

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-28>

УДК 338.48-6:379.85(477+)

АВТОРСЬКІ ТУРИ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ РІЗНОВИД І ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК РОЗБУДОВИ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

AUTHOR'S TOURS AS A PROMISING VARIETY AND AN IMPORTANT FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN UKRAINE

Сокол Тетяна Георгіївна

кандидат педагогічних наук, доцент,
Академія праці, соціальних відносин і туризму
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6106-4911>

Щука Галина Петрівна

доктор педагогічних наук, професор,
Закарпатський Угорський інститут імені Ференца Ракоці II
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4368-5081>

Мелесик Сергій Володимирович

кандидат економічних наук, доцент,
Університет економіки та права «КРОК»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-9235-0280>

Sokol Tetiana

Academy of Labor, Social Relations and Tourism

Shchuka Halyna

Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education

Melesyk Sergiy

University of Economics and Law "KROK"

Статтю присвячено розгляду авторських турів, які можуть стати вагомим чинником розбудови внутрішнього туризму в країні. Мета дослідження: розгляд вітчизняного досвіду організації таких турів та визначення їх ефективності для розвитку внутрішнього туризму. Використано методи спостереження, накопичування фактів та їх аналізу, опис факторів і явищ, систематизація і узагальнення інформації. В статті зроблено ретроспективний аналіз появи авторських турів як результату переорієнтації масового конвеєрного туризму на вузькоспеціалізований, визначено їх специфічні характеристики як окремого підвиду спеціалізованого нішевого туризму, зокрема такі як окреслене коло споживачів, об'єднаних спільним бажанням отримання незвичних вражень та взаємним спілкуванням, багатоаспектність цілей, унікальні програми.

Ключові слова: внутрішній туризм, нішевий туризм, авторські тури, специфіка авторських турів, програми авторських турів.

The article is devoted to the study of niche tourism, specifically author's tours, which are currently a popular yet understudied form of tourism. At the same time, author's tours have the potential to become a significant factor in the development of domestic tourism in Ukraine. The purpose of this study is to examine domestic experiences in organizing such tours and to assess their effectiveness in fostering the growth of Ukraine's tourism industry. In addressing this issue, the authors employed methods such as observation, fact accumulation and analysis, description of factors and phenomena, as well as systematization and generalization of information. The article provides a retrospective analysis of the emergence of author's tours as a result of the shift from mass conveyor tourism to highly specialized tourism. It also identifies the specific characteristics of author's tours as a distinct subset of specialized niche tourism, including a clearly defined target audience united by a shared desire for unique experiences and mutual interaction, multifaceted goals, and exclusive tour programs. It has been established

that author's tours facilitate the integration of lesser-known regions and locations of Ukraine into active tourism development, contribute to the expansion of domestic travel geography, utilize local resources and infrastructure, and, consequently, support the sale of local products, stimulate small businesses, generate additional revenue for local community budgets, and engage a broader segment of the population in meaningful recreational activities. The article summarizes the experiences of representatives from public organizations, regional tourism management structures, and individual tourism market stakeholders in Ukraine. It provides practical examples of the creation and implementation of author's tours, thoroughly analyzes the principles of their organization, and examines the distinctive features of their program offerings. Given the potential for incorporating the development and execution of such tours into practical training sessions in professional disciplines at higher education institutions in Ukraine, the study suggests applying the method of designing author's tour projects. This approach is illustrated through the experience of the Department of Special Tourism Disciplines at the Academy of Labor, Social Relations, and Tourism. The article highlights the need for further research and systematization of best practices in developing author's tours as a promising avenue for advancing domestic tourism in Ukraine.

Keywords: domestic tourism, niche tourism, author's tours, specifics of author's tours, author's tour programs.

Постановка проблеми. Проблеми видо-
вої класифікації туризму – одні з найскладні-
ших в сучасному туризмознавстві. Починаючи
з 60-х років XX століття – початку активного
розвитку теорії туризму – це питання роз-
глядалось у роботах багатьох зарубіжних і
вітчизняних науковців, які пропонували різні
критерії і підходи до розподілу туризму по
видах. Останнім часом класифікація туризму
знайшла відображення в роботах таких
вітчизняних науковців як Бабарицька В.,
Малиновська О. [1], Кисляк В. [2], Грабовський Ю.,
Скалій О., Скалій Т. [3], Пуцентейло П. [4] та ін.
В своїх роботах автори пропонують такі осно-
вні критерії розподілу туризму, як мета подорожі
(програма), спосіб (засіб) пересування,
напрямок подорожі (спрямування туристич-
ного потоку), тривалість (термін подорожі),
соціальна доступність (спосіб оплати, дже-
рело фінансування), інтенсивність турпотоку
(сезонність), спосіб організації (ступінь органі-
зованості) подорожі.

