

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-97>

УДК 338.48:008:711.4(477)

КРЕАТИВНІ ТУРИСТИЧНІ МАРШРУТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ МАЛИХ МІСТ УКРАЇНИ

CREATIVE TOURIST ROUTES AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL TOWNS IN UKRAINE

Кізюн Алла Григорівна

кандидат географічних наук, доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2838-9428>

Kiziun Alla

Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics

У статті досліджуються креативні туристичні маршрути, які виступають чимось більшим, ніж звичайні по-дорожі. Ці маршрути створюють захопливі наративи, що розкривають нові перспективи та багатогранність малих міст України. Вони можуть служити ефективним засобом для економічного, культурного та соціального розвитку регіонів, які часто залишаються поза полем зору масового туризму. Зростання інтересу зовнішніх відвідувачів до певних регіонів сприяє розвитку туризму, що дає можливість жителям малих міст вивчати креативні підходи для укріплення стійкості та популяризації їхньої громади. Креативні туристичні маршрути виникають у різних регіонах України, пропонуючи автентичні, творчі та альтернативні туристичні продукти. Вони зосереджуються на відвідуванні нестандартних об'єктів, які викликають інтерес. Основна ідея полягає у створенні унікального досвіду, який дозволяє повністю зануритися в культуру та ідентичність вибраного регіону.

Ключові слова: туризм, креативність, організація туризму, креативний туристичний маршрут, дестинація, туристичний продукт, розвиток малих міст.

The article explores creative tourist routes, which are more than just ordinary travel. Small towns are the largest group in the urban settlement system and play an important role in the territorial organization of society. The purpose of the article is to examine the features of creative tourist routes and their use as a tool for the development of small towns in Ukraine. These routes create fascinating narratives that reveal new perspectives and diversity of small towns in Ukraine. They can serve as an effective tool for the economic, cultural, and social development of regions that are often overlooked by mass tourism. Creative tourist routes are an opportunity for small towns to become visible, alive, and successful. The growing interest of external visitors in certain regions is driving tourism development, which gives small towns residents the opportunity to explore creative approaches to strengthening the sustainability and promotion of their communities. Creative tourism routes are emerging in different regions of Ukraine, offering authentic, creative and alternative tourism products. They focus on visiting non-standard sites that are of interest. The main idea is to create a unique experience that allows you to fully immerse yourself in the culture and identity of the chosen region. Creative tourist routes go beyond classical excursions and are based on local identity – the city's unique history, culture, and traditions; involvement of creative industries – art, crafts, gastronomy, music, theater, etc.; and active community participation – residents act as guides, craftsmen, and creators. Creative tourist routes include non-classical objects of interest. The key principle is to create a unique experience, immersing you in the culture and identity of the chosen area. Innovative concepts and cultural products help shape the region's unique image and attract tourists. The transformation of small towns into modern tourist centers is a complex and multifaceted task that can only be realized through the coordinated efforts of all stakeholders, both the local community and the state. Only such cooperation can lead to rapid and positive transformations.

Keywords: tourism, creativity, tourism organization, creative tourist route, destination, tourist product, small town development.

Постановка проблеми. В Україні ситуація з малими містами та містечками є складною: вони продовжують зменшуватися в розмірах. Багато з цих міст зазнали значних економічних, соціальних і демографічних втрат від початку незалежності України. Креативні туристичні маршрути виступають можливістю для малих міст стати видимими, живими, успішними. Вони стимулюють місцеву економіку, формують нову якість життя та зберігають ідентичність, якою Україна може пишатися.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні підходи до концептуалізації креативного туризму, аналізу креативних туристичних ресурсів і формування креативних туристичних дестинацій стали об'єктом детального розгляду М. Сенькова та Р. Мох. Особливу увагу приділено визначенню значущості народних ремесел у процесі розвитку креативного туризму як ключового чинника, що сприяє збагаченню туристичного досвіду та активізації локальних культурних практик. Н. Чорна розкрила вплив «креативної індустрії» на соціально-економічний розвиток територій, формування бренду та просування на туристичному ринку. І. Старовой вказує на те, що культурне підприємництво та креативність створює шанси для розвитку всіх регіонів країни, І. Балинський на роль медіа у цьому процесі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Малі міста є найчисельнішою групою в системі міського розселення і відіграють важливу роль в територіальній організації суспільства. В Україні нараховується понад 369 міст з населенням до 50 тисяч осіб, що складає значний відсоток від загальної кількості міських поселень. Незважаючи на це, кожне невелике місто, селище чи село має свої власні історичні та культурні цінності, які можуть мати як національне, так і локальне значення. Вони є предметом гордості для місцевих жителів, але нерідко виникають труднощі з їхньою популяризацією на місцевому, національному та міжнародному рівнях. Створення креативних туристичних маршрутів виступає інструментом для популяризації свого історичного спадку кожного регіону та подальшого розвитку малих міст.

