

## ІННОВАЦІЙНІ ВИДИ ТУРИЗМУ

*Розглянуто інноваційні види туризму, як нетрадиційний варіант організації дозвілля; їхній стан, тенденції, проблеми та перспективи розвитку в різних країнах та в Україні.*

*Ключові слова: інноваційні види туризму, каучсерфінг, туризм автостопом, туризм людських слабкостей, геокешинг, віртуальний туризм, джайлоо-туризм, бідняцький туризм, космічний туризм, темний туризм, індустриальний туризм.*

*Рассмотрены инновационные виды туризма, как нетрадиционный вариант организации досуга; их состояние, тенденции, проблемы и перспективы развития в разных странах и в Украине.*

*Ключевые слова: инновационные виды туризма, каучсерфинг, туризм автостопом, туризм человеческих слабостей, геокешинг, виртуальный туризм, джайлоо-туризм, нищенский туризм, космический туризм, темный туризм, индустриальный туризм.*

*There were looked out the innovative forms of tourism as unconventional option of leisure; the conditions, tendencies, problems and perspectives of development of such kinds of tourism in different countries and in Ukraine.*

*Key words: innovative forms of tourism, CouchSurfing, hitchhiking, tourism of human weaknesses, geocaching, virtual tourism, jailoo tourism, beggarly tourism, space tourism, dark tourism and industrial tourism.*

*Постановка проблеми.* Традиційно інновації та інноваційна діяльність розглядаються як напрям науково-технічного прогресу та як процеси, пов'язані із впровадженням результатів наукових розробок у практику. Однак, зміст поняття «інновація» значно ширший. Сфера інновацій охоплює не лише практичне використання науково-технічних розробок та винаходів, а й включає зміни у продукті, процесах, маркетингу та менеджменті. Інновація виступає як явний чинник змін, як наслідок діяльності, втілений у новий чи удосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги і призначає нові підходи до задоволення соціальних потреб [11]. Інновації – це нововведення, які характеризують якісні зрушення у процесі виробництва та знаходять втілення у вигляді нового чи удосконаленого продукту, технологічного процесу або у вигляді нового підходу до процесу надання послуг, що дає компанії, яка запровадила інновації, додаткові переваги перед конкурентами.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Сьогодні дедалі більше з'являється інформації щодо нових видів туризму, проблем та перспектив їхнього розвитку і дедалі більше зарубіжних та вітчизняних науковців цікавляться цією тематикою (Лью А., Купер К., Мітчелл Дж., Вурцбургер Р., Боголюбов В., Гай А., Дроботова М., Здорова О., Кляп М., Смаль І., Шандор Ф., Шепелюк О. та ін.).

*Метою цієї статті є висвітлення інноваційних видів туризму, як нетрадиційних форм організації дозвілля, зокрема таких, як каучсерфінг,*

геокешинг, туризм людських слабкостей, джайлоо-туризм, бідняцький туризм, темний туризм, індустріальний туризм, віртуальний туризм та ін.

*Виклад основного матеріалу.* Поряд з такими термінами як «інноваційний туризм», «новітній туризм», «нетрадиційний туризм» з'явився і термін «креативний туризм». Термін «креатив» («creative» або творчий) – характеризує продукт діяльності людини, створений способом, що відрізняється від аналогічних, новизною підходу, творчим рішенням. Як правило, створюється для привернення уваги, в основному за рахунок шокування, пародіювання, легкості сприйняття, яскравості і високої запам'ятовуваності образу. Креативний туризм може охоплювати і подорожі в етнічні глибинки, де люди по-іншому живуть і мислять, здійснюють дивні вчинки, і пригодницькі чи пізнавальні тури в незвичайні місця, або різноманітні командні тури та екшн-ігри (цей напрямок креативного туризму поступово витісняє тренінги для команд і успішно використовується у BTL та event-заходах компаній). Причина популярності креативного туризму – доступність подібних заходів, гнучкість формату і можливість пристосування їх під будь-які цілі і завдання будь-якої компанії. Креативний туризм є своєрідною відповіддю на стандартні пропозиції туристичних компаній. Основна задача організаторів – не розслабити туристів, а створити для них такі умови, щоб вони змогли відкрити для себе щось нове, зарядитися позитивом, відволіктися від повсякденних проблем. Головна увага приділяється не місцю, куди відправляється група туристів, а враженням, які вони можуть отримати і створенню особливої атмосфери [9].

