

теплоході тощо), яка дозволяє виявити високий ступінь професіоналізму в плануванні, проектуванні і реалізації туристичного продукту.

1. Байлик С.И. Вступление в анимацию гостеприимства: Учеб. пособие / С.И. Байлик. – Х.: Прапор, 2006. – 160 с.
2. Гаранин Н.И. Менеджмент гостиничной и туристской анимации: Учеб. пособие / Н. Гаранин, И. Булыгина. – М.: Советский спорт, 2003. – 128 с.
3. Гальперина Т.И. Режиссура курортно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации: Учеб. пособие / Т.И. Гальперина. – М.: Советский спорт, 2006. – 168 с.
4. Килимистий С.М. Анімація в туризмі: Навчальний посібник. – К.: ФПУ, 2007. – 188 с.
5. Курило Л.В. Теория и практика анимации: 4.1. Теоретические основы туристской анимации: Учеб. пособие / Л.В. Курило; Российская академия туризма.. – М.: Советский спорт, 2006. – 296 с.
6. Лукьянова Л. Г. Рекреационные комплексы: Учеб. пос. / Л.Г. Лукьянова, В.И. Цыбух — К.: Вища шк., 2004. – 346 с.
7. Проблеми міжнародного туризму: Збірник наукових статей. // Килимистий С.М. Анімаційні форми дозвілля: історичний аспект. – К.: ПП „ППНВ”, 2010. – 640 с.
8. Практика сучасного туризму: соціальна та економічна ефективність: матеріали міжнарод. наук.-практ. конф. (Київ 14 жовтня 2008 р) // Міхо О.І. Підготовка фахівців сфери туризму до організації анімаційної діяльності. – К.: КУТЕП, 2009. – 488 с.
9. Стрельцов Ю.А. Культурология досуга: Учеб. пособие / Ю.А. Стрельцов. – М.: МГУКИ, 2002. – 186 с.
10. Шульга И.И. Педагогическая анимация как социокультурный и психолого-педагогический феномен / И.И. Шульга // Педагогическое образование и наука, 2008, № 2. – С. 55 – 59.

УДК 338.48-44

Киш Г.В.

ГЕОТУРИЗМ ЯК МОЖЛИВІСТЬ ПІЗНАННЯ УНІКАЛЬНОСТІ ДЕСТИНАЦІЇ

У статті розглядається сутність поняття «геотуризм», його основні принципи та особливості, визначається його об'єкт та мета. Автор визначає головні види туризму, які базуються на унікальності території, що і становлять основу формування геотуризму

В статье рассматривается сущность понятия «геотуризм», его основные принципы и особенности, определяется его объект и цель. Автор определяет главные виды туризма, которые базируются на уникальности территории, и являют основу формирования геотуризма.

The article deals with the essence of the concept of "geo-tourism," its basic principles and characteristics defined by its object and purpose. The author defines the maintypes of tourism that are based on the uniqueness of the territory, and are the basis of formation of geo-tourism.

Поняття «геотуризм» є досить новим для суспільства, а тому самі туристи його рідко використовують, натомість в професійних кругах він є достатньо відомим. Що ж таке геотуризм?

Передісторія виникнення поняття «геотуризм» (повна назва «геологічний туризм») не є складною. Багато книг, наукових праць, доповідей було написано на тему геології. Основна риса геології в тому,

що вона вивчає особливості рельєфу на поверхні землі, які були утворені в результаті різноманітних процесів. Поряд з тим, як геологія активно вивчалася науковцями, інші дослідники звертали свою увагу на поняття «туризм», але лише одиниці поєднували ці два поняття в єдине ціле.

Однією з перших, хто поєднав геологію і туризм, стала Мьюрей Грей в 2004 р., яка в своїй книзі «Георізнаність: оцінка та збереження абіотичної природи» довела, що ці два поняття чітко переплітаються один з одним. Автор проводить паралель між геологією і туризмом, з точки зору того, що освоєння різних територій є важливою економічною складовою, але це може нанести шкоди біорізнаності та георізнаності місцевості [1].

Інші дослідники, такі як Рос Довлінг та Девід Ньюсам, сприймають геотуризм як такий, що може надати краще пізнання та розуміння Землі, її незвичних місць, її унікальних територій та культур [2, 3, 4].

