

УДК 332.1:338.46:004.9

DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.215.3-10>**Волосюк М.В.**

доктор економічних наук

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Volosiuk Maryna

Dr. of Economic Sc.

Admiral Makarov National University of Shipbuilding

<https://orcid.org/0000-0002-0612-6988>

SMART-ІМЕРСИВНІСТЬ ТЕРИТОРІЙ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ АКТИВІЗАЦІЇ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

У статті досліджено принципи впровадження SMART-імерсивності територій як інструменту місцевого економічного розвитку в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення України. Методологічною основою дослідження є: теорії місцевого економічного розвитку, концепція економіки вражень, підходи ОЕСР та між-дисциплінарні дослідження імерсивності. Розроблено трикомпонентну модель SMART-імерсивності на стику територіального маркетингу, SMART-спеціалізації та економіки вражень. Доведено, що для прифронтових регіонів SMART-імерсивність є засобом просторової терапії та капіталізації культурного коду в умовах руйнування та дефіциту кадрів. Запропоновано систему оцінки SMART-імерсивності за чотирма компонентами та моніторингові індикатори. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання для розробки програм місцевого економічного розвитку.

Ключові слова: місцевий економічний розвиток, SMART-імерсивність, економіка вражень, територіальний маркетинг, автентичний культурний код, перекодування простору, цифровізація спадщини.

SMART-IMMERSIVENESS OF TERRITORIES AS AN INNOVATIVE TOOL FOR ACTIVATING LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT

The article explores the conceptual foundations and applied mechanisms for implementing SMART-immersiveness of territories as an innovative tool for local economic development in the context of martial law and post-war reconstruction of Ukraine. The methodological basis of the study is based on the fundamental principles of modern regional economics, theories of local economic development, the concept of the economy of impressions by B. J. Pine II and J.H. Gilmore, OECD approaches to assessing territorial attractiveness, as well as interdisciplinary studies of immersion as a socio-cultural and technological phenomenon. Based on a systemic analysis, a three-component model of SMART-immersiveness of territories in the system of local economic development has been developed. It functions at the intersection of territorial marketing, SMART-specialization and the economy of impressions through the formation of contours of digital identity, value-oriented local products and recoding of the traumatized space. It is proven that for the frontline and deoccupied regions of Ukraine, the implementation of SMART immersive practices is an effective tool for spatial therapy and overcoming mental «trauma of space» through digital capitalization of authentic cultural codes in conditions of physical damage to infrastructure and personnel shortage. An original system for assessing the SMART immersiveness of a territory is proposed, which includes four hierarchical components (level of digitalization, content availability, depth of interaction, and final financial and economic result) and corresponding quantitative and qualitative monitoring indicators. The practical significance of the results obtained lies in the possibility of their use by local governments and representatives of the creative sector to develop applied programs for local economic development and strategies for restoration and development, which is demonstrated in the article using the example of a successful case of digitization and 3D scanning of more than 100 objects of industrial and maritime heritage of the city of Mykolaiv in the first half of 2026.

Keywords: local economic development, SMART-immersiveness, experience economy, territorial marketing, authentic cultural code, recoding of space, digitization of heritage.

JEL classification: R11, O18, O33, Z18.

Постановка проблеми. У сучасних умовах воєнного стану та перспективах повоєнного відновлення України класичні підходи до місцевого економічного

розвитку та територіального маркетингу зазнають радикальної трансформації. Традиційні стратегії, орієнтовані на капіталомістке відновлення промислової чи

ISSN друкованої версії: 2224-6282

ISSN електронної версії: 2224-6290

© Волосюк М.В., 2026

туристичної інфраструктури, часто стикаються з нестачею фінансових ресурсів, логістичними обмеженнями та гострою нестачею кадрів у громадах. Ця ситуація особливо критична для деокупованих та прифронтових регіонів, чий простір зазнав глибокого фізичного та ментального руйнування, перетворивши колишні промислові та культурні центри на депресивні зони.

У таких умовах виникає об'єктивна необхідність переходу від статичного управління інфраструктурою до динамічних інноваційних моделей, здатних активізувати приховані внутрішні резерви громад. Інструментом для такого прориву може стати концепція SMART-імерсивності територій, де цифрові технології SMART-спеціалізації інтегровані з емоційним капіталом економіки вражень. Це дозволяє розглядати соціокультурну ідентичність і навіть пошкоджений простір регіону не як «статтю витрат», а як активний економічний двигун, здатний перекодувати локальну руйнацію в цифрові точки капіталізації, відновлюючи стійкість та інвестиційну привабливість територіальних громад.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти імерсивності (занурення) як соціокультурного та мистецького феномену розглядають у своїх наукових дослідженнях О. Бенюк [1], О. Губернатор [2], О. Кундеревич [1], К. Кириленко [1], Ю. Мох-Марінович [3] та ін. На відміну від суто мистецтвознавчого підходу зазначених дослідників, ми розглядаємо SMART-імерсивність як інноваційний інструмент місцевого економічного розвитку. Водночас питання важливості культурної спадщини та автентичного коду громади для місцевого розвитку розглядаються багатьма зарубіжними та вітчизняними дослідниками, серед яких: R. Hassib [6], Ö. Karakul [8], T. Yıldız [8], Н. Плотнік [9]. У вітчизняній науковій думці також досліджуються питання трансформації культурних та креативних індустрій у активний інноваційний інструмент управління та повоєнного відновлення територій, зокрема у праці Л. Лігоненко [10].