Мета статті – розглянути особливості креативних туристичних маршрутів та їх використання як інструменту розвитку малих міст України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна та соціальна важливість

туризму в сучасних умовах пояснюється тим, що туристичний бізнес стимулює розвиток економіки, підтримуючи такі галузі, як сільське господарство, торгівля, будівництво, зв'язок та виробництво товарів широкого вжитку. Він сприяє зайнятості населення, збільшенню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни, слугує значущим джерелом валютних надходжень і забезпечує позитивне сальдо платіжного балансу. Окрім доходів, туризм стає значущим чинником у підвищенні престижу країни та сприяє вдосконаленню освітнього рівня її жителів [4, с. 256].

Креативність можна трактувати як систему сукупності інноваційно забарвлених характеристик сприйняття туристами існуючих та перспективних рекреаційно-пізнавальних, освітніх та розважальних послуг, творчі імпульси яких відповідають потребам креативного оновлення туристичного ринку. Туристична галузь традиційно є пріоритетним напрямком розвитку більшості регіонів будь-якої країни [11, с. 3]. Сьогодні важливим є стратегії розвитку міста, що використовують певні інноваційні ідеї, творчий підхід до вирішення проблем, як правило з акцентом на розвиток культури, мистецтва, збереження історичної спадщини, підтримку визначних особливостей міста та розвиток його унікальності.

У сучасних сферах креативних індустрій виразно виділяються такі відомі напрями, як мода, дизайн, музика, освіта, кіно, сценічні мистецтва, інноваційні музеї, бібліотеки, культурні центри, медіа та соціальні мережі. Однак не варто забувати й про індустрію подій, технологічні стартапи й інші новаторські компанії, гастрономію, колекціонування, ремесла та індустрію вражень, включаючи генеалогічний і екстремальний туризм, темний туризм у місця техногенних або цивілізаційних катастроф, історичні реконструкції, квести тощо. Важливо також враховувати міжсекторну співпрацю та інтеграцію [8].

Креативні туристичні маршрути виходять за межі класичних екскурсій і базуються на:

- локальній ідентичності – унікальній історії, культурі, традиціях міста;
- залученні творчих індустрій – мистецтва, ремесел, гастрономії, музики, театру тощо;

- активній участі громади – мешканці виступають гідями, майстрами, творцями.

Креативні туристичні маршрути включають у себе неklasичні об'єкти інтересу (рис. 1). Ключовий принцип полягає у ство-

ренні унікального досвіду, занурення в культуру й ідентичність обраної місцевості. Інноваційні концепції та культурні продукти допомагають формувати унікальний образ регіону та приваблювати туристів.

Головною ідеєю концепції креативного туризму є залучення туристів до творчої діяльності та отримання автентичного досвіду. Креативний туризм спонукає людей відійти від масового туризму та має на меті збереження давніх традицій і автентичної культури. Під креативним туризмом зазвичай розуміють подорож, під час якої люди спостерігають або безпосередньо беруть участь у творчих процесах, притаманних певній території (регіону, місту, селу), щоб зануритися в культуру та пізнати традиції, мистецтво чи ремесла. Творчість виражається у матеріальних (прилади, картини) та в нематеріальних формах (музика, ідеї, наукові теорії) [6].

К. Scherf акцентує увагу на креативному підході до визначення місця, пошуку творчих навичок і знань, притаманних приймаючій громаді, а також розвитку творчого досвіду, в якому відвідувачі можуть дізнатися про ці навички та застосувати їх на практиці. У результаті це розвиває спільний соціальний капітал у приймаючій дестинації. Подібно до творчого відбитку пальців, цей досвід є унікальним для дестинації, оскільки він виникає завдяки справжнім та автентичним навичкам місцевих жителів, забезпечуючи місцеву автентичність, яка не є такою доступною для більш гомогенізованого міського бренду

міста. Чим більше збігаються інтереси туристів і мешканців, тим більше зростає соціальна згуртованість і соціальний капітал [7, с. 10].

