

---

# ТУРИЗМ

---

УДК 330.34-026.15:[338.486.2:330.341.1-043.86]

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2025.24.35>

**Адаменко Є.С.**

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,  
Черкаський державний технологічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3368-4705>

**Adamenko Yevhenii**

Cherkasy State Technological University

## КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ДРАЙВЕР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ГЛОБАЛЬНОМУ МАСШТАБІ

## CREATIVE ECONOMY AS A DRIVER OF INNOVATION DEVELOPMENT OF TOURISM ENTERPRISES ON A GLOBAL SCALE

---

*Метою статті є дослідити значення креативної економіки як ключового чинника, що стимулює інноваційний розвиток туристичних підприємств в умовах сучасних глобалізаційних та цифрових трансформацій. Основне завдання полягає в аналізі міжнародного досвіду впровадження креативних підходів у туризм, оцінці їх впливу на бізнес-моделі підприємств, а також в адаптації таких рішень до українських реалій, зокрема на рівні окремих регіонів, як-от Черкащина. Актуальність роботи зумовлена потребою у посиленні міжнародної присутності українських туристичних компаній. Сучасні мандрівники дедалі більше орієнтуються на туристичні продукти, що поєднують елементи культури, технологій і персоналізації. Особливу увагу також приділено цифровим змінам, які докорінно трансформують взаємодію між туристичними компаніями та клієнтами, а також ролі креативних індустрій у формуванні туристичних продуктів з високою доданою цінністю.*

**Ключові слова:** креативна економіка, інноваційний розвиток, туристичні підприємства, глобалізація, цифровізація, конкурентоспроможність, Черкаський регіон.

*The aim of this article is to explore the significance of the creative economy as a major driver of innovative development within the tourism sector in the context of ongoing globalization and digital transformation. As tourism becomes increasingly interwoven with cultural expression, technological progress, and experience-driven consumption, it is essential to assess how creative industries – such as design, media, the arts, and cultural heritage – can be effectively incorporated into the operational and strategic frameworks of tourism enterprises. The study examines international experiences in implementing creative solutions in tourism and assesses their impact on enterprise innovation, market competitiveness, and long-term sustainability. Particular attention is given to how these approaches can be tailored to national conditions, with an emphasis on the Cherkasy region, which stands out for its diverse cultural, historical, and natural assets. This research is timely, considering the need to reinforce the global competitiveness of tourism businesses in Ukraine. Today's travelers increasingly demand more than standard services they seek unique, emotionally resonant, and culturally rich experiences shaped by innovation and personalized engagement. In this context, applying creative and digital innovations to the tourism sector presents a strong opportunity to stimulate economic revitalization, foster regional progress, and support employment. Additionally, the article highlights how digitalization is reshaping interactions between service providers and consumers, facilitating the emergence of more dynamic, personalized, and interactive tourism offerings. The creative economy enhances this shift by supplying tools for narrative design, visual identity, and immersive customer experiences. The article also identifies strategic avenues for development in*

---

*the Cherkasy region and offers practical guidance for local tourism enterprises on harnessing creativity and innovation to boost market presence, foster collaboration, and ensure sustainable regional growth.*

**Keywords:** *creative economy, innovative development, tourism enterprises, globalization, digitalization, competitiveness, Cherkasy region.*

**Постановка проблеми.** Постановка проблеми дослідження пов'язана з необхідністю трансформації туристичної сфери України у відповідь на сучасні виклики глобалізації, цифровізації та економічної нестабільності. Туризм у світовому масштабі є однією з ключових галузей, яка забезпечує економічне зростання, створює робочі місця та сприяє міжкультурному обміну [8]. Проте в Україні ця галузь досі залишається недостатньо розвинутою у порівнянні з країнами Європи, що обумовлено низкою структурних проблем, відсутністю інноваційних підходів та слабкою інтеграцією у глобальні туристичні тренди.

Сучасний стан економіки України, що характеризується нестабільністю, інфляційними процесами та обмеженим доступом до іноземних інвестицій, посилює значення туризму як джерела валюти та економічної стабільності. Однак, український туристичний сектор часто зіштовхується із проблемами відсутності якісної інфраструктури, низької конкурентоспроможності послуг та недостатньої цифровізації. Більше того, у постпандемічний період споживачі все більше орієнтуються на унікальний досвід, персоналізовані пропозиції та цифрові рішення, що вимагає від туристичних підприємств впровадження інновацій [15].