Проте, попри вагомі теоретичні доробки зазначених авторів, у вітчизняній науковій думці відсутня комплексна модель SMART-імерсивності, яка застосувала б ці загальні принципи до викликів сьогодення. Залишаються невирішеними питання, як в умовах воєнного стану, критичної нестачі фінансових ресурсів та кадрового дефіциту в територіальних громадах можна практично перекодувати травмовані (зруйновані) простори в цифрові точки економічної капіталізації. Крім того, бракує чітких методологічних інструментів оцінки ефективності цих процесів на місцевому рівні, що суттєво обмежує можливості органів місцевого самоврядування.

Мета статті - теоретико-методологічне обґрунтування концепції SMART-імерсивності територій як механізму перекодування травмованого простору та капіталізації соціокультурної ідентичності громад у контексті воєнного стану та повоєнної відбудови України та розробка інструментарію оцінювання її ефективності у місцевому економічному розвитку.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої

мети в дослідженні застосовано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, які дозволили забезпечити внутрішню єдність, концептуальну цілісність та емпіричну достовірність отриманих результатів. Зокрема, у процесі дослідження використано: системний та комплексний підходи - для обґрунтування сутності поняття «SMART-імерсивність територій» та формування її трикомпонентної структури на перетині територіального маркетингу, SMART-спеціалізації та економіки вражень; критичний та дедуктивний аналіз - для вивчення існуючих теоретичних підходів ОЕСР та вітчизняного законодавства щодо капіталізації культурних ресурсів громад; абстрактно-логічний та графічний методи - для моделювання взаємодії стратегічних вузлів SMART-імерсивного розвитку; структурний метод - для розробки системи оцінки, формування чотирьох базових компонентів та відповідних кількісних та якісних індикаторів муніципального моніторингу; емпіричний аналіз - для вивчення практичного досвіду Миколаївської міської територіальної громади у першому півріччі 2026 р. в частині оцифрування індустріальної та морської спадщини.

Виклад основних результатів дослідження. Важливе значення для розуміння природи імерсивності (занурення) мають мистецтвознавчі дослідження О. В. Кундеревич, К. М. Кириленко, О. Б. Бенюк [1], де імерсивність розглядається як «стратегія подолання дистанції між об'єктом та суб'єктом через цифрові та театральні практики» [1]. Проте, на відміну від суто мистецького підходу, авторська концепція SMART-імерсивності переносить цей ефект у площину місцевого економічного розвитку, де цифрові рішення SMART-спеціалізації слугують інструментом капіталізації реального, а не віртуального культурного коду.

О. І. Губернатор [2] у своєму науковому дослідженні зазначає, що імерсивні практики ХХІ ст. базуються на мультисенсорному залученні, що дозволяє глядачу перейти до активного сприйняття емоційного аспекту культурного артефакту. Авторка розглядає імерсивність як «трансформацію, що відбувається з людиною завдяки зануренню в середовище» [2]. У межах нашого дослідження це положення є важливим для розуміння значення концепції SMART-імерсивності для місцевого економічного розвитку. Імерсивність території має забезпечувати не просто візуальний супровід, а повноцінний тілесно-тактильний досвід, де SMART-технології виступають посередником між справжнім культурним кодом громади та суб'єктивним сприйняттям відвідувача (споживача території).

Дослідження Ю. Мох-Марінович [3] щодо імерсивності сценічних практик дозволяє поглибити розуміння суб'єктності відвідувача в межах нашої концепції. В імерсивних практиках «глядач не просто спостерігає, а має певну невизначеність ролі. Це змушує його бути уважнішим та активнішим» [3]. Отже, це аргумент підтверджує ідею про те, що територія не повинна давати готовий продукт. SMART-імерсивність – це коли відвідувачів заохочують «відкривати» місто або громаду через квести, інтерактивні маршрути чи участь у місцевих промислах, що створює набагато

глибший зв'язок із громадою. Авторка описує, що імерсивність часто розширює дію за межі театру - у «неприспособовані простори (покинуті будівлі, квартири, вулиці)» [3]. У місцевому економічному розвитку це підкріплює ідею про те, що «сценою» є не лише театри чи музеї, а все місто або громада. Аналітична доповідь «Економічна привабливість української культури» [4] вказує на значний обсяг невикористаних ресурсів у регіонах. Покинуті заводи чи степові ландшафти - це не депресивні зони, а імерсивні локації, які за допомогою SMART-технологій стають частиною туристичного сценарію, створюючи нові точки місцевого економічного зростання.