Одним із популярних на сьогоднішній день нових видів туризму є CouchSurfing. Каучсерфінг – це світова гостьова мережа у вигляді он-лайн сервісу, створена з метою сприяння процесу глобалізації. Його історія починається у 2000р. Тоді засновник сайту, молодий американець Кейсі Фентон, купив дешевий авіаквиток до Ісландії. Не маючи достатньо грошей на готель, він розіслав близько 1500 листів ісландським студентам з проханням надати нічліг. Незабаром він знайшов своїх нових друзів, які погодилися не просто надати нічліг, а й показати справжній молодіжний Рейк'явік. Після незабутньої подорожі Кейсі зрозумів, що потрібно відкрити можливість подібних пригод і для інших людей. Через три роки була запущена бета-версія сайту, а вже в січні 2004р. сайт couchsurfing.org став доступний усім бажаючим [15].

Члени світової спільноти CouchSurfing вважають своєю місією «створення надихаючого досвіду» і пропагують спосіб подорожування, який пробуджує в людині природний інтерес дізнаватися про щось нове. Подорожуючи і спілкуючись з місцевими жителями, можна зрозуміти внутрішнє життя країни, навчитися міжнаціональній толерантності і знайти друзів. Відповідно, розширюються рамки сприйняття світу, відбувається безперервний культурний обмін. Станом на січень 2012р. ресурс налічував близько 6 млн. користувачів у 246 країнах світу та 100 тис. міст (понад 6 тис. чол. з України). Члени мережі безкоштовно

надають один одному допомогу і нічліг під час подорожей та організовують спільні подорожі. Лідерами за кількістю каучсерферів є США, Німеччина, Франція, Канада та Велика Британія. Членом організації можуть бути особи, які досягли 18 років, зареєструвалися на сайті, погодилися з правилами каучсерфінгу та пройшли процес верифікації (отримали підтвердження того, що учасник - реальна людина, яка згодна зробити внесок у розвиток проекту). Член клубу має заповнити анкету, вказавши детальну інформацію про себе та свої інтереси, про мету в житті та причину реєстрації, створити фотоальбом. Також треба описати своє житло для прийому гостей. Будучи членом сервісу, можна виступати як в ролі серфера (особа, яка шукає житло - т.зв. «вписку»), так і в ролі хоста (особа, яка надає «вписку»). Усе побудовано на довірі один до одного (за всю історію каучсерфінгу відома тільки одна негативна ситуація). [Www.couchsurfing.org](http://www.couchsurfing.org) – не єдиний, але найпопулярніший на сьогодні подібний сайт. Існують також мережі [www.hospitalityclub.org](http://www.hospitalityclub.org), [Globalfreeloaders.com](http://Globalfreeloaders.com), [Place2stay.net](http://Place2stay.net), [Stay4free.com](http://Stay4free.com), [Bewelcome.org](http://Bewelcome.org) [15].

