

НІШЕВИЙ ТУРИЗМ ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ ПОВОЄННОЇ УКРАЇНИ

NICHE TOURISM AS A WAY OF THE DEVELOPMENT OF POST-WAR UKRAINE

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.84-29>**Щука Г.П.**

к.пед.н., професор кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський інститут імені Ф. Ракоці II

Miho O.I.

старший викладач кафедри спеціальних туристичних дисциплін, Академія праці, соціальних відносин і туризму

Літовка-Деменіна С.Г.

к.пед.н., викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства

Shchuka Halyna

Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education

Mikho Olena

Academy of Labour, Social Relations and Tourism

Litovka-Demenina Svitlana

Kyiv Applied College of Tourism and Hospitality

У статті досліджено актуальні проблеми розвитку вітчизняного туристичного ринку в повоєнний період. Визначено, що майбутнє туризму України пов'язано з розвитком нішевих видів туризму, відповідно встановлено сутність даної форми туризму, критерії для визначення ніш, способи та шляхи їх формування, окреслено проблеми, з якими доводиться стикатися в процесі їх організації. У повоєнній Україні доцільно розвивати такі види нішевого туризму, які відповідають європейській тенденції розвитку туризму та враховують повоєнний стан країни. Українські реалії включають: створення концепції меморіалізації пам'ятних місць, розробка туристичних маршрутів пам'яті, пов'язаних із виборюванням незалежності; формування унікальних туристичних дестинацій та туристичного продукту у регіонах. Серед пріоритетних видів нішевого туризму виділено культурний, лікувально-оздоровчий, реабілітаційний, інклюзивний, «темний» туризм та пов'язані з ним маршрути пам'яті.

Ключові слова: нішевий туризм, повоєнний туризм України, макро- та мікроніші, «темний» туризм, культурний туризм, лікувально-оздоровчий туризм, реабілітаційний туризм, інклюзивний туризм.

The article examines the current problems of the development of the national tourism market in the post-war period. It is determined that the future of tourism in Ukraine is associated with the development of niche tourism types, accordingly, the essence of this form of tourism, criteria for identifying niches, methods and ways of their formation are established, and problems encountered in the process of their organization are outlined. In post-war Ukraine, it is advisable to develop such types of niche tourism that correspond to European tourism development trends and take into account the post-war state of the country. European trends include promoting unknown tourist destinations; increasing attention to education and training of tourism professionals; cooperation with governments and the private sector for cultural exchange. Ukrainian realities include creating a concept of memorializing historic places, developing memory-related tourist itineraries associated with the struggle for independence; forming unique tourist destinations and tourism products in the regions. Post-war tourism development was actively discussed at the level of the State Tourism Development Agency, regional administrations, and local communities at the First National Tourism Summit. The result of the discussion is the formation of the Concept of Memorializing Historic Sites in the Kyiv region. Among the priority types of niche tourism, cultural, health and wellness, rehabilitation, inclusive, "dark" tourism and memory-related itineraries are highlighted. Cultural tourism increasingly uses elements of intangible cultural heritage to preserve authenticity and shape the region's image. Creative tourism is developing as a new paradigm of cultural tourism, increasing the role of new experiences that tourists gain from participating in various activities. Health tourism is at the peak of popularity due to the steady demand for physical and spiritual healing and rehabilitation. Local communities and entrepreneurs are involved in the development of inclusive tourism which corresponds to global trends and existing demand. Each region should already identify its macro and micro niches and develop marketing programs for their promotion with the involvement of the local community. To improve the quality of personnel training for the development of regional niche types of tourism, relevant educational disciplines should be included in educational programs on the various levels.

Key words: niche tourism, post-war tourism in Ukraine, macro and micro niches, dark tourism, cultural tourism, health tourism, rehabilitation tourism, inclusive tourism.

Постановка проблеми. Поки ЗСУ відстоюють право нашої держави на незалежність та народу – на існування, експерти кожної з галузей народного господарства прораховують можливі варіанти повоєнного розвитку даної сфери.

