

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
Факультет суспільних і прикладних наук
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему: «Анімаційні послуги на підприємствах туристичної індустрії
Івано-Франківської області»

за освітньо-професійною програмою
«Економіка та організація туристичної діяльності»
спеціальності 242 Туризм

Студентки 4 курсу, групи Тз-19

Дзем'юк Вікторії Ігорівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Передерко В.П.

к.і.н., доц.кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала 4

Кількість балів: 3 оцінка: ECTS B

Члени комісії Дем'юк Н.М.

(підпис) (прізвище та ініціали)

Передерко В.П.

(підпис) (прізвище та ініціали)

Осипчук С.

(підпис) (прізвище та ініціали)

Басараб-Ташак Ч.

(підпис) (прізвище та ініціали)

Мирок Л.М.

(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь: «бакалавр»

Спеціальність: 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

завідувач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи

Мерлеука Х. М.

«08» 02 2023 року

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СТУДЕНТУ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Дзем'юк Вікторії Ігорівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Анімаційні послуги на підприємствах туристичної
індустрії Івано-Франківської області»

Керівник роботи Передерко Віталій Петрович

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом закладу вищої освіти від 11.11.2022 року №155/1-НВ

2. Строк подання студентом роботи 25.05.2023 року

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Визначити поняття та сутність анімаційних послуг;

2. Надати загальну характеристику суб'єктів туристичної індустрії Івано-
Франківської області;

3. Розглянути форми та завдання анімаційних програм;

4. Проаналізувати анімаційні послуги на підприємствах туристичної індустрії
Івано-Франківської області;

5. Дослідити проблеми організації анімаційних послуг на підприємствах
туристичної індустрії Івано-Франківської області;

6. Сформулювати шляхи удосконалення надання анімаційних послуг
підприємств туристичної індустрії Івано-Франківської області.

4. Дата видачі завдання 08.02. 2023 року

Календарний план виконання роботи

№ н/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строки виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення теми кваліфікаційної роботи	14 листопада	виконано
2	Визначення плану роботи та погодження з науковим керівником	8 лютого	виконано
3	Підбір та аналіз літературних джерел з теми кваліфікаційної роботи	15 березня	виконано
4	Підбір методів для проведення досліджень	березень	виконано
5	Написання розділу 1. Основи анімаційного обслуговування	березень	виконано
6	Написання розділу 2. Особливості анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області	квітень	виконано
7	Написання розділу 3. Рекомендації щодо організації анімаційною діяльністю на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області	травень	виконано
8	Підготовка текстового варіанту роботи для попереднього захисту на засіданні кафедри	25 травня	виконано
9	Обробка зауважень наукового керівника	31 травня	виконано
10	Представлення роботи для перевірки на академічну доброчесність	1 червня	виконано
11	Представлення оформленої роботи на кафедрі	10 червня	виконано
12	Написання відгуку наукового керівника	12 червня	виконано
13	Рецензування кваліфікаційної роботи	15 червня	виконано
14	Підготовка доповіді та презентації до роботи	15-20 червня	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	23 червня	виконано

Студент



(підпис)

Вікторія ДЗЕМ'ЮК

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник



(підпис)

Віталій ПЕРЕДЕРКО

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є комплексне, всебічне дослідження анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області.

В першому розділі розглянуто основи анімаційного обслуговування

В другому розділі розглянуто особливості анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області.

В третьому розділі представляє процес рекомендації, щодо організації анімаційної діяльності на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: АНІМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ, ОБСЛУГОВУВАННЯ, ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ АНІМАЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	6
1.1 Поняття та сутність анімаційних послуг.....	6
1.2 Анімаційні програми в індустрії гостинності.....	11
1.3 Форми та завдання анімаційних програм	16
<i>Висновки до розділу 1</i>	22
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	23
2.1 Характеристика суб'єктів туристичної індустрії Івано-Франківської області.....	23
2.2 Аналіз анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області	29
<i>Висновки до розділу 2</i>	38
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	40
3.1 Проблеми організації анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області.....	40
3.2 Шляхи удосконалення надання анімаційних послуг підприємств туристичної індустрії Івано-Франківської області.....	46
3.3 Програма музичної анімації для туристичних підприємств	51
<i>Висновки до розділу 3</i>	54
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Актуальність дослідження. Швидкий ритм життя сьогодні викликає гостру потребу у відновленні фізичних і духовних сил, які людина витрачає в процесі праці. Анімація як складова частина рекреаційної діяльності, яка спрямована на відновлення і розвиток фізичних і духовних сил людини, забезпечує якісний, змістовний і різноманітний відпочинок. Тому термін «анімація» потребує наукового вивчення для його ефективного впровадження в практичну діяльність.

В Україні надзвичайно гостро стоїть проблема підвищення якості організації та обслуговування вільного часу туристів. Адже забезпечення якості та організації дозвілля туристів залучить більше відвідувачів та покращить економіку держави. Проблема підвищення якості організації та обслуговування дозвілля туристів може бути вирішена за допомогою анімації організації дозвілля туристів.

Відпочинок, вільний час, розваги, а також робота є невід'ємною частиною життя людини. За допомогою розваг людина чи група людей задовольняє свої духовні потреби, оцінює свої здібності. Створення відповідних умов для цього є завданням туристичної галузі. Анімаційна діяльність в індустрії туризму формує і розвиває особистість, впливає на виховання, формування оптимістичного настрою, відпочинок, культурний розвиток особистості тощо.

Інформаційну базу дослідження складають матеріали навчальних посібників, наукових статей та дані туристичних компаній.

Теоретичною та методологічною основою роботи послужили праці вітчизняних та зарубіжних вчених у різних галузях суспільних відносин: О. М. Кравець, Т. П. Медведовська, Ю. В. Федотова, А. В. Сидорук, Н. В. Прилепа, Н. В. Терещук., С. В. Тимчук, К. В. Трухачова, В. М. Данилко, Б. П. Пангелов, М. М. Ляпкало, В. А. Красномоєць, Н. М. Заріцька, Ф. Мамедлі, Г. Олійник, О. Главацька, Т. С. Трусова, І. В. Антонюк

Метою роботи є комплексне, всебічне дослідження анімаційних послуг

на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області.

Об'єктом роботи є суспільні відносини, що виникають у сфері анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області.

Предметом роботи є анімаційні послуги туристичних підприємств Івано-Франківської області.

Завданнями роботи є:

- визначити поняття та сутність анімаційних послуг;
- охарактеризувати анімаційні програми в індустрії гостинності;
- розглянути форми та завдання анімаційних програм;
- надати загальну характеристику суб'єктів туристичної індустрії Івано-Франківської області;
- проаналізувати анімаційні послуги на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області;
- дослідити проблеми організації анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області;
- сформувати шляхи удосконалення надання анімаційних послуг підприємств туристичної індустрії Івано-Франківської області.

Методи, що застосовуються у роботі: аналіз, узагальнення, метод порівняння.

Практична значущість дослідження полягає у розробці шляхів удосконалення надання анімаційних послуг підприємств туристичної індустрії Івано-Франківської області та підвищення їх ефективності.

Тема роботи визначила наступну структуру дослідження, що складається із вступу, трьох розділів що поділяються на сім підрозділів, висновків, списку використаних джерел. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 52 найменування на шістьох сторінках. Загальний обсяг роботи складає 58 сторінок. У висновку відображено основні положення дипломної роботи та сформульовано загальні висновки.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ АНІМАЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

1.1 Поняття та сутність анімаційних послуг

Вперше термін «анімація» з'явився на початку 20 століття у Франції і трактувався як самостійна психолого-педагогічна діяльність у сфері культурного дозвілля, як дія, спрямована на те, щоб дати життя, вдихнути життя. У цей період були створені різноманітні додаткові визначення цього терміну: Ж. Р. Дюмазед'є вважає анімацію свідомою, навмисною, організованою та спланованою акультурацією людини з метою активного соціокультурного впливу на людей для оптимальної адаптації до технічних та соціальних змін у суспільстві шляхом створення умов для залучення до культури [33, с. 343].

Сьогодні термін «анімація» вживається як у вузькому, так і в широкому значенні слова. Більш вузький зміст характеризує організацію дозвілля як «Анімація (сфера розваг) – організація вільного часу в готелях, на корпоративних заходах, дитячих святах; напрям, що передбачає особисту участь відпочиваючих у культурно-масових заходах» [33]. Анімація у вузькому розумінні цього слова вважається діяльністю з розробки та представлення спеціальних програм для проведення вільного часу. Анімаційні програми включають спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, карнавали, ігри, хобі, заходи за духовними інтересами тощо [23, с. 139].