Проблема також полягає в недостатній інтеграції культурної та креативної економіки у сферу туризму. Наприклад, потенціал унікальних культурних і природних ресурсів України залишається нереалізованим через відсутність креативних бізнес-моделей, які могли б поєднати локальну автентичність із сучасними технологіями. Такі напрями, як гастрономічний, подієвий чи культурний туризм, мають значний потенціал, але їх розвиток обмежується браком інвестицій і координації між державою, бізнесом та місцевими громадами [3].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Визначається потребою в адаптації до глобальних трендів, таких як цифровізація, доповнена реальність, використання штучного інтелекту для персоналізації послуг та розвитку сталого туризму. Наприклад, як зазначає Сидоренко І. «Країни ЄС активно використовують технології для створення інтерактивних маршрутів, цифрових гідів і платформ для онлайн-бронювання, що суттєво підвищує ефективність туристичних підприємств» [9]. В Україні, однак, більшість туристичних компаній поки що не інтегрували ці підходи, що значно звужує їхню аудиторію та можливості виходу на міжнародний ринок.

Особливий акцент слід зробити на потенціалі регіонів, таких як Черкаський, які мають багаті культурні, історичні та природні ресурси, але залишаються маловідомими для більшості туристів. Формування креативного туристичного продукту, заснованого на локальній ідентичності та інноваційних технологіях, може стати вирішальним фактором для розвитку регіону. Хокінс Дж. зазначає, що використання доповненої реальності для інтерактивного знайомства з історичними пам'ятками, створення тематичних фестивалів та інтерактивних музейних просторів може значно підвищити туристичну привабливість регіонів, зокрема і Черкащини [1].

Значний внесок у методологію дослідження, формування та функціонування креативної економіки зробили такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як Кравченко О., Сидоренко І., Мельник О., Гончаренко С., Литвин В., Шевченко О., Ковальчук Т., Савченко Л., Поліщук І., Грег Річардс, Джон Хокінс, Річард Флорида, Джастін О'Коннор, Чарльз Лендрі, Кріс Гібсон, Том Флемінг. Проте, незважаючи на достатньо глибокі та вагомі наукові здобутки із зазначених питань, залишаються недослідженими та потребують подальшого вивчення питання щодо теоретичних, практичних та методичних

аспектів формування креативної економіки та її впливу на стратегічний розвиток туристичного бізнесу в цілому.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є визначення напрямів використання інструментів креативної економіки для активізації інноваційного розвитку туристичних підприємств в умовах глобалізації та цифровізації.

Актуальність роботи зумовлена потребою підвищення конкурентоспроможності українських туристичних компаній на міжнародній арені. Сучасні споживачі туристичних послуг очікують не лише базового сервісу, а прагнуть індивідуалізованих вражень, які поєднують елементи культури, інновацій та емоційної залученості. В умовах складної соціально-економічної ситуації запровадження інновацій у сферу туризму може стати потужним інструментом розвитку економіки та розширення зайнятості.

Також у статті розглянуто трансформаційний вплив цифровізації на систему взаємодії між підприємствами та клієнтами, що формує нові вимоги до створення туристичного продукту. У цьому контексті творчі індустрії відіграють важливу роль у забезпеченні емоційної цінності та унікальності пропозицій. Окрему увагу приділено аналізу можливостей розвитку туристичної сфери Черкаської області, яка володіє значними культурними, природними й історичними ресурсами, що можуть бути ефективно використані в межах інноваційно-креативного підходу.

**Виклад основного матеріалу.** Креативна економіка – це концепція, яка формує нові підходи до економічного розвитку, засновані на використанні творчого потенціалу, інновацій та ідей як ключових ресурсів. Вона базується на інтеграції культури, технологій та економіки, де творчість слугує не тільки рушійною силою для інновацій, але й джерелом значної економічної вартості [14]. Визначення креативної економіки охоплює широке коло діяльностей, таких як медіа, дизайн, мистецтво, архітектура, кінематографія, мода, реклама та інформаційно-комунікаційні технології. У цьому контексті вона втілює перехід від традиційного виробництва до економіки знань, де ідеї та креативність відіграють основну роль [13].