Питання відбудови та розвитку туристичної галузі у повоєнний час, стратегії та проекти глибокої інтеграції України у європейський туристичний простір знайшли відображення в обговореннях, які відбувались під час проведення I Національного туристичного саміту в Україні. Серед актуальних питань, які обговорювались на панельних дискусіях, були наступні: необхідність концепції створення туристичних маршрутів пам'яті та меморіалізації історичних подій, пов'язаних зі звитяжною боротьбою українців з російськими загарбниками; ідеї для формування унікальних туристичних дестинацій та туристичного продукту в регіонах. Цим тенденціям цілком відповідає нішевий туризм, отже, майбутнє вітчизняного туристичного ринку – за розвитком нішевих видів туризму.

На державному рівні Україну обрано головною Європейської комісії Всесвітньої туристичної організації ООН на найближчі два роки. У представленій Програмі розвитку туризму в Європейському регіоні на 2024–2025 рр. відображено світові тенденції розвитку туризму, а саме: акцентувати увагу на просуванні маловідомих напрямків та залучати туристів; підвищення уваги до освіти та навчання фахівців туристичної галузі; співробітництво із урядами та приватного сектора задля культурного обміну, що своєю чергою сприятиме взаєморозумінню між націями [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нішевий туризм розглядається як протиположна масовому туризму з усіма його недоліками (в т.ч. овертуризмом); його успішний розвиток науковці (P. Singh, A. Farmaki, V. Hassan [2], M. O'Regan [6], M. Novelli [7; 8], J. Francis-Lindsay [9] та інші) обґрунтовують кліматичними змінами та пов'язують зі сталістю, економічною вигодою від залучення місцевих громад, формуванням

іміджу дестинації та просуванням інноваційних туристичних продуктів, культурною ідентичністю та автентичністю. Увага до розвитку нішевих видів туризму на світовому туристичному ринку значно зросла з поширенням пандемії COVID-19. Серед найбільш перспективних називалися оздоровчий (health) туризм, велнес, екологічний, духовний та сільський туризм.

Вітчизняні науковці (Н. Якименко-Терещенко, Н. Мірко, А. Моца, О. Фастовець, Н. Паньків, А. Чернишова, Н. Бойко, М. Висоцька та ін.) повоєнне майбутнє туристичного ринку України пов'язують з розвитком темного (пам'ятного, військово-патріотичного, військово-історичного), лікувально-оздоровчого, ділового, гірськолижного, гастрономічного, культурно-пізнавального, психологічного, освітнього, спортивного, екологічного та інших видів туризму; проте, які б види подорожей не виділялися, однозначно одне – всі вони належать до нішевих.

Водночас, у вітчизняній туристології поняття «нішеві види туризму» залишаються недостатньо дослідженими. Найбільш відомими є роботи Р. Лозовецького та І. Кучинської [3], Г. Уварової та Л. Мелько [4]. Більша кількість досліджень стосується проблем активізації регіонального туризму шляхом розвитку нішевого туризму. В зв'язку з тим, що науковці з туризму походять з різних дисциплін, простежується невпорядкованість та фрагментація знань з питань нішевих видів туризму.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сутності та характерних рис нішевого туризму для пріоритетного розвитку в Україні у повоєнний час.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нішевий туризм зародився як альтернатива неконтрольованому масовому туризму, який дозволяє забезпечити потреби туристів без руйнування фізичного, економічного та соціально-культурного середовища. В різні періоди у різних регіонах це явище проходило під назвою «м'який / альтернативний / сталий / спеціалізований / екологічний туризм».

На даному етапі термін «нішевий туризм» використовується як збірне поняття (парасолька), яке означає сукупність форм та видів туризму, що, ґрунтуючись на особливостях туристичних дестинацій та специфічних потребах споживачів, формують окремий сегмент туристичного ринку (нішу), достатній для створення унікального турпродукту [4, с. 157].

Сам термін «нішевий туризм» походить з маркетингу та концепції маркетингу ніші, яка була запозичена з екології [5, с. 901]. Ніша в туризмі – це спеціалізований простір на туристичному ринку, де пропонується унікальний турпродукт, орієнтований на вузьку спеціалізовану аудиторію.