Автором Сокол Т. ще в 1999 році в посібнику
«Основи туризмознавства» [5] було запропо-
новано ще один критерій розподілу, пізніше
детально розглянутий в підручнику «Основи
туристичної діяльності» [6] – форма організа-
ції подорожі та туристичного обслуговування.
За цим критерієм автором було виділено три
види туризму: клубний туризм – відпочинок
людей, яких поєднують спільні заняття, інтер-
еси та захоплення. «Time share» – поділений
час – це придбання готельного номеру, віли,
котеджу у власність на певний час і «туризм
самообслуговування», коли клієнти купують у
туристичної фірми мінімальний набір послуг:
транспортування, розміщення, страхування –
а всі інші, в тому числі харчування та розваги,
купують на місці або організовують само-
стійно, користуючись їх значно нижчою міс-
цевою ціною. Нині цей список доцільно допо-
внити ще одним видом – це нішевий туризм,

до якого, власне, і можна віднести так звані
«авторські тури».

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Поняття «нішевий туризм» вперше детально
досліджувалося в роботах зарубіжних учених,
таких як професор маркетингу та туризму Нот-
тингемського університету (Англія), директор
Центру передових досліджень сталого розви-
тку подорожей і туризму (STTAR-C) Марина
Новеллі [7], професор кафедри географії,
планування та рекреації Університету Північ-
ної Арізони Алан А.Лью, США [8], професор
Единбурзького університету Дж. Алі-Най [9],
професор університету в Глазго (Каледонія,
США) Мішель О'Реган [10]. Серед вітчизня-
них науковців, які присвятили роботи цій темі,
слід виділити Лозинського Р., Кучинську І.
[11], Уварову Г., Мелько Л. [12], Щуку Г. [13],
Міхо О., Літовку-Деменіну С. [14], які на від-
міну від інших авторів виокремлюють нішевий
туризм з поняття туризму спеціалізованого.

Детальне визначення поняттю «нішевий
туризм» дає вітчизняний науковець Коло-
туха О. Згідно цього визначення «нішевий
туризм» – це сукупність видів туризму, орієн-
тованих на чітко окреслені й відносно сталі
групи туристів, об'єднані за мотивами подорожі,
спеціальними потребами туристів чи
особливостями туристичної дестинації, що
формують певний вузький цільовий сегмент
ринку (мікронішу), достатній за величиною
для створення окремих туристичних продук-
тів. На думку автора ознаки, які дають змогу
віднести певний вид туризму до нішевого, це
наявність чітко окресленої і відносно сталої
цільової групи туристів; виділення ринкової
ніші на основі сегментації ринку споживачів;
орієнтація на вузький цільовий сегмент або
на мікроринок; достатність ніші для створення
окремих туристичних продуктів; адресний,
чітко визначений туристичний продукт, тісно
підігнаний під специфічні вимоги споживачів

[15]. Зважаючи на визначені характеристики саме до різновиду нішевого туризму можна віднести так звані «авторські тури».

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Нині в українському туризмі саме авторські тури, зокрема, і як різновид внутрішнього туризму, можуть стати дієвим засобом його виведення з кризи і створити базу його подальшого розвитку в Україні. Але концепція авторських турів, практика їх створення та здійснення в Україні досі залишається недостатньо дослідженою.

Формулювання цілей статті. Метою цієї статті є розгляд позитивних практик створення авторських турів на досвіді окремих регіонів і громад України та визначення подальших перспектив створення подібного виду турів як ефективного тренду розвитку внутрішнього туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останнім часом так звані «авторські тури» набувають все більшої популярності в світі. Українська Вікіпедія визначає авторські тури як індивідуально розроблені подорожі, організовані професійними гідами або туристичними агенціями для забезпечення унікального та персоналізованого досвіду для учасників [16]. Концепція авторських турів виникає в середині XX століття. В цей час індивідуальні мандрівники починають відходити від звичних туристичних маршрутів, у пошуках унікальних вражень, маловідомих туристичних дестинацій, занурення у незвичну атмосферу регіону та його аутентичну культуру. Спершу такі подорожі організовувалися в основному для вузького кола друзів і знайомих місцевими жителями, які пропонували гостям огляд особистих улюблених місць. Згодом ця концепція набула форми популярного туристичного продукту, одного з видів туристичної активності.

