

УДК 338.48+94+330 (913)

DOI: <http://doi.org/10.32589/2412-9321.30.2025.331943>

**Г. О. КУЧЕРЯВА**

кандидат географічних наук, доцент,  
декан факультету туризму, бізнесу і психології,  
Київський національний лінгвістичний університет (Україна, Київ)  
e-mail: [hannakucheriava@knlu.edu.ua](mailto:hannakucheriava@knlu.edu.ua)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1742-0605>

## **КРЕАТИВНИЙ ТУРИЗМ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ**

### **Анотація**

**Метою** статті є аналіз потенціалу креативного туризму в контексті історико-культурного та економічного розвитку регіонів. **Методологічну основу дослідження** становить система загальнонаукових методів. Концептуальність креативного туризму була досліджена шляхом застосування методу контент-аналізу відкритих джерел інформації. Методи аналізу та синтезу дозволили здійснити порівняння різних підходів до визначення сутності креативного туризму, метод узагальнення дав змогу об'єднати наявні дослідницькі результати та виділити ключові чинники успішності креативних туристичних проєктів. Дослідження також спирається на використання методів порівняння та систематизації. **Наукова новизна.** У дослідженні визначені основні аспекти впливу креативного туризму на історико-культурний та економічний розвиток регіонів. **Результати дослідження.** Доведено, що креативні індустрії потребують підтримки та активного залучення до туристичної діяльності. Розвиток креативного сектору забезпечує тісну взаємодію між представниками культури, бізнесу, освіти та місцевими громадами, що є важливим чинником сталого розвитку. Визначено, що креативний туризм характеризується орієнтацією на активну участь туриста в культурному та творчому житті дестинації, активізує соціальну взаємодію, стимулює інновації в туристичних практиках і сприяє формуванню сталих моделей розвитку територій. Креативний потенціал у туризмі може бути ефективно реалізований через використання історичної та культурної спадщини територій. Встановлено, що позитивними практиками є участь туристів у місцевих фестивалях, завдяки чому активізується розвиток суміжних галузей, таких як гастрономія, готельно-ресторанний бізнес, транспорт, виробництво сувенірної продукції тощо. Креативний туризм слід розглядати у якості інструменту економічного розвитку, зокрема сільських регіонів. Набувають популярності індивідуальні креативні маршрути із залученням місцевого населення. Окрему нішу у контексті креативного туризму займають етнотабори та освітні резиденції. Креативний туризм має значний потенціал та створює можливості для економічного розвитку, міжкультурного діалогу та соціальної інтеграції, відтак потребує всебічного дослідження.

**Ключові слова:** креативні індустрії, креативний туризм, туристична дестинація, фестивалі, креативні маршрути.

## **CREATIVE TOURISM: OPPORTUNITIES FOR HISTORICAL, CULTURAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS**

### **Abstract**

**The purpose of the article** is to analyze the potential of creative tourism in the context of historical, cultural and economic development of regions. **The methodological** basis of the study is a system of general scientific methods. The conceptualization of creative tourism was studied by

applying the method of content analysis of open sources of information. The methods of analysis and synthesis allowed for a comparison of different approaches to defining the essence of creative tourism, while the method of generalization made it possible to combine existing research results and identify key factors for the success of creative tourism projects. The study also relies on the use of comparison and systematization methods. **Scientific novelty.** The study identifies the main aspects of the impact of creative tourism on the historical, cultural and economic development of regions. **Research results.** It is proved that creative industries need support and active involvement in tourism activities. The development of the creative sector ensures close interaction between representatives of culture, business, education and local communities, which is an important factor in sustainable development. It has been determined that creative tourism is characterized by a focus on the active participation of tourists in the cultural and creative life of the destination, activates social interaction, stimulates innovation in tourism practices and contributes to the formation of sustainable models of territorial development. The creative potential in tourism can be effectively realized through the use of the historical and cultural heritage of the territories. It has been established that the participation of tourists in local festivals is a positive practice, which intensifies the development of related industries, such as gastronomy, hotel and restaurant business, transport, souvenir production, etc. Creative tourism should be seen as a tool for economic development, particularly in rural areas. Individual creative routes involving local people are gaining popularity. Ethnic camps and educational residences occupy a separate niche in the context of creative tourism. Creative tourism has significant potential and creates opportunities for economic development, intercultural dialogue, and social integration, and therefore requires comprehensive research.