Креативні туристичні маршрути сприяють розвитку малих міст:

- Економічний аспект: створення нових робочих місць (гіді, ремісники, готелі, кафе). Успішні маршрути привертають увагу фондів, бізнесу, грантодавців, які готові вкладати в інфраструктуру.

- Культурний аспект: збереження й популяризація нематеріальної спадщини. Малі міста починають шукати свою унікальність: легенди, постаті, архітектуру, ремесла. Наприклад, місто може перетворити давню легенду на основний мотив туристичного маршруту.

- Соціальний аспект: розвиток локального підприємництва (сири, мед, вино, кераміку, текстиль, сувеніри тощо) та зміцнення громади.

- Іміджевий аспект: підвищення привабливості міста для внутрішнього та зовнішнього туризму.

Запровадженні технологій для покращення та оптимізації досвіду мандрівників визначає концепцію розумної туристичної дестинації. Це включає використання мобільних додатків та онлайн-платформ для планування і організації подорожей, впровадження носимих пристроїв та сенсорів для моніторингу здоров'я та безпеки туристів, застосування автономних транспортних засобів в межах міста або між містами, а також створення



Рис. 1. Об'єкти інтересу креативних туристичних маршрутів

Джерело: сформовано автором

цифрових платформ для обміну досвідом і знаннями серед мандрівників. Заходи для розвитку туризму в містах часто зводяться до створення міського інформаційного порталу, який надає сервіси та послуги. Це включає можливість планувати туристичні маршрути, бронювати готелі й екскурсії, організовувати урочисті заходи. Додатково, портал забезпечує систему QR-навігаторів на об'єктах культурної спадщини, аудіогіди та інструменти доповненої реальності, а також інформує про інтерактивні й культурно-виставкові події [3, с. 94].

Активно функціонує проєкт «Розробка методології маркування історичних атракцій у малих містах України. Культурна інтервенція в минуле заради подорожі в майбутнє», розроблений Асоціацією сільських, селищних рад та об'єднаних громад України. Методологія маркування туристичних маршрутів за допомогою малих пластичних форм була введена на прикладі міста Острог, що в Рівненській області. Тут створено унікальні маршрути з використанням малих пластичних форм. Під час роботи над дизайном острожських скульптур було взято за основу легенду про плем'я острогорів – міфічних жителів цих земель. Так, у центральній частині Острога встановлено 25 скульптур «острожиків» – чоловічків зі стилізованими вусами й бородами, одягнених у традиційні старослов'янські костюми і кашкети. Серед них представлені аптекар, музикант-скрипаль, листоноша, переписувач Корану та навіть турист із біноклем. Біля кожної скульптури розміщено QR-код, який дозволяє дізнатися більше про

конкретне місце чи подію. Також через мобільний додаток туристи можуть брати участь у квесті з пошуку фігурок, отримуючи призові бали за кожного знайденого «острожика». На основі цієї методики свої туристичні маршрути розробляють ще п'ять українських міст, обраних на конкурсній основі. До проєкту активно залучені громади Батурина (Чернігівська область), Бродів (Львівська область), Володимира-Волинського (Волинська область), Кременця (Тернопільська область) та Полонного (Хмельницька область) [10]. Важливим є просування маршруту через соціальні мережі, туристичні платформи, партнерство з туроператорами.

Трансформація малих міст у сучасні туристичні центри є складним і багатограним завданням, яке можливо реалізувати лише завдяки скоординованим зусиллям всіх зацікавлених сторін – як територіальної громади, так і держави. Лише така співпраця може призвести до швидких і позитивних перетворень. Основні завдання місцевої політики, спрямовані на стимулювання розвитку туризму в цих містах, включають: створення готельної, транспортної та сервісної інфраструктури; формування креативних унікальних туристичних продуктів; розвиток місцевих установ, що підтримують туризм; пошук і залучення зовнішніх та внутрішніх ресурсів; а також захист і лобіювання загальних інтересів малих міст [2, с. 70]. Завдяки впровадженню ефективних заходів для розвитку й популяризації туризму на місцях, найцікавіші маршрути проходитимуть через ці невеликі міста з видатним історичним минулим.

