення).

Індикатори:

- Кількість звернень на проведення заходів у локаціях через єдину міську систему.
- Кількість оновлених переосмислених пріоритетних локацій.
- Кількість “живих” локацій, переосмислених молоддю.
- Кількість подій та їх учасників на переосмислених оновлених локаціях.
- Кількість управлінців, які пройшли тренінги з локацієтворення.

Можливі ініціативи та проєкти

- Переосмислення та реновація локацій (різних типів, різної власності тощо).
- Програми фінансування заходів (міні-гранти) на локаціях.
- Реєстр локацій (з параметрами доступу та технічними характеристиками).
- Єдина міська електронна система запитів на проведення заходів.

- Створення самоврядних молодіжних просторів
- Тренінги, навчальні програми, майстерні, резиденції, візити тощо.
- Проекти створення природоорієнтованих просторів з культурним компонентом.

4.2.3. Рівнезнавство. Культурний патріотизм

У Рівненській міській територіальній громаді апробовані та розвиваються загальноміські мультиформатні просвітницькі програми (наприклад “Відкрити Рівне для рівнян”, “Позитивне Рівне”), націлені на розширення обізнаності рівнян про історію міста, культуру та можливості творення у місті, активацію залученості до творення культурних практик, збільшення контенту про Рівне та поширення позитивних практик культурної активності, підсвітлення низових ініціатив. Програми стимулюють обізнаність про минуле, включеність у творення культури сьогодні та уявлення майбутнього. Просвітницька комунікація має нову якість візуальної естетики - є інструментом культурної політики.

У місті впроваджені інтегровані з освітою активності - курс рівнезнавства, конкурси, програма міських екскурсій, квестів та інших форматів взаємодії з міським простором.

Жителі громади мають зручний доступ до інформації про можливості участі у подіях, залученості до середовищ та культурний контент - сайти, додатки, канали, сервіси тощо. Оператори культури активно використовують можливості комунікації з жителями громади (медійність), постійно підвищуючи візуальну якість та інноваційність підходів такої комунікації.

Жителі громади мають відкритий доступ до фінансування проектів стимулювання проактивного культурного патріотизму.

Ціль 2027 - не менше 5% рівнян залучені до активних практик споживання культури.

Стратегічні завдання:

1. Підвищення обізнаності рівнян про доступні культурні продукти, локації, позитивні історії та ініціативи.
2. Стимулювання споживання культурних продуктів та послуг.
3. Поширення низового культурного амбасадорства - проактивний культурний патріотизм.
4. Заохочення активних практик споживання та творення культури.
5. Впровадження рівнезнавства.

6. Розширення джерел інформації та комунікаційних платформ про культуру.

Індикатори:

- Кількість людей, які залучені до активних практик споживання культури
- Кількість молодих людей, які залучені до активних практик споживання культури (включеність та охоплення молоді).
- Кількість інформаційних джерел (портали, додатки, сайти) про культуру.
- Охоплення промоційними кампаніями.
- Кількість вчителів та викладачів неформальної освіти, які пройшли навчання з рівнезнавства (train the trainer).

Можливі ініціативи та проекти

- Амбасадори міста
- Ваучери на культурні події
- Науково-дослідницький центр рівнезнавства
- Розробка матеріалів та курси для вчителів рівнезнавства, провадження курсу рівнезнавства у школах та у форматах вечірних курсів
- Тренінгові програми для вчителів та викладачів неформальної освіти з рівнезнавства.

- Розробка туристичних продуктів на базі матеріалів з рівнезнавства.
- Фінансування контент-проектів про культуру.



СТРАТЕГІЯ
РОЗВИТКУ
КУЛЬТУРИ
РІВНЕНСЬКОЇ
МІСЬКОЇ
ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ
ГРОМАДИ



ВІЗІЯ
КУЛЬТУРИ
У 2030-ТИХ РОКАХ



Жива
спадщина



Проактивний
культурний
патріотизм



Цілодобові
культурні
гачки



Локації



Динамічна
спроможність

СТРАТЕГІЧНІ
НАПРЯМКИ



Мульти-
культурний
об'єднаний
хаб



Тривимірна
реновація
локацій



Рівнезнавство.
Культурний
патріотизм.

НАСТУПНІ
КРОКИ



МОХ -
розробка
концепції



Інвентаризація
локацій - та
пріоритизація
5 для переосмис-
лення



Рівнезнавство -
розробка
концепції

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



РОЗДІЛ 5. ДОДАТКИ

Додаток 1. Сукупні витрати домогосподарств.