Термін «геотуризм» часто ототожнюють з термінами «екотуризм» «сталий туризм», «альтернативний туризм», його поєднують з подорожами з пізнавальною, навчальною метою, але, насправді, він містить в собі набагато більше. Геотуризм – це вид туризму, який підтверджує унікальність географічного місця – оточення, спадщини, естетики, культури, рельєфної особливості території, та унікальності місцевого населення. Геотуризм - вид подорожі, спрямований на збереження природи, культурної спадщини, традицій, вивчення історії, географії, популяризацію неповторності тієї чи іншої території, залучення інвестицій, розвиток патріотизму. Таким чином, цей вид туризму спрямований на пізнання подорожуючими особливостей тієї чи іншої території, її природну, культурну чи історичну спадщину.

Об'єктом геотуризму є унікальність місцевості, це можуть бути незвичні ландшафти, гірські породи, унікальність флори і фауни, берегові лінії, річкові долини, водоспади, печери. Поряд з природними особливостями місцевості, геотуризм направлений на ознайомлення з культурними характеристиками території: унікальний фольклор, ремесла, одяг, звичаї, місцева кухня тощо.

Суб'єктом в геотуризмі виступає геотурист, основною метою подорожі якого є відвідування територій з унікальними природними та культурними ресурсами, при цьому він не завдає шкоди навколишньому середовищу, одночасно з цим приносить вигоду місцевому населенню.

Геотуризм є особливим видом туризму, який поєднує в собі, найпопулярніші, на сьогоднішній день, види подорожей. Кожен з цих видів вносить щось унікальне, те, що і створює унікальність самого геотуризму. Саме тому, в геотуризмі існують різноманітні напрямки, які визначаються на основі вподобань туристів та формуються завдяки природним, культурним, людським та іншим ресурсам. (рис. 1)

Пропонується виділити два основні блоки видів туризму, що формують основу геотуризму. Перший блок передбачає ті напрямки, в основу яких покладено культурні ресурси. Безумовно, будь-який вид

туризму тією чи іншою мірою містить культурний фактор. Вперше поняття «культурний туризм» («cultural tourism») офіційно на міжнародному рівні вживається в матеріалах Всесвітньої конференції з політики в галузі культури (Мехіко, 1982 р.).