Анімація в більш широкому розумінні включає світоглядний потенціал, її розуміють як соціокультурний феномен. Аніматор виступає активатором або каталізатором процесів місцевого розвитку місцевих громад. У цьому аспекті термін «анімація» дозволяє, з одного боку, точно охарактеризувати цілі соціокультурної діяльності, виявити її консолідуєчий характер, а з іншого – вказати на внутрішній аспект відносин між суб'єктами соціокультурний процес (особливі способи спілкування, діалог, наповнений участю, почуттям, дією). У цьому контексті слід зазначити, що в сучасній науці розуміння

терміну «анімація» здебільшого пов'язане із соціальним аспектом, тобто цей термін переважно використовується для опису стосунків [11].

У Стародавній Греції анімаційні послуги були важливим фактором, що впливав на формування матеріальної бази відпочинку, дозвілля та розваг.

У процесі створення дозвіллевої бази також важливо було врахувати спектр прогнозованих потреб споживачів анімаційних послуг. Матеріальна база вільного часу створювалася саме для задоволення максимально широкого спектру потреб. Виникали таверни, пансіони та готелі, які поступово ставали важливим елементом громадського та релігійного життя. Вже в ті далекі часи власники корчм і шинків дбали про вільний час своїх гостей. Щоб розважити їх, запрошували музикантів, танцюристів і акробатів, влаштовували різні змагання, а також бої звірів і птахів: котів, собак, півнів, перепілок. Поширеною грою був «коттаб», змістом якого було влучити в ціль вином із келиха. Стародавні греки любили гру в кості та спортивні змагання

Сутність анімації як складової рекреаційних послуг полягає в наступному: вона реалізується у вільний час; характеризується свободою вибору, добровільністю, активністю та ініціативою однієї особи та різних соціальних груп; визначається національно-етнічними та регіональними особливостями і традиціями; характеризується різноманітністю видів, заснованих на різних інтересах дітей, молоді та дорослих; характеризується глибокою індивідуальністю і має гуманістичний, культурно-оздоровчий та виховний характер [25, с. 374].

Підсумовуючи результати теоретичного дослідження сутності анімації, зазначимо, що її характерними ознаками є:

- 1) реалізація у вільний час;
- 2) наявність свободи вибору, добровільності, активності, ініціативи як однієї особи, так і різних соціальних груп;
- 3) зумовленість національно-етнічними, регіональними особливостями та традиціями;

4) різноманіття видів на основі різноманіття інтересів дорослих, молоді та дітей;

5) глибока індивідуальність;

б) гуманістичний, культурно-розвивальний, оздоровчо-виховний характер [38, с. 532].

Анімаційна діяльність – це багатовимірна, різнобічна взаємодія педагога і учнів (організатора і відпочиваючих) у сфері вільного часу, за допомогою якої задовольняються і розвиваються відпочинково-оздоровчі, культурно-освітні, творчі, духовно-моральні потреби, якості соціально активної особистості, здатної перебудовувати навколишню дійсність і себе в ній; це складна система, структура (організація) якої є процесом, що відбувається в певному секторі безперервного культурно-творчого середовища [25, с. 375].

Туристична анімація є найважливішою частиною загальної діяльності туристичного підприємства, вираженням його високого професіоналізму, найважливішою складовою туристичного продукту. Тому, як і будь-яка інша діяльність на туристичному підприємстві, анімація має бути спланованою, чітко регламентованою, організаційно керованою та забезпеченою матеріальними, фінансовими та кадровими ресурсами [23, с. 140].

У туризмі виділяють такі види анімації:

- анімація в русі – задовольняє потребу людини в русі, яка пов'язана із задоволенням і приємними враженнями;

- анімація через спілкування – задовольняє потребу спілкуватися з новими, цікавими людьми, відкривати внутрішній світ і пізнати себе через спілкування.

- анімація через переживання – задовольняє потребу відчувати нове, невідоме, несподіване у спілкуванні, відкритті, а також у подоланні труднощів;

- анімація шляхом залучення до культури – задовольняє потребу туристів у духовному розвитку особистості шляхом залучення до її культурно-

історичних пам'яток та сучасних зразків культури країни, регіону, народу, нації;

- творча анімація – задовольняє потребу людей у творчості, демонструє їхні творчі здібності та налагоджує зв'язок з однодумцями через спільну творчість;

- готельна анімація [22, с. 64].

Анімаційна послуга дозволяє активізувати туриста через контакт аніматора з ним. Турист вибирає ті види діяльності, які найбільш прийнятні і від яких він отримує максимальне задоволення [15, с. 98].

Аналіз існуючих напрямків розвитку анімаційної діяльності в індустрії туризму дає підстави стверджувати, що більшість із них поділяється на два блоки:

- 1) створення спеціальних музеїв, парків, організація балів, шоу та інших заходів;

- 2) анімація як поживлення програм дозвілля мандрівників у місцях відпочинку.

Кінцевою метою туристичної анімації є задоволення туриста від відпочинку – його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. Це найважливіша рекреаційна функція туристичної анімації. Туристська анімація покликана безпосередньо виконувати дві функції: спортивно-оздоровчу та пізнавальну (рис. 1.1).

Організація анімаційних заходів є одним із ефективних шляхів розвитку креативності, розвитку та навчання особистості через участь в анімаційних програмах різної спрямованості (спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, карнавали, ігри, хобі, курси), які є частиною сфери рекреаційних послуг [33, с. 343].



Рис. 1.1 Сутність анімації в туризмі

Основна мета анімації – покращити якість обслуговування людей у вільний час; шляхом залучення його до різноманітної рекреаційної діяльності в туристичних комплексах: готелях, санаторіях, пансіонатах, туристичних базах і турбазах, туристичних клубах, а також організації ефективного відпочинку, підтримки оптимістичного настрою, відновлення духовних і фізичних сил людини [36, с. 288].

В анімації використовуються активні види відпочинку, до яких відносяться рухливі спортивні ігри, плавання, біг, лижі, піші прогулянки, аеробіка, альпінізм, походи, а до пасивних – читання, риболовля, відтворення музики, садівництво, комп’ютерні ігри, відвідування стадіонів, концертів, виставки, музеї, огляд пам’яток архітектури, історії та культури [18, с. 23].

Соціальні функції анімаційної діяльності дослідники визначають по-різному. Вони тлумачаться наступним чином:

- продукування нових знань, норм, цінностей, орієнтацій і цінностей;
- збирання та збереження нових знань, норм, цінностей та орієнтацій;
- відтворення духовного процесу через підтримку його безперервності;
- комунікативне забезпечення символічної взаємодії між

суб'єктами діяльності, їх розмежування та єдності;

- створення соціалізованої структури стосунків, опосередкованої культурними компонентами;

- усунення виробничої втоми, відновлення втрачених сил, психологічне розвантаження через ігри та розваги [47].

1.2. Анімаційні програми в індустрії гостинності

Анімаційна програма – комплекс театральних-видовищних заходів, створених художньо-творчими методами активізації процесу туристського відпочинку.

Виділяють такі види туристичної анімації:

1. Анімаційні туристичні маршрути. У цьому випадку основним мотивом подорожі є анімаційна програма. Це можуть бути творчі чи наукові виставки, культурно-освітні, тематичні, спортивні заходи, фестивалі, концерти.

2. Інші анімаційні програми. Вони призначені для підтримки основної концепції туру, супроводу туристів під час подорожі, а також використовуються в форс-мажорних ситуаціях.

3. Готельна анімація. Це найпоширеніший вид туристичної анімації. Це додатковий «плюс» при виборі готелю, адже туристи знають, що їм там не буде нудно. Крім того, в більшості сімейних готелів дитячі анімації є чи не обов'язковою організаційною складовою [39].

У типології анімації важливе місце займає готельна анімація, оскільки використання цього виду анімації в разі успіху підвищує позитивний економічний ефект від діяльності готелю. Вона спрямована на:

- 1) підвищення якості, різноманітності та привабливості готельного продукту та туристичних послуг;

- 2) підвищення якості обслуговування гостей;

3) збільшення числа постійних гостей і попиту на готельний продукт за рахунок повторного відвідування;

4) збільшення навантаження та підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази готельного підприємства;

5) створення позитивного іміджу та репутації організації;

6) зростання рентабельності та прибутковості організації в цілому [38, с. 534].