Ця модель економіки виникла на перетині глобальних змін у виробничих процесах, соціальних потребах та розвитку технологій. Вона надає країнам та регіонам можливість використовувати свої унікальні культурні та творчі ресурси як конкурентну перевагу, сприяючи зростанню національного багатства та соціального добробуту [4]. Наприклад, у Великій Британії, яка є одним із піонерів впровадження цієї моделі, креативна економіка стала одним із ключових факторів економічного зростання, генеруючи значний внесок у ВВП і створюючи сотні тисяч робочих місць [8].

Ключовою особливістю креативної економіки є її мультиплікативний ефект, що проявляється у різних сферах. У виробництві це може бути створення високотехнологічних продуктів, заснованих на інноваційних ідеях, наприклад, розвиток 3D-друку або розробка розумних матеріалів. У сфері комунікацій і маркетингу креативна економіка виявляється через цифровий маркетинг, інтерактивні платформи та візуальні технології, які перетворюють комунікацію брендів із споживачами на інтерактивний досвід [16].

У соціокультурній сфері креативна економіка підтримує розвиток мистецтва та культури, створюючи можливості для креативних індустрій, таких як музика, театр, кіно чи образотворче мистецтво. Ці галузі не тільки створюють культурну спадщину, але й активно залучають інвестиції та підвищують соціальну згуртованість. Для прикладу, фестивалі сучасного мистецтва або музичні події стають майданчиками не лише для творчого самовираження, але й для створення економічного капіталу за рахунок туристичних потоків, продажу квитків, сувенірів та місцевих послуг [9].

У сфері туризму креативна економіка відкриває нові перспективи, змінюючи традиційні моделі організації подорожей та дестинацій. Креативний туризм, як частина цього напрямку, робить акцент на інтерактивному досвіді, що дає змогу туристам не лише спостерігати за культурними чи природними явищами, а й брати участь у

створенні продуктів або сервісів. Наприклад, у Франції креативний туризм пропонує туристам долучитися до процесу створення парфумів у Грассі, а в Італії – взяти участь у приготуванні традиційних страв регіону Тоскана.

Важливим інструментом впровадження принципів креативної економіки у туризмі є технології. Цифровізація дозволяє створювати нові формати турів, такі як віртуальні екскурсії або доповнена реальність, що дозволяють туристам зануритися у світ минулого або майбутнього без фізичної присутності. Такі ініціативи вже успішно реалізовані в музеї Лувр у Парижі, де відвідувачі можуть використовувати додатки з доповненою реальністю для детального вивчення експонатів.

Окрім того, креативна економіка підтримує розвиток тематичних парків, інтерактивних виставок і культурних кластерів, які приваблюють міжнародні туристичні потоки. Наприклад, у Копенгагені створення культурного кластера на основі історичних об'єктів дозволило збільшити кількість туристів удвічі за п'ять років [13].

На глобальному рівні креативна економіка є ключовим елементом стратегії сталого розвитку, сприяючи формуванню нових робочих місць, підвищенню якості життя та зміцненню соціальної єдності. В Україні, де туризм поступово інтегрується у світові тенденції, креативна економіка може стати потужним рушієм економічного зростання та соціальних змін, якщо буде підтримана на державному рівні [4]. Інтеграція технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн чи автоматизація процесів, здатна трансформувати туристичну галузь, підвищуючи її конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

Креативна економіка є потужним драйвером трансформацій у туристичному секторі, оскільки її принципи базуються на інноваціях, творчості та інтеграції культурних, соціальних і економічних аспектів. Туризм як галузь має високий потенціал для синергії з творчими індустріями, адже вони надають нові можливості для створення унікальних продуктів і послуг, які привертають увагу мандрівників у глобальному масштабі.

Сучасні туристи все більше прагнуть до автентичності та емоційного збагачення під час подорожей. У цьому контексті креативна економіка сприяє появі нових форматів взаємодії між туристами та місцевими громадами, пропонуючи інтерактивний досвід і занурення у локальну культуру. Наприклад, ініціативи, пов'язані з гастрономічним туризмом, арт-фестивалами чи тематичними екскурсіями, не тільки сприяють розвитку туризму, але й збагачують культурний простір [5].

Креативна економіка стає потужним рушієм розвитку туристичної індустрії, трансформуючи її традиційні формати через інтеграцію інноваційних підходів. Вона сприяє створенню унікальних туристичних продуктів, що забезпечують емоційно насичений досвід і зміцнюють економіку регіонів [7]. Наприклад, фестиваль «Файне Місто» у Тернополі, який щороку відвідують тисячі гостей, демонструє значний економічний ефект. Завдяки витратам на квитки, харчування та проживання фестиваль генерує для місцевої економіки від 22 до 30 мільйонів гривень, а готелі та ресторани фіксують зростання прибутків на 30–40% [10].