Таким чином, SMART-імерсивність - це спроможність території за допомогою розумної спеціалізації створювати ефект повного занурення (враження) в унікальний культурний код, що забезпечує сталий місцевий економічний розвиток. Ми розглядаємо SMART-імерсивність не як абстрактну ідею, а як практичну модель місцевого економічного розвитку, де кожен «емоційний яркір» має бути економічно обґрунтований.

Фундаментом для розуміння економічної природи цього явища стала концепція економіки вражень, запропонована Б. Джозефом Пайном II та Джеймсом Г. Гілмором [5]. Вона відкрила новий вимір господарської діяльності, де основним об'єктом обміну стає не товар чи послуга, а незабутня подія - враження, що створюється шляхом інсценування автентичного досвіду. Для місцевого економічного розвитку це означає зміну концепції, коли громада перестає конкурувати лише ресурсами, а починає пропонувати унікальний «сценарій залучення» у власну ідентичність.

Традиційно політика територіального розвитку базувалася на переконанні, що «висока привабливість громади є головним доказом успіху» [6]. Відповідно, ключовим завданням є залучення інвестицій та створення робочих місць, щоб стимулювати людей приїжджати та залишатися на території.

Проте в сучасних умовах цього стає недостатньо. Згідно з підходами ОЕСР [7], сучасна привабливість територій потребує переосмислення: вона має базуватися на поєднанні об'єктивних економічних показників та суб'єктивних нематеріальних драйверів. Відтак, вимірювання привабливості - це не лише підрахунок туристів. Це оцінка здатності громади використовувати свої «специфічні активи» (якість життя, цифрові можливості, культурний код) для залучення талантів та інвестицій, що підтримують перехід до стійкого територіального розвитку. Війна в Україні, як зазначається у звіті ОЕСР, «змушує громади глибоко переосмислити свою роль у глобальних ланцюгах вартості» [7]. Для українських регіонів SMART-імерсивність стає інструментом «регіональної вбудованості» у нову глобальну архітектуру, де конкурентна перевага здобувається не за рахунок ресурсів, а завдяки унікальним цифровим, людським та інфраструктурним зв'язкам, заснованим на автентичному культурному коді. Це переосмислення є екзистенційним викликом для прифронтових та деокупованих територій України.

Сьогодні територія перестає бути лише

географічним базисом і починає сприйматися як фактор суспільно-адміністративних та територіальних інновацій, де економічна привабливість має підкріплюватися емоційною капіталізацією. І важливим елементом місцевого економічного розвитку є, таким чином, автентичний культурний код громади. Тут варто згадати концепцію цілісного підходу, обґрунтованої Ö. Karakul та T. Yıldız [8] у міжнародному дослідженні щодо ролі місцевого самоврядування у збереженні спадщини. Зокрема, автори доводять, що культурний код не обмежується лише матеріальними об'єктами (архітектурою, артефактами), а базується на нерозривному зв'язку між матеріальною спадщиною та нематеріальними елементами - «народною культурою, традиціями та «духом» місця» [8]. Це означає, що автентичний культурний код є динамічним ресурсом, який потребує не лише реставрації та консервації, а й активної інтеграції в сучасний соціально-економічний простір територіальної громади. Це первинне джерело унікальності, яке за допомогою SMART-технологій та інструментів економіки вражень трансформується у капіталізований ресурс. Це вимагає переходу від простого управління туристичною інфраструктурою до проектування цілісного імерсивного простору, який дозволить громаді зберігати свою ідентичність, одночасно залишаючись відкритою та інноваційною.

Цей науковий вектор знаходить своє відображення і в працях сучасних українських дослідників. Вітчизняне наукове середовище в умовах війни має чітке розуміння того, що культурний ресурс та креативні індустрії в територіальній громаді є не просто гуманітарним додатком, а стратегічним активом місцевого економічного розвитку. Зокрема, Н. А. Плотнік [9] наголошує, що в умовах руйнування традиційної промислової інфраструктури, особливо на прифронтових територіях, культурний ресурс стає обов'язковим елементом стратегій соціально-економічного розвитку громади. «Розвиток економіки на культурних засадах в межах сучасної ринкової системи повинен передбачати використання наявних культурних, туристичних і соціальних ресурсів, кластерні структури та залучення інвестиційних проєктів. Такий підхід сприятиме підвищенню доходів місцевих бюджетів, досягненню запланованих економічних результатів, покращенню іміджу територіальних громад» [9, с. 463].

Ці позиції підкріплюються висновками Л. Лігоненко [10], яка визнає культурні та креативні індустрії як стратегічний двигун економічного розвитку та інструмент міжнародної кооперації. У своєму дослідженні авторка доводить, що ефективність державної політики у цій сфері безпосередньо впливає на успішність повоєнного відновлення. На основі цього, можемо стверджувати, що суспільно-адміністративні інновації мають базуватися на створенні екосистем, де культурний і креативний сектор отримує інструменти для капіталізації місцевої ідентичності.