Туризм автостопом - це різновид туризму, мета якого полягає у використанні для пересування попутних автомобілів (безквитковий проїзд у маршрутному транспорті не вважається автостопом, якщо на це не отримано згоду водія, машиніста чи кондуктора). Турист-автостопщик не користується послугами готелів, кемпінгів чи турфірм. Єдиний транспортний засіб - будь-який попутний транспортний засіб, який має вільне місце і можливість безкоштовно підвезти. Ночують такі туристи на природі або у знайомих чи випадкових людей. Стихійне пересування автостопом виникло з появою автомобільного транспорту на початку ХХ ст. Згодом велику роль у просуванні світового автостопа зіграли хіпі, оскільки автостоп давав їм можливість подорожувати і знайомитися з різними людьми, не витрачаючи грошей, яких у них, зазвичай, і не було. Документально зафіксована щонайменше одна навколосвітня поїздка автостопом, здійснена членами Петербурзької ліги автостопа в 1992-1993 рр., при цьому було відвідано 25 країн і подолано близько 80 тис. км. Світовий рекорд із загальної відстані пересування автостопом належить Олексію Ворову і становить понад 1100000 км [2, 12]. Як і серед прихильників каучсерфінгу, у туристів, які подорожують автостопом, є свої лексичні елементи сленгу [9].

Одним із найкорисніших для мандрівників ресурсом є сайт [Hitchwiki.org](http://Hitchwiki.org), який містить карти з кращими місцями для автостопа в усіх країнах світу. Втім, у Західній Європі пересуватись складніше через значну кількість автобанів, на яких заборонено ловити машини. Серед європейських країн перше місце посідає Німеччина. У цій країні позначена 931 точка автостопа. Україна, яка за площею є найбільшою в Європі, в цьому списку займає 30-е місце з 16-ма точками. Вона випереджає лише такі країни, як Молдова, Білорусь та Ліхтенштейн, які поступаються розміром. Щоправда, досвідчені хітч-хайкери кажуть, що не варто повністю довіряти цим картам, адже інформація може виявитись

застарілою. Перевірити ці дані краще в додаткових джерелах, таких, як Google maps, де можна визначити стан дороги та приблизний потік машин [21].

Подорожі представників нетрадиційних сексуальних меншин (гей-туризм, ЛГБТ-туризм, LGBT – скорочено від lesbian, gay, bisexual, transgender, транссексуальний туризм, бісексуальний туризм) – вид туризму, суб'єктами якого є представники сексуальних меншин (геї, лесбійки, бісексуали і трансгендери), які відвідують країни і регіони, толерантні до нетрадиційних сексуальних і гендерних проявів, курорти і різноманітні заходи, популярні серед ЛГБТ-спільнот (гей-паради, гей-фестивалі, концерти зірок нетрадиційної орієнтації). В останні роки у сферу гей-туризму включають також весільні тури з метою заключення шлюбу, весільні подорожі та сімейні тури для туристів з дітьми [3].

Категорія споживачів GLBT-ЛГБТ (лесбіянки, геї, бісексуали, транссексуали), викликає суперечливі оцінки учасників туристичного ринку. Хтось вважає цю категорію сумнівною з точки зору просування туристичних продуктів, комусь вона здається абсолютно безперспективною, але є і ті, хто розглядає її як вдалу можливість для розвитку свого бізнесу. Так, за даними досліджень, проведених в США, витрати гей-туристів на подорожі в середньому на тисячу доларів перевищують витрати гетеросексуальних мандрівників. Представники сексуальних меншин більше цікавляться подорожами, ніж люди традиційної орієнтації та відіграють важливу роль у розвитку туризму, про що свідчать наступні дані:

- 97% представників сексуальних меншин у минулому році відправлялися у відпустку;
- 57% представників сексуальних меншин вибирають дорогі тури;
- 37% гомосексуальних пар, як мінімум, один раз у житті відправлялися у тривалу подорож;
- 53% гомосексуальних пар витрачають за час поїздки понад \$5 тис. на людину[4].