Таблиця 1

Приклади креативних туристичних маршрутів в Україні

Місто	Особливості
Опішня (Полтавщина)	гончарні маршрути, фестиваль гончарства («Шлях гончарів»)
Буша (Вінниччина)	історико-містичний маршрут з елементами театралізованих екскурсій.
Косів (Івано-Франківщина)	маршрут традиційних гуцульських ремесел
Тростянець (Сумщина)	музично-культурний маршрут із фестивалем «Схід-Рок».
Кам'янець-Подільський (Хмельниччина)	нічні екскурсії з елементами театралізації («Легенди й привиди Кам'янця»)
Кропивницький (Кіровоградщина)	маршрут по театральних місцях, вуличні вистави, інтерактивні екскурси («Місто-театр»)
Чигирин (Черкащина)	маршрут «Серце Гетьманщини», де туристам пропонують театралізовані екскурсії, історичні реконструкції, фольклорні вечори

Джерело: сформовано на основі [1]

Одним із ключових елементів є комунікація: як усередині (місто для міста), так і назовні (місто для країни). Справа не тільки в тому, як місто використовує свій культурно-креативний потенціал і заробляє на креативних маршрутах. Важливим є питання, як про них інформувати, які канали комунікації обирати для міста, наскільки вони ефективні та яке місце в цих процесах займають медіа, зокрема локальні. Медіа та сучасні форми комунікації є рушіями змін. Все просто: якщо є медіа, які готові активізувати жителів міста, пропонувати їм нові рішення, залучати додаткових туристів і інвесторів, то у міста більше шансів на розвиток [9]. Правильна комунікація приносить місту результати – перш за все це інвестиції та привабливість для життя.

Висновки. Креативні туристичні маршрути – це потужний інструмент не тільки куль-

турного, а й соціально-економічного розвитку малих міст. Креативні індустрії допомагають формувати унікальний імідж туристичних напрямків, сприяють збереженню культурної спадщини та стимулюють економічне зростання регіонів. Коли місто приваблює туристів, зростає попит на послуги – проживання, харчування, транспорт, сувеніри тощо. Це сприяє розвитку малого бізнесу; створенню нових робочих місць; збільшенню податкових надходжень до місцевого бюджету. Окрім цього, малі міста починають активніше досліджувати свою історію, легенди, традиції, які раніше не популяризувалися. Туризм стає приводом для відродження ремесел, фольклору та свят. Представники громади (від місцевих жителів, школярів, молодіжних організацій тощо) долучаються до створення маршрутів, навчаються нових навичок, організовують події. Це формує активну громаду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 10.05.2025).
2. Жук Ю. І., Назарук М. М. Проблеми та перспективи розвитку туризму в малих історичних містах Львівської області. *Матеріали X Всеукраїнських наукових Талійських читань*. Харків, 2014. С. 66–71.
3. Козловський Є. В., Зараховський О. Є., Ткаченко Т. І. Концепція розумного міста як чинник успішного розвитку міського туризму. *Економіка та держава*. 2018. № 6. С. 56–59. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.24.92.
4. Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. № 26. Вип. 26.6. С. 255–263.
5. Потапова А., Самолюк І. Перспективи туристичних можливостей малих історичних міст України. *Суспільно-географічні чинники розвитку регіонів: міжнародна наук.-практ. Інтернет-конф.* Луцьк, 2019. С. 113–116.
6. Сеньків М. І., Мох Р. Н. Ремесла як основа розвитку креативних туристичних дестинацій. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-5>.
7. Scherf K. Creative tourism in smaller communities: place, culture, and local representation. Canada: University of Calgary Press, 2021. 331 с.
8. Тимошук Я. Ігор Балинський: «Місто має більше шансів на розвиток, якщо є медіа, що активізують мешканців». *The Ukrainians*. URL: <https://theukrainians.org/igor-balynskiy-misto/> (дата звернення: 10.05.2025).
9. Тимошук Я. Ірина Старовойт: «Малі міста, яким вдасться, стануть магнітами й дороговказами». *The Ukrainians*. URL: <https://theukrainians.org/iryna-starovojt-mali-mista/> (дата звернення: 10.05.2025).
10. УКРІНФОРМ. Нові туристичні маршрути в малих містах України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-preshall/3272184-novi-turisticni-marsruti-v-malih-mistah-ukraini.html> (дата звернення: 10.05.2025).
11. Чорна Н. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2228> (дата звернення: 15.05.2025).
12. 10 маленьких міст України, які варто відвідати. *Dovkola. media*. URL: https://dovkola.media/10-malenkykh-mist-ukrainy-iaki-varto-vidvidaty/#google_vignette (дата звернення: 10.05.2025).