Питання визначення кількості ніш на туристичному ринку дискутується. Згідно з М. Robinson

та M. Novelli, не існує правил або критеріїв щодо того, що саме можна назвати нішевим туризмом. Вони запропонували розподіл на макро- і мікроніші, де макроніша – це відносно великі сектори ринку (культурний, екологічний, сільський та міський туризм), які можна розділити на мікроніші. Наприклад, у складі культурного туризму науковці виділили наступні мікроніші: історико-культурний, плеємний, релігійний, освітній, етнічний, науковий [6, с. 8]. З часом виділені ніші було переглянуто, і в «Довіднику з нішевого туризму» (2022 р.) названо наступні ніші: природний та сільський; культурний; темний; духовний, релігійний та велнес; соціальний та інклюзивний туризм [8]. J. Francis-Lindsay виділяє такі ринкові ніші: лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, сільський, подієвий, екологічний та культурний туризм [8, с. 153]. Тоді як M. Lotter, S. Geldenhuys та M. Potgieter визначають три макроринки для нішевого туризму – культурний туризм, подієвий (event) туризм та туризм природних зон (natural areas tourism), і сім мікроринків: пригодницький, екологічний, фестивальний, спадковий (heritage), природний (nature), релігійний і спортивний туризм [9].

Така ситуація пояснюється динамічністю туристичного ринку: мікроніша зі зростанням попиту може з часом вирости в макронішу та перетворитися на окремий туристичний напрямок, або ж, зі зменшенням попиту, поступово зникнути з туристичного ринку. На одній території один і той же вид туризму може бути макро-, на іншій – мікронішею.

При цьому, по мірі зростання попиту, диференціації та диверсифікації турпродукту, туристична ніша може дробитися до безкінечності, що відповідає теорії «довгого хвоста» (The Longer Tail) С. Anderson. Якщо взяти за основу встановлені Р. Zhang, J. Wang та L. Rui шість критеріїв, які визначають типи туризму: мета подорожі, туристичні ресурси, демографічні характеристики туриста, місце та час подорожі, досвід (фізичний, матеріальний, духовний і культурний), характер транспортних послуг [10], в кожному сегменті чи ніші можна виділити значну кількість мікроніш. Наприклад, за географічним охопленням виділяємо сільський туризм, вже в цій ніші виокремлюємо досвід туриста – сільський оздоровчий туризм; в ньому виокремлюємо нішу за характеристикою туриста – сільський оздоровчий туризм для людей похилого віку; якщо ще додати критерій часу (періоду) подорожі, маємо – сільський літній оздоровчий туризм для людей похилого віку.

Ніші в туризмі будуються на історичних подіях і специфічних для місця факторах і активах, таких як місцева культура та етнос, імідж місця призначення, природне середовище та залучення місцевої влади [11].

Формування ніш може відбуватися різними шляхами. Перший, і найбільш поширений, – орієнта-

ція на незадоволені потреби клієнта. Туризмологи це явище називають також «туризм спеціальних інтересів» (SIT). В даному випадку досліджується ситуація на туристичному ринку, визначається, які очікування туристів залишаються незадоволені, і розробляється відповідна пропозиція: дівич-вечір-тур, арт-тур тощо.

Другий шлях обирають здебільшого при формуванні туристичної дестинації. В цьому випадку встановлюються особливі ресурси дестинації, формується унікальний турпродукт, для якого згодом знаходять споживача: спелеотуризм, астротуризм.

Третій шлях найменш відомий – це створення унікального турпродукту, подібного до якого не було на ринку, і до споживання якого туриста потрібно ще підготувати.

Очевидно, що формування ніші може відбуватися кількома шляхами, ніша може пропонувати як один, так і декілька турпродуктів, виступаючи сама турпродуктом, або в складі більшого сегменту туристичного ринку. Ніша може формуватися «зверху вниз» та навпаки, «знизу вгору». Наприклад, MRBTA та AMR Council, керуючись принципами екотуризму, започаткували в Австралії екологічну сертифікацію, яка вимагала значного вдосконалення практики сталого розвитку, включаючи залучення аборигенів, просування місцевої продукції та збільшення природного капіталу, маючи на меті створення еко-дестинації [11]. Це приклад формування ніші «зверху вниз», він більш результативний, але може стикатися з нерозумінням і відсутністю підтримки зі сторони бізнесу чи місцевих громад. Низові способи створення ніші є в основному результатом ініціатив місцевих організацій, вони менш послідовні та успішні, але завжди мають значний соціальний наслідок.

