2.Utete, R. (2024). Tackling the hospitality industry's contentious issue of employee retention: A close look into the influence of staff training. Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, 23(2), 245–265. https://doi.org/10.1080/15332845.2024.2282213
3.Akhmedova O.O. Innovative approaches and digital technologies in hotel and restaurant business management in Ukraine under contemporary challenges / Managerial practices and challenges in various economic sectors: scientific monograph. *Higher School of Social and Economic*. Przeworsk: WSSG, 2025. 278 p. (pp 84-97) https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32448
4.Gilbert R. A. Strategic Innovation in U.S. Hotel Companies: HSMAI Special Report. HSMAI, 2020. 19 p. URL: https://info.ehl.edu/hubfs/Blog-EHL-Insights/Documents-EHL-Insights/HSMAI%20Special%20Report_St2020HotelCcompanies.pdf
5.Liu, B., Li, F., Liu, Z., Qu, X., & Men, C. (2023). To voice or not to voice? Employee caring practice, employee gratitude, and positive reciprocity norm in the hospitality industry. International Journal of Hospitality Management, 114, 103571. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103571

УДК: 338.48:008:304.2
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2405-4666

СИНЕРГІЯ ТУРИЗМУ, ГОСТИННОСТІ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ У МЕРЕЖІ КРЕАТИВНИХ МІСТ ЮНЕСКО: ДОСВІД МІСТА ХАРКОВА

Богайчик Ю.В., доктор філософії,
доцент кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу» Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Ключові слова: креативні індустрії, туризм, гостинність, муніципальна дипломатія, ЮНЕСКО, креативні міста, Харків, штучний інтелект.

У сучасних умовах глобалізації та трансформації міських економік зростає роль синергії туризму, сфери гостинності та креативних індустрій як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності міст. Особливого значення набувають міжнародні мережі співпраці, які забезпечують обмін знаннями, інноваційними практиками та сприяють формуванню сталих моделей розвитку територій та дестинацій.

Однією з провідних платформ такої взаємодії є мережа креативних міст ЮНЕСКО, яка об'єднує понад 350 міст із більш ніж 100 країн світу [1]. Мережа спрямована на інтеграцію культури та творчості у стратегії

міського розвитку, зокрема, через розвиток туризму, культурних індустрій та креативної економіки.

Синергія туризму, гостинності та креативних індустрій проявляється у створенні інноваційних туристичних продуктів, розвитку подієвого туризму, культурних заходів та креативних просторів. Це сприяє не лише економічному зростанню, а й формуванню унікального бренду міста та підвищенню його міжнародної привабливості [5; 6]. Як зазначають українські дослідники, креативні індустрії виступають важливим чинником розвитку культурного та спеціалізованого туризму, забезпечуючи формування нових туристичних продуктів і досвідів [8; 9; 10].

Важливим інструментом реалізації цієї синергії виступає муніципальна дипломатія, яка забезпечує розвиток партнерських зв'язків між містами та сприяє реалізації спільних культурних і туристичних проєктів.

Практичний інтерес становить участь представників міста Харкова, що має статус «Місто музики ЮНЕСКО», у XVII Щорічній конференції мережі креативних міст ЮНЕСКО, яка відбулася 23–24 червня 2025 року в місті Ангєн-ле-Бен (Франція) [2]. Конференція була присвячена темі «Культура та штучний інтелект: формування майбутнього креативних міст ЮНЕСКО» та об'єднала представників міст, міжнародних організацій і експертного середовища.

На відміну від традиційних міжнародних заходів, конференція мала виражений практико-орієнтований характер і була спрямована на вироблення конкретних підходів до інтеграції штучного інтелекту у сферу культури, туризму та креативних індустрій. Обговорення засвідчили, що AI поступово стає інструментом не лише технологічного розвитку, але й трансформації культурного досвіду, туристичних продуктів та моделей взаємодії з аудиторією.