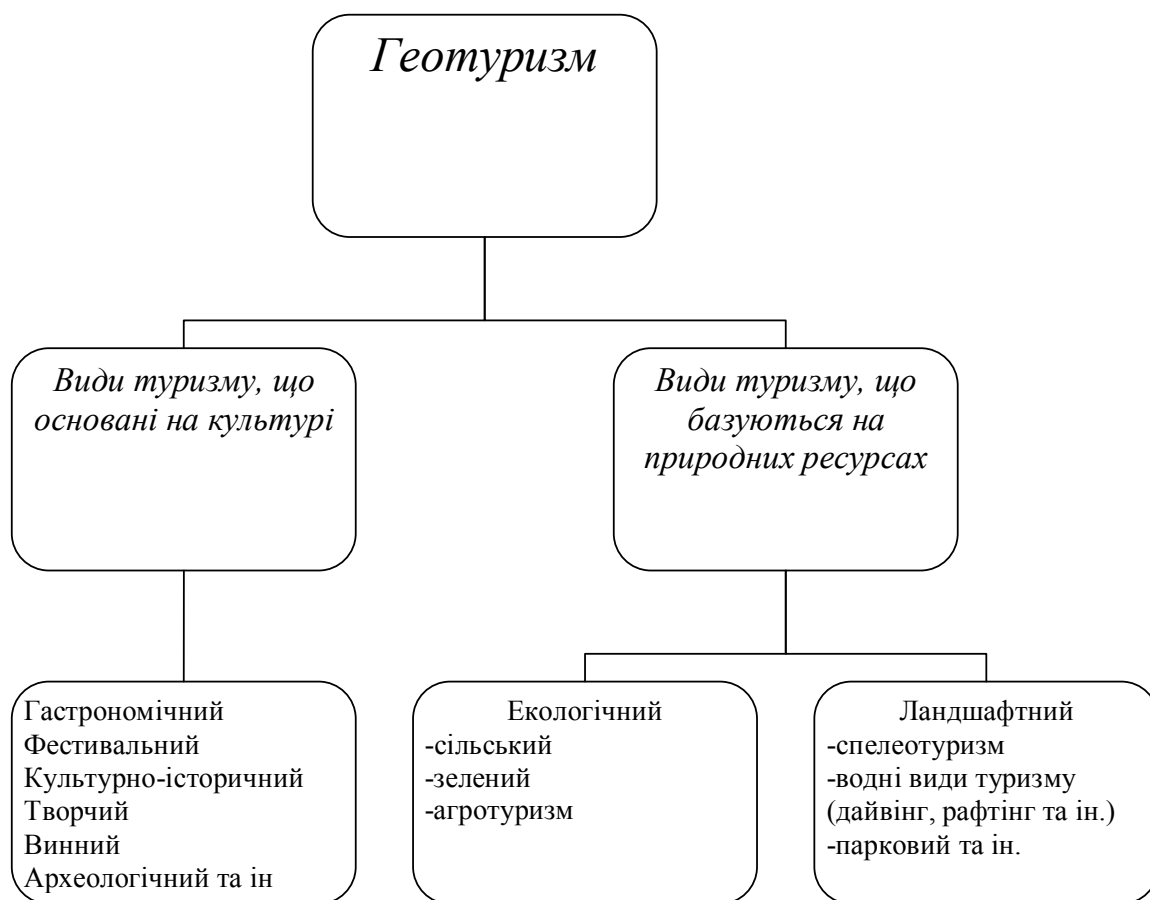


Рис. 1. Основні види туризму, що формують геотуризм

Український дослідник Н.П. Крачило визначає культурний (культурно-розважальний) туризм як туристичні подорожі з метою ознайомлення з історико-культурними, археологічними і архітектурними пам'ятками, відвідування музеїв, галерей, театрів, фестивалів, спортивних змагань та інших об'єктів культури [6, с.8] .

Отже, культурний туризм може бути представлений у вигляді:

1. *Гастрономічний туризм* — це різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій окремих DESTINACIY.

2. Одним з різновидів гастрономічного туризму виступає *винний туризм*, що має на меті дегустацію, споживання та купівлю вина безпосередньо у виробника.

3. *Історико-культурний туризм* визначають як подорож з метою ознайомлення з місцями та заходами, які достовірно представляють історію, народи, людей минулого і сьогодення. Такі подорожі основані на

незамінних, унікальних для певної місцевості історичних, культурних та природних ресурсах.

4. *Фестивальний туризм* – відвідування фестивалів, конкурсів, виставок. Цей вид туризму дозволяє туристам стати живими свідками та учасниками особливих подій у світі спорту, культури та мистецтва.

5. Новим поколінням культурного туризму, його найбільш сучасною формою вважають *творчий туризм (creative tourism)*. Творчий туризм являє собою ознайомлення з культурою та історією на власному досвіді. Він передбачає інтерактивність, творчість і навчання, участь відвідувачів у «живій культурі», і включає в себе більш тісну освітню, емоційну, соціальну взаємодію туриста з місцем та людьми, дає змогу туристам стати часткою місцевої культури, пізнавати і творити її. Такий туризм передбачає участь туристів у творчих майстер-класах, фестивалях, традиційних обрядах і святах.

Другий блок формується на основі природних ресурсів. В першу чергу до цієї групи віднесено екологічний туризм, що може бути представлений у вигляді зеленого, сільського, агротуризму та ін. видів. Екотуризм – це форма подорожі, сприятлива для навколишнього середовища. Екотуризм спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами. Він передбачає, що учасниками цих подорожей є люди з високою екологічною свідомістю.

Сільський туризм (rural tourism) – відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами. Поняття "сільський туризм" часто ототожнюють з "агротуризмом", але "сільський туризм" значно ширше. Агротуризм (farm tourism) – відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства. Агротуризм може проявлятися у різних формах, але завжди включає винаймання помешкання.

Сільський туризм і його різновидність агротуризм мають багато спільного з екотуризмом і часто відповідають багатьом його пріоритетам, зокрема: збереження природничого та культурного середовища, підтримка добробуту місцевої громади, постачання туристам харчів з місцевих продуктів. У спеціальній літературі з'явилося нове поняття екоагротуризму, що передбачає відпочинок у селян, які вирощують сільськогосподарську продукцію із застосуванням екологічних методів. Тут агротуризм поєднується з екологічним сільським господарством.