Як зазначається у Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 р., «Україна потребує системних стратегічних рішень у сфері культури, які забезпечать інтеграцію культурної спадщини у сучасний

розвиток суспільства, стимулюватимуть творчий потенціал громадян, сприятимуть розумному розвитку інфраструктури та стимулюватимуть конкурентоспроможність української культури» [11]. Аналіз стратегічних цілей Стратегії розвитку культури в Україні [11] дає підстави стверджувати, що культура в Україні остаточно трансформується з периферійної сфери дозвілля у стратегічний ресурс національної безпеки та економічного відновлення. Державна політика сьогодні чітко фокусується на інтеграції спадщини в сучасний розвиток суспільства через цифровізацію та капіталізацію культурних активів.

Вважаємо, що цей державний запит дозволяє в повному обсязі реалізувати авторську концепцію SMART-імерсивності територій. У межах цього підходу автентичний культурний код громади перетворюється зі «статті витрат» (як це часто приймалося раніше) на стратегічний актив економічного відновлення, особливо для деокупованих та прифронтових

територій.

Реалізація потенціалу SMART-імерсивності як інноваційного інструменту місцевого економічного розвитку потребує інтегрованого підходу, що виникає на перетині кількох стратегічних вузлів (рис. 1).

Представлена модель (рис. 1) демонструє відхід від традиційних моделей, де територіальний маркетинг чи цифровізація існують незалежно. У нашому баченні SMART-імерсивність виникає лише на перетині трьох стратегічних вузлів. Інтеграція досягається шляхом SMART-спеціалізації, що створює необхідний технологічний фундамент та цифрову інфраструктуру, економіки вражень, що забезпечує ціннісне та емоційне наповнення простору, та територіального маркетингу, який виступає стратегічним інструментом управління ідентичністю. Ця інтеграція перетворює територію з пасивного об'єкта публічного управління на цілісну екосистему занурення.

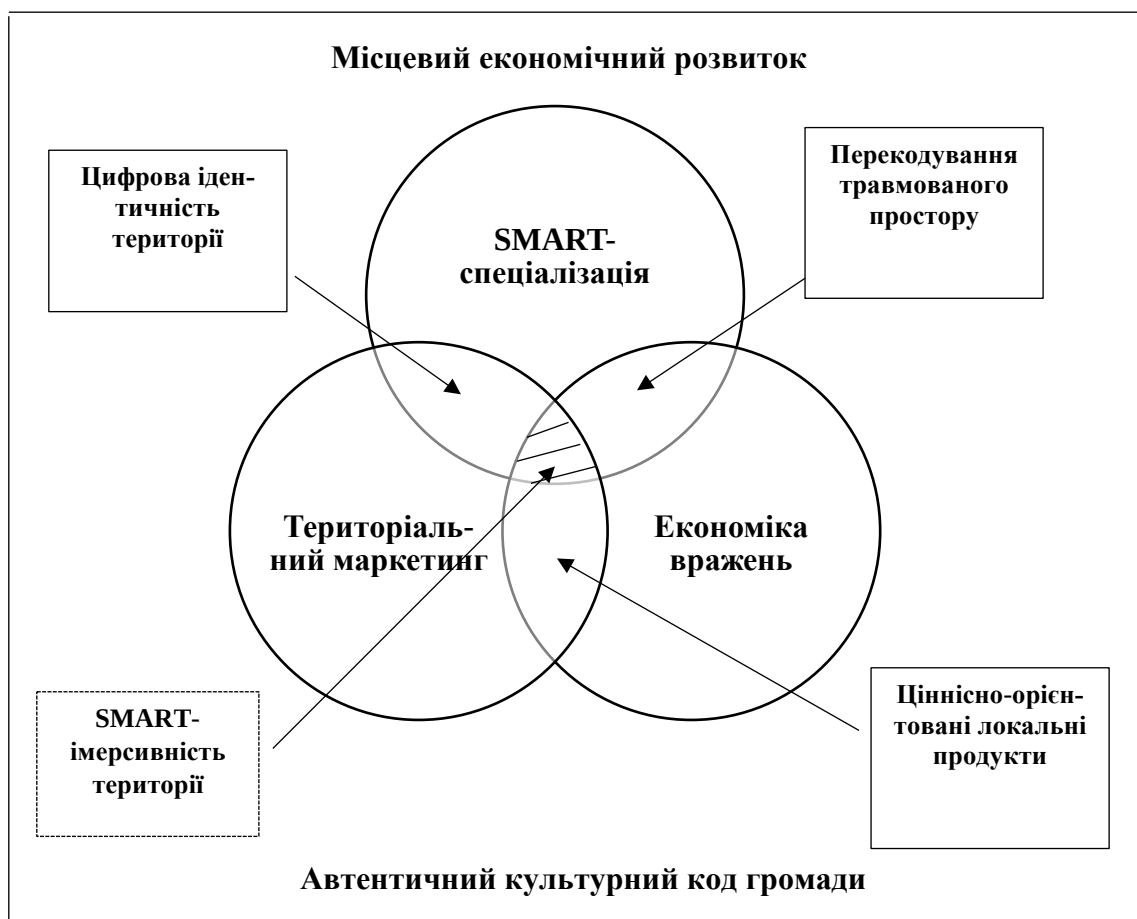


Рис. 1 Модель SMART-імерсивності територій у системі місцевого економічного розвитку в контексті воєнного часу та повоєнного відновлення України

Джерело: складено автором.