Загальна анімаційна програма готельного підприємства повинна бути складена таким чином, щоб анімаційні заходи були різноманітними за своєю структурою. Вибір конкретних форм анімаційної діяльності готелю залежить від матеріально-технічної бази та наявності інфраструктури, контингенту відпочиваючих і рівня професійної підготовки працівників анімаційної служби [36, с. 91].

Основами культурно-видовищної роботи в готелях є: загальний підхід до обслуговування відвідувачів, де хід заходу визначається сценарієм. До основних форм організації обслуговування таких заходів належать [6]:

- карнавал – народне свято вуличних дійств, таких як паради, маскаради;
- розгром – зустріч людей, яким заборонено танцювати;
- банкет – щедре частування людей;
- містерія – театральна постановка вистави релігійного змісту;
- церемонія – релігійне (державне) дійство, яке проводиться в суворому порядку (церемонія);
- виступ, масовий виступ.

В останні роки туристична анімація на узбережжі Середземного моря в Туреччині, Іспанії та Франції отримала великий розвиток.

Анімаційної послуга у готелі вказує на його статус, оскільки для успішної та ефективної роботи анімаційної команди необхідно мати наявність комфортного амфітеатру з достатньою кількістю місць, дитячий майданчик з усіма його атрибутами, басейни та інші спортивні майданчиків на території готелю. Також необхідно постійно оновлювати матеріально-технічну базу –

костюми, декорації, спортивне та ігрове обладнання, що потребує значних фінансових ресурсів, тому анімаційна послуга представлена переважно лише в структурі готелів 4* та 5* [5, с. 285].

Тому анімаційні послуги та програми відіграють важливу роль у розвитку закладів гостинності (готелів та ресторанів). Зокрема, мережа готелів Reikartz Hotel Group, яка відкриває свої заклади розміщення та ресторани по всій Україні, зазначає, що ключову роль у популярності самого закладу громадського харчування відіграє наявність анімаційної програми. У їх мережі є попит на заклади з грузинською кухнею. Або, наприклад, в Одесі готель NEMO RESORT & SPA пропонує комплекс анімаційних програм для дітей і дорослих (квести, латинські танці, боді-арт, монополія, армреслінг для дорослих, крокодил, дартс, твістер і багато іншого). Готель «Родео Парк Коблево» в Коблево пропонує дорослим і дітям відчувати атмосферу дикого сходу. У зв'язку з карантинними обмеженнями більшість анімаційних програм було заборонено і досі існують значні карантинні обмеження на анімаційні програми [40, с. 43].

Серед найпоширеніших у готельно-ресторанних закладах такі види анімації: азартні (казино, ігрові автомати), дискотеки, концерти, творчі – студія, СПА, сауни, фітнес, кафе, бари, дартс та ін.

Для створення умов для комфортного, різноманітного, цікавого відпочинку, забезпечення якісного дозвілля в готелях аніматори розробляють програми міжнародних рекламних заходів, наукових конференцій, симпозіумів, пропонують спортивні заходи (кінні прогулянки, вітрильний спорт, гірські походи, екскурсії [16, с. 63].

Організовуючи анімаційну діяльність, необхідно пам'ятати, що анімація це формування позитивного настрою туриста під час відпочинку. Однак, крім досягнення рекреаційної мети туриста під час відпочинку, керівництво готелю стикається з необхідністю створення так званого WOW-ефекту від відпочинку – запоруки подальшого повернення туриста в готель. У цьому

напрямку успіху в індустрії гостинності можна досягти за умови виконання кількох умов (рис. 1.2).

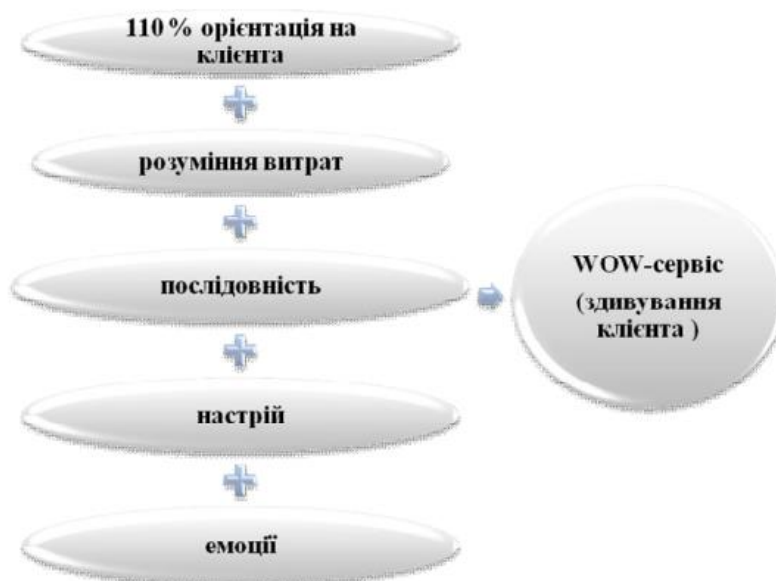


Рис. 1.2 – «Ключ» до успіху в індустрії гостинності [18]

Велика кількість молоді (школярі, студенти, спортивні команди) відпочиває в готелях. Це дуже активний сегмент і для них головне провести відпустку якомога веселіше та цікавіше. І команда аніматорів, яка здійснює свою діяльність, приділяє увагу в першу чергу цій категорії туристів.

Молодь можна поділити на дві вікові категорії: від 18 до 24 і від 25 до 34 років. Ці категорії мають значну рушійну силу та вплив, оскільки є найбільш численними. Оскільки вони представляють велику групу людей, можна виділити складні тенденції в цьому сегменті – пізні шлюби, поява першої дитини в сім'ї, маленьке господарство, важливість кар'єри для обох дорослих членів сім'ї [28, с. 133].

У міжсезоння та взимку, особливо для людей похилого віку та пенсіонерів, готелі стають привабливим місцями відпочинку. В цей період, коли сонце не так сильно пече, як влітку, вони знаходять комфорт і задоволення від своєї подорожі.

Анімаційна програма спеціально розроблена з урахуванням потреб цієї категорії туристів і включає різноманітні інтелектуальні ігри та легкі спортивні змагання. Крім того, пропонуються спокійні форми розваг, такі як

чаювання, посиденьки та вечори з музикою, що дозволяють їм насолодитися романтичною атмосферою та поділитися приємними спогадами.

Для ефективної реалізації готельної анімації необхідні наступні компоненти (рис. 1.3):

- 1) концепція готельної анімаційної діяльності з набором типових анімаційних програм і способів їх адаптації до реальних груп і особистостей;
- 2) кваліфіковані аніматори, здатні втілити в життя концепцію, програми та методики, а також персонал, залучений до процесу обслуговування гостей;
- 3) матеріально-технічні засоби для проведення фізкультурно-оздоровчої та рекреаційної діяльності.

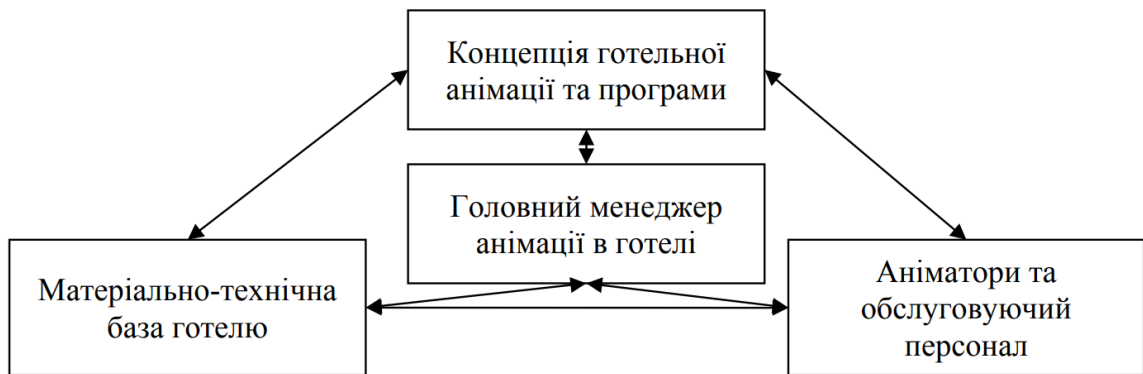


Рис. 1.3. Анімація в індустрії гостинності [38]

Основними помилками в організації вільного часу можуть бути:

- невідповідність вікової категорії дітей складеній програмі туру.
- недостатня кваліфікація організатора дозвілля або невміння організувати програму.
- неправильний вибір місця чи події.
- перенасиченість програми лише окремими типами ігор або їх однорідність [5, с. 287].