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



Сукупні витрати домогосподарств

	У середньому за місяць у розрахунку на одне			Структура сукупних витрат (відсотків)		
	Всі домогосподарства/all households	у тому числі проживають у міській місцевості/in urban areas	у сільській місцевості/in rural areas	Всі домогосподарства/all households	у тому числі проживають у міській місцевості/in urban areas	у сільській місцевості/in rural areas
Продукти харчування та безалкогольні напої	3998,99	3866,20	4126,71	53,2	49,7	56,7
Алкогільні напої	75,52	90,43	61,16	1,0	1,2	0,8
Тютюнові вироби	187,74	194,08	181,65	2,5	2,5	2,5
Одяг і взуття	542,77	529,72	555,32	7,2	6,8	7,6
товари	537,28	523,10	550,92	7,1	6,7	7,5
послуги	5,49	6,62	4,40	0,1	0,1	0,1
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	1160,37	1438,95	892,45	15,4	18,5	12,3
товари	829,32	864,62	795,38	11,0	11,1	11,0
послуги	331,05	574,33	97,07	4,4	7,4	1,3
Довідково: оплата житла, комунальних продуктів та з них сума пільг та субсидій	1035,62	1415,94	669,86	13,8	18,2	9,2
	3,55	0,32	6,67	0,0	0,0	0,1
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка	140,75	157,46	124,68	1,9	2,0	1,7
товари	136,08	149,14	123,52	1,8	1,9	1,7
послуги	4,67	8,32	1,16	0,1	0,1	0,0
Охорона здоров'я	278,38	240,75	314,57	3,7	3,1	4,3
товари	197,99	167,20	227,60	2,6	2,2	3,1
послуги	80,39	73,55	86,97	1,1	0,9	1,2
з них сума пільг та дотацій на товари і послуги з	3,39	2,98	3,78	0,0	0,0	0,1
Транспорт	177,37	219,81	136,55	2,4	2,8	1,9
товари	115,66	160,81	72,23	1,6	2,0	1,0
послуги	61,71	59,00	64,32	0,8	0,8	0,9
з них сума пільг на проїзд в транспорті	3,74	4,94	2,58	0,0	0,1	0,0
Зв'язок	288,35	326,76	251,40	3,8	4,2	3,5
товари	24,39	24,25	24,52	0,3	0,3	0,4
послуги	263,96	302,51	226,88	3,5	3,9	3,1
з них сума пільг на оплату телефону	-	-	-	-	-	-
Відпочинок і культура	44,75	83,33	7,65	0,6	1,0	0,1
товари	23,87	40,79	7,60	0,3	0,5	0,1
послуги	20,88	42,54	0,05	0,3	0,5	0,0
з них сума пільг на оплату туристичних послуг	-	-	-	-	-	-
Освіта	31,39	52,35	11,23	0,4	0,7	0,2
Ресторани та готелі	47,13	63,50	31,39	0,6	0,8	0,4
з них харчування поза домам	45,61	60,40	31,39	0,6	0,8	0,4
витрати на оплату путівок на бази відпочинку тощо	-	-	-	-	-	-
з них пільги безготівкові на оплату путівок на бази	-	-	-	-	-	-
Різні товари та послуги	202,70	238,15	168,61	2,7	3,1	2,3
товари	118,15	141,39	95,81	1,6	1,9	1,3
послуги	84,55	96,76	72,80	1,1	1,2	1,0
Споживчі сукупні витрати	7176,21	7501,49	6863,37	95,4	96,4	94,3
Розподіл споживчих сукупних витрат:						
продовольчі товари	4262,25	4150,71	4369,52	56,7	53,4	60,0
непродовольчі товари	1982,74	2071,30	1897,58	26,3	26,6	26,1
послуги	931,22	1279,48	596,27	12,4	16,4	8,2
Довідково: витрати на продовольчі товари та	4307,86	4211,11	4400,91	57,3	54,2	60,4
Неспоживчі сукупні витрати	347,72	278,39	414,40	4,6	3,6	5,7
- допомога родичам, іншим особам	200,09	162,31	236,44	2,6	2,1	3,3
- купівля акцій, нерухомості, будівництво, капремонт,	81,77	97,01	67,11	1,1	1,3	0,9
- інші витрати	65,86	19,07	110,85	0,9	0,2	1,5
Всього сукупних витрат	7523,93	7779,88	7277,77	100,0	100,0	100,0
Кількість домогосподарств (тисяч)	373,4	183,1	190,3			
Середній еквівалентний розмір домогосподарства (осіб)	2,42	2,33	2,52			
Кількість обстежених домогосподарств	273	141	132			

Джерело: Державна служба статистики України

Додаток 2. Сукупні витрати домогосподарств без дітей залежно від їх складу.