Поява авторських турів як різновиду нішевого (спеціалізованого) туризму як і нішевого туризму як такого пов'язана з переорієнтацією «масового конвеєрного туризму» на «масовий диференційований туризм», який враховує різноманітність потреб і мотивацій туристів та відрізняється вузькоспеціалізованою сегментацією туристського попиту і спеціалізацією пропозиції. Тобто «нішевий туризм» – це спеціалізований сектор туризму, який звертається до відповідно чітко визначеного сегменту ринку [17].

На радянському та пострадянському просторі дана форма туризму отримала назву «спеціалізований туризм» і це доволі широке і неконкретизоване поняття використовується

багатьма науковцями і нині. В радянські часи в каталогах ВАТ «Інтурист» в розділі «Спеціалізований туризм» іноземним туристам пропонувалися подорожі на фестивалі і свята, мисливські тури, катання на лижах в Домбаї, ковзанка в Медео тощо. В той же час в західній науковій літературі виник маркетинговий термін «ринкова ніша», який і був використаний для створення поняття «нішевий туризм» [13]. Тобто, термін «спеціалізований туризм» означає призначення для певної ринкової ніші, окремого сегменту ринку, тому вітчизняний термін «спеціалізований туризм» відповідає поняттю «нішевого туризму» в іноземній літературі [11].

Але не зважаючи на те, що авторські тури є різновидом нішевого туризму, вони мають свої відмінності. Так тури спеціалізовані, зокрема такі, що пропонуються на рівні туристичних фірм, мають тенденцію перетворитися з часом на масову пропозицію для широкого кола замовників. Авторські ж тури, як правило, створюються як одноразовий продукт, скерований на певне коло споживачів, пов'язаних між собою не тільки єдністю інтересів, але й активним взаємоспілкуванням. Спеціалізовані тури часто мають в основі орієнтацію на певний вид туризму за метою – діловий, екологічний, лікувально-оздоровчий, культурно-пізнавальний, гастрономічний тощо. Авторські подорожі важко віднести до якогось певного різновиду туризму за метою, як правило в основі одночасно кілька цілей, а як головна мета виступає розвага і отримання нових унікальних знань і вражень. Тому ще одна особливість авторських турів – унікальні програми, часто – інтерактивного характеру. Авторські тури як правило дорогі, але відома також практика створення достатньо недорогих, бюджетних авторських турів.

На думку експертів ЮНВТО основні тенденції в сфері подорожей у 2023 році диктувалися скасуванням карантинних обмежень COVID, напруженою політичною ситуацією в світі, зростанням популярності індивідуальних подорожей тощо. У 2024 році почали домінувати нові тенденції, які прямо витікають з туристичних трендів 2023 року. І серед них, зокрема незвичні напрямки і авторські тури. Попит на незвичні напрямки постійно зростає, оскільки мандрівники прагнуть уникати перенаселених туристичних місць і відкривати для себе унікальні та справжні враження. Ці тенденції змінюють індустрію подорожей і створюють захоплюючі можливості як для мандрівників, так і для туристичної індустрії.

Державне агентство розвитку туризму України наводить основні туристичні тренди, які на думку експертів ЮНВТО будуть формувати майбутнє галузі у рамках планети. Серед них важливе місце належить зростанню популярності внутрішніх подорожей. Мандрівники шукають можливості більше вивчити місцеві культури, традиції та кухні. Протягом наступних років тури в невеликі, але цікаві міста та села будуть все більш популярними серед туристів [18].

Сучасні туристи шукають нові неповторні враження, тому все частіше обирають подорожі до маловідомих країн і регіонів. І географія України пропонує достатню кількість таких цікавих і поки що мало освоєних у туристичній діяльності місць. У їх популяризації значну роль мають відіграти саме авторські тури, створені на основі активного використання місцевих атракцій ентузіастами місцевих громад.

Визначимо специфіку та характерні риси організації подібних турів на матеріалі окремих регіонів і громад України [19–22].

Перша відмінність авторських турів від масових організованих – це обов'язковість наявності ліцензії на туроператорську діяльність у організатора. За такі тури беруться як громадські організації, так і окремі суб'єкти туристичного ринку, представники органів місцевого самоврядування, працівники навчальних закладів різного рівня.