Анімаційна програма повинна відповідати загальній стратегії розвитку готельного комплексу. Внутрішні служби, включаючи анімаційну службу, працюють відповідно до стратегій всієї організації і мають тісну співпрацю з іншими підрозділами, такими як фінансовий, юридичний, кадровий, технічний

та служба безпеки. Співробітники анімаційної служби не лише розробляють програму для клієнтів, але й беруть участь у формуванні цінової політики закладу та вирішенні різних проблем, таких як кадрові, операційні, транспортні, туристсько-екскурсійні та інші [35, с. 43].

1.3. Форми та завдання анімаційних програм

За видами анімаційну діяльність можна класифікувати в такий спосіб:

- ігрова;
- вербальна;
- музично-пісенна;
- спортивна;
- танцювальна;
- видовищні заходи (анімаційні шоу);
- комплексні програми.

Досить цікаво науковець пропонує поділити види та форми рекреаційної туристичної анімації за життєвими цілями (рівнем знань) на:

1) за соматичним рівнем на:

- цілий комплекс культурно-розважальних і спортивних програм в рамках системи відпочинку (курорту).
- заплановані організаторами пригоди, масштабна ігрова діяльність з елементами екстриму, активізація вболівальників;

2) шляхом адаптації:

- вечірні індивідуальні або невеликі групові тематичні, культурно пізнавальні програми в межах готелю чи курорту;
- анімації в етноцентрах, етномузеях, етноготелях;
- фестивалі, народні свята, пізнавально-ігрові, комунікаційні та екопрограми;

- виставкова анімація експозицій та зооанімація;

3) самореалізація:

- карнавали, свята, фестивалі, конкурси, концерти;
- релігійні свята, фестивалі та концерти духовної музики, ритуально обрядові заходи;

- культурно-історичні реконструкції;
- науково-ділові ігри;
- спортивні ігри та змагання;
- святкова анімація;
- споглядання небес

4) за творчим рівнем:

- гастрономічні свята, фестивалі, театральні дегустації, розважальні заходи в ресторанах;

- майстер-класи;
- фольклорна музика-пісні, танцювальні програми, вечірні розваги;
- клуби за інтересами;
- покази мод [37].

При організації анімаційних програм необхідно враховувати особливості різних вікових категорій відпочиваючих на туристичних об'єктах.

Технологія створення анімаційних програм включає: сукупність прийомів роботи аніматора; організація цієї роботи; використання спеціальних технічних засобів (предметів, споруд, пристроїв). Це складний і багатогранний процес, оскільки він вирішує наступні завдання: створення анімаційних програм, економічний розрахунок витрат на окремі програми, їх реалізацію і, нарешті, творчу реалізацію запланованих анімаційних заходів з подальшим аналізом. Цей технологічний процес являє собою цілісну систему, в якій взаємодіють усі компоненти [8, с. 218].

Основним елементом цієї системи є об'єкт діяльності (туристи, гості, відпочиваючі). Все спрямовано на задоволення їхніх фізичних і духовних потреб. Тому аніматорам необхідно знати ці потреби, вивчати інтереси, вимоги та побажання туристів.

Це означає, що технологічний процес створення анімаційних програм включає наступні елементи:

- предмет діяльності – обслуговувані туристи, населення (групи та окремі особи);
- суб'єкт діяльності – менеджер, фахівець з анімаційної служби;
- анімаційна діяльність з усіма її компонентами є процес суб'єкт-об'єктної взаємодії.

Механізм реалізації анімаційної послуги наведений на рисунку 1.5. та на рисунку 1.6.

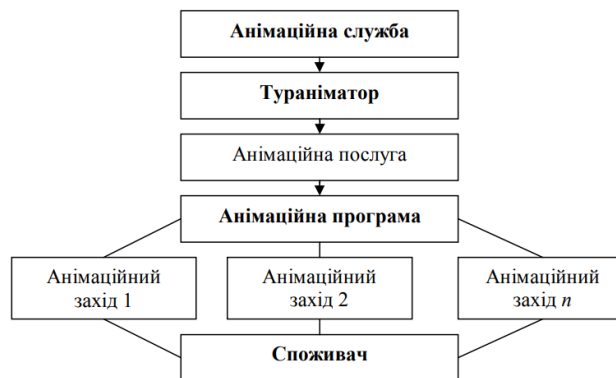


Рисунок 1.5. Механізм реалізації анімаційної послуги

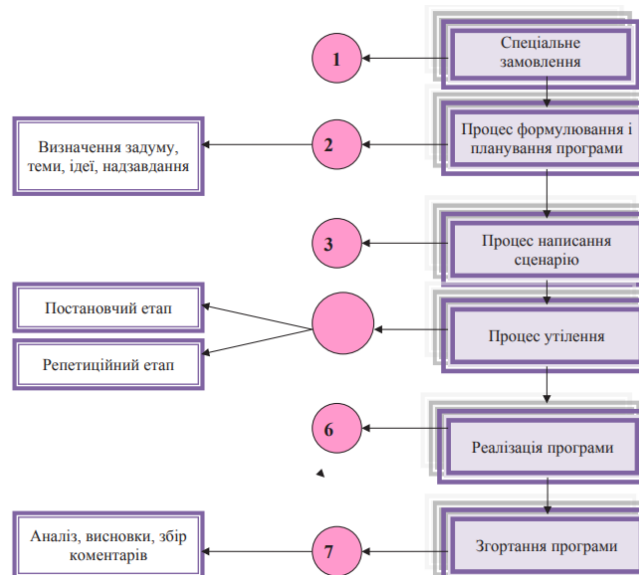


Рис. 1.6. Технологія створення і реалізації анімаційної програми [21]

Процес розробки оздоровчо-розважальних програм передбачає вирішення великої кількості різноманітних технічних і творчих завдань.

Креативність – це джерело всього нового, тому ми її цінуємо, підтримуємо і намагаємося використовувати. Оскільки творчість як багатогранне явище пов'язане зі стилем життя, розвитком вольової сфери, стилів і форм спілкування з людьми, новими умовами праці, рівнем культури й освіти, новими підходами у вихованні, то очевидно, як зазначає Л. Сліпчишин каже, що вважає, що для його розвитку потрібне творче середовище [34].

У практиці анімації можна виділити наступні функції туристичної анімації для цільових анімаційних програм [13, с. 135]:

- адаптивний, що дозволяє переходити з повсякденного середовища у вільне, спокійне;
- компенсація, звільнення людини від фізичної та розумової втоми повсякденного життя;
- стабілізуюча, яка створює позитивні емоції та стимулює психічну стійкість;
- реабілітація, спрямована на відновлення розвитку фізичних сил людини, ослаблених у повсякденній трудовій діяльності;
- відомості, що дозволяють отримати нову інформацію про країну, регіон, людей тощо;
- навчальна, що дає змогу в результаті яскравих вражень здобувати та закріплювати нові знання про навколишній світ;
- який покращує, який приносить інтелектуальне та фізичне вдосконалення;
- реклама, що дає змогу за допомогою анімаційних програм перетворити туриста на носія реклами про країну, регіон, туристичний комплекс, готель, турфірму.

Важливо відзначити, що в сфері організації соціокультурної анімаційної діяльності використовуються різні технології управління, а саме:

- маркетингові технології – передбачають моніторинг соціокультурних процесів, формування сучасного ринку попиту на культурні продукти та послуги;

- технології моніторингу, планування та організації, які дають змогу визначити основні цілі, завдання, методи та прийоми, спрямовані на реалізацію того чи іншого плану, проекту, програми в соціокультурній сфері;
- прогностичні технології, що дають змогу обирати необхідні орієнтири в соціокультурній діяльності;
- технології прийняття управлінських рішень, що забезпечують оперативність, реалістичність, економність, своєчасність, обумовленість управлінських рішень;
- соціокультурний менеджмент – це процес діяльності, в якому, крім принципів, структури та характеристик, характерних для загального менеджменту, проявляються особливості фінансового, педагогічного, психологічного та інноваційного менеджменту. Соціокультурний менеджмент слід розглядати як сукупність управлінських відносин і засобів управлінської діяльності в соціокультурній сфері, як особливий тип взаємодії і відносин між колективами та окремими людьми – суб'єктами цієї діяльності [32].

Анімаційні інновації є частиною загальної маркетингової стратегії готельних компаній України. Поняття інноваційного маркетингу включає процес дослідження ринку, який включає аналіз споживачів, аналіз можливих загроз і ризиків при впровадженні інновацій, врахування сильних і слабких сторін в конкурентних умовах, вибір і розробку конкурентної стратегії, маркетинговий контроль. планово-оперативний маркетинг [22, с. 86].