Найбільш комфортними для подорожей ЛГБТ-туристів вважаються: Нью-Йорк і Сан-Франциско (США), Сідней (Австралія), Ріо-де-Жанейро (Бразилія), Париж (Франція), Лондон (Велика Британія). Найбільш популярними напрямками є: Буенос-Айрес (Аргентина), Кейптаун (ПАР), Шанхай (Китай), Стамбул (Туреччина), Тель-Авів (Ізраїль), Берлін (Німеччина), Делі (Індія), Гавана (Куба), Барселона і Мадрид (Іспанія), Марокко, Туніс, Канарські острови, Таїланд, Філіппіни та ін. [4].

Інтим-туризм – охоплює поїздки, основна мета яких еротичні враження, отримання інтимних послуг, підкорення сердець, медовий місяць або сватання в чужих краях, оглядини наречених після віртуального знайомства в Інтернет. Найпопулярнішими країнами жіночого секс-туризму є: країни Карибської затоки, Ямайка, Гамбія, Кенія, Марокко, Туніс, Таїланд, Болгарія, Туреччина, Єгипет. Найпопулярнішими країнами чоловічого секс-туризму є: Австралія, Бразилія, Нідерланди, Таїланд,

Мексика, Куба, країни Скандинавії, Німеччина, країни Балтії, Росія, Угорщина, Чехія, Ямайка, Японія.

Туризм людських залежностей – різновид туризму, головною метою якого є відвідуванням країн, пов'язаних з нарко- і алкоіндустріями.

Основними напрямками наркотуризму є Нідерланди, Чехія, Таджикистан, Колумбія, Мексика. Тисячі туристів готові викладати значні суми грошей не тільки за гострі відчуття (або їх ілюзії) далеко від рідного дому, а й за те, щоб побачити місця, де проходять збройні сутички наркокартелів Мексики та США, Колумбії та Венесуели, чи Афганістану та Росії, а якщо пощастить, то й стати їх свідками [10].

Алкотуризм (алкогольний туризм, п'яний туризм) – є способом самостійних подорожей у певну географічну місцевість з метою спілкування і розпивання традиційних спиртних напоїв, іноді із спортивно-туристичними елементами, змаганнями та іншими заходами. Різновидами алкотуризму є горілчаний, винний, коньячний, пивний туризм, відвідання тематичних фестивалів, т. зв. полювання «по-російськи» [1].

Національний напій зазвичай пов'язаний з історією країни і цілком гідний того, щоб туристи витрачали час на вивчення його унікальної історії, процесу його виробництва та культури споживання. Найбільші турпотоки алкотуристів формуються в тих країнах, де панує «сухий закон» - Фінляндія, Іран, країни Перської затоки. Найпопулярнішими DESTИНАЦІЯМИ алкотуризму є: штат Халіско, Мексика (текіла), штат Кентуккі, США (бурбон), місто Санкт-Петербург, Росія (горілка), місто Порту, Португалія (портвейн), місто Кобе, Японія (саке), місто Херес-де-ла-Фронтера, Іспанія (херес). Туристи також люблять незвичайні алкогольні напої, серед яких: В'єтнам - вино зі змії (Snake Bile Wine), Китай - вино з ящірок, Італія - чиньяр (Cynar), гірка настоянка з 13 трав, головною серед яких є артишок, Гаваї - кавове пиво, Великобританія - газована горілка (02 Sparkling Vodka), Перу - чіча (Chicha), Мексика - мескаль (Mezcal) і текіла, напої на основі агави, Німеччина та Чехія – пиво [9].

Геокешинг (geocaching) – це різновид активного відпочинку і туристична гра. Основна ідея гри полягає в тому, що одні гравці готують схованку з невеликими «скарбами», визначають за допомогою GPS-координати схованки і публікують інформацію про це в мережі Інтернет. Інші гравці знаходять схованки, беруть що-небудь з них собі, залишають що-небудь наступним гравцям і реєструють свою знахідку в Інтернет. У цю гру можна грати сім'єю, з товаришами або поодиночі. На сайті, присвяченому геокешингу в Україні, представлені карта користувачів і схованки. На форумі ведеться активне обговорення гри, зокрема – правил. У деяких варіантах гри схованку рекомендується створювати тільки в місцях, які представляють природний, історичний чи культурний інтерес, що дозволяє перетворити створення і пошук схованок на активний пізнавальний процес. Гравці отримують безліч цікавих відомостей про визначні пам'ятки. Заохочуються схованки, де ставиться оригінальна і