На перетині територіального маркетингу та SMART-спеціалізації формується контур цифрової ідентичності території. Тут інструменти регіонального брендингу інтегруються з технологічними рішеннями, що забезпечує перехід від масової інформації до ціннісно-орієнтованого управління та розшифрування коду громади у глобальному інформаційному просторі.

На перетині SMART-спеціалізації та економіки вражень ця модель (рис. 1) набуває особливої наукової та практичної актуальності в контексті воєнного часу та повоєнного відновлення України. Специфіка внутрішнього контексту вимагає розширення класичного розуміння «економіки вражень». Для деокупованих та прифронтових регіонів (зокрема, Миколаївської

області) це питання не розважального занурення, а подолання «травми простору» за допомогою механізмів SMART-імерсивності.

Продовжуючи аналіз вітчизняних наукових досліджень [9], зазначимо що дослідники розглядають культурні та креативні ресурси суспільства як «ядро стратегічної стійкості» в умовах воєнного стану. Креативні індустрії здатні швидко адаптуватися та генерувати вищу додану вартість навіть за умови критичних пошкоджень або фізичної відсутності промислової інфраструктури. це означає, що SMART-імерсивність стає інструментом для «перекодування» травмованого простору. SMART-спеціалізація (через AR-відтворення втрачених пам'яток, цифрові платформи та QR-кодування руїн) відновлює свою просторову візуальну цілісність без надмірних початкових капіталовкладень. Економіка вражень перетворює спустошені території або гнітючі ландшафти на місця для інтерактивного досвіду, просторової терапії та актуалізації соціальної пам'яті.

Взаємодія економіки вражень та територіального маркетингу ґрунтується на створенні ціннісно-орієнтованих локальних продуктів. Конкретним проявом цього перетину є формування продукту територіальної ідентичності - унікальної лінійки крафтової та креативної продукції, створеної виключно місцевими підприємствами та майстрами. Це стимулює внутрішній обіг капіталу в межах громади та перетворює матеріальну культуру регіону на ефективний інструмент його

стратегічного просування. У цій екосистемі територіальний маркетинг трансформується з інструменту поширення інформації та пропозиції території у механізм управління ідентичністю. Він вступає у процес на етапі трансляції автентичного коду громади у зовнішнє середовище, перетворюючи місцеві особливості на впізнаваний бренд. Завдяки маркетинговим стратегіям, територія стає не просто привабливою, а ціннісно-орієнтованою, що дозволяє їй залучати саме той людський та фінансовий капітал, який відповідає ідеології громади.

Ядром моделі, де сходяться усі вектори, є SMART-імерсивність території, яка перетворює культурну спадщину з пасивного об'єкта споглядання на активний драйвер місцевого економічного розвитку.

Тут важливо зазначити, що SMART-технології в імерсивних практиках дозволяють територіальним громадам бути ефективними навіть за умови кадрового дефіциту (що констатує Стратегія [11]), автоматизуючи частину процесів (аудіогіди, AR-маршрути) та підвищуючи престиж професії через сучасні компетенції.

Якщо традиційний маркетинг територій (за методологією OECF [7]) вимірює успіх кількістю відвідувачів та обсягом туристичного збору, то в моделі SMART-імерсивності території варто розглядати компоненти та індикатори, які піддаються кількісному або якісному вимірюванню (табл. 1).