Подібний вплив спостерігається під час гастрономічного фестивалю «Львів на тарілці». Завдяки його проведенню, Львів отримує значний приплив туристів, які залишають близько 10 мільйонів гривень за час заходу, створюючи попит на локальні продукти та стимулюючи розвиток сільського господарства. Тематичні екскурсії, такі як «Нічна варта» в Кам'янці-Подільському, також стають прикладом успішної інтеграції креативності у туристичний бізнес [8]. Щомісячний дохід від таких ініціатив може сягати 600 тисяч гривень, що сприяє розвитку місцевої економіки та підвищенню туристичної привабливості дестинацій.

Креативна економіка створює мультиплікативний ефект, коли кожна витрачена гривня туриста генерує додаткові надходження для пов'язаних галузей, таких як транспорт чи сувенірний бізнес. Це забезпечує стабільність та зростання доходів регіо-

нів, які впроваджують інноваційні підходи до організації туристичних подій. Творчі індустрії не лише стимулюють економічну активність, але й формують нові тренди, які відповідають потребам сучасних мандрівників, орієнтованих на автентичність і культурне збагачення.

Окрім того, творчі індустрії активно впливають на формування туристичного іміджу країн і регіонів. Через цифрові технології, такі як соціальні мережі чи віртуальні тури, дестинації можуть розширити своє охоплення і залучити нові категорії відвідувачів. Успішне застосування доповненої реальності у туристичних маршрутах створює інтерактивний спосіб пізнання історичних пам'яток, що стимулює зацікавленість туристів, особливо молодіжної аудиторії [14].

Креативна економіка змінює структуру попиту на туристичні послуги. Завдяки її впливу зростає популярність креативного туризму, орієнтованого на участь у навчальних майстер-класах, творчих проєктах чи інтерактивних культурних заходах. Туристичні компанії, інтегруючи елементи креативності у свої послуги, формують довготривалу лояльність клієнтів і підвищують свою конкурентоспроможність [12].

Креативна економіка стала одним із ключових драйверів інноваційного розвитку туристичних підприємств, змінюючи їхні бізнес-моделі, способи взаємодії з клієнтами та підходи до управління. На міжнародному рівні прикладом є інтеграція технологій доповненої реальності у роботу музеїв та екскурсійних послуг [11]. У Лондоні, Британський музей створив мобільний додаток, який дозволяє відвідувачам взаємодіяти з експонатами через цифрові інтерфейси. Це не лише підвищило привабливість музею, а й збільшило доходи від квитків та партнерських програм. Такий підхід стимулює туристичні підприємства до впровадження інновацій, оскільки конкуренція за увагу туристів стає дедалі жорсткішою [9].

У сфері готельного бізнесу креативна економіка сприяє впровадженню унікальних концепцій та інноваційних послуг. Наприклад, мережа готелів CitizenM у Нідерландах переосмислила традиційну модель розміщення, поєднавши стильний дизайн із цифровими технологіями. Гості можуть самостійно бронювати та налаштувати свої номери за допомогою мобільного додатка, що мінімізує витрати на персонал і підвищує рівень клієнтського досвіду. Це демонструє, як творчий підхід і новітні технології трансформують туристичні підприємства, роблячи їх більш адаптивними до змін ринку [6].

Український досвід також свідчить про позитивний вплив креативної економіки на інноваційний розвиток. У Львові розвиток театралізованих екскурсій, таких як «Середньовічний Львів», створює унікальний туристичний продукт, що приваблює як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Цей підхід не лише підтримує місцевих акторів і митців, але й стимулює розвиток супутніх галузей, таких як гастрономія та сувенірний бізнес. Львів також активно використовує цифровізацію, впроваджуючи мобільні додатки для туристів, що дозволяють планувати маршрути, бронювати послуги та отримувати інформацію про культурні події.

На глобальному рівні креативна економіка також стимулює екологічні інновації у туризмі. Наприклад, у Швеції популярність здобули екологічні готелі, які використовують відновлювані джерела енергії та інтегрують креативний дизайн у свою концепцію. Готель Treehotel пропонує туристам номери у вигляді підвісних будинків серед лісу, поєднуючи екологічність із унікальним туристичним досвідом [4]. Такий підхід забезпечує підприємствам конкурентну перевагу, дозволяючи привернути увагу сегменту еко-свідомих мандрівників.