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ

Агенція
розвитку
Півного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS





Сукупні витрати домогосподарств без дітей залежно від їх складу

(у середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн average monthly per one household, UAH)

	Всі домогосподарства без дітей / Households without children	Домогосподарства з однієї особи / One-person households		Домогосподарства з двох і більше осіб / Households of two or more persons		
		у працездатному віці / in working age	у непрацездатному віці / not of working age	всі у працездатному віці / all in working age	у працездатному та у непрацездатному віці / in working age and not of working age	всі у непрацездатному віці / not of working age
Продукти харчування та безалкогольні напої	3251.50	2166.41	1814.66	3994.53	3688.31	3372.47
Алкогільні напої	61.02	91.61	19.59	119.16	75.07	17.77
Тютюнові вироби	154.27	131.56	18.82	250.25	187.86	128.50
Одяг і взуття	344.46	378.65	97.64	734.88	387.57	134.22
товари	340.41	372.08	95.13	730.61	379.06	133.98
послуги	4.05	6.57	2.51	4.27	8.51	0.24
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	995.76	703.95	661.24	1125.06	1234.77	956.63
товари	735.44	506.21	563.95	771.53	807.43	802.53
послуги	260.32	197.74	97.29	353.53	427.34	154.10
Довідково: оплата житла, комунальних продуктів та послуг	850.37	693.54	598.03	1079.68	865.34	840.14
з них сума пільг та субсидій	-	-	-	-	-	-
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	117.98	78.61	57.46	151.67	140.30	116.25
товари	114.19	70.66	56.13	140.32	139.71	115.44
послуги	3.79	7.95	1.33	11.35	0.59	0.81
Охорона здоров'я	295.43	198.48	195.94	194.86	380.50	375.28
товари	231.43	98.98	149.06	158.01	282.22	322.55
послуги	64.00	99.50	46.88	36.85	98.28	52.73
з них сума пільг та дотацій на товари і послуги з охорони	6.49	1.13	9.59	3.97	4.22	10.36
Транспорт	139.74	161.42	6.88	238.81	195.25	79.02
товари	80.57	126.12	-	174.68	93.85	25.74
послуги	59.17	35.30	6.88	64.13	101.40	53.28
з них сума пільг на проїзд в транспорті	5.93	2.67	3.87	3.14	5.00	10.63
Зв'язок	211.65	201.49	71.03	332.40	256.34	157.66
товари	10.23	34.87	0.22	30.53	0.60	0.45
послуги	201.42	166.62	70.81	301.87	255.74	157.21
з них сума пільг на оплату телефону	-	-	-	-	-	-
Відпочинок і культура	21.73	6.21	5.31	26.56	49.29	8.49
товари	3.61	4.21	2.61	4.16	5.34	2.09
послуги	18.12	2.00	2.70	22.40	43.95	6.40
з них сума пільг на оплату туристичних послуг	-	-	-	-	-	-
Освіта	7.12	0.71	-	2.97	26.22	-
Ресторани та готелі	25.96	40.00	0.92	62.28	34.92	-
з них харчування поза домом	25.96	40.00	0.92	62.28	34.92	-
витрати на оплату путівок на бази відпочинку тощо	-	-	-	-	-	-
з них пільги окремим на оплату путівок на бази відпочинку тощо	-	-	-	-	-	-
Різні товари та послуги	176.11	134.06	62.42	270.24	244.49	119.47
товари	85.46	89.83	45.89	134.60	98.91	56.46
послуги	90.65	44.23	16.53	135.64	145.58	63.01
Споживчі сукупні витрати	5802.73	4293.16	3011.91	7503.67	6900.89	5465.76
Розподіл споживчих сукупних витрат:						
продовольчі товари	3466.79	2389.58	1853.07	4363.94	3951.24	3518.74
непродовольчі товари	1601.34	1302.96	912.99	2144.44	1807.12	1459.24
послуги	734.60	600.62	245.85	995.29	1142.53	487.78
Довідково: витрати на продовольчі товари та харчування поза домом	3492.75	2429.58	1853.99	4426.22	3986.16	3518.74
Неспоживчі сукупні витрати	428.00	209.59	115.50	365.74	725.53	445.85
- допомога родичам, іншим особам	241.18	153.15	107.89	225.54	308.23	287.66
- купівля акцій, нерухомості, будівництво, капремонт, вклади до банків	68.21	55.70	2.67	132.24	46.46	74.28
- інші витрати	118.61	0.74	4.94	7.96	370.84	83.91
Всього сукупних витрат	6230.73	4502.75	3127.41	7869.41	7626.42	5911.61
Кількість домогосподарств (тисяч)	193.7	18.2	27.4	42.1	47.4	58.6
Середній еквівалентний розмір домогосподарства (осіб)	1.77	1.00	1.00	2.06	2.23	1.80
Кількість обстежених домогосподарств	162	31	40	28	32	31

Джерело: Державна служба статистики України

Додаток 3. Структура сукупних витрат домогосподарств з дітьми залежно від кількості дітей у їх складі.