**Key words:** creative industries, creative tourism, tourist destination, festivals, creative routes.

**Вступ.** В умовах сьогодення креативний туризм створює особливу туристичну нішу, що характеризується інноваціями та новими засобами поширення туристичного досвіду. Цей вид туризму має значний потенціал для збереження історико-культурної самобутності, економічного зростання та розвитку регіонів. На відміну від інших видів туризму, креативний туризм передбачає активну взаємодію туриста з місцевою громадою, занурення в культурну ідентичність, традиції та життя туристичної дестинації. Пошук альтернативних моделей розвитку туризму та постійно зростаюча креативна економіка активізували зв'язок між туризмом та творчістю. Туристи під час подорожі можуть відвідати творчі майстерні та сучасні фермерські господарства, ознайомитися з місцевими ремеслами та промислами, взяти участь у фестивалях так майстер-класах, стати учасником відновлення історичних пам'яток тощо. Водночас, креативний туризм надає можливість місцевим громадам для культурного обміну, створює умови для розвитку індивідуалізованих маршрутів та міжнародної співпраці. А зростаюча його популярність є відповіддю на такі глобальні тренди, як екологічність, збалансованість та сталий розвиток, переосмислення мотивів подорожей та підсилення значення вражень та емоцій. Дослідження креативного туризму є важливим також з позиції його потенціалу для туристичних компаній, оскільки креативні тури можуть бути як самостійними, виходячи з цілепокладання подорожі, так і окремою частиною туру, доповнюючи його дозвіллевою програмою та насичуючи подієвими заходами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Креативний туризм є відносно новим видом туризму, відтак його дослідження наразі є актуальними. Одними з перших про розвиток креативності в туристичному досвіді стали говорити Грег Річардс (Greg Richards) та Кріс Реймонд (Cris Raymond) (2000), які в кінці XX ст. сформулювали концепцію креативного туризму як нового етапу еволюції туристичної діяльності. Наступні дослідження Грега Річардса (Greg Richards) та Джулі Уілсон (Julie Wilson) (2006) підтвердили важливість креативності при розробці нових туристичних продуктів на підставі аналізу прикладів креативних туристичних проєктів та їх порівняння з традиційними моделями культурного туризму. Подальші дослідження,

зокрема роботи Чарльза Ландрі (Charles Landry) (2006; 2020) та інших авторів, підкреслювали роль творчого потенціалу міст та регіонів у залученні туристів і сприянні сталому розвитку територій.

Аналіз сучасних наукових публікацій свідчить про зростаючий інтерес до креативного туризму. Зокрема, Миронов Ю. Б. та Свидрук І. І. (2023) визначили сутність креативності та її особливості в сфері туризму, обґрунтували розвиток креативного туризму за допомогою творчих видів діяльності – мистецтва, музики, кулінарії тощо. Сеньків М. І. та Мох Р. Н. (2022) охарактеризували ремесла як основу розвитку креативних туристичних дестинацій. У праці Шевченко О. О. (2022) висвітлені особливості розвитку креативного туризму під час глобальної кризи туристичної сфери. Радіонова О. М. та ін. (2020) дослідили міжнародний досвід діалектики взаємозв'язку креативності та туризму. В статті Васильєвої О. О. та ін. (2023) окреслено роль об'єктів креативної економіки у зростанні туристичних потоків, визначено сектори креативних індустрій, які виступають ресурсною базою для розвитку окремих видів спеціалізованого туризму.

Останні публікації науковців також вказують на важливість співпраці між туристами, місцевими громадами та організаціями культури для створення автентичних і привабливих туристичних продуктів. Проте сьогодні відсутні системні дослідження ролі креативного туризму в історико-культурному та економічному розвитку регіонів.

**Метою статті** є аналіз потенціалу креативного туризму в контексті історико-культурного та економічного розвитку регіонів.

Для реалізації мети поставлені такі **завдання**: проаналізувати стан наукової розробки проблеми; визначити аспекти впливу креативного туризму на історико-культурний та економічний розвиток регіонів; довести, що креативний туризм має значний потенціал та створює можливості для економічного розвитку, міжкультурного діалогу та соціальної інтеграції.

