

РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АНІМАЦІЙНОГО ТУРОПЕРЕЙТИНГУ В УКРАЇНІ PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ANIMATION TOUR PROPERTYING IN UKRAINE

У статті розглянуто окремі аспекти розвитку анімаційного туropolерейтингу в Україні. Указано, що головним завданням анімаційного туropolерейтингу є створення відповідних програм перебування туристів та їх комфортної участі в анімаційних заходах регіонального рівня. Визначено, що в Україні діють відповідні туристичні об'єкти анімаційного туризму: костюмовані, пригодницькі та етнопутри, шоу-музеї з доповненою реальністю та анімованою експозицією, тематичні парки. Установлено, що сучасний туризм базується на широкому спектрі мотиваційних чинників, кожен з яких впливає на формування різних видів туризму. Встановлено, що протягом останніх років в Україні превалує відпочинково-розважальний туризм. Зазначено, що за 2017–2020 роки в Україні краще розвивався внутрішній туризм. Зазначено, що причинами негативних тенденцій на туристичному ринку України є військова агресія Російської Федерації на території України з 2014 року та пандемія SARS-CoV-2. Установлено, що робота вітчизняних туropolераторських компаній у напрямі розробки та промоції туристичних продуктів нині направлена на популяризацію українського продукту фестивального, пригодницького, розважального, подієвого та інших видів туризму.

Ключові слова: туropolерейтинг, анімаційний туropolерейтинг, анімаційний туризм, туристична потреба, туристичний продукт, фестивальний туризм.

The article explores some aspects of the development of animation touring in Ukraine. It is stated that the main task of animation tour rating is to create appropriate programs for tourists and their comfortable participation in animation events at the regional level. It is determined that in Ukraine there are relevant tourist facilities of animation tourism: costume, adventure and ethnic tours, augmented reality show museums and animated exhibitions, theme parks. It is established that animation tourism is gradually becoming a stable, mature industry with differentiated tourism products. It is established that modern tourism is based on a wide range of motivational factors, each of which affects the formation of types of tourism. It is noted that for the development of animation touring an important need of the tourist is the desire to have fun and get unforgettable emotions. It has been established that accommodation programs based on entertainment, festivals, games, adventure and event tourism are suitable to meet such needs. It has been established that in recent years recreation and entertainment tourism has prevailed in Ukraine. It is noted that in 2017–2020, domestic tourism developed better in Ukraine. The dynamics of tourists served by tour operators and travel agents for the purpose of travel – leisure and recreation. It was found that the number of domestic tourists in Ukraine in 2017–2020 increased 1.8 times, including tourists who traveled for leisure and recreation 2.2 times. It is noted that the reasons for the negative trends in the tourism market of Ukraine are the military aggression of the Russian Federation in Ukraine since 2014 and the SARS-CoV-2 pandemic. It is established that the work of domestic tour operators in the development and promotion of tourist products is now aimed at promoting the Ukrainian product of festivals, adventures, entertainment, events and other types of tourism. It is noted that the Ukrainian tourist market in the direction of animation touring is only developing.

Key words: tourist operating, animated touring, animation tourism, tourist need, tourist product, festival tourism.

УДК 38.48 (072)(0758)

DOI: <https://doi.org/10.32843/infracruct65-21>

Тимчук С.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет
садівництва

Нещадим Л.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри технології
і організації туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини

Tymchuk Svitlana

Uman National University of Horticulture

Neshchadym Lydmila

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical
University

Постановка проблеми. Розвиток анімаційного туropolерейтингу спричинений пошквалленням пропозицій послуг туристичного дозвілля зумовлених конкуренцією між сервісом, який забезпечують готелі і курорти з подібним рівнем обслуговування. Анімаційне обслуговування туристів передбачає розробку та реалізацію спеціальних планів організації дозвілля відпочиваючих, які мають відповідну структуру – сюжет програми відпочинку. Окрім того, основою для розвитку анімаційного туropolерейтингу у світі є функціонування різноманітних шоу-музеїв, тематичних парків а також популяризація костюмованих, етнофольклорних та пригодницьких турів різноманітних напрямів.