REFERENCES:

1. Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu Ukrainy [State Agency for Tourism Development of Ukraine]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua>. (in Ukrainian)
2. Zhuk Yu. I., Nazaruk M. M. (2014). Problemy ta perspektyvy rozvytku turyzmu v malykh istorychnykh mistakh Lvivskoi oblasti [Problems and prospects of tourism development in small historical cities of Lviv region]. *Materialy*

Kh Vseukrainskikh naukovykh Taliivskykh chytan – Proceedings of the X All-Ukrainian scientific Taliev readings. Kharkiv, pp. 66–71 (in Ukrainian)

3. Kozlovskiy Ye. V., Zarakhovskiy O. Ye., Tkachenko T. I. (2018) Kontseptsiiia rozumnoho mista yak chynnyk uspishnoho rozvytku miskoho turyzmu [The concept of a smart city as a factor of successful development of urban tourism]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and state*, vol. 6, pp. 56–59. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.24.92. (in Ukrainian)

4. Myronov Yu. B., Svydruk I. I. (2016) Turyzm yak chynnyk ekonomichnoho rozvytku krainy [Tourism as a factor of economic development of the country]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy – Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, vol. 26.6, pp. 255–263 (in Ukrainian)

5. Potapova A., Samoliuk I. (2019) Perspektyvy turystychnykh mozhlyvostei malykh istorychnykh mist Ukrainy [Prospects for tourism opportunities of small historical cities of Ukraine]. *Suspilno-heohrafichni chynnyky rozvytku rehioniv: mizhnarodna naukovo-praktychna Internet-konferentsiia – Socio-geographical factors of regional development: international scientific and practical Internet conference.* Lutsk, pp. 113–116 (in Ukrainian)

6. Senkiv M. I., Mokh R. N. (2022). Remesla yak osnova rozvytku kreatyvnykh turystychnykh destynatsii [Crafts as a basis for the development of creative tourist destinations]. *Ekonomika ta suspilstvo*. vol. 36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-5> (in Ukrainian)

7. Scherf K. (2021). Creative tourism in smaller communities: place, culture, and local representation. Canada: University of Calgary Press, 331 p.

8. Tymoshchuk Ya. (2020) Ihor Balynskyi: «Misto maie bilshe shansiv na rozvytok, yakshcho ye medii, shcho aktyvizuiut meshkantsiv» [Ihor Balynskyi: “The city has a better chance of development if there are media that activate residents”]. *The Ukrainians*. Available at: <https://theukrainians.org/ihor-balynskyi-misto/> (in Ukrainian).

9. Tymoshchuk Ya. (2020). Iryna Starovoi: «Mali mista, yakym vdastsia, stanut mahnitamy y dorohovkazamy» [Iryna Starovoi: “Small cities that succeed will become magnets and guides”]. *The Ukrainians*. Available at: <https://theukrainians.org/iryna-starovoi-mali-mista/>. (in Ukrainian)

10. UKRINFORM. Novi turystychni marshruty v malykh mistakh Ukrainy [New tourist routes in small towns of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-preshall/3272184-novi-turisticni-marsruti-v-mal-ih-mistah-ukraini.html>. (in Ukrainian)

11. Chorna N. M. (2023). Kreatyvni industrii ta yikh rol u rozvytku kulturnopiznavalnoho turyzmu [Creative industries and their role in the development of cultural and cognitive tourism]. *Ekonomika ta suspilstvo*. Vol. 48. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2228> (in Ukrainian)

12. 10 malenkykh mist Ukrainy, yaki varto vidvidaty (2022). [10 small cities of Ukraine worth visiting]. *Dovkola. Media*. Available at: https://dovkola.media/10-malen-kykh-mist-ukrainy-iaki-varto-vidvidaty/#google_vignette. (in Ukrainian)