Зокрема, у межах тематичних сесій було акцентовано увагу на можливостях використання AI для персоналізації туристичного досвіду, створення нових форматів культурного контенту, підвищення доступності культурних продуктів та розвитку цифрових креативних індустрій.

Водночас, конференція торкнулася та підкреслила необхідність дотримання етичних принципів використання штучного інтелекту, що відповідає Рекомендаціям ЮНЕСКО щодо етики AI [3], а також важливість збереження культурної автентичності в умовах цифровізації.

Аналітичним результатом участі у конференції є розуміння того, що синергія туризму, гостинності та креативних індустрій у сучасних умовах набуває нової якості – через інтеграцію цифрових технологій та штучного інтелекту. Це формує передумови для переходу від традиційних моделей туристичного обслуговування до інноваційних, орієнтованих на досвід, взаємодію та креативність.

Для українських міст, зокрема Харкова, ці передумови передбачають необхідність інтеграції цифрових технологій у туристичну та культурну інфраструктуру, розвитку креативних цифрових продуктів, використання міжнародних мереж як платформи трансферу знань і практик та активізації участі у спільних міжнародних проєктах.

Особливої уваги заслуговує аспект взаємозв'язку між технологіями, культурою та сталим розвитком. Так, наприклад, учасники XVII Щорічної конференції мережі креативних міст ЮНЕСКО обговорювали потенціал AI у підвищенні туристичної привабливості міст, створенні нових форматів культурного досвіду та розширенні аудиторії культурних продуктів. У цьому контексті українські науковці також підкреслюють зростаючу роль креативної економіки як драйвера розвитку туристичної галузі та інноваційних трансформацій міських просторів [11; 13].

Підкреслюючи важливість імплементації практичної складової у міжнародні заходи, варто зазначити доцільність міжміських обмінів, зокрема під час Creative Cities Fair, де міста презентували власні практики розвитку креативних індустрій і туризму, а також налагоджували партнерства. Такі заходи, безумовно, сприяють формуванню спільних проєктів, розвитку культурної дипломатії та посиленню міжнародної взаємодії.

У межах підмереж (зокрема «Музика») особливим акцентом виступає розгляд питання розвитку музичних екосистем міст, підтримки креативних індустрій та інтеграції культурних подій у туристичні стратегії дестинацій. Це має безпосереднє значення для Харкова, як міста музики ЮНЕСКО. Дослідження українських авторів також акцентують увагу на важливості розвитку креативних міст як центрів культурних інновацій і просторового розвитку [12].

Окрему роль у роботі конференції відіграли стратегічні дискусії щодо майбутнього мережі, зокрема реалізація Маніфесту Браги та підготовка до конференції MONDIACULT 2025 [4]. У цих документах підкреслюється необхідність визнання культури як окремої цілі сталого розвитку, що відкриває нові можливості для інтеграції туризму та креативних індустрій у глобальні політики.

Так, беззаперечно можна резюмувати, що участь у подібних міжнародних заходах сприяє розвитку муніципальної дипломатії, розширенню міжнародного співробітництва, впровадженню інноваційних практик у сфері туризму та креативних індустрій, а також підвищенню міжнародного іміджу міста, що є очікуваним результатом для більшості дестинацій та територій.

Для міста Харкова участь у мережі креативних міст ЮНЕСКО є важливим інструментом розвитку креативної економіки, підтримки культурних ініціатив та інтеграції у глобальні процеси. В умовах сучасних викликів це також створює передумови для післявоєнного відновлення міста через розвиток туризму, культури та інноваційних індустрій [7].

Важливо зазначити, що участь у заходах такого формату та масштабу, наразі, сприяє, в тому числі, можливості дестинацій презентувати свій потенціал та сучасний стан для світової спільноти, це забезпечує додаткову платформу взаємодії та співробітництва.

Таким чином, мережа креативних міст ЮНЕСКО виступає ефективною платформою для формування синергії туризму, гостинності та креативних індустрій, що сприяє сталому розвитку міст, посиленню їх міжнародної ролі та впровадженню інноваційних підходів до управління міським розвитком.