Головне завдання анімаційного туropolерейтингу – створити відповідні програми перебування

туристів з комфортними умовами, щоб споживач туристичних послуг почувався учасником програми і запам'ятав відпочинок. Цього можна досягти також на основі індивідуального підходу туropolераторських компаній та турагентств до формування програм перебування та обслуговування кожного туриста.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням анімаційного туropolерейтингу присвячені доробки Гуткевича С. О., Габи М. І. Особливості анімаційного туropolерейтингу досліджені у публікаціях Бабарицької В. К. та Малиновської О. Ю. Питання потенціалу та особливостей розвитку різних видів туризму на території України у контексті міжнародного туризму досліджували Краснодєд Т. та Попова Т. Феленчук Ю. Б. досліджено розвиток

фестивального туризму як напряму реалізації соціальної доктрини туризму в Україні.

Постановка завдання. Метою дослідження є особливості розвитку та основи анімаційного туроперейтингу в Україні, аналіз туристичних потоків відпочинково-розважального туризму і напрямів формування програм анімаційного обслуговування туроператорськими компаніями з врахуванням вітчизняного туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Удосконалення програми туру й урізноманітнення дозвілля та анімаційного обслуговування повинне відбуватися на основі максимального врахування інтересів туристів та активного їх включення в анімаційне дійство, що підвищує якість турпродукту і його сервісного забезпечення.

Анімаційний туроперейтинг передбачає [1, с. 168]:

- взаємодію туроператора з організаторами карнавалів, фестивалів, центрами дозвілля і розваг та включення їх заходів у програми турів;

- реалізацію комплексного обслуговування туристів на маршруті у відповідності з розробленим сценарієм відпочинку та з врахуванням тематики туру й індивідуального психологічного сприйняття програми;

- безпосередню роботу аніматорів з туристами щодо внесення оперативних змін у програму обслуговування.

Анімаційний туризм поступово стає стабільною, зрілою галуззю з диференційованими турпродуктами. Анімація використовується в організації та дозвіллі туристів. Її використання в різних формах є однією з сфер, в якій наразі організуються туристичні послуги в Україні та світі. Відродження туристичних проектів та диверсифікація дозвілля має базуватися на максимальному врахуванні інтересів туристів та активній участі в анімаційних заходах щодо значного підвищення якості туристичних продуктів та послуг [2].

Науковці виділяють такі напрямки анімаційного туризму:

1) Костюмований тур – це тип туру запрограмованого зі спеціальною установкою, яка передбачає безпосередню участь відвідувача в діях та атмосфері певного історичного періоду. Прикладами таких турів є фольклорні та пригодницькі тури, екскурсії на ранчо, ферми, тури, організовані в замках чи маєтках. При цьому створюються умови, щоб туристи могли орендувати одяг у стилі конкретної епохи. В Україні популярними є, наприклад, тур в пошуках привидів: замки Волині та Тараканівський форт [3], пригодницький квадро-тур біля Львова «Справжнє бездоріжжя», «Чортові скелі-загадка історії» [4], подорож до центру землі у м. Кривий Ріг, Київ-Львів-Карпати –пригодницький тур [5], печери Тернопільщини або Терношорська лада, Шешори + Гуцульське весілля та інші [6].

2) Шоу-музеї – це музеї з анімаційно організованою експозицією, в яких представлені живі персонажі експонованої епохи (наприклад, Музей перших англійських переселенців в м. Плітут (США), Музей «Скансен» у Стокгольмі (Швеція)). В Україні, наприклад, діє музей екоплакату «4-й Блок», з анімацією та доповненою реальністю, музей становлення української нації м. Київ, Львівський музей Шептицького, Полтавський художній музей ім. М. Ярошенка з технологіями доповненої реальності та ін.

3) Тематичний парк – це не тільки центр розваг, а справжня індустрія розваг зі своєю комплексною інфраструктурою, призначеною для проживання, харчування та навчання. Головною особливістю тематичного парку, поряд із веселими та захоплюючими атракціонами, є сама діяльність, яка обертається навколо відвідувача. Варто відзначити, що саме такі види парків користуються найбільшою популярністю у дорослих, особливо у іноземних туристів, любителів сімейного відпочинку, молодят і невеликих груп молоді. Серед найпопулярніших тематичних парків слід назвати: «Диснейленд» (штат Каліфорнія, США), «Волт Дисней Ворлд» (штат Флорида, США), «Євро Диснейленд» (Марн-ла-Валле, Франція), «Леголенд» (Данія), «Порт Аventura (Салоу, Іспанія), «Історичний тематичний парк Le Puy du Fou» (Ліз-Епесс, Франція), «Тематичний розважальний парк Полтонс «Будинок Свинки Пеппи»» (Ромсей, Великобританія), «Зоопарк-акваріум Zoomarine Algarve» (Гіа, Португалія), «Футуроскоп» (Шасней-дю-Пуату, Франція), Острів пригод (Саутенд-он-Сі, Великобританія) та інші. В Україні тематичні парки розваг таких масштабів не має. Проте цікавими для туристів можуть бути Парк «Київська Русь» живе середньовічне місто розташоване у Київській області, с. Копачів, Національний заповідник «Хортиця», парк «Світ велетнів» м. Київ, Центральний парк культури і відпочинку ім. М. Горького, м. Харків.