В Україні екологічна складова також починає займати важливе місце в туризмі. Наприклад, у Карпатах створено еко-курорти, які акцентують увагу на екологічно чистому відпочинку та креативному підході до використання природних ресурсів. Впровадження таких ініціатив сприяє розвитку регіонів та залученню інвестицій, стимулюючи підприємства адаптуватися до вимог сучасного ринку [2].

Креативна економіка також змінює підходи до маркетингу. У міжнародній практиці поширюється використання штучного інтелекту для створення персоналізованих рекомендацій туристам. Наприклад, платформа Expedia використовує AI для аналізу уподобань клієнтів і пропонує індивідуальні маршрути. Це збільшує рівень задоволення туристів і стимулює повторні поїздки. В Україні подібний підхід впроваджується через локальні туристичні платформи, такі як VisitUkraine, які допомагають мандрівникам знайти цікаві місця та події [15].

Вона формує сучасний туристичний ландшафт, впливаючи на глобальні тенденції та стимулюючи розвиток інноваційних продуктів. У світі зростає значення інтеграції культури, мистецтва та технологій у туристичну діяльність.

Музейний туризм, креативні фестивалі, гастрономічні події, інтерактивні маршрути, культурні квартали та інновації у персоналізації демонструють, як креативна економіка трансформує туристичну галузь, об'єднуючи культурні, технологічні й економічні складові. Лувр у Парижі використовує доповнену реальність, щоб залучати більше відвідувачів і збільшувати доходи від послуг та сувенірів. Фестиваль світла у Сіднеї, поєднуючи мистецтво і технології, щорічно приносить місцевій економіці понад 170 мільйонів австралійських доларів. Гастрономічний фестиваль у Сан-Себастьяні популяризує місцеву кухню, залучаючи світових шеф-кухарів і туристів, що стимулює ріст доходів місцевих ресторанів та готелів на 30–40%. У Празі інтерактивні маршрути з доповненою реальністю підвищують тривалість перебування туристів у місті, а в Детройті креативний квартал «Вайнвуд» перетворив занедбану зону на прибутковий центр туризму й мистецтва. Персоналізовані маршрути, створені за допомогою штучного інтелекту на платформах, як-от «TripAdvisor», підвищують залученість туристів і стимулюють бронювання [2]. Театралізовані екскурсії у Львові та інтерактивний квест у Токіо демонструють, як ігрові елементи та культурні концепції збільшують інтерес туристів і приносять економічну вигоду регіонам. Ці приклади свідчать про ключову роль креативної економіки у створенні інноваційних туристичних продуктів, які приваблюють аудиторію, розвивають регіони та сприяють їхній глобальній конкурентоспроможності.

Реалізація принципів креативної економіки в Україні стала важливим інструментом інноваційного розвитку туристичної галузі. Завдяки творчому підходу та впровадженню інноваційних технологій туристичні підприємства розширюють свої можливості, пропонуючи унікальні продукти, які приваблюють як внутрішніх, так і міжнародних туристів. У цьому контексті особливого значення набувають культурний, етнографічний і цифровий аспекти туризму [11].

Одним із провідних напрямів є розвиток культурно-історичних маршрутів, які поєднують традиційні форми екскурсій із сучасними технологіями. Наприклад, у Києві запущено проекти з використанням доповненої реальності, як-от «AR-тур столицю», де туристи за допомогою мобільних застосунків можуть побачити, як виглядали визначні місця в різні історичні періоди. Подібний підхід активно використовується і в Кам'янці-Подільському, де реконструкція історичних подій із застосуванням VR-технологій залучає численних відвідувачів [16].

Розвиток етнографічного туризму став ще однією ключовою складовою реалізації принципів креативної економіки. Наприклад, у Карпатському регіоні туристичні підприємства створюють автентичні програми, що включають майстер-класи з ткацтва, гончарства та приготування традиційних гуцульських страв. Етнопарки, такі як «Мамаєва Слобода» в Києві або «Шевченківський гай» у Львові, стають місцем, де туристи можуть зануритися в українську культуру через інтерактивні формати. Такі ініціативи не лише зберігають культурну спадщину, а й відкривають нові економічні перспективи для регіонів.