Багато мікроніш в туризмі залишаються недослідженими, особливо якщо вони не прибуткові; значна кількість досліджених ніш характеризуються короткостроковим попитом. Переконавання, що учасники ринкової ніші мають схожі риси, можуть бути оманливими (наприклад, пригодницький туризм, який охоплює сотні видів діяльності), або ж не дають чіткого розуміння цільової аудиторії (військовий туризмом або туризм стихійних лих) [6, с. 903].

Нішеві види туризму, незважаючи на всі свої переваги, порівняно з масовим туризмом, мають і свої складності організації, адже прибуток ця діяльність дає здебільшого незначний і до того ж, він відкладений у часі; інтерес споживача може бути нестійким, а на місцях недостатньо фахівців для організації обслуговування, тому надзвичайно актуальним залишається питання співпраці між туристичними фірмами, виробниками продукції, громадою та місцевими органами влади; необхідність наукового супроводу та підтримки з боку держави.

Приналежність певного виду туризму до нішевих визначається співставленням його основних ознак із характерними рисами нішевих видів туризму: особлива (специфічна, нестандартна, самобутня) мета подорожі; нечисленність туристичної групи чи індивідуальний туризм; невелика (обмежена) цільова аудиторія потенційних туристів; особлива роль вражень від подорожі; низький рівень стандартизації нішевих туристичних продуктів; можливість надання персоналізованого туристичного обслуговування; забезпечення сталості; підтримка, зацікавленість місцевих мешканців; більшість прибутку залишається у місцевому бюджеті.

Саме остання характеристика відрізняє нішевий туризм від диференційованого масового туризму. Нішевий туризм може бути більш екологічно та соціально відповідальним, ніж масовий туризм, оскільки він орієнтований на збереження місцевих ресурсів, підтримку місцевих спільнот та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Він може стимулювати економічне зростання у місцевих спільнотах, збереження культурної спадщини, покращення екологічної ситуації та розвиток інфраструктури. У нішевому туризмі важливо враховувати думку місцевих жителів та залучати їх до створення туристичних програм та проєктів. Це дозволяє зберігати культурну та соціальну цінність місцевості, а також створювати унікальні туристичні продукти у регіонах.

До недоліків нішевих видів туризму слід зарахувати наступне: досить висока вартість турпродукту, обумовлена його унікальністю, трудомісткістю формування та нечисленністю туристичної групи; наявність високого рівня ризику деяких видів нішевого туризму (пригодницький, екзотичний); нечисленність цільової аудиторії не дозволяє масштабувати ці види туризму; недостатній рівень компетентності працівників, у тому числі фахівців туристичного супроводу.

У світовій практиці існують приклади, коли після масштабних військових конфліктів сфера туризму в країні швидко відновлюється: Єгипет – завдяки наявності унікальних історичних пам'яток, морським узбережжям; Боснія та Герцеговина – через популярність «темного» туризму; Хорватія та Кіпр – завдяки правильно побудованим PR-кампаніям; Грузія – завдяки іноземним інвестиціям для створення інфраструктури відпочинку на морському узбережжі [12]. Україна запрошує іноземних туристів після перемоги, а наразі має час підготувати якісну пропозицію, продовжуючи обслуговувати внутрішніх туристів.

Науковці, представники державної влади, практики туризму виказують думку щодо активного розвитку «темного» туризму на звільнених територіях. Обстріляні будинки у Харкові, звільнені Буча та Ізюм можуть стати місцями меморіаліза-

ції для збереження пам'яті про трагічні події, аби згуртувати сучасників довкола них та сформувати спільне сприйняття минулого. Створення меморіальних музеїв передбачає консервацію всього, що вціліло, і має служити живим нагадуванням того жаху, що відбувався. Водночас, при створенні меморіалів слід враховувати думку міської громади, адже більшість людей не бажають, щоб їх місто постійно асоціювалось із трагедією. У свою чергу, маршрути пам'яті можуть створюватись місцями героїчного супротиву українського народу, військових подвигів та на честь героїв війни. При цьому маршрути пам'яті на честь героїв, які віддали життя, можуть проходити територією західних областей України. Прикладом таких туристичних маршрутів є шлях пам'яті Юрія Руфа у НПП «Сколівські Бескиди» та агро-туристичний прихисток на г. Параска на честь Тараса Гаврилишина. Задля уникнення хаотичних подорожей, проектною групою було розроблено Концепцію меморіалізації пам'ятних місць у Київській області, планується подальша розробка сертифікованих програм підготовки фахівців туристичного супроводу для роботи на маршрутах пам'яті.