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ

Агенція
розвитку
Півного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS





Структура сукупних витрат домогосподарств з дітьми залежно від кількості дітей у їх складі

(у середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, відсотків average monthly per one household, percentage)

	Всі домогосподарства з дітьми/ All households with children	у тому числі з кількістю дітей/ including the number of children		
		одна/one	дві/two	три і більше/ three or more
Продукти харчування та безалкогольні напої	53,8	53,2	55,5	51,1
Алкогільні напої	1,1	1,1	1,0	0,4
Тютюнові вироби	2,5	2,1	3,5	1,3
Одяг і взуття	8,5	8,8	8,1	7,0
товари	8,4	8,7	8,0	7,0
послуги	0,1	0,1	0,1	0,0
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	15,0	16,1	12,6	18,0
товари	10,4	11,2	9,0	11,0
послуги	4,6	4,9	3,6	7,0
Довідково: оплата житла, комунальних продуктів та з них сума пільг та субсидій	13,9	14,5	12,1	17,6
	0,1	0,1	0,0	0,0
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та	1,9	1,9	1,6	2,4
товари	1,8	1,8	1,5	2,4
послуги	0,1	0,1	0,1	0,0
Охорона здоров'я	2,9	2,9	3,0	2,3
товари	1,8	1,8	1,9	1,3
послуги	1,1	1,1	1,1	1,0
з них сума пільг та дотацій на товари і послуги з охорони здоров'я	0,0	-	-	0,0
Транспорт	2,4	2,4	2,5	3,3
товари	1,7	1,7	1,8	2,4
послуги	0,7	0,7	0,7	0,9
з них сума пільг на проїзд в транспорті	0,0	0,0	0,0	0,0
Зв'язок	4,2	4,2	4,0	4,8
товари	0,5	0,5	0,3	0,9
послуги	3,7	3,7	3,7	3,9
з них сума пільг на оплату телефону	-	-	-	-
Відпочинок і культура	0,8	0,6	0,8	2,8
товари	0,5	0,4	0,4	2,5
послуги	0,3	0,2	0,4	0,3
з них сума пільг на оплату туристичних послуг	-	-	-	-
Освіта	0,6	0,5	0,7	1,9
Ресторани та готелі	0,8	0,8	0,8	0,3
з них харчування поза домом	0,7	0,8	0,8	0,3
витрати на оплату путівок на бази відпочинку тощо	-	-	-	-
з них пільги безготівкові на оплату путівок на бази відпочинку тощо	-	-	-	-
Різні товари та послуги	2,6	2,7	2,4	2,8
товари	1,7	1,8	1,6	2,0
послуги	0,9	0,9	0,8	0,8
Споживчі сукупні витрати	97,1	97,3	96,5	98,4
Розподіл споживчих сукупних витрат:				
продовольчі товари	57,4	56,4	60,0	52,8
непродовольчі товари	26,8	27,9	24,5	29,5
послуги	12,9	13,0	12,0	16,1
Довідково: витрати на продовольчі товари та харчування	58,1	57,2	60,8	53,1
Неспоживчі сукупні витрати	2,9	2,7	3,5	1,6
- допомога родичам, іншим особам	1,7	1,8	1,7	1,1
- купівля акцій, нерухомості, будівництво, капремонт,	1,1	0,8	1,8	0,4
- інші витрати	0,1	0,1	0,0	0,1
Всього сукупних витрат	100,0	100,0	100,0	100,0

Джерело: Державна служба статистики України

Додаток 4. Випуск в основних цінах за КВЕД "Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок" у 2015 - 2019 роках, млн грн.

Випуск в основних цінах за КВЕД "Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок" у 2015 - 2019 роках, млн грн

	R				
	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок				
	млн. грн				
	2015	2016	2017	2018	2019
Вінницька	428	502	675	827	978
Волинська	290	326	390	504	589
Дніпропетровська	955	1522	1563	1823	2201
Донецька	888	1121	1353	1681	1657
Житомирська	297	359	481	585	680
Закарпатська	301	364	523	685	821
Запорізька	517	597	769	855	1030
Івано-Франківська	381	471	592	839	963
Київська	553	668	1086	1446	1854
Кіровоградська	227	289	302	454	547
Луганська	177	275	508	611	620
Львівська	896	1055	1407	1578	2122
Миколаївська	344	430	637	683	819
Одеська	821	1051	1231	1574	1941
Полтавська	459	559	792	962	1143
Рівненська	314	369	430	560	626
Сумська	314	376	474	633	739
Тернопільська	276	306	361	534	622
Харківська	1173	1273	1930	1944	2603
Херсонська	306	354	428	604	709
Хмельницька	327	366	402	577	692
Черкаська	421	429	559	675	781
Чернівецька	237	270	281	395	428
Чернігівська	332	351	430	645	771
м.Київ	9202	9472	10660	12360	13635

Додаток 5. Валова додана вартість за КВЕД "Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок" у 2015 - 2019 роках, млн грн.