За таких умов впровадження інновацій в анімаційні програми України забезпечить:

- процес взаємодії підприємства готельного господарства з гостем;
- ефективна розробка та впровадження нових анімаційних програм.

У контексті теми дослідження науковці підготували дослідження щодо ставлення українців до анімаційних послуг. В опитуванні взяли участь 160 осіб різного віку, переважно із західних областей України. Серед них були люди, які перебували за кордоном, а також люди, які самостійно або через турагентство обирали тури на пляжі України. Опитування показало, що 48%

не брали участі в анімаційних програмах і 20% взагалі не розуміють значення слова, і лише 32% підтвердили свою участь у програмах. Серед тих, хто брав участь в українських анімаційних програмах, 10% оцінили її негативно, 61% – як задовільно, і лише 29% – як відмінно. Опитування щодо типу анімаційних послуг показало, що 55% хотіли б, щоб анімаційні послуги були комплексними, 24% – ігровими, 10% – спортивними, а 11% респондентів вважають, що ці послуги непотрібні [50].

Технологія створення анімаційних програм, таким чином, включає: комплекс прийомів роботи аніматора; організація цієї роботи; використання спеціальних технічних засобів (предметів, споруд, пристроїв). У туристичній анімації можна виділити наступні функції: адаптивну, компенсаторну, стабілізуючу, рекреаційну, інформаційну, освітню, оздоровчу, рекламну.

Висновки до розділу 1

Якщо узагальнити, це то можна стверджувати, що анімація – це особливий вид дозвіллевої діяльності соціальних груп та індивідів, завданням якого є подолання соціального та культурного відчуження з метою усунення особистісної соціальної дезінтеграції (психологічних відхилень, девіантної поведінки, наркотичної та алкогольної залежності, прояви суїциду тощо), реабілітація критичних станів людини, допомога у творчій самореалізації. В основи структури анімації в туризмі лежать два основних види діяльності: рекреаційна та туристична.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Характеристика суб'єктів туристичної індустрії Івано-Франківської області

Івано-Франківська область входить до списку найбільш привабливих і популярних туристичних регіонів України. Наявна база рекреаційних закладів різних форм власності (362 одиниці на 17,6 тис. місць) забезпечує можливість збільшення лікувально-оздоровчих, туристичних і спортивних послуг, у тому числі для іноземних туристів. Сьогодні майже 800 фермерів приймають туристів у своїх господарствах. Туристичні послуги надають понад 100 туроператорів і туристичних агентств; функціонує мережа з 14 туристичних інформаційних центрів. Природні заповідники та об'єкти. До мережі природно-заповідного фонду області включено 474 території та об'єкти загальною площею 218,8 тис. га, що становить 15,7 % від загальної площі області, з них: 32 об'єкти загальнодержавного значення на площі 131,6 тис. га. 442 об'єкти місцевого значення площею 87,2 тис. га. Під охороною держави в області він рахується з найдавніших часів (XII ст.) до XX ст. в тому числі 1423 пам'ятки архітектури, з них 513 церковних споруд – 482 церкви (335 дерев'яних і 127 мурованих), 24 церкви та 7 синагог [3, с. 52].

Пріоритетними видами туризму в Івано-Франківській області є: культурний, екологічний та транзитний. Прикарпаття – один із перспективних туристичних регіонів держави. В останні роки в регіоні динамічно розвивається туризм. Зростає інтерес місцевого населення до здійснення туристичної діяльності.

Регіон має добрі комунікаційні зв'язки із зовнішнім середовищем. Розташування Івано-Франківської області передбачає складну доступність для жителів з східної України та легку доступність для відвідувачів з Польщі,

Румунії, Словаччини, Молдови та Угорщини, які перетинають західні кордони автомобільним та залізничним транспортом. У гірській зоні Івано-Франківської області за характеристиками туризму, привабливістю, специфікою пропонованого туристичного продукту виділяються три різні туристичні райони – Осмолодсько-Болехівський, Ворохтянсько-Яремчанський та Верховинсько-Косівський [7].

Суб'єктів туристичної діяльності, які реалізують підготовку та реалізацію туристичних послуг, доцільно виділити окремо [42, с. 96]:

- фахівці з планування та стратегії створення туристичного продукту;
- компанії та установи, які надають основні послуги туристичного продукту (перевезення туристів і розміщення), тобто постачальники або виробники цих послуг;
- організації, що займаються комплектуванням і розрахунком всього туристичного продукту, супроводжують туриста протягом всієї туристичної подорожі або на конкретному місці відпочинку (турфірми);
- фізичні та юридичні особи, які виступають посередниками між споживачем (туристом) та організаторами (виробниками) туристичного продукту, який цей споживач купує (туристичними фірмами);
- установи, що надають додаткові та супутні послуги в процесі споживання туристами придбаного туристичного продукту: заклади громадського харчування, екскурсійне обслуговування, туристичні інформаційні центри, місця культурно-історичного значення для туристів (дестинації), заклади розваг та відпочинку, банківські та фінансові установи тощо.

В Івано-Франківську працює 156 туристичних фірм. До рейтингу кращих туристичних агентств увійшли такі туристичні агентства, як Go tour, Mega-tour, TUI, Join Up, Classic-tour, Азбука подорожей [49].

Найбільший обсяг доходів від туристичної діяльності отримали суб'єкти господарювання, які здійснюють свою діяльність на території Яремчанської міської ради, це пов'язано насамперед з функціонуванням на її території

туристичного комплексу «Буковель» та тим, що за іншими якісними показниками (за кількістю суб'єктів господарювання, чисельністю працівників Яремчанська міська рада займає перше місце в області. На другому місці – Івано-Франківська міська рада, на території якої працюють 4 з 5 найбільших за доходами туристичних підприємств. Коломийська міська рада та Верховинський і Коломийський райони також входять до першої п'ятірки за цим показником через наявність значної (на 10 тис. населення) кількості суб'єктів малого підприємництва, які отримують доходи у сфері туризму [8, с. 140].

Аналіз наведених показників з точки зору адміністративно-територіальних одиниць свідчить про концентрацію туристичної галузі на території Яремчанського, Івано-Франківського, Коломийського, Верховинського, Коломийського, Косівського районів. Таким чином, випереджувальний характер розвитку туризму на зазначених територіях свідчить про використання суб'єктами господарювання наявного природного потенціалу та інфраструктури, переважання рекреаційного, традиційного гірського та оздоровчого туризму та низький рівень розвитку альтернативних видів туризму. туризм (наприклад, сільськогосподарський, екологічний). Крім того, зрозуміло, що існує потреба активізувати зусилля та мобілізувати ресурси для розвитку туристичного потенціалу в цих регіонах Івано-Франківської області, а саме: де їх природно-географічні умови дозволяють використовувати їх як основу для розвитку туризму (насамперед, Рожнятівський, Надвірнянський, Долинський, Богородчанський райони), а також сільськогосподарські території, де можуть стати альтернативними видами туризму. така основа [8, с. 138].

За спектром видів і форм туристичних послуг, характером територіальної організації галузі та наявним потенціалом розвитку сучасного туризму Івано-Франківськ посідає одне з провідних місць не лише в Карпатському регіоні. а й загалом у рейтингу найпопулярніших туристичних

регіонів України (внутрішній та активний туризм) та Центральної та Східної Європи (міжнародний туризм).

За підсумками 2016–2021 років Івано-Франківська область увійшла до трійки найкращих в Україні – за кількістю організованих внутрішніх туристів, організованих іноземних туристів та доходами від надання туристичних послуг. В Україні Івано-Франківська область, за всіма показниками, є одним із найпопулярніших регіонів для туристів [27, с. 45].

Туризм в Івано-Франківській області характеризується підвищенням рівня конкуренції на ринку туристичних послуг. Незважаючи на складний розвиток ринкових відносин, за останні роки відкрито ряд туристичних підприємств і об'єктів туристичного обслуговування, особливо в гірських і передгірних районах. Деякі з визначальних факторів функціонування галузі (менеджмент, фінансування, рівень якості) є основою підвищення її конкурентоспроможності [26, с. 43].

У 2021 році Івано-Франківська область отримала 10,4 млн грн туристичного збору, що на 85% більше, ніж у 2020 році.

Як передає агенція Укрінформ, про це у соцмережах повідомив начальник управління туризму Івано-Франківської ОДА Віталій Передерко: «Туристичний збір Івано-Франківської області у 2021 році становить 10,4 мільйона гривень. Це на 85% більше, ніж у 2020 році». За його інформацією, понад 60% туристичного збору області забезпечила Полянницька територіальна громада, на території якої розташований ГК «Буковель», майже 15% ТГ Івано-Франківська та близько 8% територіально громадою Яремчанська [45].