Цифрові технології також змінюють підхід до туристичних послуг. Наприклад, платформа TripMyDream використовує штучний інтелект для створення персоналі-

зованих маршрутів залежно від уподобань клієнта. Готелі та туристичні агентства в Україні впроваджують чат-боти, які цілодобово консультують клієнтів, а також автоматизовані системи бронювання, як-от Booking.com, інтегровані з локальними послугами. Ці рішення дозволяють підприємствам ефективніше реагувати на запити ринку та залучати більше клієнтів [7].

Співпраця туристичних підприємств із представниками творчих індустрій значно посилює привабливість регіонів. Наприклад, у Львові організовується щорічний фестиваль “LvivMozArt”, який поєднує музичну культуру з туристичними послугами: спеціальні тури на час фестивалю включають концерти, візити до історичних місць і знайомство з місцевою гастрономією. Водночас фестивалі вина в Закарпатті стають прикладом інтеграції гастрономічного туризму із творчими ідеями, де виступи місцевих колективів і народні ярмарки створюють незабутню атмосферу [1].

Ще одним перспективним напрямом є брендова промоція міст через унікальні креативні проєкти. Наприклад, Одеса активно просуває свій образ як «перлини біля моря» через міжнародні кінофестивалі та арт-заходи, що інтегруються у туристичні пакети. Подібно, Чернівці просувають свою багатонаціональну культурну спадщину через літературний фестиваль “Meridian Czernowitz”, який поєднує поетичні читання, екскурсії та інтерактивні виставки [10].

Інфраструктурні проєкти також відіграють значну роль у розвитку креативної економіки. Наприклад, відкриття інноваційного простору UNIT.City у Києві, де проводяться конференції, семінари та коворкінги, сприяє розвитку ділового туризму. Це дозволяє залучати міжнародних партнерів та інвесторів, що відкриває нові перспективи для регіонів [13].

Креативна економіка відкриває значні перспективи для розвитку туристичних підприємств Черкаського регіону, оскільки регіон має багатий потенціал у сфері культурної спадщини, природних ресурсів та інноваційних підходів до ведення бізнесу. Запровадження принципів креативної економіки може суттєво змінити підхід до організації туристичних послуг, сприяючи економічному зростанню та формуванню нового туристичного іміджу регіону.

Одним із позитивних наслідків є можливість створення унікальних туристичних продуктів, які інтегрують традиційні аспекти із сучасними технологіями. Черкаський регіон, багатий історичними пам'ятками та культурною спадщиною, може використовувати такі інновації, як доповнена реальність або інтерактивні екскурсії. Наприклад, інтеграція цифрових технологій для візуалізації історичних подій у місцях, пов'язаних із Тарасом Шевченком, здатна не лише залучити туристів, але й підвищити зацікавленість молоді [9].

Також сприяє розширенню співпраці між підприємствами, культурними установами та освітніми закладами. Наприклад, створення кластерів, які об'єднують музеї, майстерні народних ремесел та гастрономічні підприємства, може запропонувати туристам інтегровані маршрути. У Черкасах та Каневі вже існує база для таких ініціатив, зокрема в рамках туристичних маршрутів «Шевченковими місцями» [6].

Впровадження креативних ідей також сприяє розвитку малого та середнього бізнесу. Наприклад, ремісники Черкащини, відомі своїми виробами з глини, дерева та текстилю, можуть створювати сувенірну продукцію, яка відображає регіональні традиції. Це може стати не лише джерелом додаткового доходу для місцевого населення, а й способом збереження культурної ідентичності регіону.

Однак креативна економіка також має певні виклики, зокрема пов'язані з необхідністю значних інвестицій у розвиток інфраструктури та навчання персоналу. Для туристичних підприємств Черкащини це може стати серйозною перешкодою, оскільки не всі з них мають достатні ресурси для впровадження сучасних технологій чи створення нових продуктів. Наприклад, невеликі агрооселі можуть стикатися з труднощами у

залученні туристів, якщо їм бракує доступу до цифрових платформ для просування своїх послуг [11].

Ще однією проблемою є ризик нерівномірного розвитку, коли значна частина ресурсів і уваги зосереджується на окремих туристичних об'єктах, залишаючи менш популярні локації поза увагою. У Черкаському регіоні, де є багато цікавих, але мало-відомих місць, таких як заповідники або невеликі історичні села, це може призвести до їх подальшого занепаду.