важка (наприклад, багатокрокова) пошукова задача. Оскільки точність, з якою GPS-приймач визначає позицію становить від декількох метрів до декількох десятків метрів, це дозволяє тільки «окреслити» невеликий район місцезнаходження схованки. Для точнішого пошуку слід користуватися підказками з її опису. Найбільшим міжнародним майданчиком гри є Geocaching.com. На сайті гри перебуває понад 1 млн. схованок. Геокешинг в Україні з'явився у 2011р. На території нашої країни заховано понад 2 тис. «скриньок», з них 720 розташовані в Криму, близько 100 – у Києві, приблизно по 100 схованок – у Київській, Донецькій, Дніпропетровській та Харківській областях [5].

Під час фінансової кризи 2007-2010 рр. у США, коли люди були змушені скорочувати свої бюджети і, зокрема на подорожі та відпочинок, набув популярності так званий Staycation (daycation, nearcation, домашній туризм). Цей вид відпочинку передбачає організацію відпустки вдома без виїзду за межі звичного середовища проживання, організацію одноденних поїздок з метою огляду місцевих пам'яток, парків, музеїв або участь у певних культурно-спортивних заходах, або поїздки на одну-дві ночі до родичів чи знайомих. При цьому, після встановлення початкової та кінцевої дати проводиться перспективне планування відпустки, розробляється екскурсійна програма та плануються інші заходи. Основна мета – створення відчуття традиційної відпустки.

*Staycation має свої переваги:* немає ніяких витрат на житло (власний дім перетворюється на «готель» з відповідним харчуванням); витрати на транспорт мінімальні, оскільки відвідуються найближчі населені пункти: немає стресів, пов'язаних із традиційними подорожами (пакування валіз, дальні переїзди, очікування в аеропортах). *Серед недоліків Staycation:* знаходячись близько до місця роботи, людина може піддатися спокусі піти на роботу; важко уникнути повсякденних побутових проблем; відсутність можливості покинути, хоча б на певний період часу, звичне середовище проживання [20]. Проте, питання Staycation як виду туризму досить суперечливе. Адже відомо, що характерною рисою туризму є тривалість подорожі не менше 24 годин, а Staycation не підпадає під цю категорію, оскільки передбачає організацію одноденних поїздок.

Одна з цікавих і, водночас, проблемних сфер застосування інформаційних технологій у туризмі майбутнього – диванний або віртуальний туризм, який передбачає відсутність фактичної подорожі, але уможливорює дослідження світу через Інтернет, відео-екскурсії по музеях, аудіо-книги, телебачення і т.д. Існує величезна кількість сайтів, які об'єднують людей з різних країн з метою допомоги у здійсненні їхніх планів, обміну враженнями, інформацією, фотографіями, відео тощо.

Віртуальний туризм можна вважати різновидом комп'ютерних он-лайн-ігор. Одним з таких «он-лайн-світів», популярних останнім часом, є «Second Life». Це – тривимірний віртуальний світ з елементами соціальної мережі, який був розроблений і запущений у 2003р. та нараховує понад 1 млн. активних користувачів. «Second Life» не є грою в прямому значенні

слова. Це віртуальний простір з певними властивостями: тут немає цілей і завдань, які притаманні звичайним іграм, немає необхідності заробляти бали. Власники аккаунтів вільно керують своїми віртуальними персонажами у тривимірному просторі, знайомляться, спілкуються з іншими мешканцями віртуального всесвіту, створюють віртуальні товари і предмети мистецтва, подорожують по численних визначних місцях віртуального світу. Так, в он-лайновому варіанті відтворені популярні музеї США та Західної Європи, багато столиць і великих міст світу. При цьому віртуальна подорож дає змогу детально ознайомитися не тільки з творами мистецтва, а й із екстер'єром та інтер'єром будівель музеїв, де вони зберігаються [18, 19].