Зважаючи на значний ресурсний потенціал подальший розвиток отримує культурний туризм. Ресурси «туризму спадщини» мають матеріальний (пам'ятки, музеї) та нематеріальний (ремесла, обряди, гастрономія, музика, мистецтво) характер, що створює передумови для формування значної кількості видів культурного туризму [13]. Війна вносить свої корективи у розвиток культурного туризму: руйнування об'єктів матеріальної культури внаслідок ракетних обстрілів, значна кількість замінованих територій, втрата музеїв та музейних колекцій призводить до необхідності трансформації традиційних напрямів культурного туризму та розвитку креативного туризму. Особливим фактором розвитку цього виду туризму є нематеріальні культурні ресурси та особистий досвід, який «проживають» туристи, залучаючись до різноманітних активностей. Після ратифікації Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини в Україні ведеться Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини. Нематеріальна культурна спадщина проявляється у таких галузях: усних традиціях та формах вираження, зокрема в мові як носії нематеріальної культурної спадщини; виконавському мистецтві; гастрономії; звичаях, обрядах, святкуваннях; знаннях та практиці, що стосуються природи та всесвіту; традиційних ремеслах [14]. Креативний туризм виступає як нова парадигма культурного туризму, сприяє розвитку туристичних напрямів, які недостатньо включені або взагалі не включені у туристичну пропозицію, базується на використанні існуючих турпродуктів дестинації та створює унікальний імідж креативної дестинації.

Культурний туризм дозволяє покращувати туристичну привабливість сільської місцевості, перетворюючи зв'язок між культурною спадщиною та ідентичністю місцевих жителів у туристичний продукт. Культурна спадщина є чутливим ресурсом, вимоги туризму можуть іноді суперечити інтересам збереження спадщини, комерційна діяльність перетворює спадщину на розвагу, створюючи загрозу для автентичності культурних продуктів і місцевого способу життя, що породжує акультурацію. Стале управління потрібне для підтримки балансу між внутрішньою цінністю культурної спадщини та її туристичним потенціалом [15].

Внаслідок війни значної шкоди було нанесено не тільки інфраструктурі, але й здоров'ю населення. Після війни люди будуть шукати різні способи оздоровлення, зняття стресових станів, перезавантаження, що, в свою чергу, призведе до збільшення попиту на лікувально-оздоровчий та інклюзивний туризм. Лікувально-оздоровчий туризм, за одним з підходів, включає лікування (медичний туризм), оздоровлення, реабілітацію та відновлення. Реабілітаційний туризм визначається як один із напрямів санаторно-курортного туризму [16]. Незважаючи на загальну тенденцію до скорочення кількості санаторно-курортних закладів, потреба у реабілітаційному туризмі буде зростати у всіх верств населення.

Розвиток інклюзивного туризму, «туризму без бар'єрів» відповідає одночасно і світовим тенденціям, і потребам українських споживачів туристичних послуг. Доступність потрібна не лише людям з інвалідністю, але й представникам маломобільних груп населення. Інклюзивний туризм залежний від матеріально-технічної, інфраструктурної та ресурсної бази, але водночас обслуговування туристів є джерелом доходів для місцевих громад. У 2021 р. було схвалено «Національну стратегію із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року» та довідник «Гостинність без бар'єрів». Інвестиції в інклюзивні трансформації об'єктів туристичної інфраструктури (заклади розміщення, харчування, санаторно-курортні комплекси) мають стати місцем співпраці органів державної влади, місцевого самоврядування та представників місцевого бізнес-середовища на умовах соціальної відповідальності та економічної доцільності.

Висновки з проведеного дослідження. Нішевий туризм, який зародився як альтернатива неконтрольованому масовому туризму, означає сукупність форм та видів туризму, що, ґрунтуючись на особливостях туристичних дестинацій та специфічних потребах споживачів, формують окремий сегмент туристичного ринку (нішу), достатній для створення унікального турпродукту.

