

**Трусова Т. С., викладач, Антонюк І. В., студентка** (Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне)

## **РОЛЬ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ**

Туристична анімація – це найважливіша частина діяльності на туристичному підприємстві, втілення високого рівня її професіоналізму, важлива складова частина турпродукту. Тому, як і будь-яка інша діяльність на туристському підприємстві, анімація має бути чітко спланованою, регламентованою, організаційно керованою і забезпеченою матеріальними, фінансовими і кадровими ресурсами.

Незважаючи на велику кількість публікацій про розвиток туризму в Україні, анімаційним послугам науковці приділяють недостатньо уваги. Серед них праці Т. І. Гальперина [1], Н. І. Гаранина, І. І. Булигиної [2], В. І. Казаренкова [3], Е. К. Мельникової, А. В. Портних [4], Є. М. Прієзжевої [5]. Проте, здебільшого ці праці носять інформаційно-довідковий, навчально-методичний характер. При цьому майже відсутні дослідження, що дають конкретні та дієві шляхи розвитку туризму.

Туристична анімація відіграє у туризмі важливу роль. Задоволення туриста відпочинком – забезпечення його хорошим настроєм, позитивними враженнями, відновлення моральних і фізичних сил – є метою туристичної анімації. У цьому полягають її головні рекреаційні функції.

Соціальні функції анімаційної діяльності визначаються вченими по-різному. Вони трактуються таким чином:

- виробництво нових знань, норм, цінностей, орієнтацій і значень;
- накопичення і зберігання нових знань, норм, цінностей та орієнтацій;
- відтворення духовного процесу через підтримку його наступності;
- комунікативне забезпечення знакового взаємодії між суб'єктами діяльності, їх диференціацію і єдність;
- створення соціалізованої структури взаємин, опосередкованих культурними компонентами;
- зняття виробничого стомлення, відновлення втрачених сил, надання психологічної розрядки за допомогою ігор і розваг [1].

Таким чином, значення туранімації полягає у підвищенні якості, різноманітності і привабливості турпродукту; збільшенні кількості постійних клієнтів і попиту на турпродукт; підвищенні навантаження на матеріальну базу тур підприємства, а, як наслідок, і у підвищенні ефективності його використання, рентабельності і прибутковості турдіяльності.

Проте, незважаючи на таке важливе значення анімації, ця діяльність часто недооцінюється підприємствами туристичної індустрії та державними органами влади. Науковцями поняття анімації також трактується по-різному. Одні вчені визначають її як програму (В. І. Казаренков, Н. І. Гаранін, І. І. Булигіна, Е. М. Прієзжова), а інші як послугу (Т. І. Гальперіна) (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування терміну «анімація»	
Трактування терміну	Джерело
Діяльність з розробки та здійснення спеціальних програм проведення вільного часу, організація розваг і спортивного проведення дозвілля.	Казаренков В. І.
Комплекс активізуючих культурно-розважальних програм, що сполучається з лікувально-оздоровчими програмами у межах рекреаційно-туристичного закладу.	Гаранін Н. І., Булигіна І. І.
Своєрідна послуга, що має на меті підвищення якості обслуговування, і однозначно – це своєрідна форма реклами, повторного залучення людей, гостей і їх знайомих, що також має на меті просування туристичного продукту на ринку для підвищення прибутковості турбізнесу.	Гальперіна Т. І.
Комплекс заходів по розробці та здійсненню спеціальних програм проведення вільного часу туристів, який проявляється в організації розваг та цікавого проведення дозвілля.	Прієзжова Е. М.

Отже, як серед науковців, так і у законодавстві немає єдиного визначення анімації. Тому автором пропонується трактувати *анімаційну діяльність як заходи з організації дозвілля туристів*. Це визначення чітко і лаконічно висвітлює суть даного процесу.

Отож, дослідимо роль наявності анімаційної послуги при виборі туристом туристичної путівки. Так, у 2014 році суб'єктами туристичної діяльності було реалізовано громадянам України 158430 турпутівок для подорожі по Україні та 379530 турпутівок за кордон [6, с. 9]. Найчастіше українці відвідували такі країни як Єгипет (29,9 %), Туреччина (26,2 %), Болгарія (9,8 %), Греція (5,4 %), ОАЕ (3,6 %), Іспанія (2,7 %), Польща (2,2 %), Чехія (1,9 %), Угорщина (1,6 %), Туніс (0,8 %) [6, с. 74–76].

Таким чином, у 2014 році за кордон було продано у 2,4 рази більше путівок, що свідчить про необхідність пошуку нових шляхів приваблення вітчизняного туризму. При чому більше половини путівок – до Туреччини та Єгипту, які вважаються «найбільш анімаційними країнами Близького Сходу» [4]. Саме в цих країнах відпочиваючі точно не будуть нудьгувати, адже різноманітність анімаційної діяльності цього не дозволить. Отож, авторами припускається, що саме надання анімаційних послуг слугує однією із головних складових попиту на туристичні путівки у дані країни.

Тому доцільно детальніше дослідити процес організації анімаційної діяльності у цих країнах, щоб цей досвід можна було використати і в Україні.

Так, описуючи анімаційний сервіс, типовий для Туреччини і Єгипту рівня 3 і 4 зірки, можна говорити про те, що вона представлена численними конкурсами та змаганнями типу «Спортландія». Також вони нерідко мають роздільну анімацію для дітей і дорослих. У цьому випадку дорослим пропонуються різні спортивні практики: починаючи від занять аквааеробікою до конкурсів медитації та йоги.