Незважаючи на популярність та розвиненість всіх вищезгаданих видів туризму, найважливішим базисом геотуризму виступають саме *ландшафтні види туризму*. Це може бути *спелеотуризм*, який є різновидом спортивного туризму. Це подорожі до природних підземних печер та подолання в них різноманітних перешкод з використанням

спеціального спорядження. Особливі вимоги пред'являються до етики спелеотуристів, їх поведінки в печерах, відношенню до підземної природи.

Безперечно дуже цікавими та популярними ландшафтними видами туризму виступають *водні види туризму*, зокрема: рафтинг, дайвінг, каякінг, сплави на байдарках, катамаранах, плотах та ін.

Проте, найпопулярнішим напрямком в геотуризмі, на сьогоднішній день, є подорожі по *геопаркам*. Що таке геопарк – як геодестинація?

За визначенням ЮНЕСКО, геопарк – це територія на якій знаходиться одне або більше місць наукового значення, не тільки з геологічної точки зору, але й через суміш археологічних, екологічних та культурних цінностей цього місця.

Перші геопарки з'явилися в Європі, на сьогоднішній день вони є майже в кожному куточку світу, найбільше їх налічується в Китаї (140 геопарків). Це багаточисельні пам'ятки природи, одночасно це значні інформаційні ресурси. Геопарки – це частини надр, але вони цінуються не енергетичними якостями, а інформаційними, науковими, пізнавальними, естетичними.

Саме визначення всіх вищезгаданих видів туризму є базою у визначенні терміну «геотуризму», який було подано вище. Це означає, що геотуризм направлений на підтримку та посилення унікального географічного характеру території. Цей вид туризму фокусується на автентичності території, яка є важливою та цікавою, як для місцевого населення, так і для туристів. Ця автентичність може включати в себе флору, фауну, національні парки, шопінг, кухню, родео, навіть місця розміщення, тобто все те, що робить дестинацію унікальною.

Геотуризм, як новий вид туризму, має притаманні йому особливості:

- Взаємне посилення дії (синергізм) – всі елементи географічного характеру працюють воєдино, щоб створити туристичну дестинацію, яка буде більш привабливою ніж окремі її частини, таким чином відбувається привернення уваги подорожуючих;

- Залучення громади – місцеві жителі відіграють велику роль в організації відпочинку в геотуристичних територіях. Місцевий бізнес та групи людей об'єднуються для того, щоб створити відмінний та автентичний продукт для туристів;

- Інформування як відвідувачів, так і приймаючу сторону – резиденти вивчають унікальність та особливості місць та культури тієї чи іншої території, для того, щоб знати, як саме привабити геотуристів. І тільки тоді, як самі місцеві жителі повністю ознайомляться з територією свого проживання, вони можуть повною мірою надати можливість туристам взяти для себе якомога більше від їх подорожі;

- Економічні переваги для жителів території – в процесі освоєння туристами території, туристична індустрія наймає місцевих працівників, користується місцевими послугами та продуктами. Коли члени суспільства почнуть розуміти переваги геотуризму, вони візьмуть

відповідальність за управління дестинацією на своїй території, що буде приносити їм не тільки економічну вигоду, але й економічну стабільність;

- Підтримка цілісності території – свідомі туристи надають особливу перевагу місцевим характеристикам, в той час як резиденти, які отримують економічні переваги від туризму, бережно відносяться до місць, які є унікальними на даній території;

- Прекрасні подорожі – туристи з ентузіазмом приносять додому нові знання та враження. Їх розповіді підштовхують друзів, родичів розвідати ті самі місця, вивчити ту саму культуру;

- Збереження та захист дестинації – заохочення бізнес-структур до збереження та охорони місць, привабливих для геотуристів, так як їм це вигідно з економічної точки зору. Знаходження таких ділових моделей, які б мінімально впливали на деградацію території, а навпаки, були б корисними для її розвитку;

- Збереження ресурсів – важливо, щоб бізнес-структури мінімізували водне забруднення, енергоспоживання, водне використання, надмірно яскраве нічне освітлення тощо. Такі заходи повинні бути широко пропагандовані для того, щоб залучати туристів, які є екологічно свідомими, а тим самим залучати велику частину туристичного ринку [5].