**Методи та методологія проведення дослідження.** Концептуальність креативного туризму була досліджена шляхом застосування методу контент-аналізу відкритих джерел інформації. Також під час проведення дослідження були використані методи аналізу та синтезу, за допомогою яких здійснено порівняння різних підходів до визначення сутності креативного туризму та окреслено його відмінності від культурно-пізнавального туризму. Метод узагальнення дав змогу об'єднати наявні дослідницькі результати та виділити ключові чинники успішності креативних туристичних проєктів. Метод порівняння був використаний для співставлення особливостей розвитку креативного туризму в різних регіонах, а метод систематизації дозволив впорядкувати отримані дані за напрямками, завдяки чому стало можливим виокремлення основних аспектів впливу креативного туризму на історико-культурний та економічний розвиток регіонів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Поняття “креативних індустрій” в Україні було закріплене у 2010 р. на законодавчому рівні. В Законі України “Про культуру” говориться, що “креативні індустрії – це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження”.

Базові види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, визначені розпорядженням Кабінету Міністрів України “Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій” До них входять 34 види економічної діяльності. Вони включають такі сектори (рис. 1).



Рис. 1. Види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій

Креативність відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку територій, сприяючи формуванню унікального бренду DESTINACIJA та його подальшому просуванню на національному й міжнародному туристичних ринках. Одним з пріоритетних завдань сьогодні є підтримка розвитку креативних індустрій через участь у грантових проєктах, створення смарт-продукту у галузі креативного туризму. Це передбачає активне залучення місцевих громад, креаторів та представників туристичної сфери до міжсекторальної співпраці, розробки інноваційних туристичних пропозицій, що поєднують культурну автентичність із сучасними технологіями. Реалізація таких ініціатив сприяє не лише економічному зростанню регіонів, а й посиленню їх культурної самобутності та конкурентоспроможності в умовах глобального ринку.

Багато іноземних дослідників розробляли власні методики розвитку креативних індустрій. Серед найбільш показових варто виділити підхід британського агентства EUCLID, яке запропонувало модель виробничого ланцюга креативних індустрій, що складається з чотирьох ключових етапів:

1. Зародження ідеї – етап створення творчих задумів та концепцій. Це можуть бути як матеріальні об'єкти (креслення, проєкти, пісні, сценарії), так і нематеріальні ідеї (бренд, репутація, колірна палітра тощо).
2. Виробництво – трансформація креативного задуму у готовий комерційний продукт. Виробництво може мати масовий характер (фільми, книги, музичні записи)

або бути одноразовим і унікальним (картини, театральні вистави, дизайнерські колекції, фестивалі).

3. Поширення – процес обігу продукції через трансляцію, покази, презентації, виставки тощо.

4. Споживання – фінальна стадія, яка передбачає взаємодію кінцевого споживача з продуктом та отримання емоційного чи естетичного враження.

Згідно з класифікацією UNCTAD, креативні індустрії охоплюють чотири основні напрями, що поєднують культуру, бізнес та технології:

- ✓ Культурна спадщина – джерело натхнення для творчості, що включає музеї, бібліотеки, виставки, традиційні ремесла, фестивалі та інші форми нематеріальної культури.

- ✓ Мистецтво – охоплює як виконавське мистецтво (опера, театр, концерти), так і образотворче (живопис, фотографія, арт-ринок, антикваріат).

- ✓ Медіаіндустрії – включають друковану продукцію, аудіовізуальні засоби масової інформації, нові медіа, зокрема відеоігри та цифровий контент.

- ✓ Функціональний креатив – пов'язаний із виробництвом прикладних креативних продуктів: дизайном (мода, інтер'єр), архітектурою, програмним забезпеченням, культурними та рекреаційними послугами (Solovev & Latkin, 2017).

