

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ АНІМАЦІЇ В СУЧАСНІЙ ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Маховка Вікторія Михайлівна,
к.е.н., доцент кафедри міжнародних
економічних відносин та туризму
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»,
Кременецька Олена Євгеніївна
Менеджер з туристичного обслуговування ТА «Туркафе»
Україна

В сучасних умовах анімаційна діяльність займає важливе місце в структурі комплексного якісного туристичного обслуговування та відображає конкурентоспроможність та привабливість туристичних послуг. Слід зауважити, що сфера надання туристських послуг на відміну від інших видів господарської діяльності має певні специфічні риси. Так, головна роль належить туристу як споживачу, що за допомогою здійснення власних видатків визначає привабливість продукту. У підсумку це впливає на фінансовий результат діяльності суб'єктів туристичної діяльності. Одним з ефективних сучасних засобів впливу на вибір споживачем того чи іншого місця відпочинку є надання анімаційних послуг, які підкреслюють індивідуальний підхід до гостей із різними вимогами стосовно відпочинку.

Відповідно зміст туристського дозвілля включає: культурне споживання; самоосвіту; неформальне спілкування; культурно-творчі заняття; задоволення екологічних потреб (спілкування з флорою та фауною); фізкультурно-оздоровчі заняття; розважальну діяльність тощо.

Зауважимо, що анімація – це напрямок туристичної та курортної діяльності, який передбачає як зорову (пасивну), так і особисту участь відпочиваючих у

театралізованих та ігрових програмах, культурно-розважальних та спортивних заходах.

Міжнародний досвід туристичного готельного бізнесу розглядає анімаційну діяльність як цілісний процес взаємодії аніматора з туристами, в процесі якого задовольняється освітньо-культурні, рекреаційно-оздоровчі, творчі потреби та інтереси учасників [1].

Отже, збереження та відновлення здоров'я людини (соматичного, фізичного, психічного, морального) під час туристського дозвілля досягається за допомогою організації готельної анімації. Комбінація активного та пасивного відпочинку туристів незалежно від вікової категорії та соціального статусу передбачає наявність розважальних заходів, яким притаманні емоційне переключення, незвичайність, святковість, несхожість на те, чим займаються у своєму повсякденному житті.

В зарубіжній практиці гостинності застосовують термін «amusements» (розваги), під яким об'єднано комплекс видів рекреаційної діяльності людини в період відпочинку, крім суто розважальної: пізнавальну, спортивно-оздоровчу, соціокультурну та ін. Холістичний (англ. holism від гр. holos – цілий, увесь) характер рекреаційної діяльності який проявляється у здатності туризму вносити різноманітність та радість в повсякденне життя людини, створювати атмосферу свята обумовив появу терміну «animation» (анімація) [1]. Термін «анімація» походить від латинського animation – надихати, оживляти. Даний термін почали вперше використовуватися у Франції на початку ХХ століття і трактується як діяльність, спрямована на поживлення інтересу до культурно-художньої творчості [5]. Сучасні науковці розуміють анімацію як процес організації дозвілля в закладах відпочинку та оздоровлення, на корпоративах та МІСЕ заходах, в дитячих таборих та дитячих святах, яка передбачає особисту участь відпочиваючих в анімаційних заходах. За твердженням В. Зоріна, анімація в туризмі – це діяльність з розробки та подання спеціальних програм проведення вільного часу. Анімаційні програми

включають спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, карнавали, ігри, хобі тощо [5]. Туристична анімація являє собою комплексну, цілісну взаємодію аніматора та туриста з використанням спланованих засобів впливу та стимулюванням їх активності та відновлення життєвих сил в процесі цієї взаємодії [2]. Таким чином, туристична анімація являє собою найважливішу частину сукупної діяльності на туристському підприємстві, вираження високого ступеня її професіоналізму, найважливіша складова частина туристичного продукту. Тому, як і всяка інша діяльність на туристському підприємстві, анімація повинна бути планованою, чітко регламентованою, організаційно керованою й забезпеченою матеріальними, фінансовими й кадровими ресурсами. Кінцевою метою туристської анімації є задоволеність туриста відпочинком – його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. У цьому полягають найважливіші рекреаційні функції анімації.

Проведені дослідження дозволяють деталізувати значення туристичної анімації (рис. 1).