Наступна характерна риса: наразі більшість авторських турів охоплюють незначну за обсягом територію, яка розташована відносно недалеко від місця постійного проживання подорожуючих. Здебільшого, це територія власного регіону або сусідніх.

Чітко виділяється також пізнавальна спрямованість цих подорожей: у програмі турів завжди присутні одна чи кілька екскурсій. Значна увага приділяється формуванню враження про цю територію шляхом проведення різноманітних майстер-класів, зустрічей з цікавими людьми, знайомством з місцевою гастрономією. Без останнього не обходиться жоден авторський тур, оскільки кожна місцевість має унікальну кулінарну пропозицію.

Тематика авторських турів різноманітна. На туристичному ринку представлені як екологічні тури (наприклад, одноденний екотур «Пирятинська стежка до свого» на Полтавщину з відвіданням Пирятинського національного природного парку, прогулянкою екологічною стежкою в заповідному урочищі Куквін), так і етнографічні, які передбачають різно-

манітні творчі майстер-класи з кераміки або виготовлення традиційної ляльки-мотанки чи ляльки з кукурудзи; чи гастрономічні – з частуванням у пивоварні живого пива; дегустаціями м'ясо-молочної та іншої крафтової продукції [19–22]. В будь-якому випадку програми цих турів-екскурсій досить незвичні та цікаві.

Окремо варто зупинитися на ціноутворенні авторських турів. Переважна більшість – це одноденні тури-екскурсії, вартість яких коливається в межах 600–2000 гривень і які доступні бюджетним туристам-екскурсантам. Проте деякі з них, зокрема етногастрономічні, можуть мати вищу ціну за рахунок вартості дегустацій.

Однією з важливих особливостей авторських турів, як зазначили організатори під час інтерв'ю, є спільний інтерес і спілкування учасників подорожі. Такі тури розраховані на усталене коло учасників, сформоване на основі спільних інтересів і купівельних спроможностей.

Нині увага як державних органів управління туризмом, суб'єктів туристичного ринку, так і самих туристів зосереджується на внутрішньому туризмі, тому подібні авторські тури можуть бути і надалі затребувані українцями. Органам місцевого самоврядування, які визначають туризм як джерело поповнення бюджету, необхідно взяти до уваги, що ці надходження будуть більш суттєвими в разі продовження термінів турів до 2–3 днів.

Досить цікаві проекти авторських турів розробляють здобувачі туристської освіти на практичних заняттях з фахових дисциплін, проте цей потенціал наразі не використовується в достатній мірі.

Висновки. Нині авторські тури як різновид нішевого туризму стають важливим чинником у стимулюванні розвитку внутрішнього туризму в Україні і є перспективним його видом. Як правило, вони розраховані на невелике коло сталих споживачів. Але різноманітність пропозицій авторських турів, в тому числі – за ціновим діапазоном в кінцевому результаті здатна залучити до змістовної рекреаційної діяльності широкі верстви населення України.

У створенні турів автори звертаються до раніше маловідомого і не задіяного в туристичній діяльності ресурсного потенціалу, зокрема, регіонального характеру, розширюючи географію подорожей країною.

Програми, що пропонуються, відповідають різним видам туризму, але в деяких випад-

ках – превалює один домінуючий мотив. Серед цих авторських турів-екскурсій є такі, які визнані Всесвітньою туристичною організацією пріоритетними трендами (екотуризм, гастротуризм, іпотерапія).

Використання місцевої інфраструктури у авторських подорожах здатне приносити відчутний економічний ефект, залучаючи додаткові кошти у бюджети місцевих громад за умови розширення пропозиції послуг і збільшення тривалості місцевих подорожей до 2–3 днів.

Авторські тури можуть також послужити джерелом поширення так званої «внутрішньої реклами» і тим самим сприяти реалізації міс-

цевих продуктів, які раніше не користувалися широким попитом, і таким чином стимулювати подальший розвиток місцевого малого бізнесу.