Наведена класифікація доводить, що креативні індустрії достатньо результативно можуть бути представлені в сфері туризму і рекреації та чинити на неї суттєвий вплив. Креативність виступає важливим чинником соціально-економічного зростання, сприяючи збільшенню туристичних потоків і формуванню позитивного іміджу території на міжнародному рівні. Розвиток культурної діяльності та креативних індустрій забезпечує умови для створення сучасних робочих місць як у сфері туризму, так і в суміжних секторах, інтегруючи інноваційні підходи до професійної діяльності та нові парадигми мислення (Радіонова, О. М. та ін., 2020). Цей процес не лише стимулює економічну активність на місцевому рівні, але й сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіонів у глобальному туристичному просторі. Впровадження креативних рішень у культурно-туристичні проєкти дозволяє адаптувати пропозицію до змін попиту, формувати унікальний імідж територій та залучати інвестиції. Крім того, розвиток креативного сектору забезпечує тісну взаємодію між представниками культури, бізнесу, освіти й місцевими громадами, що є важливим чинником сталого розвитку.

Слід зазначити, що поняття “креативного туризму” вперше було застосовано на початку XXI ст. як пропозиція для відвідувачів розвивати власний творчий потенціал шляхом участі у майстер-класах, які характерні для місць відпочинку, де вони проводяться (Richards & Raymond, 2000). Річардс Г. та Уілсон Дж. обґрунтували, яке важливе значення можуть мати “творчі вистави” у сприянні застосуванню нових творчих елементів у туристичних програмах. Вони довели, що креативний туризм на відміну від культурного туризму значно більше залежить від активної участі туристів у заходах. Він передбачає не лише спостереження та присутність туристів у місцях відпочинку, а й їхнє безпосереднє залучення до творчого процесу, що сприяє глибшому культурному обміну та персоналізованому досвіду (Richards & Wilson, 2006).

Даксбері Н., Сільва С. та де Кастро Т.В. трактують креативний туризм як певну подію, що забезпечує досвід відвідувачів завдяки зануренню в місцеву культуру разом з навчанням та творчим процесом (Duxbury, Silva & de Castro, 2018).

Організація економічного співробітництва та розвитку визначає креативний туризм як “поєднання туризму та креативної економіки, що створює творчі види діяльності, які об'єднують виробників, споживачів та дестинації, використовуючи



технології, таланти або навички для створення значущих нематеріальних культурних продуктів, творчого контенту та досвіду” (OECD, 2014).

Миронов Ю., Свидрук І. розглядають креативний туризм, як “форму туризму, яка зосереджена на культурному та творчому досвіді, такому як мистецтво, музика, їжа та ремесла. Креативні туристи – це мандрівники, які прагнуть дослідити культуру та творчість місця призначення, беручи участь у таких заходах, як малювання, виготовлення кераміки, уроки кулінарії та вивчення традиційних ремесел” (Миронов & Свидрук, 2023).

Особливостями креативного туризму є:

- ✓ навчання через досвід – туристи активно залучаються до процесу, що дозволяє їм навчатися безпосередньо через практичні заняття, майстер-класи, участь у культурних заходах або створення мистецьких об’єктів. Це включає освоєння нових навичок, таких як ремесла, кулінарія, танці чи музика, що робить подорожі не лише пізнавальними, а й освітніми;

- ✓ культурне занурення – туризм орієнтований на глибоке занурення в локальну культуру та традиції. Туристи мають змогу проживати разом з місцевими мешканцями, брати участь у святкових обрядах, дізнаватися про історію та мистецтво певної території, таким чином досліджувати культуру в усіх її аспектах;

- ✓ особисте зростання – креативний туризм сприяє розвитку особистості через участь у творчих процесах, що стимулює емоційне та інтелектуальне збагачення. Туристи можуть розширювати свій кругозір, покращувати навички комунікації та розвивати творчі здібності, що допомагає їм відкривати нові горизонти у власному житті;

- ✓ спілкування з місцевими мешканцями – цей тип туризму підкреслює значення безпосередньої взаємодії з місцевими жителями. Туристи мають можливість не лише ознайомлюватися з місцевими звичаями та традиціями, а й дізнаватися про повсякденне життя, ставлення до екології, культури та мистецтва, що дозволяє створювати більш автентичний досвід подорожі;

- ✓ підтримка місцевого бізнесу – креативний туризм сприяє розвитку місцевих підприємств через пряме залучення до туристичних заходів. Туристи активно купують місцеві продукти, відвідують місцеві ресторани, майстерні та атракції, тим самим сприяючи економічному зростанню регіону та підтримці малих і середніх підприємств;