4) Анімація відпочинку туристів в готелях і центрах відпочинку – передбачає організацію тематичних шоу на території готелю з безпосередньою активною участю туристів: танцювальних вечорів, карнавалів, спортивних ігор і змагань тощо.

Сучасний туризм базується на широкому спектрі мотиваційних чинників, кожен з яких впливає на формування видів туризму. У свою чергу, мотивація залежить від потреб людини. Зовнішнім чинником виступає вплив соціуму на формування потреб туриста у процесі виховання, освіти, професійної й культурно-дозвілєвої діяльності. Внутрішніми чинниками туристичної мотивації виступають фізіологічні, духовні, соціальні та особистісні потреби, що мають безпосередній зв'язок з індивідуальними рисами характеру: темпераментом, рівнем комунікатив-

ності, емоційно-вольовими якостями людини тощо [7].

Для розвитку анімаційного туropolерейтингу важливою потребою туриста є бажання розважитись та отримати незабутні емоції. Для задоволення таких потреб підходять програми перебування, які базуються на розважальному, фестивальному, ігровому, пригодницькому та подієвому видах туризму. Розважальний туризм включає в себе ігровий туризм (дитячі і спортивні ігри, симуляції, логічні, настільні та азартні ігри, комп'ютерні та рольові ігри). Тому ігровий туризм є частиною анімаційного обслуговування туристів.

Переважну частину споживачів туристичного продукту, обслугованих туropolераторами та турагентами, складають туристи, що мандрують з метою, відпочинку та гарного проведення дозвілля. Їх питома вага в загальній кількості туристів перевищує 90%. Адже туризм по своїй суті передбачає наявність у людини вільного часу, проведеного в мандрах із задоволенням, отримуючи фізичну користь та цікаві туристичні враження. Величина часу на фізичний та інтелектуальний розвиток і відпочинок дозволяє виявити можливості залучення туриста у сферу туризму та виявити можливості оптимального його використання [8].

Згідно досліджень Краснодєд Т. і Попової Т. за 2017–2019 роки кількість туристів, обслугованих туropolераторами та турагентами України, по кожному напрямку туризму зросла. Так, загальне зростання кількості туристів з 2017 по 2019 рік на 118,5% відбулося за рахунок збільшення кількості туристів відпочинково-розважального напрямку на 128,9%, службового і навчального на 37,4%, спортивного на 48,3%, спеціалізованого аж на 778%, а також зменшення кількості туристів з метою лікувальної поїздки на 16,9% [9]. Зростання кількості туристів відбулося в межах спеціалізованого напрямку туризму (екологічний, сільський, кулінарний, винний, фестивальний, військовий, спецеопуризм тощо).

Проте значного впливу на загальний показник зростання по країні не відбулося, оскільки питома вага спеціалізованого туризму у всій кількості туристів становить всього 0,19%. Інша річ – вплив відпочинково-розважального туризму. Ймовірно в контексті саме його зростання відбулося і значне збільшення кількості подорожуючих дітей – в 2,7 рази за 2017–2019 роки [9].

Динаміку кількості туристів, обслугованих туropolераторами та турагентами (юридичні особи) метою поїздки яких було дозвілля та відпочинок розглянемо на прикладі таблиці 1.

Відбулось зниження питомої частки туристів, які відвідали Україну з метою відпочинку та дозвілля на 6%, в сегменті внутрішніх туристів питома частка зросла на 11% за досліджуваний період. Загальний потік туристів в Україні зменшився за рахунок іноземних туристів. Однією з причин стала військова агресія Російської Федерації на території України з 2014 року та пандемія SARS-CoV-2, яка на початку 2020 р. мала великий вплив на стан та подальший розвиток туристичної галузі. Натомість відбулось похваллення внутрішнього туризму в Україні. Кількість внутрішніх туристів за 2017–2020 рр. зросла у 1,8 раз, з них туристів, які подорожували з метою дозвілля та відпочинку у 2,2 раз. У 2020 р. питома частка внутрішніх туристів, які подорожували з метою відпочинку та дозвілля становила 64,9% загальної кількості туристів.