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS





Випуск в основних цінах за КВЕД "Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок" у 2015 - 2019 роках, млн грн

	R				
	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок				
	млн. грн				
	2015	2016	2017	2018	2019
Вінницька	428	502	675	827	978
Волинська	290	326	390	504	589
Дніпропетровська	955	1522	1563	1823	2201
Донецька	888	1121	1353	1681	1657
Житомирська	297	359	481	585	680
Закарпатська	301	364	523	685	821
Запорізька	517	597	769	855	1030
Івано-Франківська	381	471	592	839	963
Київська	553	668	1086	1446	1854
Кіровоградська	227	289	302	454	547
Луганська	177	275	508	611	620
Львівська	896	1055	1407	1578	2122
Миколаївська	344	430	637	683	819
Одеська	821	1051	1231	1574	1941
Полтавська	459	559	792	962	1143
Рівненська	314	369	430	560	626
Сумська	314	376	474	633	739
Тернопільська	276	306	361	534	622
Харківська	1173	1273	1930	1944	2603
Херсонська	306	354	428	604	709
Хмельницька	327	366	402	577	692
Черкаська	421	429	559	675	781
Чернівецька	237	270	281	395	428
Чернігівська	332	351	430	645	771
м.Київ	9202	9472	10660	12360	13635

Додаток 6. Частка випуску в основних цінах видів економічної діяльності у загальному обсязі регіону у 2015 - 2019 роках, (у фактичних цінах, % до підсумку).

Частка випуску в основних цінах видів економічної діяльності у загальному обсязі регіону у 2015 - 2019 роках, (у фактичних цінах, % до підсумку)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S, T
	Сільське господарство, лісове господарство та рибальське господарство	Добування промислових і будівельних матеріалів	Переробництво	Постачання електричної, теплової та холодної енергії	Водопостачання; каналізація; відходи і відходи	Будівництво	Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	Тимчасове розміщення й організація харчування	Інформацій та телекомунікації	Фінансова та страхова діяльність	Операції з нерухомим майном	Професійна, наукова та технічна діяльність	Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	Державне управління; оборона; соціальне страхування	Освіта	Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	Надання інших видів послуг
2015	19,6	1,1	24,1	14,6	0,5	3,5	12,0	5,0	0,5	0,9	0,9	4,0	0,5	0,5	4,5	4,4	2,3	0,4	0,5
2016	20,2	1,2	24,5	13,9	0,6	2,9	10,9	4,8	0,5	1,1	1,3	4,5	0,6	0,4	5,0	4,2	2,4	0,4	0,6
2017	20,1	1,3	23,8	12,6	0,6	4,5	9,1	5,6	0,5	1,2	1,3	4,5	0,6	0,5	5,1	5,0	2,6	0,4	0,7
2018	19,6	1,5	22,6	12,8	0,5	5,3	8,2	5,6	0,5	1,3	1,3	4,9	0,8	0,5	5,3	5,1	2,7	0,5	0,8
2019	17,7	1,5	22,8	11,9	0,5	6,4	8,7	5,1	0,6	1,7	2,0	5,1	0,9	0,5	5,8	5,1	2,2	0,5	1,0

Додаток 7. Зайняте населення за видами економічної діяльності та регіонами у 2019 році (у віці 15-70 років; тис. осіб).

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ

Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



Зайняте населення за видами економічної діяльності та регіонами у

Область	Всього	Мистецтво, спорт,	Мистецтво, спорт,
Дніпропетровська	1413,7	10,7	0,8
Закарпатська	508,9	4,1	0,8
Луганська	303,7	2,6	0,9
Вінницька	660,7	5,7	0,9
Чернівецька	394,1	3,6	0,9
Черкаська	531,8	4,9	0,9
Миколаївська	499,6	4,7	0,9
Хмельницька	528,8	5	0,9
Волинська	380	4	1,1
Полтавська	591,2	6,3	1,1
Сумська	490,9	5,3	1,1
Житомирська	521,2	5,8	1,1
Львівська	1075,2	12,3	1,1
Запорізька	741,6	8,5	1,1
Харківська	1263,9	15,1	1,2
Донецька	747,2	9,1	1,2
Одеська	1020,1	12,5	1,2
Івано-Франківська	575,1	7,3	1,3
Рівненська	486	6,7	1,4
Тернопільська	417,7	6	1,4
Кіровоградська	384,5	5,6	1,5
Чернігівська	435,8	6,6	1,5
Київська	771,4	12,9	1,7
Херсонська	455,3	7,7	1,7
м.Київ	1379,9	24,6	1,8

Розподіл загальної кількості зайнятого населення за видами економічної діяльності здійснено на основі комплексної оцінки шляхом інтеграції даних обстеження робочої сили, державних статистичних спостережень підприємств і адміністративної звітності.