- ✓ екологічна та етична відповідальність – у креативному туризмі велика увага приділяється сталому розвитку та збереженню навколишнього середовища. Туристи заохочуються до участі в екологічно відповідальних практиках, таких як підтримка еко-дружніх ініціатив, збереження природних ресурсів та розвиток туристичних продуктів, що не шкодять екосистемам.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що креативний туризм вирізняється своєю орієнтацією на активну участь туриста в культурному та творчому житті дестинації, забезпечуючи глибше занурення в місцеве середовище. Це не лише збагачує індивідуальний досвід мандрівника, але й сприяє збереженню й актуалізації локальної історико-культурної спадщини. Креативний туризм активізує соціальну взаємодію, стимулює інновації в туристичних практиках і сприяє формуванню сталих моделей розвитку територій. Завдяки своїм особливостям він стає важливим інструментом не лише для культурного обміну, а й для економічного розвитку регіонів.

Креативний потенціал у туризмі може бути ефективно реалізований через використання історичної та культурної спадщини територій, зокрема шляхом активного залучення таких ресурсів, як архітектурні та ландшафтні об’єкти, локальні традиції, культурні фестивалі, обрядові практики, а також популярні серед місцевих громад форми дозвілля та хобі. Це дозволяє інтегрувати культурні та соціальні

елементи в туристичну пропозицію, створюючи таким чином унікальні продукти, які сприяють розвитку туризму та культурного обміну.

Окремої уваги заслуговує участь туристів у місцевих фестивалях як важлива складова креативного туризму. Так, у своїх дослідженнях Лі А.Х.Дж., Уолл Дж. та Ковач Дж.Ф. (Lee, Wall & Kovacs, 2015) проаналізували досвід туристів, які брали участь у кулінарних фестивалях у сільських регіонах провінції Онтаріо (Канада). Вони прийшли до висновку, що фестиваль не лише дозволив туристам скуштувати різноманітні страви місцевої кухні, але й надав їм можливість ознайомитися з процесами приготування традиційних страв. Результати дослідження засвідчили, що участь у таких заходах має комплексний вплив на туристів: вона не лише забезпечує доступ до автентичних гастрономічних практик через дегустацію страв місцевої кухні, але й створює можливість глибшого занурення у традиційні виробничі процеси. Туристи ознайомлювалися з етапами приготування продуктів харчування, технологіями переробки локальних інгредієнтів, що сприяло формуванню більш усвідомленого ставлення до місцевої культури та її матеріальної і нематеріальної спадщини.

Серед практичних прикладів креативного туризму, пов'язаних із відвідуванням туристами фестивалів, варто згадати такі:

- ✓ фестиваль гончарства в Опішному (Україна), де туристи не лише спостерігають за виступами майстрів, а й беруть участь у гончарних майстер-класах, створюють власні вироби, дізнаються про історію та традиції гончарного ремесла;

- ✓ фестиваль сиру у місті Брест (Франція), під час якого учасники можуть відвідати ферми, поспілкуватися з виробниками, взяти участь у дегустаціях та навчитися виготовляти традиційні сорти сиру за автентичними рецептами;

- ✓ фестиваль кави у Львові (Україна), який окрім класичних ярмаркових заходів надає туристам можливість долучитися до кавових церемоній, взяти участь у квестах, пов'язаних з історією львівської кави, а також відвідати тематичні воркшопи з приготування кави;

- ✓ фестиваль масок у Венеції (Італія), під час якого окрім перегляду парадів, туристи можуть власноруч створити маску у традиційному стилі, дізнатися про техніку декору та історичні аспекти венеційських карнавалів;

- ✓ фестиваль вина у Токайському регіоні (Угорщина), де учасникам пропонується не тільки дегустація вин, а й участь у збиранні винограду, знайомство з традиційними методами виноробства та створення власної дегустаційної карти.

Ці приклади демонструють, як фестивальний туризм поєднує культурні практики з активною участю туристів, перетворюючи їх із пасивних спостерігачів на співтворців події. Кулінарні фестивалі виступають ефективним інструментом не лише для збагачення туристичного досвіду, а й для збереження і популяризації локальних традицій у глобалізованому світі.