Розвиток ринку внутрішнього туризму пов'язаний з розвитком фестивального, пригодницького, відпочинкового, сільського та інших видів туризму, які дозволяють розвиватись анімаційному туropolерейтингу. Протягом останніх років в більшості регіонів України почали активно проводитись фестивалі різноманітного типу. Фестивальний туризм вносить значний внесок у соціальне, культурне та економічне життя того регіону, де вони проводяться. Географія фестивального туризму здебільшого пов'язана зі збереженням етнокультурної мозаїчності етносів

Таблиця 1

Розподіл туристів, обслугованих туropolераторами та турагентами за метою поїздки – дозвілля та відпочинок, осіб

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення (+;-)
Обслуговано туристів, усього	2403987	1606285	5319952	1957410	-446577
з них з метою дозвілля і відпочинку	2143615	1535356	4963974	1871767	-271848
Питома частка туристів за метою поїздки (дозвілля і відпочинок) до загальної кількості, %	89,2	95,6	93,3	95,6	6
Обслуговано внутрішніх туристів, усього	103652	95848	449655	187530	83878
з них з метою дозвілля і відпочинку	55965	55698	232756	121628	65663
Питома частка туристів за метою поїздки (дозвілля і відпочинок) до загальної кількості, %	54,0	58,1	51,8	64,9	11

Джерело: складено за даними [10]

України, територіально локалізується в межах окремих етнографічних регіонів, адміністративно-політичних одиниць [11].

За останні роки фестивалний рух в Україні розвивався досить динамічно. За підрахунками дослідників, щороку проводиться близько 200–400 фестивалів різної тематики, однак лише деякі з них мають міжнародний статус:

– музичні фестивалі – «ART JAZZ», «Woodstock Україна», «Західфест», «Таврійські ігри», «Крок у майбутнє» та ін.;

– кінематографічні фестивалі – «Молодість», «Одеський міжнародний кінофестиваль», фестиваль сучасного кіно «KanivFest»;

– літературні фестивалі – «Book Space» та «Книжковий Арсенал»;

– театральні фестивалі – «Мельпомена Таврії», «KAZ.KAR.»;

– художні фестивалі – «Малюй.UA.WAR»;

– фестивалі культури – «Гребінчині вечорниці», Різдвяний фестиваль колядок та щедрівок «Коляда на Майзлях», фестиваль звичаєвої культури, реконструкція подільського купальського обряду, відродження козацьких звичаїв та бойових мистецтв «Живий Вогонь», «Бойківські фестини», «Великдень у Космачі», етнографічний фестиваль «Жнива», салон-фестиваль авторської ляльки «Київська казка», історико-культурний мегафестиваль «Парк Київська Русь», еко-культурний фестиваль «Трипільське коло», фестиваль козацької культури «Батуринфест Шабля», фестиваль йоги, тантри і масажу «Yota-fest» та ін.;

– кулінарні фестивалі – «Борщик у глиняному горщику», «Міжнародний фестиваль дерунів» та ін. ;

– інші фестивалі – фестиваль гумору та сатири «Одеська Гуморина», фестиваль саморозвитку та творчості «Казкове місто», дитячий телевізійний фестиваль «Пісенне джерело», фестиваль фарб музики та відпочинку «Фестиваль Фарб Холі», міжнародний конвент рольових ігор «Чугункон», фестиваль міжкультурного обміну між державами та локальними громадами «EUROFEST-День Європи в Кривому Розі» та ін. [12].

Робота вітчизняних туроператорських компаній у напрямі розробки та промоції туристичних продуктів нині направлена на популяризацію українського продукту фестивального, пригодницького, розважального, подієвого та інших видів туризму. Український туристичний ринок у даному напрямі тільки розвивається, але необхідна база для анімаційного туроперейтингу активно удосконалюється.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що у напрямі розвитку анімаційного туроперейтингу в Україні туроператорські компанії повинні взаємодіяти з організаторами вітчизняних фестивалів, центрами дозвілля і розваг та враховувати їх у пропонувані програмах турів, які вони

реалізують на ринку. Важливою для анімаційного туроперейтингу є також реалізація комплексного обслуговування туристів на пропонувані маршрутах в рамках тематики турів та індивідуального психологічного сприйняття пропонувані програм перебування туристів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. 2-е вид., перероб. та допов. Київ : Альтерпрес, 2008. 288 с.

2. Гуткевич С. О., Габа М. І. Організація анімаційного туризму у сільській місцевості. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2010. Вип. 1. С. 205–210.