У повоєнній Україні доцільно розвивати такі види нішевого туризму, які відповідають європей-

ський тенденціям розвитку туризму та враховують повоєнний стан країни. Європейські тенденції включають: просування маловідомих туристичних напрямків; підвищення уваги до освіти та навчання фахівців туристичної галузі; співробітництво із урядами та приватним сектором задля культурного обміну. Українські реалії включають: створення концепції меморіалізації пам'ятних місць, розробка туристичних маршрутів пам'яті, пов'язаних із виборюванням незалежності; формування унікальних туристичних дестинацій та туристичного продукту у регіонах.

Серед пріоритетних видів нішевого туризму виділено культурний, лікувально-оздоровчий, реабілітаційний, інклюзивний, «темний» туризм та пов'язані з ним маршрути пам'яті.

Культурний туризм все більше залежить від нематеріальних елементів, таких як образ, ідентичність, атмосфера місця, традиції та стиль життя. У цьому виді туризму все активніше використовуються елементи нематеріальної культурної спадщини. Зростаюче значення нематеріальної культури також означає, що тип культурного туризму змінюється. Креативний туризм розвивається як нова парадигма культурного туризму, збільшуючи роль вражень та нового досвіду, який туристи отримують від участі у різних активностях.

Лікувально-оздоровчий туризм на піку популярності у зв'язку із стійким запитом на оздоровлення (фізичне та духовне) та реабілітацію. Завдяки розробленим документам до розвитку інклюзивного середовища туризму залучаються місцеві громади та підприємці на умовах соціальної відповідальності та економічної доцільності

Перелік пріоритетних видів нішевого туризму буде відрізнятися в залежності від регіону. Кожен регіон вже зараз має визначити свої макро- та мікроніші, створити маркетингові програми із залученням місцевої громадськості, розвивати підприємства та залучати їх до роботи в нішах. Подальшого дослідження потребують питання розробки маркетингових стратегій просування нішевих видів туризму у регіонах та якісної підготовки фахівців, враховуючи регіональний компонент у освітньо-професійних програмах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Україна на Генасамблеї ВТО ООН представила програму туристичного розвитку Європейського регіону. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-na-genasambleyi-vto-oon-predstavila-programu-turistichnogo-rozvitku-ievropeyskogo-regionu>

2. Singh P., Farmaki A., Hassan V. Niche Tourism and Sustainability: Trends, Challenges and Prospects. Publisher: CABI. 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/375524961_Niche_Tourism_and_Sustainability_Trends_Challenges_and_Prospects_Publisher_CABI

3. Лозинський Р., Кучинська І. Спеціалізований (нішевий) туризм: розвиток концепції в українській і зарубіжній науковій літературі. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2018. Вип. 52. С. 170–182. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vgg.2018.52.10183>

4. Уварова Г. Ш., Мелько Л. Ф. Нішевий туризм як чинник активізації регіонального туризму в Україні. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. № 1 (61). С. 154–162. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-61-154-162>

5. O'Regan M. Niche Tourism. In: *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*. 2017. P. 901–904. DOI: <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.4135/9781483368924>

6. Novelli M. Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases. 2005. Oxford and Burlington : Elsevier Butterworth Heinemann.

7. Novelli, M., Cheer, J., Dolezal, C., Jones, A. & Milano, C. (Ed's). *Handbook of Niche Tourism*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781839100185>

8. Francis-Lindsay J. The intrinsic value of cultural heritage and its relationship to sustainable tourism development: The contrasting experiences of Jamaica and Japan. *Caribbean Quarterly*. 2009. 55: 2, 151–168. DOI: [10.1080/00086495.2009.11829763](https://doi.org/10.1080/00086495.2009.11829763)

9. Lotter, M., Geldenhuys, S., Potgieter, M. A conceptual framework for segmenting niche tourism markets. In *Proceedings of the 6th International Adventure Conference (IAC)*, Segovia, Spain, 30 January – 2 February 2018. URL: <http://tutvital.tut.ac.za:8080/vital/access/manager/Repository/tut:2669>

10. Zhang P., Wang J., Rui L. Tourism-type ontology framework for tourism-type classification, naming, and knowledge organization. *Heliyon*. 2023. Vol. 9. Is. 4. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15192>

11. Flood Chavez, D., P. Niewiadomski, T. Jones. From niches to regime: sustainability transitions in a diverse tourism destination. *Tourism Geographies*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2280179/>

12. Фастовець О. Сфера туризму у повоєнний період: досвід для України. *Економіка та суспільство*. 2022. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-43>

