

## **КВЕСТ-АТРАКЦІЇ ЯК НОВЕ ПОКОЛІННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

**Шикіна О.В.**

к.е.н., ст. виклад кафедри економіки та управління туризмом  
Одеського національного економічного університету

Останнім часом спостерігається тенденція до перерозподілу туристичних потоків та корегування мети відвідування регіонів України. Існує необхідність активізації внутрішніх туристів, залучення іноземних туристів та пропозиції нових атракцій, як елементу підвищення попиту на туристичні послуги [4; 6]. Все більше виходить на перший план надання послуг розваг, залучення анімаційних програм, розробка інтерактивних екскурсій, відвідування тематичних закладів та ін.

На нашу думку, є необхідність систематизувати теоретичні положення щодо нового напрямку сфери розваг, що привертає увагу великої кількості людей та стає причиною для внутрішнього туризму.

Перш за все, потрібно надати визначення поняттю атракція – це система розваг і заходів, яка спрямована на те, щоб сформувати позитивне враження у туриста від проведеного тура [2, с. 86].

Атракція є найважливішим елементом повноцінного відпочинку, тим, заради чого людина залишає свій дім і відправляється у туристичну поїздку. Тобто, система розваг відіграє вирішальну роль в успішності проведення туру [1, с. 164-165].

До основних видів атракцій у сфері туризму можна віднести екскурсії, різноманітні культурно-масові заходи, наприклад, спортивні змагання, фестивалі мистецтв, карнавали, маскаради, конкурси, різноманітні шоу, виставки, ярмарки, тематичні салони, особиста участь у розважальних програмах, які організуються аніматорами, тематичні парки різних видів, задоволення особливих інтересів – шопінг, казино, боулінг, більярд, скачки тощо [2, с. 108].

У 2015 році спостерігалась активізація підприємств України, що надають послуги розваг за принципом організації квестів у різних формах прояву [5, с. 141]. Умовно всі ці підприємства можна віднести до квест-атракцій, що складаються з класичного квесту, квесторіїв, ескейп-румів, квест-перформансів, street adventure (одна з форм проведення екскурсій), квест-закладів ресторанного господарства та квест-засобів розміщення (рис. 1) [6].

До класичного квесту відносять гру, у якій індивідуальним учасникам чи команді необхідно виконати різні завдання за обмежений час (квести бувають як із застосуванням автомобілів, так і пішохідні на

обмеженій території), прикладом може бути «Encounter». Підприємства, що організують квести існують у нашій країні вже більше 10 років та для диверсифікації послуг розробили більш специфічні ігри.