Таблиця 1

Система компонентів та індикаторів оцінювання SMART-імерсивності території

Компоненти	Індикатори	Одиниця вимірювання
1. Рівень цифровізації культурного простору	1.1. Частка оцифрованих об'єктів культурної та історичної спадщини територіальної громади	% від їх загальної кількості
	1.2. Кількість активованих AR/VR локацій та точок QR-тизації на травмованих чи непристосованих просторах	од.
	1.3. Динаміка згадувань імерсивних проєктів та соціокультурних ініціатив громади у вітчизняних та міжнародних медіа	%
2. Доступність інтерактивного контенту	2.1. Наявність та функціональність єдиної мобільної SMART-платформи територіальної громади	так / ні або бали
	2.2. Частка імерсивних маршрутів, адаптованих для інклюзивних груп відвідувачів	%
3. Глибина взаємодії відвідувача з простором	3.1. Середній час утримання уваги (взаємодії) користувача з AR-сценаріями або цифровими медіаторами на маршруті	хв.
	3.2. Коефіцієнт повторних візитів («цифрових повернень») користувачів до платформи громади	%
	3.3. Сприйняття автентичності та психологічного відновлення (психосоціальний ефект), за результатами соціологічних опитувань/анкетувань відвідувачів	бали
4. Кінцевий фінансово-економічний результат для місцевого економічного розвитку	4.1. Кількість місцевих крафтових виробників, інтегрованих у SMART-платформу громади	осіб / підприємств
	4.2. Частка територіальних продуктів ідентичності (крафту) у загальній структурі реалізації туристично-екскурсійного продукту	%
	4.3. Обсяг залучених грантових коштів, ПП або фінансування в межах публічно-приватного партнерства під імерсивні проєкти розвитку	грн.
	4.4. Динаміка надходжень від локальних креативних індустрій до бюджету розвитку територіальної громади	%

Джерело: складено автором.

Таким чином, за допомогою цієї системи компонентів та індикаторів оцінювання SMART-імерсивності території (табл.), територіальна громада може не лише здійснювати фінансово-економічний моніторинг (компонент 4), але й відстежувати рівень інклюзивності цифрового контенту (індикатор 2.2) та глибину психосоціального ефекту (індикатор 3.3). Це забезпечує перехід від рекреаційного оцінювання територій до управління їхньою ціннісною спроможністю.

Найбільш показовим прикладом у цьому контексті є досвід Миколаївської міської територіальної громади у першій половині 2026 р., де процеси просторової ревіталізації та капіталізації спадщини відбуваються у прямій співпраці між органами місцевого самоврядування та креативним сектором. Проривним кейсом весни 2026 р. став проект створення онлайн-колекції індустріальної та морської спадщини Півдня України, реалізований «Платформа MY ART» у партнерстві з місцевими музейними установами [12, 13, 14, 15]. Проект включає 3D-сканування та оцифрування понад 100 унікальних об'єктів та промислових артефактів (моделі кораблів, елементи суднобудівного обладнання, креслення та унікальні архіви суднобудівних заводів). Це забезпечує безпосереднє зростання індикатора 1.1 (табл. 1) за часткою оцифрованих об'єктів культурної спадщини територіальної громади.

Перетворивши індустріальний міф у відкритий цифровий формат, Миколаїв отримав значний поштовх у покращенні візуальної впізнаваності міста. Інформація про оцифрування його морської спадщини отримала широке висвітлення у провідних національних медіа [12, 13, 14], що призвело до позитивної тенденції згадок про соціально-культурні ініціативи міста у вітчизняному та міжнародному медіапросторі. Це забезпечує безпосереднє зростання індикатора 1.3 (табл. 1) за часткою згадувань у медіа.

Унікальною особливістю прикладу Миколаєва є те, що оцифрування та демонстрація артефактів морської та індустріальної культури відбувається у прифронтовому регіоні з обмеженим фізичним доступом до традиційних музейних залів через ризики безпеки. Створення віртуальних експозицій, доступних через SMART-платформу «Цифрова спадщина Миколаєва» [13], є яскравим прикладом імерсивної ревіталізації та просторової терапії. Це підтримує увагу користувачів (індикатор 3.1) та забезпечує сильний психосоціальний ефект відновлення (індикатор 3.3), долаючи ментальну «травму простору» через візуальне та змістовне

розшифрування його історичної незламності.

Залучення місцевих IT-фахівців, дизайнерів, істориків до документування та візуалізації культурної спадщини безпосередньо впливає на розвиток креативного сектору міста. Оцифровані 3D-моделі кораблів і промислових об'єктів стають основою для формування ціннісно-орієнтованої місцевої продукції (унікальна лінійка сучасної крафтової продукції та сувенірів, що підкреслюють ідентичність), яка буде вироблятися місцевими підприємствами, стимулюючи внутрішній обіг капіталу в територіальній громаді.

Висновки. Таким чином, для вітчизняних територіальних громад, особливо в прифронтових регіонах, SMART-імерсивність території виступає ефективним інструментом просторової терапії та перекодування травмованого (зруйнованого) простору. Запропонований механізм реалізується через розроблену трикомпонентну модель, яка генерує синергетичний ефект на перетині SMART-спеціалізації, економіки вражень та територіального маркетингу. Це дозволяє громадам відновлювати інвестиційну привабливість та створювати ціннісно-орієнтовані місцеві продукти навіть за умов критичної нестачі кадрів та фінансування. Розроблений прикладний інструментарій для оцінки ефективності впровадження SMART-імерсивності в систему місцевого економічного розвитку включає чотири ключові компоненти: рівень цифровізації культурного простору; доступність інтерактивного контенту; глибину взаємодії відвідувача з простором; кінцевий фінансово-економічний результат для місцевого економічного розвитку.