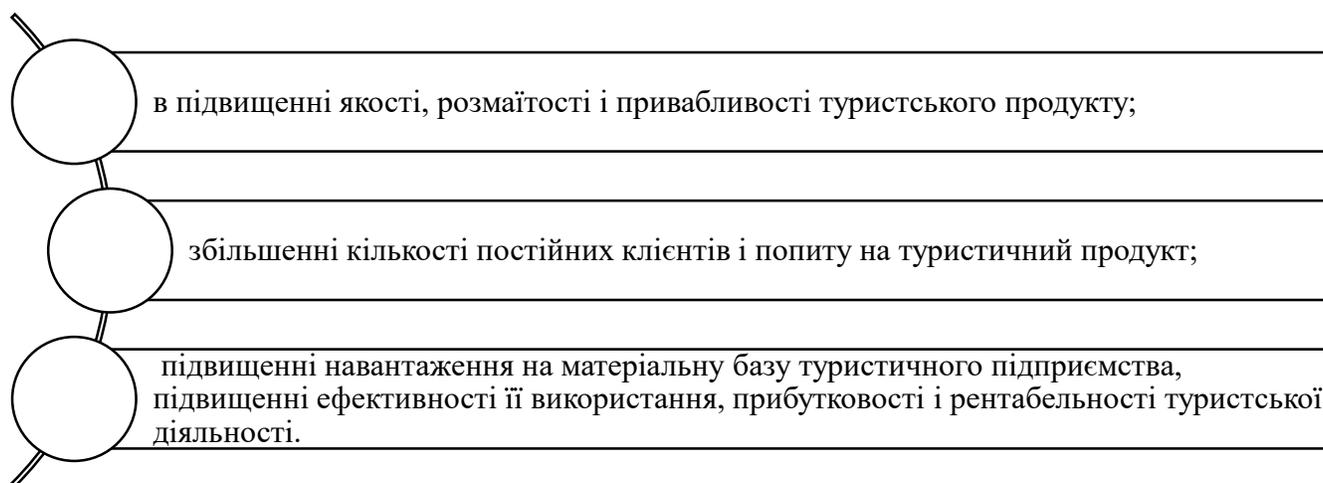


Рис. 1. Значення туристичної анімації

Узагальнюючи результати проведеного дослідження сутності анімації, зазначимо її характерні риси (рис. 2).

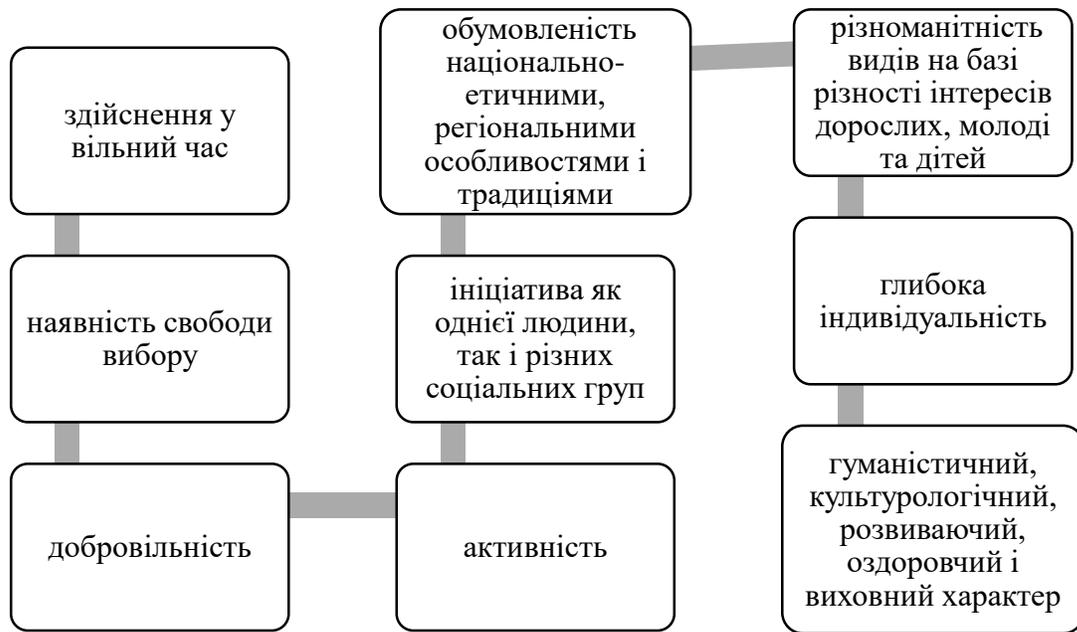


Рис. 2. Характерні риси анімації [1]

Анімація як складова дозвілля є способом ініціації творчих потреб людини та її соціальної активності; оптимізації міжособистісних та міжгрупових відносин, соціально-культурної інтеграції, самосвідомості та самовизначення особи в контексті побудови громадянського суспільства.