Водночас використання принципів креативної економіки стимулює залучення молоді до туристичної галузі, оскільки інноваційний підхід передбачає використання сучасних технологій, цифрових платформ та соціальних медіа для популяризації регіону. Наприклад, розробка інтерактивних туристичних маршрутів чи створення онлайн-застосунків для самостійного дослідження регіону може стати привабливим проектом для молодих фахівців [12].

Загалом креативна економіка може стати каталізатором для підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств Черкаського регіону. Вона створює нові можливості для співпраці між різними секторами, сприяє популяризації регіону як унікальної туристичної дестинації та стимулює економічний розвиток через залучення інвестицій. Однак для досягнення цих результатів потрібна активна підтримка на рівні місцевої влади, яка має сприяти розвитку інфраструктури, розробці стратегій та залученню грантових програм для фінансування інноваційних проєктів [14].

**Висновки.** Креативна економіка є важливим чинником, що стимулює інноваційний розвиток підприємств у туристичній галузі, особливо в умовах посилення глобальних змін і цифрової трансформації. Результати проведеного дослідження засвідчили, що поєднання творчих індустрій із новітніми технологіями створює передумови для формування сучасних бізнес-моделей, які відповідають запитам туристів, орієнтованих на унікальність вражень і персоналізацію сервісу. Міжнародний досвід показує, що застосування креативного підходу позитивно впливає на рівень конкурентоспроможності туристичних підприємств і сприяє динамічному розвитку територій.

Для України та Черкаського регіону зокрема використання потенціалу креативної економіки відкриває нові горизонти для презентації культурної спадщини, формування інноваційних туристичних продуктів і активного залучення іноземних відвідувачів. Різноманітні природні, історичні та культурні ресурси регіону, посилені застосуванням цифрових рішень, здатні сформувати привабливу й конкурентну дестинацію для різних цільових аудиторій.

У ході дослідження виявлено, що цифрові технології як складова креативної економіки змінюють способи комунікації між туристичними підприємствами та споживачами. Використання інструментів доповненої реальності, штучного інтелекту та інших інновацій дозволяє створювати інтерактивні продукти та гнучкі пропозиції для відвідувачів. Адаптація таких рішень до місцевих умов потребує урахування соціального, економічного й культурного контексту кожного регіону.

Інтеграція креативних підходів у туристичну практику України здатна посилити її присутність на світовому ринку, забезпечити створення нових робочих місць і сприяти підвищенню якості життя населення. Особливу роль у цьому процесі відіграє міжсекторна співпраця між бізнесом, державними структурами та територіальними громадами, яка є запорукою ефективного розкриття потенціалу регіонів.

Таким чином, отримані результати підтверджують, що креативна економіка має потужний вплив на трансформацію туристичної сфери. Її інструменти можуть суттєво змінити підходи до ведення туристичного бізнесу, а також стати основою для формування довгострокових конкурентних переваг, орієнтованих на розвиток як окремих регіонів, так і туристичного сектору країни загалом.



**Список використаних джерел:**

1. Richards G. Creative tourism: Evolution of the concept and future directions. *MDPI*. 2020. № 3. С. 25–36.
2. O'Connor J. *Cultural and Creative Industries: A Critical History*. New York : Routledge, 2018. 320 p.
3. Fleming T. *The Creative Economy and Culture: Challenges and Future Prospects*. Manchester : CCI Publications, 2020. 280 p.
4. Gibson C. *Geographies of Creativity: Tales from the Periphery*. Sydney : UNSW Press, 2018. 260 p.
5. Кравченко О. Креативна економіка як фактор розвитку туристичної галузі: світові практики та перспективи для України. *Економіка України*. 2020. № 5. С. 34–40.
6. Сидоренко І. Роль креативних індустрій у розвитку туризму: приклад Полтавської області. *Науковий вісник ПолтНТУ*. 2019. № 3. С. 20–29.
7. Мельник О. Креативні технології туризму як виклик креативно цифрового. *Вісник ЗГА*. 2021. № 8. С. 15–22.
8. Гончаренко С. Креативність як основа стратегії туристичного розвитку. *Наукові записки*. 2020. № 14. С. 35–41.
9. Литвин В. Креативна економіка: вплив на розвиток туристичної галузі України. *Журнал інноваційних досліджень*. 2022. № 7. С. 28–34.
10. Шевченко О. Креативні індустрії як чинник розвитку туризму в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2019. № 11. С. 18–24.
11. Ковальчук Т. Виклики креативно цифрового суспільства у туристичній галузі. *Економіка і туризм*. 2021. № 6. С. 29–36.
12. Савченко Л. Культурний туризм як чинник економічного зростання. *Актуальні питання економіки*. 2020. № 8. С. 50–57.
13. Поліщук І. Креативність у стратегії туристичного розвитку сільських територій. *Науковий вісник*. 2021. № 9. С. 12–19.
14. Vivid Sydney Light Festival: Economic Impact. Available at: <https://www.vividsydney.com> (дата звернення: 10.05.2025).
15. Gastronomika Food Festival: Economic Effect. Available at: <https://www.visitspain.com> (дата звернення: 13.05.2025).
16. TripAdvisor Platform: Artificial Intelligence in Tourism. Available at: <https://www.tripadvisor.com> (дата звернення: 15.05.2025).
17. VisitUkraine: Digitalization of Tourism in Ukraine. Available at: <https://www.visitukraine.today> (дата звернення: 15.05.2025).