Практичну актуальність та життєздатність розробленої концепції проілюстровано у цій статті на прикладі успішного досвіду оцифрування об'єктів індустріальної та морської спадщини міста Миколаєва у першій половині 2026 року.

Декларація щодо використання інструментів штучного інтелекту. Під час підготовки статті було використано інструменти штучного інтелекту (зокрема, Gemini, Google, 2026). Запевняю, що використання штучного інтелекту обмежувалося перекладом та форматуванням списку використаних джерел у References згідно зі стандартом APA. Жоден фрагмент авторського тексту, що містить наукову новизну, результати дослідження чи висновки, не був згенерований штучним інтелектом. Автор несе повну відповідальність за науковість, точність даних та цілісність контенту статті.

Список використаних джерел:

1. Кундеревиц О. В., Кириленко К. М., Бенюк О. Б. Імерсивність як мистецька стратегія початку XXI століття (аналіз театрального досвіду та його філософських підвалин). Вісник КНУКіМ. Серія : Мистецтвознавство. 2021. Вип. 45. С. 174-182. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.45.2021.247390>
2. Губернатор О. І. Імерсивні культурні практики XXI століття: особливості та прийоми. Культурологічний альманах. 2022. Вип. 3. С. 283-289. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.36>
3. Мох-Марінкович Ю. О. Імерсійність сценічних практик: що робить їх занурюючими. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2025. № 1. С. 429-433. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2025.328020>
4. Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь. Київ : ФОП : Лопатіна О. О., 2019. 112 с. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_full.pdf (дата

звернення: 20.05.26).

5. Пайн Дж. Б. II, Гілмор Г. Дж. Економіка вражень: битва за час, увагу та гроші клієнта; пер.з англ. 2022. 416 с. Серія «Бізнес». ISBN 978-966-942862-2.

6. Hassib R. (2025). Territorial marketing: A tool for developing the attractiveness of territories. A/Z: ITU Journal of Faculty of Architecture. DOI: <https://doi.org/10.5505/ITUJFA.2018.14622>

7. Measuring the attractiveness of regions. (2022). OECD Regional Development Papers No. 36. OECD. DOI: <https://dx.doi.org/10.1787/fbe44086-en>. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2022/09/measuring-the-attractiveness-of-regions_cc2921e6/fbe44086-en.pdf (дата звернення: 20.05.26).

8. Karakul Ö., Yıldız T. (2020). The Role of Local Governments in the Conservation of Cultural Heritage. Publisher on behalf of UCLG-MEWA. ISBN: 978-605-70242-1-3. URL: https://uclg-mewa.org/wp-content/uploads/2023/01/The_Role_of_Local_Governments_in_the_Conversation_of_Cultural_Heritage-Turkey.pdf (дата звернення: 20.05.26).

9. Плотнік Н.А. Культурний ресурс як активний інструмент соціально-економічного розвитку територіальних громад. Державне будівництво. 2025. № 1(37). С. 450-468. DOI: <https://doi.org/10.26565/1992-2337-2024-2-32>

10. Лігоненко Л. Державні політики сприяння розвитку культурних та креативних індустрій: світовий досвід та українські реалії. Acta Academiae Beresasiensis. Economics. 2026. № 12. С. 102-120. DOI: <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2026-12-102-120>

11. Стратегія розвитку культури в Україні на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України в редакції від 06.01.2026р. № 293-2025-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення: 20.05.26).

12. У Миколаєві створюють онлайн-колекцію морської спадщини з фондів восьми культурних і наукових інституцій регіону. (20 березня 2026). URL: <https://inshe.tv/mykolayv/2026-03-20/984943/> (дата звернення: 20.05.26).

13. У Миколаєві створюють онлайн-колекцію індустріальної спадщини півдня України. (1 травня 2026). URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/4118553-u-mikolaevi-stvoruut-onlajnkolectiu-industrialnoi-spadsini-pivdna-ukraini.html> (дата звернення: 20.05.26).

14. Квітко А. У Миколаєві оцифрували понад 100 предметів для онлайн-колекції індустріальної спадщини. МикВісті. (19 травня 2026). URL: <https://nikvesti.com/news/culture/318672-u-mikolayevi-otsyfruvay-ponad-100-predmetiv-dlya-onlayn-kolektsiyi-industrialnoyi-spadschhini> (дата звернення: 20.05.26).

15. Шмигін М. У Миколаєві зацифровують музейні предмети морської спадщини. (1 липня 2026). URL: <https://history.rayon.in.ua/news/1083780-u-mikolajevi-zacifrovuiut-muzeini-predmeti-morskoyi-spadschhini> (дата звернення: 20.05.26).