Результати досліджень свідчать, що міжнародний досвід організації анімаційного сервісу, послуг розваг обумовлений перш за все збільшенням вільного часу у населення, а отже, йде процес якісного збільшення дозвіллевих програм і послуг. Найбільший розвиток організації дозвілля та розваг набув в США, Канада, країни Західної Європи (Німеччина, Франція, Данія, Бельгія, Нідерланди, Фінляндія). Туристичний анімаційний сервіс найбільш розвинений у курортних зонах, де він сприяє підвищенню атрактивності туристичних подорожей та якості відпочинку. У курортних зонах всього світу існує чітке усвідомлення того, що особлива роль належить організації дозвілля відпочиваючих: ігровим заходам, активним змаганням, різним шоу і святкам тощо. На Заході основною діяльністю анімаційного сектора є щоденні програми розваг, які включають у себе асортимент безкоштовних послуг анімації для дорослих і дітей [4].

Зауважимо, що під анімаційними послугами розуміють додаткові послуги, що надаються туристу та дозволяють, поряд з добре організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку. Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, він постійно зайнятий тим, що доставляє йому задоволення, викликає позитивні емоції, формує прекрасний настрій і збуджує бажання повертатися до таких емоцій знову і знову.

Міжнародний досвід організації анімаційного сервісу свідчить про два напрямки:

створення спеціальних музеїв і парків, організація костюмованих турів, шоу, свят та інших дійств за своїми сценаріями;

оживлення програм дозвілля туристів у місцях тривалого відпочинку – курортних готелях і центрах, туристичних селищах і базах, на круїзних суднах тощо.

На думку Ільїної Є.Н. [3], доцільно виділити цілих чотири пріоритетних напрями анімаційного туризму, виділивши організацію костюмованих турів, шоу-музеї та тематичні парки в три абсолютно різні за походженням напрями (рис. 1.6).

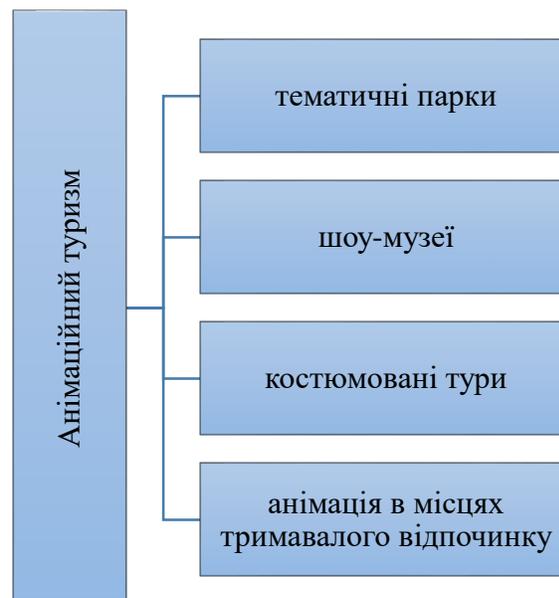


Рис.1.6. Різновиди анімаційного туризму (узагальнено автором на основі [3])

Отже, стрімкий розвиток туризму зумовив й розвиток анімації, яка вже розглядається не лише як засіб організації дозвілля туристів, а як новий популярний напрямок туристської діяльності, який сьогодні набуває активного розвитку по всьому світі як адекватний засіб у конкурентній боротьбі між подібними за рівнем сервісу й облаштуванням інтер'єрів готелями і туристськими комплексами. Анімація як особлива складова частини організації дозвілля виходить на новий рівень застосування, дає змогу використовувати її в різноманітних аспектах соціальної діяльності. Анімація як складова дозвілля є способом ініціації творчих потреб людини та її соціальної активності; оптимізації міжособистісних та міжгрупових відносин, соціально-культурної інтеграції, самосвідомості та самовизначення особи в контексті побудови громадянського суспільства. У результаті анімаційного впливу задовольняються релаксаційні, оздоровчі, культурні, освітні, творчі потреби та інтереси суб'єктів дозвіллевої діяльності, створюються умови для соціальної активності особи, здатної до перетворення навколишньої дійсності.

Список використаних джерел:

1. Байлик С.І., Кравець О.М. Організація анімаційних послуг в туризмі: Навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2008. 197 с.
2. Зорін В., Квартальнов С. Тлумачний словник туристських термінів. Туризм. Туристська індустрія. Туристський бізнес / В. Зорін, С. Квартальнов. Афіни : INFOGROUP, 1994. 408 с.
3. Ільїна Є.Н. Туроперейтинг: організація діяльності. Посібник. М., 2005. 480 с.
4. Ільтьо Т.І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип.6. С.174-178.
5. Міхо О.І. Анімація в рекреації та туризмі: Словник-довідник. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 224 с.