Додаток 8. Середньомісячна заробітна плата штатних працівників у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку за регіонами (грн.).

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ


 Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



Середньомісячна заробітна плата штатних працівників у мистецтві, спорті, розвагах та

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Вінницька	2479	2159	2555	2920	4366	4966
Волинська	2351	2336	2726	3201	4611	5798
Дніпропетровська	6068	7693	8879	5856	5691	6320
Житомирська	2042	2207	2633	3036	4715	5236
Закарпатська	2587	2661	2937	3387	5061	5770
Запорізька	2598	2742	3196	3853	5673	6574
Івано-Франківська	2363	2491	2694	3202	4663	5430
Київська	2354	2309	2593	3281	4919	5856
Кіровоградська	1964	2028	2403	2925	4353	4849
Львівська	3096	3134	3328	3860	5774	7135
Миколаївська	2371	2375	2698	3218	4660	5429
Одеська	2766	2779	3194	3835	5677	6840
Полтавська	2123	2176	2214	2887	4427	5346
Рівненська	2322	2502	2742	3234	4458	5367
Сумська	2528	2485	2763	3585	4954	5816
Тернопільська	2148	2170	2270	2539	3585	4477
Харківська	3501	3223	2900	3207	5051	6405
Херсонська	2022	2062	2273	2704	4093	4723
Хмельницька	2225	2384	2815	3157	4572	5339
Черкаська	2276	2335	2581	3344	4590	5465
Чернівецька	2273	2242	2556	3034	4788	5371
Чернігівська	2151	1987	2325	2760	4180	4706
м. Київ	4352	4339	4734	5910	9355	10346
Україна	3343	3626	4134	4844	6608	7612

Джерело: Економічна

Додаток 9. Рівненський державний гуманітарний університет (м.Рівне).

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ

Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



Рівненський державний гуманітарний університет

Назва спеціальності (спеціалізації), тип програми магістра	Назва освітньої програми	Інформація про акредитацію
БАКАЛАВР		
(023) Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація	Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889748, дійсний до 01.07.2026
(023) Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація	Образотворче та декоративне мистецтво	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889748, дійсний до 01.07.2026
(023) Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація	Образотворче та декоративно-прикладне мистецтво	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889748, дійсний до 01.07.2026
(024) Хореографія	Хореографія	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889745, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво естради	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво. Академічний спів	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво. Естрадний спів	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво. Комп'ютерна електронна музика	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво. Музичне мистецтво естради	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво. Музичний фольклор	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво. Народні інструменти	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво. Оркестрові духові та ударні інструменти	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво. Фортепіано	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво. Хорове диригування	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(026) Сценічне мистецтво	Сценічне мистецтво	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(026) Сценічне мистецтво	Сценічне мистецтво. Актор	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(026) Сценічне мистецтво	Сценічне мистецтво. Режисер	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(027) Музеєзнавство, пам'яткознавство	Музеєзнавство, пам'яткознавство	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(028) Менеджмент соціокультурної	Менеджмент соціокультурної діяльності	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(029) Інформаційна, бібліотечна та	Книгознавство, бібліотекознавство і	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(034) Культурологія	Культурологія	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(291) Міжнародні відносини, суспільні	Суспільні комунікації	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
МАГІСТР		
(023) Образотворче мистецтво,	Образотворче мистецтво, декоративне	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889748, дійсний до 01.07.2026
(024) Хореографія	Хореографія	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889745, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво (Академічний спів)	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво (Естрадний спів)	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво (Комп'ютерно-	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво (Музичне мистецтво	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво (Музичний	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво (Народні	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво (Оркестрові духові	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво (Фортепіано)	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(025) Музичне мистецтво	Музичне мистецтво (Хорове	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889747, дійсний до 01.07.2026
(026) Сценічне мистецтво	Сценічне мистецтво	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(027) Музеєзнавство, пам'яткознавство	Музеєзнавство, пам'яткознавство	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(028) Менеджмент соціокультурної	Менеджмент соціокультурної діяльності	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(029) Інформаційна, бібліотечна та	Книгознавство, бібліотекознавство і	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026
(034) Культурологія	Культурологія	Сертифікат про акредитацію освітньої спеціальності НД 1889744, дійсний до 01.07.2026

Джерело: Єдина державна електронна база з питань освіти

Додаток 10. Національний університет водного господарства та природокористування (м.Рівне).