Нещодавно Державне агентство розвитку туризму України оприлюднило інформацію щодо справляння туристичного збору. Згідно з даними, Івано-Франківська область посіла четверте місце за надходженнями туристичного збору в Україні.

У 2022 році туристичний збір в Україні знизився на 24%. Зокрема, за 2022 військовий рік туристичний збір склав 178 млн 948 тис. грн., що на 24% менше показника 2021 року – 235 млн 461 тис. грн.

Зниження спостерігалося в 14 регіонах України, насамперед у районах, які постраждали або знаходяться в зоні бойових дій. Таким чином, у Херсонській області туристичний збір знизився на 95%, у Миколаївській – на 90%, у Донецькій – на 83%, у Луганській – на 80%.

Туристичний збір зріс через внутрішню міграцію українців з окупованих і прифронтових територій у безпечніші регіони.

У 2022 році Львівська область вийшла в лідери надходжень туристичного збору – 41 млн 430 тис. грн, що на 79% більше, ніж у 2021 році. Київ вніс до свого бюджету 31 млн 474 тис. грн, що менше половини показника минулого року.

Серед регіонів-лідерів зі сплати туристичного збору – Закарпаття – 19,471 тис. грн., Івано-Франківська – 17,956 тис. грн., Черкаська – 12,555 тис. грн. (Рис. 2.1.)

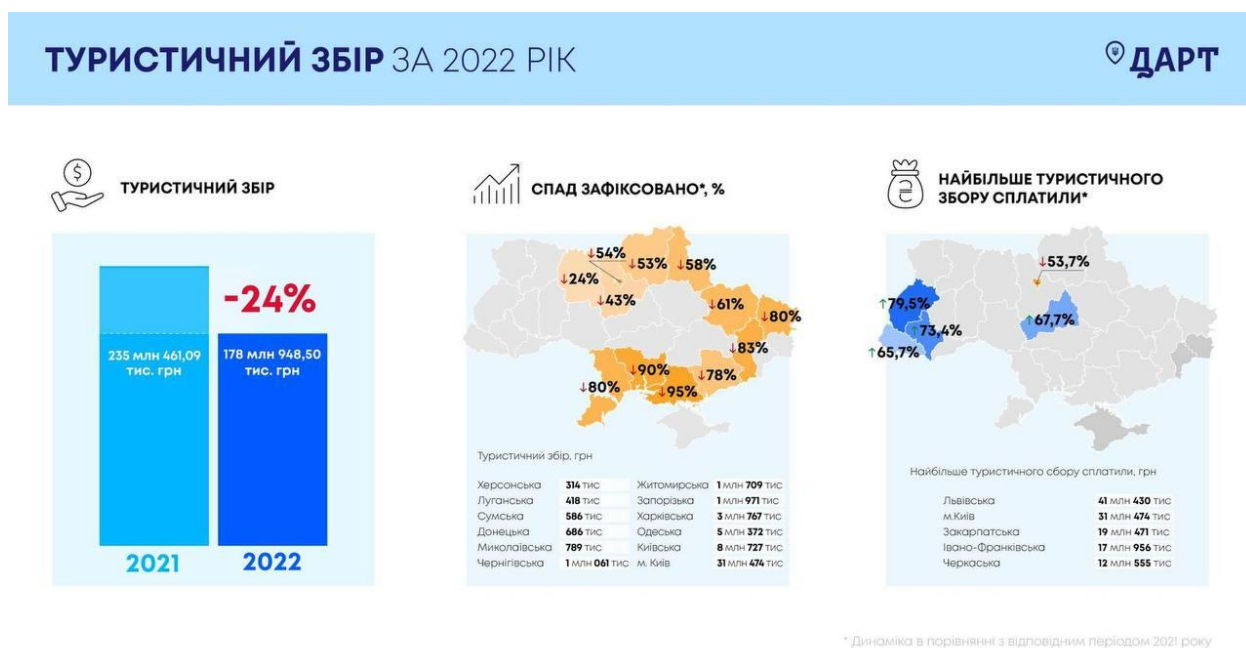


Рис. 2.1. Туристична статистика Івано-Франківської області [36]

Загалом у 2021 році Івано-Франківську область відвідали понад 2 мільйони туристів та одноденників. Взимку відпочивати надавали перевагу Буковелю, влітку частіше зупинялися на курорті Яремче, а також на

Бойківщині та Дністровському каньйоні, де ще мало об'єктів, які платять туристичний збір.

В області функціонує понад 500 туристично-оздоровчих закладів на 20 тис. місць, а також послуги розміщення надають близько 800 сільських зелених туристичних зон. Зареєстровано понад 200 суб'єктів туристичної діяльності, з них 36 мають ліцензію туроператора. Працюють 9 туристично-інформаційних центрів. В Івано-Франківську зосереджено 55% від загальної кількості суб'єктів туристичної діяльності області. Нараховується 55 суб'єктів туристичної діяльності, з них 11 туристичних агентств, 43 туристичні агентства та 1 ФОП займається виключно екскурсійною діяльністю [48].

Функціонування сфери розміщення безпосередньо пов'язане з особливостями розвитку туризму, динамікою туристичних потоків, пріоритетним розподілом туристів у межах конкретної території, це означає, що вислів «попит породжує пропозицію» є надзвичайно важливим. Враховуючи те, що в Івано-Франківській області, як і в Україні загалом, домінує внутрішній туризм, надзвичайно актуальним є питання про доцільність побудови та вдосконалення сучасної мережі готельних підприємств [11, с. 38].

За даними Booking.com, станом на 2023 рік в Івано-Франківській області зареєстровано 1168 засобів розміщення, зокрема готелі, садиби, гостьові будинки, кемпінги тощо [51].

Гості з Івано-Франківської області найчастіше обирали для проживання готелі (52%) та садиби (26%), ресторани (53%) та домашню кухню в мікрорайонах (30%). Порівняно з іншими закладами розміщення готелі мають значну перевагу за всіма зазначеними критеріями: за кількістю номерів, загальною місткістю та відвідуваністю. Проте інфраструктура хостелів та молодіжних центрів і притулків у гірській туристичній зоні є досить слабо розвиненою. Такі показники, мабуть, лише відображають ухилення власників бізнесу від реєстрації власної діяльності через несприятливу державну, особливо податкову політику у цій сфері.

Відмінності в територіальному розподілі закладів полягають у наступному:

- готелі зосереджені в обласному центрі, всіх районних центрах і містах з населенням понад 20 тис. осіб. Туристи зупиняються в готелях з метою культурно-освітнього, екскурсійного, ділового гірськолижного туризму;
- мотелі, розташовані на трасах Львів – Івано-Франківськ – Чернівці, Івано-Франківськ – Долина – Стрий, Івано-Франківськ – Надвірна – Рахів – Ужгород, Коломия - Чернівці, Надвірна – Воловець – Мукачево;
- бази і гірські укриття в основному зосереджені в передгірних і гірських районах області. Вони популярні серед туристів для лікувально-оздоровчого, екологічного, сільського, водного та інших видів активного відпочинку;

Що стосується інших місць короткострокового перебування, то вони поширені в районах сільської забудови, зеленого туризму, пішохідних стежках і поблизу гірськолижних курортів [11].

В області функціонує понад 500 туристично-оздоровчих закладів на 20 тис. місць, а також послуги розміщення надають близько 800 сільських зелених туристичних зон. Зареєстровано понад 200 суб'єктів туристичної діяльності, з них 36 мають ліцензію туроператора.

2.2. Аналіз анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області

Сучасний розвиток суспільства вимагає підвищеної уваги до індивідуальних потреб та особистісного самовираження кожної людини. Така орієнтація веде до вдосконалення соціальних відносин і посилення гуманізації суспільства. Як наслідок, у процесі обслуговування споживачів у сфері туризму та гостинності значна увага приділяється організації вільного часу та відпочинку з використанням сучасних форм і методів анімації. Одним із найефективніших у цьому напрямі є соціально-культурна анімація [6, с. 59].

Індустрія гостинності виявляє, що анімація може бути ідеальним засобом зануритися в нові сучасні концепції та залучити нових клієнтів і відвідувачів.

Анімація в сучасній концепції гостинності в цілому переслідує цілі підвищення якості послуг, реклами та просування продукції на ринок з метою підвищення прибутковості в довгостроковій перспективі.