Участь у XVII Щорічній конференції мережі креативних міст ЮНЕСКО підтверджує, що майбутнє розвитку туризму та креативних індустрій визначається не лише ресурсами територій, але й здатністю міст інтегрувати інновації, будувати міжнародні партнерства та адаптувати глобальні практики до локальних умов. Для України це відкриває можливості формування нової моделі відновлення міст, у якій культура, туризм і креативні індустрії виступають ключовими драйверами сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. UNESCO Creative Cities Network. About the Creative Cities Network. URL: https://en.unesco.org/creative-cities (дата звернення: 24.03.2026).

2. UNESCO. Culture and Artificial Intelligence: Shaping the Future of UNESCO Creative Cities: XVII UCCN Annual Conference, Enghien-les-Bains, 23–24 June 2025. Programme document.

3. UNESCO. Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. Paris: UNESCO, 2021. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137 (дата звернення: 24.03.2026).

4. UNESCO. Creative Cities Braga Manifesto: A Culture Goal for Sustainable Development. Braga, 2024. URL: https://en.unesco.org/creative-cities/events/braga-manifesto (дата звернення: 24.03.2026).

5. Richards G. Cultural Tourism: A review of recent research and trends. Journal of Hospitality and Tourism Management. 2018. Vol. 36. P. 12–21.

6. UNWTO. Tourism and Culture Synergies. Madrid: World Tourism Organization, 2018. URL: https://www.unwto.org/publication/tourism-and-culture-synergies (дата звернення: 24.03.2026).

7. OECD. Culture and Local Development: Maximising the Impact. Paris: OECD Publishing, 2018. URL: https://doi.org/10.1787/9789264295579-en (дата звернення: 24.03.2026).

8. Чорна Н. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48.

9. Васильєва О., Домашенко С., Каптюх Т. Спеціалізований туризм як система креативних індустрій. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50.

10. Миронов Ю., Свидрук І. Теоретичні та практичні аспекти розвитку креативного туризму. *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 36.

11. Олійник Л., Трегубов О., Клочковська В. Креативна економіка як фактор розвитку туристичної галузі: світові практики та перспективи для України. *Економіка та суспільство*. 2024. № 65.

12. Нємець О. Гуманітарно-географічне дослідження креативних міст: глобальний та національний контекст. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2025.

13. Чайка Т., Якименко-Терещенко Н., Холодок В. Креативні індустрії, креативний туризм, креативні екскурсії: взаємозв'язок понять і перспективи розвитку. 2025.

УДК 338.488.2:640.43
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0486-9462

МЕНЕДЖМЕНТ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ У СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Демків Ю. М. кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного менеджменту
Державний торговельно-економічний університет

Ключові слова: управління, міжнародний менеджмент, конкурентна політика, ресторанний бізнес, глобальний ринок, інноваційні практики

Сучасний глобальний ресторанний бізнес функціонує в умовах перманентної кризи та надзвичайно високої турбулентності. У 2024-2025 роках менеджмент конкурентної політики вимагав від рестораторів не просто реагування на зміни, а проактивного формування нових ринкових ніш. Як зазначають дослідники, проактивна поведінка на початку кризи приносить значно кращі результати, ніж оборонна стратегія [1, с. 26; 2, с.96; 3, с.373].

Сьогодні конкуренція перемістилася з площини "їжа vs їжа" у площину "досвід vs досвід" та "ефективність vs ефективність". Сучасні цілі глобального менеджменту фокусують основні напрями, які формують управління конкурентним статусом сучасного ресторанного підприємства.

По-перше, це стратегія управління конкурентоспроможністю через якість та інновації, де фігурують класичні фактори конкурентоспроможності - якість їжі, ціна, сервіс, що залишаються базисом, однак їхнє наповнення змінилося. Згідно з дослідженням методів