Кулінарні та інші тематичні фестивалі не лише сприяють збереженню нематеріальної культурної спадщини, а й виступають передумовою історико-культурного відродження регіонів. Завдяки залученню місцевих громад, ремісників, фермерів і митців до організації таких подій, формується платформа для передачі традицій, відновлення забутих культурних практик і створення нових форматів їх представлення. Це, у свою чергу, активізує локальну ідентичність, зміцнює зв'язки між поколіннями та підвищує привабливість регіонів. Особливо актуально та важливо це для невеликих туристичних DESTINACIЙ, в яких реалізація креативних туристичних продуктів є основою стратегії збільшення туристичного потоку.

З економічної точки зору креативні фестивалі стимулюють розвиток суміжних галузей, таких як гастрономія, готельно-ресторанний бізнес, транспорт, виробництво

сувенірної продукції тощо. Відтак створюються нові робочі місця, залучаються інвестиції, що сприяє диверсифікації місцевої економіки. У такий спосіб креативний туризм, зокрема фестивальний, стає важливим інструментом сталого соціально-економічного та культурного розвитку територій, забезпечуючи синергію між збереженням історико-культурної спадщини і сучасними вимогами туристичного ринку.

Креативний туризм також можна розглядати у якості інструменту економічного розвитку сільських регіонів, оскільки він сприяє появі та підтримці підприємств, орієнтованих на альтернативні форми туристичної діяльності, зокрема агротуризм із творчим складником. Прикладом є фермерські господарства у Тоскані (Італія) або Закарпатті (Україна), де туристи беруть участь у збиранні врожаю, приготуванні сиру, вина, традиційних страв. Це сприяє збереженню кулінарної спадщини сільських регіонів та створює додаткові джерела прибутку для фермерів за рахунок залучення туристів.

Одним із ключових ресурсів креативного туризму є народні ремесла, які репрезентують автентичні риси місцевого побуту та культури сільських регіонів. Їхнє становлення та розвиток тісно пов'язано з особливостями етнокультурного середовища, релігійними традиціями, а подекуди й політичними обставинами. Народні ремесла передбачають ручне виготовлення предметів за допомогою природних матеріалів і простих інструментів, що відображає традиційні знання й уміння, передані з покоління в покоління. Ці практики належать до нематеріальної культурної спадщини, яка потребує збереження, популяризації та активного залучення до туристичної діяльності (Сеньків & Мох, 2022). Останнім часом набувають популярності майстер-класи з традиційних ремесел. Зокрема, села Косівського району Івано-Франківської області відомі виробництвом кераміки, ткацтвом, різьбленням по дереву. Туристи можуть не тільки спостерігати, а й виготовити виріб власноруч. Це активізує локальну економіку через продаж автентичної продукції та розвиток крафтових майстерень.

Ще одним напрямом креативного туризму в сільській місцевості є фестивалі локальної культури з інтерактивним досвідом, які забезпечують розважальну функцію та виконують роль інструменту збереження історико-культурної спадщини та активізації місцевої громади. Такі заходи передбачають безпосередню участь туристів у традиційних обрядах, майстер-класах, гастрономічних практиках і мистецьких виступах, що сприяє глибшому зануренню в місцеве середовище. У результаті фестивалі стають платформою для культурного діалогу, підтримки локального підприємництва й формування позитивного іміджу регіону, одночасно зміцнюючи соціальну згуртованість та економічну сталість сільських територій. Прикладами можуть бути фестиваль борщу в Опішні на Полтавщині, фестиваль лемківської культури “Дзвони Лемківщини” на Тернопільщині, під час яких туристи беруть участь у приготуванні традиційних страв, вивченні діалектів, співів, танців. Регіони отримують дохід не лише від туристичних послуг, а й через стимулювання малого підприємництва (їжа, сувеніри, послуги гідів).

Набувають популярності індивідуальні креативні туристичні маршрути із залученням місцевого населення, які дозволяють туристам отримати унікальний досвід автентичної взаємодії з культурним середовищем. Такі маршрути включають відвідування локальних ремісничих майстерень, етнографічних садиб, участь у майстер-класах, приготуванні традиційних страв, а також знайомство з місцевими легендами та побутом. Місцеві жителі виступають гідями, кухарами, акторами. Залучення громади до організації маршрутів сприяє збереженню нематеріальної культурної спадщини, стимулює розвиток підприємницької активності та сприяє збільшенню доходів місцевих мешканців. Це дозволяє зменшити відтік молоді з сіл та підтримати місцеву зайнятість.