Анімація, як відносно новий вид послуг у сфері туризму в Україні, має спиратися на досвід розвинутих туристичних країн під час свого розвитку. В Україні майже всі готелі пропонують анімаційні послуги. Але, на жаль, більшість цих послуг є стандартними і не виділяють готель серед інших і вже не цікаві туристам.

Серед існуючих анімаційних послуг, які надають готелі Івано-Франківської області, на даний час можна виділити [12, с. 45]:

- проведення тижнів кухонь різних регіонів і країн у ресторані закладу, а також використання відповідної національної атрибутики та колориту на території готелю;
- організація урочистих заходів до Дня Святого Валентина, 8 Березня та інших свят;
- використання національного або тематичного одягу та аксесуарів при обслуговуванні гостей готелю.

Для аналізу анімаційних послуг у підприємствах туристичної галузі Івано-Франківської області ми обрали готель «Історія», який знаходиться за адресою: Івано-Франківська область, Буковель, Поляниця, урочище Подина.

Етнодизайн-готель «Історія» розташований у селі Поляниця, за 3 км від туристичного центру Буковель. Незвичайний дизайн, унікальне освітлення та архітектурне рішення дозволили створити один із найнезвичайніших готелів України. Кожен готельний номер унікальний. Такого ж числа не існує, оскільки кожен з них присвячений певному періоду історії України. Є номери «Печера», «Трипілля», «Скіфія», «Київська Русь», «Княжий», «Козак», «Суб'єктне право», «УПА», «Класика» тощо.

На території готелю знаходяться: лазня з басейном, бібліотека історії України, кімната для сушіння лиж, дитячий майданчик.



Рис. 2.2. Фото готелю «Історія» в Івано-Франківській області

Нещодавно готель «Історія» почав надавати анімаційні послуги, що збільшило кількість бажаючих скористатися послугами готелю. Характерною

особливістю анімаційних заходів у готелі є нестандартний підхід до створення сценаріїв індивідуального або групового обслуговування відпочиваючих.

Розважальна програма готелю «Історія» включає ігри для дітей та дорослих на території готелю. Гід веде анімаційну програму.

Так, ігри для дорослих включають:

1. «Боксерський поєдинок»

Перед початком змагань ведучий викликає двох справжніх чоловіків, які готові на все заради своєї дами. Леді Чирв негайно присутня, щоб сприятливо вплинути на своїх лицарів. На кавалерів надягають боксерські рукавички, інші гості створюють символічний боксерський ринг. Роль модератора – максимально стимулювати ситуацію, підказувати, які м'язи краще розтягнути, навіть просити коротких бійок. Після завершення фізичної та моральної підготовки лицарі виходять у центр кола і вітають один одного. Ведучий, він же суддя, нагадує правила: не бити нижче пояса, не залишати синців тощо. Потім ведучий роздає бійцям однакові цукерки, бажано карамельні (вони важче відкриваються) і просить даму серця якомога швидше розгорнути цю цукерку, не знімаючи боксерських рукавичок. Той виграє.

2. «Паперове плаття»

Називається дві (і більше) пари. Після початкової розмови про моду та модельєрів кожному «кравцю» видають рулон туалетного паперу, з якого потрібно зробити сукню для своєї «моделі». (Сукня має бути тільки з паперу. Дозволені розриви та вузлики, але заборонені скоби, шпильки та інші застібки). На деякий час (10-30 хв.) пари віддаляються, після чого модель повертається в новому «вбранні». Після оцінки зовнішнього вигляду сукні журі запрошує пари до танцю. На очах здивованої публіки сукня «розповзається по швах»!

Ігри для дітей включають:

1. «Сонечко» Аніматор збирає дітей на майданчику. На роль сонечка вибирається дівчина. Вона сидить у центрі кола, утвореного іншими дітьми, і заплющує очі, ніби спить. За сигналом аніматора діти починають «виглядати з-за хмар» сонечко, яке принесе їм весну-красну, і співають:

«Вийди, вийди, сонечко,
На дідове полечко,
На бабине зіллячко,
На наше подвір'ячко,
На весняні квіточки,
На веселі діточки.
Там вони граються,
Тебе дожидаються.»

Дівчинка-сонечко прокидається, піднімає руки з пальчиками вгору, посміхається і біжить до дітей. Діти продовжують співати веснянку: «Ой є в лузі калина, Ой є в лузі калина. Калина, калина, Комарики –дзюбрики калина. Там стояла дівчина... Цвіт калини ламала... Та в пучечки в'язала... Діти танцюють у колі, наслідуючи рухи, коли дівчина ламає калину, в'яже пучки та плете з них віночок.»

2. «Трампіж»

Парна кількість гравців. Вони діляться на дві групи, у кожної своя «мама». Ферзі міряють один одного і чия верхня, той ферзь починає гру. Мати бере палицю, кидає її кудись і кричить: «Трампіж!». Поки мама кидає палицю, дві групи стоять парами одна проти одної і закривають один одному очі «пальцями» (великими пальцями). Коли дама кличе: «Трампіж», всі гравці біжать і шукають ключку. Той, хто його знайшов, біжить до матері, а ворогуючі намагаються відібрати його палицю. Якщо він потрапив до нього в утробу, то це не зараховується і його група виграє. Гру знову починає мама групи.

3. «Принцеса»

За сигналом аніматора хлопчики та дівчатка, взявшись за руки, стають у коло, вибирають «Принца» та «Принцесу». «Принцеса» в колі, «Принц» поза колом. Всі співають: «Ой у місті царівна, а за містом царев син, царів син». Підійди ближче, маленький принце, підійди ближче. Вклоніться царівні низько, низько. Підійди, княже, ще ближче, ще ближче, Вклонися царівні ще нижче, ще нижче. Поверни царівну, поверни царівну, візьми царівну з містечка, з містечка. Обведіть ферзя навколо лінії, навколо лінії. І царівну поставити в ряд, в ряд».

«Царевич» виконує всі покладені на нього обов'язки, бере принцесу за руку і саджає її поруч. Потім вибираються ще «Принц» і «Принцеса».

4. «Цурка»

Для гри потрібні дві палиці: одна довжиною 1 м, друга – 20-30 см, кий – довгий, цурка – коротка. На землі малюють квадрат, в середині викопують яму. На нього викладається сир. Паличка лежить поруч з нею в квадраті. Діти обирають ведучого. Підходить до площі, доглядає і, за словами дітей:

«Лети, лети цурко,

Кому випаде –

Той і гру поведе!»

– підкидає палицю вгору. Діти намагаються зловити її, щоб пиріг не впав на землю. Той, хто його зловить, отримує 50 балів. Потім він кидає м'яч у поле з того місця, де він його зловив. Якщо він влучає, він отримує ще 100 балів і стає господарем. Якщо ви не потрапили на квадрат, гру продовжує попередній ведучий. Якщо ведучий кинув м'яч і ніхто його не зловив, він отримує 10 очок. Він знову повторює свій кидок.

Також під час перебування в готелі почали проводитися різноманітні анімаційні заходи. З приходом літа у вихідні дні аніматори влаштовують яскраві шоу, конкурси, вистави та інші заходи, які передбачають участь туристів.

Підготовка та розробка анімаційних програм є особливою діяльністю індустрії туризму. До них відносяться спортивні ігри та змагання, танцювальні

вечори, карнавали, ігри, заходи, що належать до сфери духовних інтересів тощо. Програма відпочинку – це план проведення туристичних, фізкультурно-оздоровчих, культурно-масових, пізнавальних і самодіяльних заходів, пов'язаних спільною метою чи задумом.

Аналіз анімаційних програм готелю «Історія» вимагає розуміння організації просторового середовища.

Специфіка цього питання полягає в тому, що вдалий вибір місця дії (природний ландшафт: озеро, лісова галявина, мінеральне джерело), його органічний зв'язок з історико-культурним чи фольклорним змістом створює необхідну атмосферу, підсилює емоційний і емоційний характер. візуальний вплив анімаційної програми. При цьому здебільшого бракує реалістичної сценографії, а епіцентр дійства становлять деталі, які доповнюють рельєф і активізують уяву глядачів.

Готель «Історія» почав надавати анімаційні послуги, що збільшило кількість бажаючих скористатися послугами готелю. Розробляючи проект анімаційної програми, керівництво готелю враховує, що домінування емоцій у вільний час і підпорядкування радості, веселощів, розуму і волі продиктовано основною метою «дозвіллевої» діяльності забезпечити відпочиваючим фізіологічний, психологічний відпочинок, абстрагування від роботи та побутових проблем.