Спорт-аніматори організують командні ігри і змагання: міні-гольф, теніс, крикет, стрільба з лука, футбол, хокей на траві. У басейні проводяться конкурси на кращого нирця і плавця, ігри у ватерполо і зайняття водною аеробікою. Ввечері проводяться карнавали, дискотеки, театральні постановки [4].

Професійна анімація для дітей – справжня гордість Туреччини. Для них можуть влаштовуватися лялькові вистави або міні-дискотеки. Дитина будь-якого віку отримує відповідне пригостиння. Це морозиво, напої, соки, які можна отримати на пляжі або в дитячих ресторанах і барах. Вечорами проводяться дитячі дискотеки, конкурси, а також спортивні, пізнавальні і розважальні заходи. У міні-клубах організуються рухливі і розвиваючі ігри, ліплення з пластиліну, художні конкурси. Діти можуть готувати концерти і сценки під керівництвом педагога-аніматора.

Анімація в респектабельних готелях 5 зірок, як правило, виключає шумні дискотеки і конкурси з жартами на межі фолу. У числі розваг можна зустріти: масаж, спортивні тренінги, спа-процедури. Вечірня програма – це живі виступи музичних ансамблів. У готелях Туреччини, Єгипту і Тунісу може бути запропонований танець живота, виступ факірів. У деяких готелях, приміром, мережі Marriott, частенько відмовляються від анімації зовсім.

При цьому обов'язково зацентровано на регіональній специфіці того або іншого готелю. Якщо готель орієнтований на прийом туристів з Італії, то анімація, швидше за все, вестиметься на італійській мові. Вибір розваг також залежить від національних особливостей. Італійці віддають перевагу спортивному відпочинку – значить, в готелі буде представлений пляжний волейбол, футбол, аеробіка. Азіати люблять співати караоке, і якщо готель має постійних клієнтів з Японії або Китаю, то конкурси на кращого виконавця мають бути. Туристи з Росії і інших країн колишнього СРСР нерідко вибирають веселий відпочинок. Про це знають у багатьох готелях Туреччини, тому прагнуть доповнити свої програми клоунадами артистів розмовного жанру.

Щодо України, то анімаційні послуги не мають такої популярності. Власники готелів здебільшого вважають, що це лише додаткові витрати. Проте, інколи аніматорів все-таки залучають до туристичного бізнесу, проте здебільшого це непрофесійні люди, які отримують низьку заробітну платню. Для порівняння, у готелях Туреччини також можуть набирати непрофесійних людей, проте такі люди проходять безкоштовне навчання, а

заробітна плата у десятки разів вища, ніж в Україні. Аніматори туристичних готелів отримують заробітну плату від 500 до 800 USD, окрім того отримують чайові від 100 до 500 USD. Щодо українських аніматорів, то частіше буває, що наймають молодь (школярі або студенти) на літо, платячи при цьому мінімальну заробітну плату 45 – 100 USD. Тому український анімаційний сервіс відрізняється низькою якістю.

У контексті досліджуваної теми нами було проведено дослідження, щодо ставлення українців до анімаційних послуг. В опитуванні брали участь 160 людей різного віку, переважно із західних областей України. Серед них були як люди, які були за кордоном, так і люди, які самостійно організовували або через турфірму обирали тури на пляжі України. Опитування показало, що 48 % не брало участь у анімаційних програмах, а 20 % взагалі не розуміють значення цього слова, і лише 32 % підтвердили свою участь у програмах. Серед тих, хто брав участь у анімаційних програмах України 10 % оцінили негативно, 61 % – задовільно і лише 29 % оцінили її відмінно. Опитування щодо типу анімаційних послуг показало, що 55 % хотіли б щоб анімаційні послуги були комплексними, 24 % – ігровими, 10 % – спортивними і 11 % опитуваних вважає, що ці послуги непотрібні.

Таким чином, проведене дослідження виявило, що наявність анімації суттєво впливає на вибір відпочинку за кордоном. У той час, як в Україні такий вид послуг користується низькою популярністю та характеризується низькою якістю. Отож, в умовах, коли держава ставить пріоритетом у розвитку туризму саме підвищення привабливості внутрішнього туризму, роль анімаційної послуги значно зростає. Тому автором пропонується визначити у правовому контексті поняття анімація та зафіксувати рівні якості анімаційної послуги; активізувати підготовку фахівців-аніматорів у навчальних закладах; популяризувати анімацію у готелях. Такі кроки дозволять привабити у країну більше внутрішніх та іноземних туристів.

1. Гальперина Т. И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации [Текст] : учебно-практическое пособие / Т. И. Гальперина ; Российская международная академия туризма. – М. : Советский спорт, 2008. – 292 с.
2. Гаранин Н. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации : учеб. Пособие / Н. И. Гаранин, И. И. Булыгина. – М. : Советский спорт, 2004. – 128 с.
3. Свободное время – не просто отдых [Текст] : [О проблеме досуга детей и взрослых в современных условиях] / В. Казаренков // Клуб. – 1998. – № 5. – С. 13.
4. Мельникова Е. К. Сравнительный анализ анимационных услуг стран Ближнего Востока [Электронный ресурс] / Е. К. Мельникова, А. В. Портных. – Режим доступа : [http://conf.ugrasu.ru/attachments/article/679/3\\_%D0%9C%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%95.%D0%9A.pdf](http://conf.ugrasu.ru/attachments/article/679/3_%D0%9C%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%95.%D0%9A.pdf)
5. Приезжева Е. М. Социально-культурная анимация в туризме: учебно-методическое пособие / Е. М. Приезжева. – М. : РИБ «Турист», 2003.
5. Туристична діяльність в Україні у 2014 році / [Статистичний бюлетень] / Київ : Державна служба статистики України, 2015. – 76 с.