У контексті креативного туризму окрему нішу займають етнотабори та освітні резиденції, зокрема літні школи народних ремесел, що функціонують, наприклад,



на Полтавщині чи Буковині. Учасники таких програм мають можливість протягом кількох днів або тижнів опановувати традиційні ремесла безпосередньо у місцевих майстрів. Подібні ініціативи сприяють глибшому культурному зануренню туристів та відновленню традиційних знань і практик, створюючи додаткові джерела доходу для місцевого населення.

Отже, подібні ініціативи демонструють, що креативний туризм у сільських громадах може стати потужним інструментом сталого економічного зростання, що поєднує збереження культурної спадщини з розвитком малого бізнесу та інфраструктури.

Значення креативного туризму в економічному розвитку регіонів полягає у наступному. Креативний туризм сприяє зменшенню залежності від традиційних галузей господарства, що дозволяє посилити диверсифікацію економіки регіону завдяки розвитку креативних індустрій, культури та послуг. Розвиток креативного туризму передбачає залучення широкого кола спеціалістів – від майстрів народного мистецтва до гідів, організаторів подій, маркетологів, дизайнерів тощо. Це надає поштовх розвитку малого та середнього підприємництва – гостьових садиб, майстерень, сувенірних крамниць, тематичних кафе, студій і ремісничих центрів, що, в свою чергу, відкриває нові можливості працевлаштування, особливо в сільських та депресивних регіонах. Зростаючий інтерес до регіонів із розвиненою культурною та креативною пропозицією формує позитивний імідж і підвищує їхню привабливість для внутрішніх та іноземних інвесторів. Участь у грантових програмах та міжрегіональній співпраці також відкриває доступ до нових джерел фінансування. Як результат – креативні дестинації здатні привабити нові категорії туристів (культурних мандрівників, освітніх туристів тощо), що дозволить збільшити загальний туристичний потік та витрати туристів у регіоні. Розвиток креативного сектору та створення середовища для самореалізації через творчість сприяє зменшенню міграції молоді з регіонів. Креативні хаби, культурні ініціативи та локальні проекти можуть стати точками тяжіння для активної молоді (рис. 2).



Рис. 2. Значення креативного туризму для економіки регіону

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Отже, креативний туризм як новий вид туристичної діяльності, активізує взаємодію між туристами та місцевими громадами, сприяє створенню унікального туристичного продукту, в результаті чого туристи не лише споживають культурний контент, а стають його співтворцями, що підвищує рівень їхньої емоційної залученості та задоволеності подорожжю. Креативний туризм сприяє економічному зростанню та формуванню соціального капіталу – активізації громади, збереженню ідентичності, розвитку

партнерства між різними секторами (влада, бізнес, культура, громада). У контексті проведеного дослідження слід зазначити, що креативний туризм позитивно впливає на історико-культурний розвиток регіонів, бо саме автентичні історичні й культурні особливості стають основою для створення привабливих креативних маршрутів. Креативний туризм має значний потенціал, а відтак потребує подальшого всебічного дослідження, оскільки сприяє відродженню забутих культурних практик, підтримує локальних майстрів і митців, створює нові можливості для міжкультурного діалогу та соціальної інтеграції, що в комплексі сприяє сталому розвитку територій.