13. Подолян Я., Тимошенко І., Садова Н. Культурний туризм як інструмент відновлення та розвитку індустрії гостинності у повоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2023. 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-3514>

14. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69#Text

15. Sorea D. and Cesnek C. The Groups of Caroling Lads from Făgăraș Land (Romania) as Niche Tourism Resource. *Sustainable*. 2020. 12 (11), 4577. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12114577>

16. Щука Г.П., Ковальська Л.В., Гальків Л.І. Визначення змісту та структури лікувально-оздоровчого туризму. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. 5. С. 91–97. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1128/1065>

REFERENCES:

1. Ukraina na Henasamblei VTO OON predstavyla prohramu turystychnoho rozvytku Yevropeiskoho rehionu. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-na-genasambleyi-vto-oon-predstavila-programu-turistichnogo-rozvitku-ievropeyskogo-regionu>
2. Singh P., Farmaki A., Hassan V. (2023) *Niche Tourism and Sustainability: Trends, Challenges and Prospects*. Publisher: CABI, 2023. Available at: https://www.researchgate.net/publication/375524961_Niche_Tourism_and_Sustainability_Trends_Challenges_and_Prospects_Publisher_CABI
3. Lozynskiy R., Kuchynska I. (2018) Spetsializovani (nishevyi) turyzm: rozvytok kontseptsii v ukrainiskii i zarubizhnii naukovi literaturi. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya heohrafichna*, vol. 52, pp. 170–182. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vgg.2018.52.10183> (in Ukrainian)
4. Uvarova H. Sh., Melko L. F. (2021) Nishevyi turyzm yak chynnyk aktyvizatsii rehionalnogo turyzmu v Ukraini. *Vcheni zapysky Universytetu "KROK"*, no. 1 (61), pp. 154–162. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-61-154-162> (in Ukrainian)
5. O'Regan, M. (2017) Niche Tourism. In: *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*. P. 901–904. DOI: <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.4135/9781483368924>
6. Novelli M. (2005) *Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Oxford and Burlington: Elsevier Butterworth Heinemann.
7. Novelli, M., Cheer, J., Dolezal, C., Jones, A. & Milano, C. (Ed's) (2022) *Handbook of Niche Tourism*. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781839100185>
8. Francis-Lindsay J. (2009) The intrinsic value of cultural heritage and its relationship to sustainable tourism development: The contrasting experiences of Jamaica and. *Japan. Caribbean Quarterly*, 55: 2, 151–168. DOI: [10.1080/00086495.2009.11829763](https://doi.org/10.1080/00086495.2009.11829763)
9. Lotter, M.; Geldenhuys, S.; Potgieter, M. (2018) A conceptual framework for segmenting niche tourism markets. In *Proceedings of the 6th International Adventure Conference (IAC)*, Segovia, Spain, 30 January – 2 February 2018. Available at: <http://tutvital.tut.ac.za:8080/vital/access/manager/Repository/tut:2669>
10. Zhang P., Wang J., Rui L. (2023) Tourism-type ontology framework for tourism-type classification, naming, and knowledge organization. *Heliyon*, vol. 9, is. 4. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15192>
11. Flood Chavez, D., P. Niewiadomski, T. Jones (2023) From niches to regime: sustainability transitions in a diverse tourism destination. *Tourism Geographies*. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2280179/>
12. Fastovets, O. (2022) Cfera turyzmu u povoiennyi period: dosvid dlia Ukrainy. *Ekonomika ta suspilstvo*, 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-43>
13. Podolian, Ya., Tymoshenko, I., & Sadova, N. (2023) Kulturnyi turyzm yak instrument vidnovlennia ta rozvytku industrii hostynnosti u povoiennyi period. *Ekonomika ta suspilstvo*, 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-3514>
14. Konventsiiia pro okhoronu nematerialnoi kulturnoi spadshchyny. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69#Text
15. Sorea D. and Cesnek S. (2020) The Groups of Caroling Lads from Făgăraș Land (Romania) as Niche Tourism Resource. *Sustainable*, 12 (11), 4577. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12114577>
16. Shchuka H.P., Kovalska L.V., Halkiv L.I. (2022) Vyznachennia zmistu ta struktury likuvalno-ozdorovchoho turyzmu. *Industriia turyzmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi*, 5, 91–97. Available at: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1128/1065>