References:

1. Kunderevych, O. V., Kyrylenko, K. M., & Beniuk, O. B. (2021). Imersyvnist yak mystetska stratehiia pochatku XXI stolittia (analiz teatralnoho dosvidu ta ioho filosofskykh pidvalyn) [Immersiveness as an artistic strategy of the beginning of the XXI century (analysis of theatrical experience and its philosophical foundations)]. Visnyk KNUKIM. Seriia: Mystetstvovnavstvo [Bulletin of KNUKIM. Series: Arts], (45), 174–182. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.45.2021.247390>

2. Hubernator, O. I. (2022). Imersyvni kulturni praktyky XXI stolittia: osoblyvosti ta pryomy [Immersive cultural practices of the XXI century: features and techniques]. Kulturolohichniy almanakh [Cultural Almanac], (3), 283–289. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.36>

3. Mokh-Marinkovich, Yu. O. (2025). Imersiiniist stsenichnykh praktyk: shcho robyt ikh zanuriuiuchymy [Immersiveness of scenic practices: what makes them immersive]. Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriiv kultury i mystetstv [Herald of the National Academy of Management of Culture and Arts Science Magazine], (1), 429–433. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2025.328020>

4. Institute for Economic Research and Policy Consulting. (2019). Ekonomichna pryvablyvist ukrainskoi kultury. Analychna dopovid [Economic attractiveness of Ukrainian culture. Analytical report]. FOP Lopatina O. O. http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_full.pdf

5. Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (2022). Ekonomika vrazhen: bytva za chas, uvahu ta hroshi kliienta [The experience economy: competing for time, attention, and money] (A. Tsvira, Trans.). Vivat.

6. Hassib, R. (2025). Territorial marketing: A tool for developing the attractiveness of territories. A/Z: ITU Journal of Faculty of Architecture, 15(2), 115-125. <https://doi.org/10.5505/ITUJFA.2018.14622>

7. OECD. (2022). Measuring the attractiveness of regions. OECD Regional Development Papers, (36). <https://doi.org/10.1787/fbe44086-en>

8. Karakul, Ö., & Yıldız, T. (2020). The role of local governments in the conservation of cultural heritage. Publisher on behalf of UCLG-MEWA. https://uclg-mewa.org/wp-content/uploads/2023/01/The_Role_of_Local_Governments_in_the_Conversation_of_Cultural_Heritage-Turkey.pdf

9. Plotnik, N. A. (2025). Kulturnyi resurs yak aktyvnyi instrument sotsialno-ekonomichnoho rozvytku terytorialnykh hromad [Cultural resource as an active tool of socio-economic development of territorial communities]. *Derzhavne budivnytstvo* [State Building], 1(37), 450–468. <https://doi.org/10.26565/1992-2337-2024-2-32>
10. Lihonenko, L. (2026). Derzhavni polityky spryiania rozvytku kulturnykh ta kreatyvnykh industrii: svitovy dosvid ta ukraïnski realii [State policies for promoting the development of cultural and creative industries: world experience and Ukrainian realities]. *Acta Academiae Beregsiensis. Economics*, 1(12), 102–120. <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2026-12-102-120>
11. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2026, January 6). Stratehiia rozvytku kultury v Ukraini na period do 2030 roku [Strategy for the development of culture in Ukraine for the period up to 2030] (Order No. 293-2025-r). Official Decree. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text>
12. Inshe.tv. (2026, March 20). U Mykolaïevi stvoriat onlain-kolektsiiu morskoi spadshchyny z fondiv vosmy kulturnykh i naukovykh instytutsii rehionu [An online collection of maritime heritage from the funds of eight cultural and scientific institutions of the region will be created in Mykolaïiv]. <https://inshe.tv/mykolayv/2026-03-20/984943/>
13. Ukrinform. (2026). U Mykolaïevi stvoriuiut onlain-kolektsiiu industrialnoi spadshchyny pivdnia Ukraini [An online collection of industrial heritage of the south of Ukraine is being created in Mykolaïiv]. <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/4118553-u-mikolaevi-stvoruiut-onlajn-kolekciu-industrialnoi-spadsini-pivdna-ukraini.html>
14. Kvitko, A. (2026). U Mykolaïevi otsyfruvaty ponad 100 predmetiv dlia onlain-kolektsii industrialnoi spadshchyny [In Mykolaïiv, over 100 items were digitized for the online collection of industrial heritage]. *NikVesti*. <https://nikvesti.com/news/culture/318672-u-mikolayevi-otsyfruvaty-ponad-100-predmetiv-dlya-onlayn-kolektsiyi-industrialnoyi-spadschini>
15. Shmyhin, M. (2026). U Mykolaïevi zatsyfroviuiut muzeini predmety morskoi spadshchyny [Museum objects of maritime heritage are being digitized in Mykolaïiv]. *History.Rayon*. <https://history.rayon.in.ua/news/1083780-u-mikolajevi-zacifrovuiut-muzeini-predmeti-morskoyi-spadschini>

Дата надходження статті: 26.06.2026 р.

Дата прийняття статті до друку: 20.07.2026 р.

Дата публікації (оприлюднення) статті: 03.08.2026 р.

Стаття поширюється на умовах ліцензії Creative Commons Attribution License International CC-BY.