Джайлоо-туризм – це різновид туризму, який передбачає життя туриста у первісному племені з усіма особливостями кочового побуту. Суть джайлоо-туризму в тому, що туриста відправляють у дикі, іноді важкодоступні місця, де він має можливість пожити так, як жили наші предки – без усіляких благ цивілізації, наодинці з природою. Джайлоо-туризм зародився в Киргизстані наприкінці 1990-х рр. і першими джайлоо-туристами були туристи із Швейцарії, Німеччини, Великої Британії та Росії. Джайлоо-туризм не вимагає від туриста детального вивчення місцевих звичаїв, ритуалів і побуту. Краса такого відпочинку в тому, що туристи переоцінюють усе своє життя і починають по-іншому дивитися на звичні речі. Джайлоо-туризм – це великий ризик, особливо, якщо туристи відправляються в дикі джунглі, в пустелю Сахара, в тундру, в гори та степи Азії поодиночі. Цей вид туризму характеризується підвищеною екстремальністю. Найчастіше його обирають мисливці за пригодами та ті, хто не боїться залишитися наодинці з дикою природою. Звичайно, поруч із туристами завжди знаходяться гідни та інструктори. Однак не треба забувати про сходження лавин, землетруси, виверження вулканів, укуси змій та розлючених звірів. Найкраще на сьогодні розвивається джайлоо-туризм в Киргизстані, Таїланді, Тунісі [6, 9].

Бідняцький туризм (туризм у нетрі) - це різновид туризму, метою якого є відвідання місцевостей, в яких проживає найбільше населення. Перші подібні тури з'явилися в Бразилії на початку 90-х рр. ХХ ст., коли Марсело Армстронг відвів кількох туристів до найбільшої фавели Ріо-де-Жанейро. З того часу його компанія «Flavela Tour» має багато послідовників в усьому світі. Сьогодні за помірну плату (в середньому до 10 дол. США) туристів проведуть по бідних кварталах Ріо-де-Жанейро (Бразилія), Йоганнесбурга (ПАР), Мумбаї (Індія), Мехіко (Мексика). У Чикаго можна купити автобусну екскурсію найнебезпечнішими куточками «чорного гетто» - найбільшого району міста. Подібні екскурсії функціонують і в Кенії, де туристи відвідують поселення безробітних кенійців. Після художнього фільму «Міліонер з нетрів» масове паломництво туристів розпочалося у індійські міста Мумбаї та Бомбей. У деяких місцях іноземних гостей просять взяти активну участь у справах місцевих жителів і надати їм посильну допомогу [13].

Темний туризм (Thanatourism, чорний туризм, туризм суму, туризм по в'язницях) – різновид туризму, який передбачає подорожі до місць, які пов'язані зі смертю та стражданнями. До об'єктів темного туризму відносять замки в Шотландії, Франції, Румунії, де відбувалися страти та вбивства; місця насильницької смерті; місця техногенних катастроф; місця, пов'язані із самогубством; в'язниці, концтабори, камери смертників; місця, пов'язані з геноцидом тощо [16].

Темний туризм став темою досліджень у 1996 р., коли цей термін був уведений в науковий обіг професорами Glasgow Caledonian University Джоном Ленноном і Малькольмом Фолі. Провідним центром досліджень темного туризму є Institute for Dark Tourism Research, створений на базі Університету Ланкашира (Велика Британія). Вчені досліджують туристичну мотивацію відвідування місць смерті і страждань, а також моральні і соціальні наслідки темного туризму [17].