3. Ексклюзивні тури Україною. URL: <https://wondersholidays.com> (дата звернення: 17.03.2022).

4. Relax – портал відпочинку, розваг та подорожей. URL: <https://relax.com.ua/uk/about/> (дата звернення: 17.03.2022).

5. Офіційний сайт туристичної компанії «Орнамент України». URL: <https://ornament.ua> (дата звернення: 17.03.2022).

6. Етносвіт. URL: <https://etnosvit.com> (дата звернення: 17.03.2022).

7. Килимистий С. М. Класифікація видів анімаційної діяльності в туризмі. *Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство*. 2015. Вип. II (5). С. 77–83.

8. Neshchadym L., Lazariev O., Fernos Y., Komisarenko N., Tymchuk S. and Movchan L. Methods for Monitoring and Analysis of Holidaymakers' Free Time in Tourism. 10–11 april 2019 33rd IBIMA «Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020» Conference in Granada, Spain. P. 7077–7081.

9. Краснодєд, Т., & Попова, Т. Потенціал України у контексті міжнародного туризму. *Економіка та суспільство*. 2021. № (28). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-8> (дата звернення: 14.03.2022).

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 14.03.2022)

11. Феленчук Ю.Б. Розвиток фестивального туризму як напрям реалізації соціальної доктрини туризму в Україні. *Держава та регіон*. 2019. № 3 (108). С. 193–197.

12. Вільна енциклопедія «Вікіпедія». URL: <https://uk.wikipedia.org> (дата звернення: 14.03.2022).

REFERENCES:

1. Babarytska V. K., Malynovska O. Iu. (2008) Menedzhment turyzmu. Turopereitynh. Poniatiino-terminolohichni osnovy, servisne zabezpechennia turproduktu: [Tourism management. Tourist operating. Conceptual and terminological bases, service support of a tourist product]. Navchalnyi posibnyk. 2-e vyd., pererob. ta dopov. Kiyv: Alterpres, 288 p. (in Ukrainian)

2. Hutkevych S. O., Haba M. I. (2010) Orhanizatsiia animatsiinoho turyzmu u silskii mistsevesti [Organiza-

tion of animation tourism in rural areas]. *Visnyk Chervivets'koho torhovelno-ekonomichnoho instytutu*, vol. 1, pp. 205–210. (in Ukrainian)

3. Ekskliuzyvni tury Ukrainoiu. Available at: <https://wondersholidays.com> (accessed 17 March 2022).

4. Relax – portal vidpochynku, rozvah ta podorozhei [Relax – a portal of recreation, entertainment and travel]. Available at: <https://relax.com.ua/uk/about/> (accessed 17 March 2022).

5. Ofitsiyni sait turystychnoi kompanii «Ornament Ukrainy» [Official site of the travel company "Ornament of Ukraine"]. Available at: <https://ornament.ua> (accessed 17 March 2022).

6. Etnosvit [Ethnic world]. Available at: <https://etnosvit.com> (accessed 17 March 2022).

7. Kylymystyi S.M. (2015) Klasyfikatsiia vydiv animatsiynoi diialnosti v turyzmi [Classification of animation activities in tourism]. *Mizhnarodnyi visnyk: kulturolohiia, filolohiia, muzykoznavstvo*, vol. II (5), pp. 77–83. (in Ukrainian)

8. Neshchadym L., Lazariev O., Fernos Y., Komisarenko N., Tymchuk S. and Movchan L. (2019) Methods for Monitoring and Analysis of Holidaymak-

ers' Free Time in Tourism. 10–11 april 2019 33rd IBIMA «Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020» Conference in Granada, pp. 7077–7081. (in Spain)

9. Krasnodied, T., & Popova, T. (2021). Potentsial Ukrainy u konteksti mizhnarodnoho turyzmu [Ukraine's potential in the context of international tourism]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 28. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-8> (accessed 14 March 2022).

10. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 14 March 2022)

11. Felenchuk Yu. B. (2019) Rozvytok festyvalnoho turyzmu yak napriam realizatsii sotsialnoi doktryny turyzmu v Ukraini [Development of festival tourism as a direction of realization of the social doctrine of tourism in Ukraine]. *Derzhava ta rehion*, no. 3 (108), pp. 193–197. (in Ukrainian)

12. Vilna entsyklopediia «Vikipediia» [Free encyclopedia "Wikipedia"]. Available at: <https://uk.wikipedia.org> (accessed 14 March 2022)