

решкодами, подолати які можна тільки завдяки командній взаємодії. Спільна робота і сприяє вирішенню поставлених завдань заходу. Також важливим фактором є подальша рефлексія, що проводиться з учасниками, для аналізу отриманих знань і навичок. У результаті керівник отримує згуртовану команду, яка готова працювати ефективніше, в якій налагоджуються комунікаційні зв'язки і підвищується усвідомлення відповідальності ролі кожного в колективі.

Тимбілдинг є однією з перспективних моделей корпоративного менеджменту в туризмі, що забезпечить конкурентоспроможність підприємств на туристичному ринку, підвищує ефективність туристичних підприємств та є найефективнішим інструментом управління персоналом.

Г. В. Бреславець, М. С. Козлов

АНИМАЦІЯ — НОВА МОВА ТУРИЗМУ

H. V. Breslavets, M. S. Kozlov

ANIMATION AS THE NEW LANGUAGE OF TOURISM

Сутність анімації розкривається через розуміння її історичного розвитку, яке пройшло шлях від організації дозвіллевої діяльності до анімації як професії, складової туристичного продукту і невіддільної частини економіки вражень. Класифіковані за різними критеріями види анімації, анімаційні програми. Багато анімаційних заходів відтворюють специфічні історико-культурні особливості окремих країн.

Анімація сьогодні стає характерним туристським продуктом або необхідним елементом туристських програм, які реалізуються в системі вільного часу. Під час подорожі змінюється соціально-культурне середовище туриста, активний вид відпочинку базується на зв'язках «людина — природне середовище» і «людина — культурно-історичне середовище». Анімація, використовуючи інтерес туриста, «оживляє» туристський об'єкт, включає туриста в дію, урізноманітнює розваги, активізує споживання інформації, розвиває і виховує особистість.

Анімація в тій чи іншій формі існувала і раніше, але мала інші назви і способи вираження.

У Стародавньому світі праця і розваги диференціюються, стаючи самостійними сферами життя людини. У Стародавньому Єгипті, Месопотамії, Стародавній Індії, Стародавньому Китаї, у культурі античності виникли найважливіші передумови й умови для появи дозвіллевої діяльності. У представників широких шарів вони ще тісно переплітаються з народною культурою, фольклором, народними святами. Дозвілля знаті набуває власних форм, наповнюючись новим змістом.

Період Середньовіччя в Західній Європі характеризується тим, що найважливіші сторони суспільного та особистого життя, як і в арабо-мусульманському світі, набували духовного наповнення, суворо регламентувалися і контролювалися церквою. Дозвілля було продуманим і організованим.

З розвитком освіти остаточно затверджується громадська віра в силу наукових знань, у необхідність розвитку кожної людини шляхом освіти, професіоналізму і внутрішнього вдосконалення. У західних країнах більш динамічно

починає підвищуватися рівень грамотності населення, з'являються ефективні способи пропаганди багатьох видів і жанрів мистецтва і, насамперед, через тиражування друкованої продукції: репродукції картин, газети, журнали, книжки.

Сьогодні структура економіки західних країн стрімко змінюється, і зокрема за рахунок її нових сегментів: економіки відпочинку; економіки емоцій та економіки досвіду.

Отримують розвиток громадські форми дозвілля, які зароджувалися ще в давнину.

Разом із тим форми проведення дозвілля завжди відображали національну специфіку. Так, у дохристиянський період на Русі традиційні форми відпочинку спиралися на потужний міфологічний культурний пласт, характерний для багатьох язичницьких народів. Розвивається народне мистецтво, яке значною мірою стало впливати на форми проведення дозвілля.

Отже, зміна устрою і стилю життя людини, характеру її трудової діяльності призвело до зміни потреб у відпочинку, що змінило і зміст туристського продукту. Нині подорож, крім чисто утилітарних аспектів, наприклад розміщення і харчування, стало включати й інші елементи, спрямовані на задоволення потреб у розвагах і веселому проведенні дозвілля. Виникло поняття «туристська анімація» — вид діяльності, спрямованої на задоволення потреб туриста в розвагах і емоційному розвантаженні.

На сучасному етапі суспільство розглядає дозвіллеву діяльність як самостійну сферу життєдіяльності. Вона тісно перетинається з такими важливими сферами, як спорт і подорожі, релігія і мистецтво, сімейно-родинні відносини і побут, система соціальних комунікацій та практика масових видовищ.

Розвиток анімаційного оперейтингу вимагає розвитку вітчизняної індустрії розваг і дозвілля.

Таким чином, значення туристської анімації полягає в підвищенні якості, різноманітності і привабливості туристського продукту; збільшенні кількості постійних клієнтів, що, безсумнівно, сприятиме підвищенню ефективності діяльності туристичного підприємства.

Х. Р. Самойлова

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

H. R. Samoilo

COMPETITIVENESS MANAGEMENT OF A TOURIST ENTERPRISE

Управління конкурентоспроможністю — одна з найважливіших складових діяльності підприємств. Кожна організація повинна визначити свої конкурентні переваги і слабкі сторони, щоб виробити стратегію конкурентної боротьби, у межах якої буде визначений набір конкурентних короткострокових і стратегічних дій, які необхідно визначити для підвищення конкурентоспроможності. Для успішного управління конкурентоспроможністю необхідно визначити різні шляхи її підвищення. Заходи для покращення якості продукції, що виробляється, є одним із найважливіших напрямів діяльності керівництва для забез-