У вузькому розумінні космічний туризм це оплачені власним коштом польоти у космос або на навколоземну орбіту з розважальною або науково-дослідницькою метою. У більш широкому сенсі – це індустрія з надання послуг отримання «космічного досвіду». Враження, пов'язані з космосом, можливо отримати не лише під час орбітальних та суборбітальних польотів чи відвідування космічних станцій. Джерелом таких вражень може стати: споглядання природних атмосферних явищ (полярне сяйво, метеоритні дощі, затемнення Сонця та Місяця); відвідування тематичних космічних парків та тренувальних баз із підготовки космонавтів з можливістю випробовування спеціалізованих систем симуляції, що відтворюють фізичні навантаження пов'язані з космічними польотами та станом нульової гравітації; екскурсії космодромами; спостереження за запуском космічних ракет; освітні програми та науково-дослідницькі проекти в галузі аеронавтики. Саме таке широке трактування космічного туризму відповідає реаліям і є більш продуктивним для визначення тенденцій та перспектив його розвитку.

Відповідно до вимог цільової аудиторії нині активно розвиваються наступні види космічного туризму: відвідування тематичних космічних парків, космічних центрів та космодромів; здійснення параболічних та суборбітальних польотів, участь в орбітальних польотах різної тривалості з відвідуванням МКС. У перспективі – польоти на Місяць, відвідування космічних готелів та міжпланетні подорожі. В межах космічного туризму можна виділити НЛО-туризм. Сьогодні чимало туроператорів розробляють тури на «полювання за НЛО». Під цим впливом у Росії з'явився перший у світі уфологічний заповідник «Молебський трикутник», де функціонують «аномальні» маршрути, а в Чилі почалося будівництво зони НЛО-туризму. Крім того, у невеликому місті Ла-Серена на півночі Чилі, діє музей НЛО. У Пуерто-Ріко (США) почалося будівництво космодрому для НЛО [7]. Кращими місцями для НЛО-туризму вважаються: Пуерто-Ріко (США), Сочі (Росія), Вілтшир (Велика Британія), Мехіко (Мексика), Гора Адамс, Вашингтон (США), Сант-Климента (Чилі), Фолкерський трикутник



(Велика Британія), Ладакх (Індія), Ерат (США) та Вайкліф Велл (Австралія) [9].

Індустріальний туризм (промисловий туризм) – це дослідження туристами територій, будівель та інженерних споруд виробничого або спеціального призначення, а також будь-яких закинутих споруд з метою отримання психологічного, естетичного або дослідницького задоволення. Цей різновид туризму володіє рисами молодіжної субкультури і англійською мовою звучить як «urban exploration». Індустріальний туризм включає: відвідання закинутих промислових об'єктів та міст; відвідання занедбаних релігійних об'єктів (т.зв. постпаломництво); проникнення на території, які охороняються, а також на території діючих промислових та спеціальних зон (військові бази, армійські склади, хімічні заводи тощо); диггерство (дослідження підземних споруд – дренажних систем, каналізаційних колекторів, підземних рік, промислових тунелів тощо); руфінг, руферство (прогулянки дахами хмарочосів та багатоповерхівок); комерційний індустріальний туризм (відвідання підприємцями успішних промислових об'єктів для запозичення досвіду господарювання та можливого інвестування); психогеографія (вивчення звичного, набридлого або непримітного простору під іншим кутом, тобто пошук креативу буденності); урбанізм (відвідання міських пейзажів або неафішованих куточків міст); сурвівалізм (виживання в екстремальних умовах); Людям надоел рафинированный пляжный и активный отдых, когда приятные глазу картинки, сменяя одна другую, превращаются в сплошную ледяную стену. Многие слышали о «черном туризме» «брудний туризм» (Это поездки по самым загрязненным местам поездки до найбільш забруднених місць світу), до речі, Что-то вроде эко-туризма наоборот. найбільш брудне повітря виявили в містах Ірану, Монголії, Індії, Пакистану і Ботсвани [8].