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



Національний університет водного господарства та природокористування

Назва спеціальності	Назва освітньої програми	Інформація про акредитацію
БАКАЛАВР		
(061) Журналістика	Журналістика	Сертифікат про акредитацію освітньої програми
(075) Маркетинг	Маркетинг	Сертифікат про акредитацію освітньої програми
МАГІСТР		
(075) Маркетинг	Маркетинг	Сертифікат про акредитацію освітньої програми 2472, дійсний до 01.07.2027
(191) Архітектура та	Архітектура та містобудування	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД
(191) Архітектура та	Архітектура та містобудування	
ДОКТОР ФІЛОСОФІЇ		
(191) Архітектура та	Архітектура та містобудування	Сертифікат про акредитацію освітньої програми

Джерело: Єдина державна електронна база з питань освіти

Додаток 11. Приватний вищий навчальний заклад "Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука" (м.Рівне).

Приватний вищий навчальний заклад "Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука":

Назва спеціальності	Назва освітньої програми	Інформація про акредитацію
БАКАЛАВР		
(061) Журналістика	Журналістика	Сертифікат про акредитацію
МАГІСТР		
(061) Журналістика	Журналістика	Сертифікат про акредитацію освітньої програми 1195, дійсний до

Джерело: Єдина державна електронна база з питань освіти

Додаток 12.

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



Організаційно-правова форма заявника	Сума гранту, тис. грн.
Державна організація (установа, заклад), підприємство	106
Приватна організація (установа, заклад), підприємство	124
Орган місцевого самоврядування	355
Інші об'єднання юридичних осіб	448
Творча спілка	724
Комунальна організація (установа, заклад), підприємство	945
Товариство з обмеженою відповідальністю	1375
Фізична особа-підприємець	4061
Громадська організація	7252

Додаток 13.

Основний продукт проекту	Кількість проектів
Фестиваль	6
Освітня програма	6
Креативний/публічний простір	3
Сценарій/препродакшен	2
Маршрут/екскурсія	2
Виставка	2
Телепродукт	1
Спецпроект	1
Резиденція	1
Музей/експозиція	1
Мережа	1
Концерт	1
Конкурс	1
Інформаційна кампанія	1
Вистава/перформанс	1
Видання	1
База даних	1
Аналітичний звіт	1

Додаток 14.

ПРОЕКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Півного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



Основний продукт проекту	Сума гранту, млн грн
Фестиваль	2476
Освітня програма	1984
Креативний/публічний простір	1940
Маршрут/екскурсія	1277
Виставка	1209
Сценарій/препродакшен	835
Спецпроект	827
Інформаційна кампанія	823
База даних	758
Видання	680
Концерт	487
Мережа	448
Вистава/перформанс	441
Музей/експозиція	393
Резиденція	352
Аналітичний звіт	268
Телепродукт	124
Конкурс	70

Додаток 15.

Сектор культури і мистецтв	Кількість проектів
Культурні та креативні індустрії	9
Аудіовізуальне мистецтво	8
Культурна спадщина	5
Література та видавнича справа	4
Аудіальне мистецтво	3
Візуальне мистецтво	3
Перформативне та сценічне мистецтво	1

Сектор культури і мистецтв	Кількість проектів
Культурні та креативні індустрії	9
Аудіовізуальне мистецтво	8
Культурна спадщина	5
Література та видавнича справа	4
Аудіальне мистецтво	3
Візуальне мистецтво	3
Перформативне та сценічне мистецтво	1

ПРОЕКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Півного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



Додаток 16.

Категорія	2019	2020	2021
Кількість фестивалів	55	57	48
Кількість театрів	2	2	2
Кількість театральних вистав	723	372	350
Кількість музеїв	3	3	3
Кількість нових виставок	706	557	620
Кількість концертних залів	7	7	7
Кількість концертів	469	200	190
Кількість галерей	3	3	3
Кількість бібліотек	14	14	15
Кількість книгарень	26	26	26
Кількість просторів для проведення подій/майстер-класів/зустрічей тощо	21	21	21
Кількість танцювальних клубів/колективів	31	34	34
Кількість музичних клубів/колективів	64	69	68
Кількість креативних хабів, спільних майстерень	7	8	9
% площі міста, що займають зелені зони та водойми (рекреаційні зони)	7,10%	7,10%	7,10%
Кількість пам'яток культури місцевого значення	136	136	132
Кількість пам'яток культури національного значення	4	4	4
Кількість пам'яток культури, занесених до спадщини ЮНЕСКО	0	0	0
Кількість природних пам'яток	1	1	1
Кількість проектів, поданих на підтримку Рівненського фонду культури	26	32	35
Кількість проектів, реалізованих за підтримки Рівненського фонду культури (якщо були)	26	28	31

Джерело: дані РМР

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ:

