

СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ ТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ. КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ТУРИЗМУ

© Чайка Т. Ю., 2023

В індустрії туризму одним з основних завдань сталого розвитку є зниження антропогенного навантаження на природні ресурси туристичних дестинацій. Для контролю впливу туристичного потоку на екологічне благополуччя дестинації використовується такий індикатор, як *пропускна спроможність навколишнього середовища (environmental carrying capacity, ECC)* [1]. Чим нижче щільність туристичного потоку, що генерується тим чи іншим туристичним продуктом, тим більш привабливим є такий туризм з погляду сталого розвитку. Таким чином, *не-масовість* є однією з характеристик сталого туризму. Наразі серед проблем, які перешкоджають сталому розвитку туристичного бізнесу, виокремлюють, зокрема, і проблему невідповідності цілей сталого розвитку наявним бізнес-моделям [2].

Виходячи з вищесказаного, одним із напрямів імплементації концепції сталого розвитку в туристичний бізнес є впровадження інноваційних бізнес-моделей, орієнтованих на просування не-масового туризму. Не-масовий туризм – це туризм, орієнтований на нішеві сегменти ринку. У більшості випадків (хоча й не завжди), нішевий не-масовий туризм представлений туристичними продуктами особливого інтересу.

Туризм особливого інтересу, або спеціалізований туризм (special interest tourism, SIT) – вид туристичної діяльності, орієнтований на задоволення вузькоспрямованих спеціалізованих інтересів, потреб і запитів за допомогою немасових персоналізованих унікальних турів. Туристичні локації спеціалізованого туризму мають бути пов'язані з конкретною тематикою і задовольняти конкретний інтерес туристів [3]. Спеціалізований туризм з'явився і розвивається як альтернатива масовому туризму. Суттєва відмінність масового туризму від спеціалізованого полягає насамперед у тому, що *масовий туризм* орієнтований на *уніфіковані* туристичні продукти, а *спеціалізований туризм* підтримує *унікальність* туристичного продукту.

Туризм особливого інтересу (спеціалізований туризм) орієнтований на галузі та напрямки, які виходять за звичайні, традиційні рамки. Цей вид туризму перебуває постійно в пошуку нових, креативних рішень, розвивається і вдосконалюється, що призводить до виникнення нових видів та напрямків, продукує альтернативні форми туристичних продуктів. Усе це призводить до дуже великих труднощів у контексті типологізації туризму особливого інтересу (спеціалізованого туризму). Також проблема полягає в необхідності чіткого виокремлення видів спеціалізованого туризму від масового туризму.

При віднесенні будь-якого виду туризму до спеціалізованого, завжди слід упевнитися, чи притаманні цьому виду туризму такі ознаки як:

- задоволення особливого інтересу;
- не-масовість;
- унікальність;
- персоніфікація споживчого досвіду.

Додатковими опціональними ознаками спеціалізованого туризму, які також можуть допомогти його ідентифікації, є *автентичність* та *інтерактивність*.

Наявними є різні підходи до класифікації спеціалізованого туризму. З погляду проектування туристичного продукту, особливу важливість має класифікація на основі *провідного чинника, що визначає специфічність та унікальність даного виду спеціалізованого туризму*. У цьому контексті виокремлюють спеціалізований туризм, для якого провідним чинником є:

- особливості природного середовища та природних ландшафтів;
- культурні, історичні та етнографічні особливості території;

- специфічні властивості туристичного продукту;
- специфічні характеристики цільової групи (рис. 1).

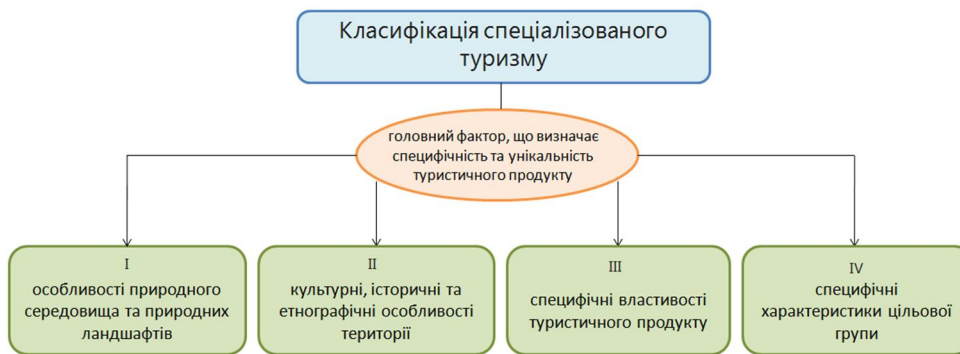


Рис. 1. Класифікація спеціалізованого туризму на основі провідного чинника, що визначає специфічність та унікальність туристичного продукту

Вичерпний список видів спеціалізованого туризму неможливо скласти вже хоча б тому, що постійно виникають його нові інноваційні та креативні види. Будь-який перелік видів спеціалізованого туризму буде неповним. Отже, ми не можемо навести повний список видів спеціалізованого туризму, проте наведемо кілька найхарактерніших прикладів.

Приклади видів спеціалізованого туризму, що належать до групи I: гірський туризм; спелеотуризм; орнітологічний туризм.

Приклади видів спеціалізованого туризму, що належать до групи II: туризм культурної спадщини; ностальгичний туризм; індустриальний туризм.

Приклади видів спеціалізованого туризму, що належать до групи III: гастрономічний туризм; винний туризм; креативний туризм; фототуризм; кінотуризм; медичний туризм; гемблінг-туризм; шопінг-туризм; ріелторський туризм.

Приклади видів спеціалізованого туризму, що належать до групи IV: MICE-туризм; весільний туризм; волонтерський туризм.

Деякі продукти спеціалізованого туризму поєднують у собі характерні особливості кількох класифікаційних груп. Тоді їх однозначна класифікація є досить ускладненою. Наприклад, *ботанічний туризм, або садовий туризм (botanical tourism, or garden tourism)* передбачає подорожі з метою знайомства з рослинним світом або в природному середовищі, або в ботанічних садах і парках. Оскільки основним інтересом ботанічного туризму є різноманітні види рослин, ми можемо сказати, що провідним чинником, який визначає специфічність та унікальність цього виду спеціалізованого туризму, є природне середовище. У разі, якщо ботанічний туризм спрямований на знайомство з рослинним світом у природному середовищі, типологізація ботанічного туризму сумнівів не викликає (класифікаційна група I). Однак якщо йдеться про ботанічні сади і парки, дуже часто важливим інтересом ботанічного туризму є також мистецтво садівництва та ландшафтного дизайну. У цьому випадку типологізація даного виду туризму є дискусійною, він є своєрідним «перехідним» видом, оскільки зачіпає майже однаковою мірою два аспекти: і природний, і культурний (класифікаційні групи I і II).

1. Akinci Z., Kasalak M. *Management of Special Interest Tourism in Terms of Sustainable Tourism. Global Issues and Trends in Tourism. Sofia: ST. Rliment Ohridski University press, 2016. P. 176-191.* 2. Якименко-Тереженко Н. В., Чайка Т. Ю., Холодок В. Д. *Оптимізація впливу регіональних структур управління на сталий розвиток індустрії туризму та гостинності: міжнародний досвід. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. Випуск 2 (69). С. 66-72. DOI: <https://doi.org/10.32840/2523-4536/69-9>.* 3. Чайка Т. Ю. *Сутність та основні характеристики спеціалізованого туризму. Географія та туризм: матеріали VI Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., 28 лют. – 1 берез. 2023 р. Харків: ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2023. С. 436-439. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/63518>.*