В кінцевому результаті, такі тури можуть послужити ефективним засобом відновлення та розвитку внутрішнього туризму в Україні. Тому детальне вивчення і узагальнення досвіду створення авторських турів як перспективного чинника розбудови внутрішнього туризму в Україні має бути продовжено, а отримані результати дозволять підвищити ефективність впливу цього різновиду туризму на розвиток місцевих громад як в соціальному, так і в економічному плані.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туропереїтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту. Навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : «Альтерпрес», 2008. 288 с.
2. Кифяк В. Ф. Організація туризму: Навчальний посібник. Чернівці : Книги XXI, 2008. 344 с.
3. Грабовський Ю. А., Скалій О. В., Скалій Т. В. Спортивний туризм. Навчальний посібник. Тернопіль : Навчальна книга. 2009. 304 с.
4. Пуцентайло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
5. Сокол Т. Г. Основи туризмознавства. Навчальний посібник. К. : Ред Лайн, 1999. 77 с.
6. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності. Підручник / За заг. ред. В.Ф.Орлова. К. : Грамота, 2006. 264 с.
7. Novelli M. Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases/ Oxfordand Burlington: Elsevier Butterworth Heinemann. 2005. URL: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781136376177_A23851326/preview-9781136376177_A23851326.pdf (дата звернення 13.02.2025).
8. Lew, Alan A. Long Tail tourism: New geographies for marketing niche tourism products. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 2008. Vol. 25 (3–4). P. 409–419. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10548400802508515>
9. Ali-Nay, J. M. The role of niche tourist products in the Development of the Destination. 2011. URL: <https://dokumen.tips/documents/the-role-of-niche-tourism-products-in-mediaworktribeoutput-209366fullthesispdfpdfappendix.html?page=23> (дата звернення 13.02.2025).
10. 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>
11. 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>
12. 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>
13. Щука Г. П. Нішевий туризм: концептуальні питання. *Нішеві види туризму : [монографія]*. Берегове: Вид-во «ЗУІ ім. Ф. Ракоці II», 2024. С. 6–43. DOI: 10.58423/978-617-8143336/8-44
14. Щука Г. П., Міхо О. І., Літовка-Деменіна С. Нішевий туризм як шлях розвитку повоєнної України. *Причорноморські економічні студії*. Випуск 84. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.84-29>
15. Колотуха О. В. *Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика (словник-довідник)*. Льотна академія Національного авіаційного університету. 2021. URL: <https://geohub.org.ua/node/5865> (дата звернення 13 лютого 2025 р.)
16. Авторські тури. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення 13 лютого 2025 р.)
17. Edwards, J. Challenges in managing and promoting Niche Tourism in the Irpinia region. *Palermo Business Review*. 2012. Special Issue. С. 207–212. URL: https://www.palermo.edu/economicas/PDF_2012/PBR6/PBR-edicion-especial-16.pdf (дата звернення 13 лютого 2025 р.)

18. Державне агентство розвитку туризму України. *Офіційний сайт*. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення 13 лютого 2025 р.)
19. Смаки Яготинщини. URL: <https://www.facebook.com/groups/1089248341888> (дата звернення 13 лютого 2025 р.)
20. Мандруй Київщиною. URL: <https://kyivregiontours.gov.ua/index> (дата звернення 13.02.2025).
21. Тренди Туризму. URL: <https://www.facebook.com/groups/191683413811994?> (дата звернення 13 лютого 2025 р.)
22. Юльча Непосидюча. URL: <https://www.facebook.com/YulchaTravelClub/> (дата звернення 13.02.2025).

REFERENCES:

1. Babaritska, V. K., & Malynovska, O. Y. (2008). Menedzhment turizmu. Turoperatyng. Poniatiino-terminalo-hichni osnovy, servise zabezpechennia turproduktu [Tourism management. Tour operating. Conceptual and terminological foundations, service provision of the tourism product] (2nd ed.). Kyiv: Alterpress. 288 p. (in Ukrainian).
2. Kyfiak, V. F. (2008). Orhanizatsiia turizmu [Tourism organization]. Chernivtsi: Knyhy XXI. 344 p. (in Ukrainian).
3. Hrabovskyi, Yu. A., Skalii, O. V., & Skalii, T. V. (2009). Sportyvnyi turizm [Sports tourism]. Ternopil: Navchalna Knyha, 304 p. (In Ukrainian).
4. Putsenteilo, P. R. (2007). Ekonomika i orhanizatsiia turystychno-hotelnogo pidpriemnytstva [Economy and organization of tourism and hotel entrepreneurship]. Kyiv: Tsentrl Uchbovoi Literatury, 344 p. (in Ukrainian).
5. Sokol, T. H. (1999). Osnovy turyzmoznavstva [Basics of tourism studies]. Kyiv: Red Line, 77 p. (in Ukrainian).
6. Sokol, T. H. (2006). Osnovy turystychnoi diialnosti [Basics of tourism activities] (V. F. Orlov, Ed.). Kyiv: Hramota, 264 p. (in Ukrainian).
7. Novelli, M. (2005). Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases. Oxford & Burlington: Elsevier Butterworth Heinemann. Available at: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781136376177_A23851326/preview-9781136376177_A23851326.pdf (accessed February 13, 2025).
8. Lew, A. A. (2008). Long tail tourism: New geographies for marketing niche tourism products. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(3–4), 409–419. DOI: <https://doi.org/10.1080/10548400802508515>
9. Ali-Nay, J. M. (2011). The role of niche tourist products in the development of the destination. Available at: <https://dokumen.tips/documents/the-role-of-niche-tourism-products-in-mediaworktribeoutput-209366fullthesispdf-pdfappendix.html?> (accessed February 13, 2025).
10. O'Regan, M. (2017). Niche tourism. In *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism* (pp. 901–904). DOI: <https://doi.org/10.4135/9781483368924>.
11. Lozinskyi, R., & Kuchynska, I. (2018). Spetsializovanyi (nishevyi) turizm: rozvytok kontseptsii v ukrainskii i zarubizhnii naukovi literaturi [Specialized (niche) tourism: Development of the concept in Ukrainian and foreign scientific literature]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya heohrafichna*, 52, 170–182. DOI: <https://doi.org/10.30970/vgg.2018.52.10183> (in Ukrainian)
12. Uvarova, H. Sh., & Melko, L. F. (2021). Nishevyi turizm yak chynnyk aktyvizatsii rehionalnogo turizmu v Ukraini [Niche tourism as a factor in activating regional tourism in Ukraine]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, 1(61), 154–162. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-61-154-162> (in Ukrainian)
13. Shchuka, H. P. (2024). Nishevyi turizm: kontseptualni pytannia [Niche tourism: Conceptual issues]. *Nishevi vydy turizmu – Niche types of tourism*. Berehove: Vydavnytstvo «ZUI im. F. Rakotsi II», pp. 6–43. DOI: <https://doi.org/10.58423/978-617-8143336/8-44> (in Ukrainian)
14. Shchuka, H. P., Mikho, O. I., & Litovka-Demenina, S. (2023). Nishevyi turizm yak shliakh rozvytku povoiien-noi Ukrainy [Niche tourism as a way of developing post-war Ukraine]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, 84. DOI: <https://doi.org/10.32782/bse.84-29> (in Ukrainian)
15. Kolotukha, O. V. (2021). *Sportyvnyi turizm ta aktyvna rekreatsiia: heohrafiia, systematyzatsiia, praktyka (slovnyk-dovidnyk)* [Sports tourism and active recreation: Geography, systematization, practice (dictionary-guide)]. Flight Academy of the National Aviation University. Available at: <https://geohub.org.ua/node/5865> (accessed February 13, 2025) (in Ukrainian).
16. Wikipedia contributors. (n.d.). *Avtorski tury* [Author's tours]. Wikipedia. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Avtorski_tury (accessed February 13, 2025). (in Ukrainian).
17. Edwards, J. (2012). Challenges in managing and promoting niche tourism in the Irpinia region. *Palermo Business Review, Special Issue*, 207–212. Available at: https://www.palermo.edu/economicas/PDF_2012/PBR6/PBR-edicion-especial-16.pdf (accessed February 13, 2025).
18. State Agency for Tourism Development of Ukraine. (n.d.). Official website. Available at: <https://www.tourism.gov.ua> (accessed February 13, 2025) (in Ukrainian)

19. Smaky Yahotynshchyny. (n.d.). Available at: <https://www.facebook.com/groups/1089248341888> (accessed February 13, 2025) (in Ukrainian)
20. Mandruy Kyivshchynoiu. (n.d.). Available at: <https://kyivregiontours.gov.ua/index> (accessed February 13, 2025) (in Ukrainian)
21. Trendy Turyzmu. (n.d.). Available at: <https://www.facebook.com/groups/191683413811994> (accessed February 13, 2025) (in Ukrainian)
22. Yulcha Neposydyucha. (n.d.). Available at: <https://www.facebook.com/YulchaTravelClub/> (accessed February 13, 2025) (in Ukrainian)