- Програма розвитку культури в місті Рівному на 2019-2023 роки,
<https://culture-rivne.com.ua/info/67-programa-rozvytku-kultury-v-misti-rivnomu-na-2019-2023-roky>
- Рішення про внесення змін до Програми розвитку культури в місті Рівному на 2019–2023 роки, затвердженої рішенням Рівненської міської ради від 06.12.2018 № 5335,
<https://culture-rivne.com.ua/info/85-pro-vnesennja-zmin-do-programy-rozvytku-kultury-v-misti-rivnomu-na-2019-2023-roky>
- Рішення №300 від 10.03.2016 р. Про передачу майна з балансу Виконавчого комітету Рівненської міської ради на баланс комунальних закладів культури міста Рівного,
http://www.city-adm.rv.ua/RivnePortal/GetFile.ashx?type=rada&file=rish_13946.doc
- Рішення про внесення змін до Програми підтримки та розвитку Комунального підприємства "Міське об'єднання парків культури та відпочинку" Рівненської міської ради на 2019–2023 роки, затвердженої рішенням Рівненської міської ради від 20.12.2018 № 5387,
http://www.city-adm.rv.ua/RivnePortal/GetFile.ashx?type=rada&file=rish_22937.doc
- Рішення про безоплатне прийняття зі спільної власності територіальних громад Рівненського району в комунальну власність Рівненської міської територіальної громади майна Квасилівської дитячої музичної школи відділу культури, молоді та спорту Рівненської районної державної адміністрації,
http://rivnerada.gov.ua/PublicServicesAPI/api/file-attachment/download-file/115_41/true
- Рішення про продовження на 2021 рік строку дії Програми реалізації проекту "Таємничі підземелля Рівного. Культурна спадщина як елемент інтерактивного вивчення історії краю" на 2018–2020 роки та внесення змін до цієї Програми,
http://rivnerada.gov.ua/PublicServicesAPI/api/file-attachment/download-file/114_13/true
- Стратегія розвитку Рівного на період до 2040 року,
http://investrv.org.ua/storage/web/source/1/yx5NIT3c6nRVEeWpWVc-PhcTJK_0yRCH8.pdf
- Рішення про затвердження Програми соціально-економічного розвитку міста Рівного на 2020—2022 роки,
<http://economy.rv.ua/wpcontent/uploads/2020/01/%D0%A0%D1%88%D0%B5%D0%B%D0%BD%D1%8F-6919-1.doc>
- Рішення про внесення змін до Програми соціально-економічного розвитку міста Рівного на 2020–2022 роки, затвердженої рішенням Рівненської міської ради від 12.12.2019 № 6919,
<https://economy.rv.ua/wpcontent/uploads/2021/07/%D0%A0%D1%96%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%E2%84%96625%D0%B2%D1%96%D0%B410-06-2021.doc>
- Стратегія розвитку Рівненської області на період до 2027 року,
<https://www.rv.gov.ua/storage/app/sites/11/022020/1618-strategia-2027.pdf>



- Звіт про результати моніторингу виконання за 9 місяців 2021 року плану на 2021 — 2023 роки із реалізації Стратегії розвитку Рівненської області на період до 2027 року, <https://www.rv.gov.ua/zviti-regionalnoyi-strategiyi?v=60f93998b6246>
- Державного стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки, <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>
- Стратегія розвитку Рівненської територіальної громади на період до 2027 року, http://rivnerada.gov.ua/portal-files/portal/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F_%D1%80%D0%BE%D0%B7D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83_%D0%A0%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%97%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D0%B8_%D0%B4%D0%BE2027%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%83.pdf

Секретар міської ради

Віктор ШАКИРЗЯН

ПРОЄКТ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ



Агенція
розвитку
Рівного

EU4CULTURE IMPLEMENTING PARTNERS



ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до проєкту рішення «Про затвердження Стратегії розвитку культури Рівненської міської територіальної громади до 2030-х років»

Стратегія культури Рівненської міської територіальної громади до 2030-х років полягає у визначенні візійних напрямків, стратегічних цілей та завдань, важливих проєктів та індикаторів досягнення, які сприятимуть забезпеченню оптимально сприятливих та ефективних умов для духовного, естетичного, соціального розвитку кожної людини, зокрема, й громади в цілому. Стратегія має бути дороговказом розвитку для спільноти культурних менеджерів та заінтересованих сторін, надавати спільний напрям руху для низових ініціатив та програмних напрямків діяльності органів влади. Стратегія виконує функцію меню ідей можливих проєктів та ініціатив для середовища культурних менеджерів Рівненської міської територіальної програми. До розробки цього документу було залучено понад шість десятків представників зацікавлених сторін розвитку культури Рівненської міської територіальної громади, що робить його унікальним та ще раз акцентує увагу на партисипативному підході у стратегуванні, формування ідентичності та згуртованості громади, посилення ролі та значення культурних прав і свобод представників різних спільнот у загальному культурному просторі, пожвавлення економічного розвитку та інвестиційної привабливості регіону, для забезпечення реалізації грантової конкурсної програми «EU4Culture», яка фінансується Європейським Союзом.

Начальник управління
культури і туризму

Наталія ЛОЗОВСЬКА