

## МЕНЕДЖМЕНТ АНИМАЦИИ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

*В. Божко, О. Сыромятникова (Белгородский государственный университет)*

*Научный руководитель:*

*кандидат экон. наук, доцент С.В. Якимчук*

В настоящее время диверсификация образа жизни граждан России создает почву для повышения разнообразия мотивов туристических поездок. Для обеспечения максимально широкого охвата желающих в удовлетворении своих потребностей в отдыхе и развлечениях создаются различные концепции проведения отпусков и досугового времени, в которых основное внимание обращается на культурный отдых, связь с природой, возможность физической и психической релаксации.

Туризм – один из видов активного отдыха, поэтому именно здесь складываются и развиваются технологии досуга. В России формируются различные системы отдыха и туризма, способные удовлетворить разнообразнейшие потребности граждан в организованном проведении свободного времени, складывается система клубного отдыха: спортивные клубы, хобби-клубы, клубы ночных развлечений, детские творческие клубы и т. д. Возникают и развиваются специализированные организации, занимающиеся организацией досуга. Туристские учреждения начинают внедрять новые виды услуг, предоставляемых отдыхающим: спортивные зарядки и оборудованные залы для спортивных упражнений, развлекательные мероприятия для детей и взрослой аудитории и многое другое. Отмечается явно возрастающая тенденция к переориентации туризма на внутренний рынок, что создает необходимость разработки новых видов туристского продукта, опираясь на новые технологии его производства.

Туристская анимация – это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие, основанная на личных контактах аниматора с туристами, на совместном участии их в развлечениях, предлагаемых анимационной программой. Конечной целью туристской анимации является удовлетворенность туриста отдыхом – его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил – в этом заключаются важнейшие рекреационные функции туристской анимации.

В практике анимационного дела к функциям туристской анимации также относят:

16. *адаптационную*, позволяющую перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;
17. *компенсационную*, освобождающую человека от физической и психической усталости повседневной жизни;
18. *стабилизирующую*, создающую положительные эмоции и стимулирующую психическую стабильность;
19. *оздоровительную*, направленную на восстановление и развитие физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;
20. *информационную*, позволяющую получить новую информацию о стране, регионе, людях и т. д.;
21. *образовательную*, позволяющую приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;

22. *совершенствующую*, приносящую интеллектуальное и физическое усовершенствование;
23. *рекламную*, дающую возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы о стране, регионе, туркомплексе, отеле, турфирме [1, с. 124].

Значительный вклад в развитие туристской анимации в Белгородской области могут внести студенты Белгородского государственного университета, обучающиеся на факультете бизнеса и сервиса (специальность «Экономика и управление на предприятии (туризм и гостиничное хозяйство)»). Ими разработаны анимационные программы, туристские маршруты и экскурсии по Белгородской области, а университет может предоставить прекрасные условия для отдыха туристов непосредственно в самом комплексе Белгородского университета, являющегося жемчужиной города Белгорода: спортивный комплекс Светланы Хоркиной; конно-спортивная школа; ботанический сад площадью более 50 га; практические лаборатории, предоставляющие возможности ознакомиться и изучить кухни народов мира; база отдыха университета, расположенная в Шебекинском районе, способна принять около 3000 человек одновременно и открывает свои двери как для студентов и преподавателей, так и для гостей нашего города [3].

Социальная направленность анимационных программ выражается в том, что она служит формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся предпосылках. Анимационные программы, решая многогранные задачи (прежде всего воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, отдыха развития культуры человека) по своей сути формируют и развивают личность [2, с. 64].

Благодаря анимации туристы получают положительные эмоции и стремятся вновь посетить именно то туристское предприятие, где они уже были. Следовательно, можно с полным правом утверждать, что анимация – это своеобразная форма рекламы, привлечения гостей и их знакомых, преследующая цель продвижения туристского продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности туристского бизнеса.

Развитие туризма в приграничных районах будет способствовать не только повышению интеллектуального развития детей и взрослой аудитории Белоруссии, Украины и России, но и даст возможность прекрасного отдыха.

### Литература

1. *Квартальнов, В.А.* Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: учебник / под ред. В.А. Квартальнова. М.: Финансы и статистика, 2001. 288 с.
2. *Чудновский, А.Я.* Туризм и гостиничное хозяйство / под ред. А.Я. Чудновского. М.: ЮРКНИГА, 2003. 448 с.
3. *Богомазова, И.В.* Молодежный туризм / И.В. Богомазова // (Пост)современность и наука: социология в поисках себя и общества: сборник докладов участников V Международной научной конференции студентов и аспирантов, Харьков, 19–21 апр. 2007 г. Харьков: Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина, 2007.