**References:**

1. Richards G. (2020). Creative tourism: Evolution of the concept and future directions. *MDPI*. № 3. P. 25–36.
2. O'Connor, J. (2018). *Cultural and creative industries: A critical history*. Routledge.
3. Fleming, T. (2020). *The creative economy and culture: Challenges and future prospects*. CCI Publications.
4. Gibson, C. (2018). *Geographies of creativity: Tales from the periphery*. UNSW Press.
5. Kravchenko, O. (2020). Kreatyvna ekonomika yak faktor rozvytku turystychnoi haluzi: svitovi praktyky ta perspektyvy dlia Ukrainy [The creative economy as a driver of tourism industry development: Global practices and prospects for Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, (5), 34–40.
6. Sydorenko, I. (2019). Rol' kreatyvnykh industrii u rozvytku turyzmu: pryklad Poltavskoi oblasti [The role of creative industries in tourism development: The case of Poltava Region]. *Naukovyi visnyk PoltNTU – Scientific Bulletin of PoltNTU*, (3), 20–29.
7. Melnyk, O. (2021). Kreatyvni tekhnolohii turyzmu yak vyklyk kreatyvno tsyfrovoho suspilstva [Creative tourism technologies as a challenge of the creative digital society]. *Visnyk ZHIA – Bulletin of ZGIA*, (8), 15–22.
8. Honcharenko, S. (2020). Kreatyvnist' yak osnova stratehii turystychnoho rozvytku [Creativity as the basis of a tourism development strategy]. *Naukovi zapysky – Scientific Notes*, (14), 35–41.

9. Lytvyn, V. (2022). Kreatyvna ekonomika: vplyv na rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy [The creative economy: Impact on the development of the tourism sector in Ukraine]. *Zhurnal innovatsiinykh doslidzhen – Journal of Innovative Research*, (7), 28–34.

10. Shevchenko, O. (2019). Kreatyvni industrii yak chynnyk rozvytku turyzmu v Ukraini [Creative industries as a factor in the development of tourism in Ukraine]. *Visnyk KhNU – Bulletin of KhNU*, (11), 18–24.

11. Kovalchuk, T. (2021). Vyklyky kreatyvno tsyfrovoho suspilstva u turystychnii haluzi [Challenges of the creative digital society in the tourism sector]. *Ekonomika i turyzm – Economics and Tourism*, (6), 29–36.

12. Savchenko, L. (2020). Kul'turnyi turyzm yak chynnyk ekonomichnoho zrostantia [Cultural tourism as a factor of economic growth]. *Aktual'ni pytannia ekonomiky – Current Issues in Economics*, (8), 50–57.

13. Polishchuk, I. (2021). Kreatyvnist' u strahii turystychnoho rozvytku sil'skykh terytorii [Creativity in the strategy of rural tourism development]. *Naukovyi visnyk – Scientific Bulletin*, (9), 12–19.

14. Vivid Sydney. (2025, May 10). *Light festival: Economic impact*. <https://www.vividsydney.com> (accessed May 10, 2025).

15. Instituto Gastronomika. (2025, May 13). *Gastronomika food festival: Economic effect*. <https://www.visitspain.com> (accessed May 13, 2025).

16. Tripadvisor LLC. (2025, May 15). *Tripadvisor platform: Artificial intelligence in tourism*. <https://www.tripadvisor.com> (accessed May 15, 2025).

17. VisitUkraine. (2025, May 15). *Digitalization of tourism in Ukraine*. <https://www.visitukraine.today> (accessed May 15, 2025).

---