На світовому рівні цей вид туризму намагаються розвивати та підтримувати як просто ентузіасти, так і професіонали. Наприклад, Національна Географічна Спілка (National Geographic Society) 5 років тому запровадила Хартію Геотуризму, яка пропагує ідею туризму, що поважає інтереси місцевого населення, культурного та природного надбання даної місцевості.

Стосовно України – то цей новий вид туризму не набув такої популярності, як в інших куточка світу та інших європейських країнах. Хоча територія держави придатна для розвитку геотуризму: природна та культурна спадщина, самобутність регіонів та особливості територій – все це створює прекрасний фундамент для впровадження нового напрямку у туристичному становленні країни – геотуристичного напрямку.

Висновки. Таким чином, геотуризм – нове явище в туризмі, яке з кожним роком набуває популярності, адже в його основі лежить «побудова стосунків» з місцем відвідування – з місцевою культурою, з природним навколишнім середовищем, з людьми, які живуть на даній території. Геотуризм - вид туризму, який вже сам по собі є унікальним, бо він пропонує туристу неповторність географічного місця – оточення, спадщини, естетики, культури, рельєфної особливості території та унікальності місцевого населення.

1. Murray Gray. *Geodiversity, valuing and conserving abiotic nature* Ed. J. Wiley & Sons, Chichester, 2004. - 434 p.

2. Ross K. Dowling and David Newsome. *Geotourism*. - Oxford; Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. - 260 p.

3. Ross K. Dowling and David Newsome. *Geotourism; The Tourism of Geology and Landscape*. - Goodfellow Publishers Ltd, 2010. – 258 p.

4. Ross K. Dowling, David Newsome, *Global Geotourism Perspectives*. - Goodfellow Publishers Limited, 2010. – 266 p.
5. Center of Sustainable Destinations – Режим доступу - <http://travel.nationalgeographic.com/travel/sustainable/index.html>
6. Крачило М.П. *Красзнавство і туризм: Навч. посіб.* – Навч. вид. – К.: Вища школа, 1994. – 191 с.

УДК 338.48

Корнілова В.В.

ОСОБЛИВОСТІ ПРЕСТИЖНОЇ РЕКЛАМИ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

У статті досліджуються основні зміни та тренди розвитку престижної реклами у сучасному туристичному бізнесі. Для створення ефективної престижної реклами насамперед необхідно визначити життєві інтереси та стиль життя потенційних споживачів, оскільки люди підпадають під вплив різних соціальних груп, у яких вони вбачають взірць для наслідування у здійсненні покупок та стилю життя.

В статье исследуются основные изменения и тренды развития престижной рекламы в современном туристическом бизнесе. Для создания эффективной престижной рекламы в первую необходимо очередь определить жизненные интересы и стиль жизни потенциальных потребителей, поскольку люди подвергаются влиянию различных социальных групп, в которых они видят пример для наследования в осуществлении покупок и стиле жизни.

In the article, basic changes and trends of development of corporate advertising in tourist business have been researched. To make an effective corporate advertising firstly it is essential to define vital interests and life style of potential customers, as people fall under authority of different social groups, in which they find an example for imitation in purchasing and life style.

Постановка проблеми. В умовах конкурентних ринкових відносин важливе місце у процесах виробництва та розподілу будь-якого продукту, і, зокрема, туристичного, займають маркетингові заходи. Виробництво товарів чи послуг саме по собі не дозволяє досягти цілей підприємства. Ці товари (послуги) необхідно продавати. І тут на одне з перших місць виходить реклама як центральний елемент комплексу маркетингових заходів. Сучасний розвиток туризму складно уявити без яскравої, влучної та ефективної реклами, яка здійснює значний психологічний та соціокультурний вплив на суспільство. Проте такий вплив не слід розцінювати як примушування або спонукування споживачів туристичних послуг до тих чи інших дій, адже цивілізована реклама – це не маніпулювання громадською думкою, а професійне формування актуальних потреб, спрямованих на саморозвиток людини [1, с. 7].

Формування цілей статті (постановка завдання). Дослідити основні зміни та тренди розвитку престижної реклами у контексті організації ефективної рекламної діяльності туристичного підприємства.