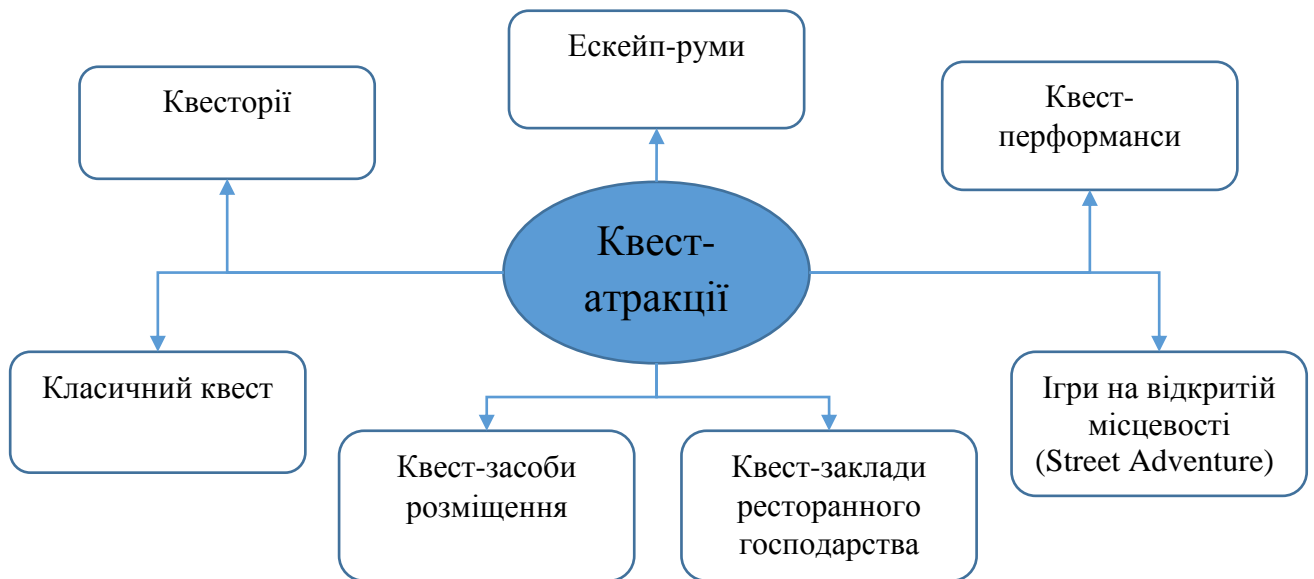


Рис. 1 Різновиди квест-атракцій

Один із них – це квесторії. Сюжетні вечірки, де кожен із учасників на декілька годин отримує костюм та роль, яку потрібно відіграти. Сюжет задає команда сценаристів, але його розвиток залежить від дій гравців і кожна гра може мати непередбачувану кінцівку. На гру відводиться певний час та пропонуються завдання, як приклад – розслідування злочину.

Ескейп-рум (англ. Real-life room escape) – це інтелектуальна гра, в якій гравців замикають у приміщенні, з якого вони повинні вийти за одну годину, шукаючи предмети та розв’язуючи головоломки. Деякі представники жанру також включають у себе детективний чи інший сюжет, щоб занурити гравців в унікальну атмосферу.

Атракції такого типу виникли з ідеї перенести в реальність комп’ютерні квест-ігри «escape the room». Перший ескейп-рум відкрив в Японії в 2007 р. Такао Като. Розвага швидко поширилася в Азії (Японії, Китаю, Тайваню, Сінгапуру, Таїланду), та знайшла свою аудиторію у Європі (особливо прижилося в Угорщині) і США.

Ескейп-руми набувають великої популярності, задля відвідування високоякісних румів бажаючі починають мандрувати по країні, тобто залучаються до туризму та організується ескейп-туризм.

Перформанси з’явилися як логічне доопрацювання ескейп-румів. Це гра в якій не тільки приміщення відповідає тематиці, але і актори приймають участь, наближуючи враження від подій до реальності.

Більш дешева форма організація квест-атракцій для початку бізнеса є Street Adventures (назву цьому виду квест-атракцій дала однойменна

організація, що почала їх проводити) – різновид екскурсійних квестів, які організовуються за допомогою мобільної платформи: завдання учасникам приходять на телефон прямо під час прогулянок по місту. Розпочали проводити такі екскурсії з 2008 р. для іноземних туристів, але даний вид квест-атракцій отримав розповсюдження і для внутрішніх туристів. Вартість проведення такої екскурсії приблизно 20 USD на команду з 2-7 чоловік. Маршрути пролягають як по вулицям міст, так і по паркам, музеям. На відміну від ескейп-румів Street Adventures не можуть запропонувати повне занурення в атмосферу проведення екскурсії, оскільки вона відбувається на відкритому просторі, але цей вид квест-атракцій, як було зазначено раніше, потребує меншого обсягу інвестицій [3, с. 133].

Квест-заклад ресторанного господарства – це кафе, чи навіть ресторан, де для отримання замовленого блюда необхідно виконати певні дії. Це може бути квест за містом для того щоб зібрати необхідні інгредієнти.

Повноцінних прикладів квест-засобів розміщення у м. Одесі ще не знайшлося, але готель «Вінтаж» розробив у своєму приміщенні ескейп-рум та пропонує його послуги, як додаткові послуги готелю. А хостел «Елементарно» пропонує знижки своїм гостям для проходження гри у мережі «Мишоловка» [6].

Альтернативі шляхи підвищення туристичної привабливості регіону з використанням нових атракцій, що були наведені впливатимуть на сприйняття бренду регіону.

#### **Список літератури:**

1. Галасюк С. С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів: монографія / С. С. Галасюк, О. В. Шикіна. – Одеса : Атлант, 2015. – 279 с.
2. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездойминов [та інші]. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
3. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект): навч. посіб. / І. О. Гродзинська, С. Г. Нездойминов, О. В. Гусева, А. В. Замкова. – Київ: Центр учбової літератури, 2014. – 264 с.
4. Шикіна О. В. Аналіз структури туристичних потоків Одеської області / О. В. Шикіна, І. Л. Ліптуга // Глобальні та національні проблеми економіки – Редакція електронного наукового фахового видання. – Миколаїв, 2015. – Випуск №7. - С. 114-127.
5. Шикіна О. В. Застосування франчайзингу, як методу управління підприємствами сфери розваг / О.В. Шикіна // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські науки в сучасному світі» (Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ, 10-11 грудня 2015). – Київ, 2015. – С. 223-226.
6. Шикіна О. В. Шляхи підвищення привабливості регіону за рахунок розвитку квест-атракцій / О. В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки – Редакція електронного наукового фахового видання Випуск №9. – Миколаїв. - лютий 2016 р. – С. 460-464