## ЛІТЕРАТУРА

- Васильєва, О. О., Домашенко, С. В. & Каптюх, Т. В. (2023). Спеціалізований туризм як система креативних індустрій. *Економіка та суспільство*, 50.  
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-54>
- Верховна Рада України. (2024). *Закон України “Про культуру”* (зі змінами).  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
- Кабінет Міністрів України. (2019). *Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: Розпорядження від 24 квітня 2019 р. № 265-р.*  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
- Миронов, Ю. Б. & Свидрук, І. І. (2023). Теоретичні та практичні аспекти розвитку креативного туризму і торгівля Підприємництво, 36, 19–24.  
<https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-36-03>
- Радіонова, О. М., Оболенцева, Л. В., & Александрова, С. А. (2020). Креативність і туризм: діалектика взаємозв'язку (міжнародний досвід). *Науковий вісник Ужгородського національного університету: Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 29, 138–141.
- Сеньків, М. І. & Мох, Р. Н. (2022). Ремесла як основа розвитку креативних туристичних дестинацій. *Економіка та суспільство*, 36.  
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-5>
- Шевченко, О. О. (2022). Особливості розвитку креативного туризму під час глобальної кризи туристичної сфери. У А. М. Вергун та ін. (Ред.), *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій: Збірник наукових праць за результатами Всеукраїнської конференції, м. Київ, 10 травня 2022 р.* (с. 169–172). КНУТД.
- Duxbury, N., Silva, S., & de Castro, T. V. (2018). Creative tourism development in small cities and rural areas in Portugal: Insights from start-up activities. In *Creating and managing experiences in cultural tourism* (pp. 291–304). World Scientific.  
[https://doi.org/10.1142/9789813233683\\_0018](https://doi.org/10.1142/9789813233683_0018)
- Landry, C. (2006). *The art of city-making*. Earthscan.
- Landry, C. (2020). *Creating citymaking: Its power & potential*. Comedia.
- Lee, A. H. J., Wall, G., & Kovacs, J. F. (2015). Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada. *Journal of Rural Studies*, 39, 133–144.  
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.05.001>
- OECD. (2014). *Tourism and the creative economy*. OECD Publishing.  
<https://doi.org/10.1787/9789264207875-en>
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16 – 20.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>

Solovev, M. S. & Latkin, V. V. (2017). Kreativnyie industrii kak sektor kultury [Creative industries as a cultural sector]. *International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 5, 10–12.

## REFERENCES

- Vasyliieva, O. O., Domashenko, S. V. & Kaptiukh, T. V. (2023). Spetsializovanyi turizm yak systema kreatyvnykh industrii. *Ekonomika ta suspilstvo*, 50.  
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-54>
- Verkhovna Rada Ukrainy. (2024). Zakon Ukrainy “Pro kulturu” (zi zminamy).  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
- Kabinet Ministriv Ukrainy. (2019). *Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii: Rozporiadzhennia vid 24 kvitnia 2019 r. № 265-r.*  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
- Myronov, Yu. B. & Svydruk, I. I. (2023). Teoretychni ta praktychni aspekty rozvytku kreatyvnoho turizmu i torhivlia *Pidpriemnytstvo*, 36, 19–24.  
<https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-36-03>
- Radionova, O. M., Obolentseva, L. V., & Aleksandrova, S. A. (2020). Kreatyvnist i turizm: dialektyka vzaïmozv'язku (mizhnarodnyi dosvid). *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, 29, 138–141.
- Senkiv, M. I. & Mokh, R. N. (2022). Remesla yak osnova rozvytku kreatyvnykh turystychnykh destynatsii. *Ekonomika ta suspilstvo*, 36.  
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-5>
- Shevchenko, O. O. (2022). Osoblyvosti rozvytku kreatyvnoho turizmu pid chas hlobalnoi kryzy turystychnoi sfery. U A. M. Verhun ta in. (Red.), *Intehratsiia nauky i osvity: rozvytok kulturnykh i kreatyvnykh industrii: Zbirnyk naukovykh prats za rezultatamy Vseukrainskoi konferentsii, m. Kyiv, 10 travnia 2022 r. (s. 169–172).* Kyiv: KNUTD.
- Duxbury, N., Silva, S., & de Castro, T. V. (2018). Creative tourism development in small cities and rural areas in Portugal: Insights from start-up activities. In *Creating and managing experiences in cultural tourism* (pp. 291–304). World Scientific.  
[https://doi.org/10.1142/9789813233683\\_0018](https://doi.org/10.1142/9789813233683_0018)
- Landry, C. (2006). *The art of city-making*. Earthscan.
- Landry, C. (2020). *Creating citymaking: Its power & potential*. Comedia.
- Lee, A. H. J., Wall, G., & Kovacs, J. F. (2015). Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada. *Journal of Rural Studies*, 39, 133–144.  
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.05.001>
- OECD. (2014). *Tourism and the creative economy*. OECD Publishing.  
<https://doi.org/10.1787/9789264207875-en>
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16 – 20.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Solovev, M. S. & Latkin, V. V. (2017). Kreativnyie industrii kak sektor kultury [Creative industries as a cultural sector]. *International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 5, 10–12.