Отже, основними напрямками інноваційної діяльності в туризмі є розробка нових видів турпродукту, використання нових туристських ресурсів (космічний туризм), використання нових технологій у виробництві традиційних продуктів (віртуальний туризм), зміни в організації виробництва та споживання традиційного турпродукту, запровадження нових підходів у маркетингу та менеджменті, виявлення нових ринків збуту та запровадження нетрадиційних варіантів організації дозвілля.

#### *Використані джерела*

1. Алкотуризм. Лучшие места в Европе // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://traveliving.pro/alkoturizm-luchshie-mesta-v-evrope.html>
2. Боголюбов В.С. Организация специальных видов туризма. - Санкт-Петербург: СПб ГИЕУ, 2010. – 116 с.
3. Гей-туризм (ЛГБТ-туризм) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://actravel.ru/tourism\\_glossary.php?word=453](http://actravel.ru/tourism_glossary.php?word=453)
4. Гей-туризм // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
5. Геокейшинг. Офіційний сайт // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.geocaching.su/>
6. Джайлоо-туризм // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Джайлоо\\_туризм](http://ru.wikipedia.org/wiki/Джайлоо_туризм)

7. Здорова О. Нові (нетрадиційні) види туризму України // *Матеріали Всеунів. студент. конф., Черкаси, 13-14 квіт. 2011 р. Вип. 1 / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ЧНУ ім. Б. Хмельницького, Навч.-наук. - Черкаси: Видавництво ЧНУ ім.Б.Хмельницького, 2011. - 108 с. - С. 12-15.*
8. *Индустриальный туризм и городские исследования* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Индустриальный\\_туризм\\_и\\_городские\\_исследования](http://ru.wikipedia.org/wiki/Индустриальный_туризм_и_городские_исследования)
9. Кляп М. П., Шандор Ф.Ф. *Сучасні різновиди туризму : навч. посіб.* — К. : Знання, 2011. — 334 с. [http://uchebnikonline.ru/turizm/suchasni\\_riznovidi\\_turizmu\\_-\\_klyap\\_mp/kreativniy\\_turizm.htm](http://uchebnikonline.ru/turizm/suchasni_riznovidi_turizmu_-_klyap_mp/kreativniy_turizm.htm)
10. *Наркотичний туризм* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
11. Новіков В.С. *Інновації у туризмі: Посібник для студентів вищих навчальних закладів - М.: Видавничий центр «Академія», 2007. – 208 с.*
12. Смаль І. *Ад'єктивні види туризму* // *Географія. Економіка. Екологія. Туризм: Регіональні студії.* – Ніжин: ПП Лисенко М.М., 2013. – Випуск 6. – С. 127-140.
13. *Трущобний туризм набирает обороты* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourua.com/ru/tournews/info-32191.html>
14. Шманський О. *Європа щаслива і трохи п'яна. «Зелений змії» напав на Старий світ* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://utoloda.kiev.ua/regions/0/218/0/35895/>
15. *CouchSurfing* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing>
16. *Dark tourism* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://en.wikipedia.org/wiki/Dark\\_tourism](http://en.wikipedia.org/wiki/Dark_tourism)
17. *Institute for Dark Tourism Research* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dark-tourism.org.uk/>
18. *Second Life. Офіційний сайт* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://secondlife.com/?sourceid=0813-Search-Brand-G-RU&lang=ru-RU&gclid=CLSJ-\\_jVybsCFcud3godNz4Anw](http://secondlife.com/?sourceid=0813-Search-Brand-G-RU&lang=ru-RU&gclid=CLSJ-_jVybsCFcud3godNz4Anw)
19. *Second Life* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Second\\_Life](http://ru.wikipedia.org/wiki/Second_Life)
20. *Stacation* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/wiki/Stacation>
21. *The Hitchhiker's Guide to Hitchhiking the World* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hitchwiki.org/>