Також, наприклад, готель «Красна Поляна», що розташований у Івано-Франківській області, надає наступну анімаційну програму на 6 днів проживання в даному готелі (рис. 1.4.)

Завданням анімаційної служби є постійний контакт з відпочиваючими, результати якого істотно впливають на загальні відгуки про відпочинок. І завдяки цьому контакту готель може мати певний відсоток постійних клієнтів. Готелі, які намагаються збільшити цей відсоток (переважно сімейні готелі), намагаються покращити анімаційні послуги [21, с. 86].

Готельна анімація значною мірою сприяє виконанню всіх умов для позитивного перетворення потреб туриста (гостя) в його задоволення. Актуальність дослідження цього аспекту підтверджується також оцінкою експертів – співробітників готелів і туристичних агентств: 82% туристів висувають високі вимоги до рівня організації анімаційних програм, 68% вважають анімацію чудовим видом мистецтва, 73 % споживачів туристичних послуг очікують культурно-пізнавальні анімаційні програми у вільний час туристів [18].

1 день заїзд	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день виїзд
	Зарядка 8:00	Зарядка 8:00	Зарядка 8:00	Зарядка 8:00	Зарядка 8:00
Зустріч гостей	Похід на кашу 10:00	Похід на гору Хом'як 9:30 збори	Пінна Дискотека 11:00	Полонина Перців? Або інша загальна екскурсія	Проводи гостей
Гра «Знайомство»	3 10-11:30 Майстер клас	3 10-11:30 Майстер клас	3 9:30-11:00 Майстер клас	3 10-11:30 Майстер клас	3 10-11:30 Майстер клас
15:00 Збори гостей	14:00-15:00 Настільні ігри	14:00-15:00 Настільні ігри	14:00-15:00 Настільні ігри	14:00-15:00 Настільні ігри	Екскурсія у Дино Парк
Майстер клас 15:00	Майстер клас 15:00	Майстер клас 15:00	Майстер клас 15:00	Майстер клас 15:00	
Змагання/Забави /завдання/квести 16:30	Змагання/Забави /завдання/квести 16:30	Змагання/Забави /завдання/квести 16:30	Змагання/Забави /завдання/квести 16:30	Змагання/Забави /завдання/квести 16:30	Змагання/Забави /завдання/квести 16:30
19:30 Відкриття зміни	19:30 Вечірка дитяча	19:30 Мультфільм	19:30 Вечірка дитяча	19:30 Закриття зміни	14:00-16:00 Настільні ігри
21:00-22:00 Глінтвейн	20:00 Мафія	20:00-22:00 Глінтвейн	20:00 Мафія	21:00-22:00 Глінтвейн	Мультфільм до 18:00

Рис. 1.4. Анімаційна програма у готелі Красна Поляна [43]

Важливу роль в організації анімаційних послуг відіграють професійні аніматори. Молодь частіше працює аніматорами, тому що з туристами треба бути весь час, можна сказати, цілий день. Тому скласти унікальну та

різноманітну програму – щоденний обов'язок. Вранці команда аніматорів пропонує відпочиваючим ігрові, спортивні та оздоровчі програми, вдень запрошує в клуби за інтересами, а ввечері влаштовує яскраві шоу, вечірки та дискотеки. Головне завдання цих працівників – не дати людям нудьгувати.

З огляду на викладене наголошуємо, що для організації та проведення спортивно-видовищних анімаційних заходів майбутній фахівець з туризму повинен володіти знаннями, уміннями та навичками у сфері розробки та реалізації анімаційних програм (змагань, командних ігор, танців, тощо). ранкова зарядка та ін.) з використанням різноманітних засобів (спортивні, фізичні, командні, групові, індивідуальні (парні) ігри, активізація, фітнес (аеробіка, йога, пілатес, стретчинг та ін.) з урахуванням категорії клієнтів, місця проведення, специфіки діяльності підприємства (івент-агентства, готелю, санаторію, дитячого центру тощо), а також такі методи, як: ігровий метод; ритмічний рух; змагання; фізичне розслаблення та відпочинок; ілюстрації; театральність.

Український вчений Р. Павлюк найважливішим і відносно самостійним чинником обдарованості вважає креативність, на його думку «креативність – це творчі здібності особистості, здатність генерувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко вирішувати поставлену задачу» [47]. Здатність людини оволодівати навичками та вміннями певного виду діяльності та на їх основі розвивати власні творчі здібності є професіоналізмом.

Висновки до розділу 2

Таким чином, готельна анімація є одним із ефективних засобів залучення гостей до готелю, що істотно впливає на репутацію та позитивну оцінку його роботи. Це своєрідна додаткова послуга для клієнта, мета якої – викликати у нього позитивні емоції, відчути задоволення від відпочинку та бажання приїхати в цей готель знову. Кінцевою метою туристичної анімації є задоволення туриста від відпочинку – його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. До основних етапів

планування анімаційної програми в готелях відносяться: розважальні шоу-програми, оформлення приміщення, де буде проходити захід, матеріально-технічне забезпечення заходу, спецефекти.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

3.1. Проблеми організації анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області

Потреби туриста – це якісна характеристика стану туриста перед поїздкою, яка виражає (свідоме чи несвідоме) його прагнення змінити цей стан на краще, наприклад, відновити фізичні сили, набути духовної рівноваги, спокою та нових друзів, для отримання емоційного заряду чи естетичного задоволення. В першу чергу людина намагається задовольнити найнеобхідніші на даний момент потреби, а потім інші за потреби. Таким чином встановлюється черговість задоволення потреб. Що стосується анімаційних послуг, то вони не мають першочергового значення, що є суттєвим фактором при створенні анімаційних програм [1, с. 282].

Це означає, що якщо людина повертається втомленою після екскурсії, у неї не буде бажання відразу йти на дискотеку; або якщо він захоче їсти, йому не будуть цікаві спортивні заняття.

Слід пам'ятати, що люди можуть задовольнити свої потреби альтернативним способом – дешевше, цікавіше, ефективніше, менш за часом тощо. Організатори спеціальних заходів повинні проаналізувати, яку альтернативу їхньому заходу можна знайти та застосувати; Ви повинні організувати свій захід більш привабливим, ніж альтернативи, запропоновані конкурентами.

Найпоширенішими причинами відмови від потенційних учасників анімаційних послуг є:

- марна трата часу;
- надмірні витрати;
- погане обслуговування;

- технічні питання;
- нецікавий, непродуманий сценарій;
- непослідовність дій організаторів;
- марні, дешеві подарунки.

Можливі очікування від організаторів:

- увага, увага і ще раз увага;
- чітке виконання обов'язків;
- швидка відповідь;
- передбачення вимог, потреб;
- відсутність перетинів в організації;
- детальна звітність;
- продумана концепція.

Успіх анімаційної програми багато в чому залежить від правильно організованої рекламної компанії. Відомо, що реклама – це інформація про споживчі характеристики товарів і видів послуг з метою їх реалізації та створення попиту на них. Це засіб, за допомогою якого споживачеві надається інформація про зміст, особливості, привабливість конкретної програми з метою пробудження інтересу до неї та подальших продажів [30, с.220].

Готельні комплекси повинні мати спеціальні місця («куточки»), де розміщується візуальна інформація про розваги, анімаційні заходи, їх час та інші необхідні повідомлення. У деяких готелях для залучення гостей до анімаційних програм додатково залучають клоунів, казкових героїв у відповідних костюмах, які запрошують гостей на той чи інший захід. Важливо, щоб їхня поведінка була ненав'язливою та неагресивною, а інформація подавалась у розважальній формі.

Для того, щоб анімаційна діяльність не тільки задовольняла потреби туристів, але й служила формою (методом) реклами туристичного підприємства та ефективною формою, необхідний якісний менеджмент анімаційних послуг, в якому найважливіше функція – організація (анімаційних заходів, залучення туристів до участі в них, робота аніматорів, їх співпраця з

іншими службами туристичної фірми). Його реалізація дозволяє проводити анімаційну діяльність високої якості - від постановки цілей і завдань, вибору тематики заходів і способів залучення туристів до участі в них, створення позитивних вражень від заходів у туристів і задоволення результатами аніматорів. їхня робота. За таких умов можна використовувати переваги цієї специфічної форми реклами в індустрії туризму і ретельно уникати недоліків її неправильного використання.

При управлінні анімаційними послугами слід враховувати особливості анімаційної діяльності туристичного підприємства. Найвидатніші з них показані на рис. 3.1. Серед цих особливостей варто окремо відзначити оцінку анімаційної діяльності туристичного підприємства як засобу просування його туристичного продукту [4].

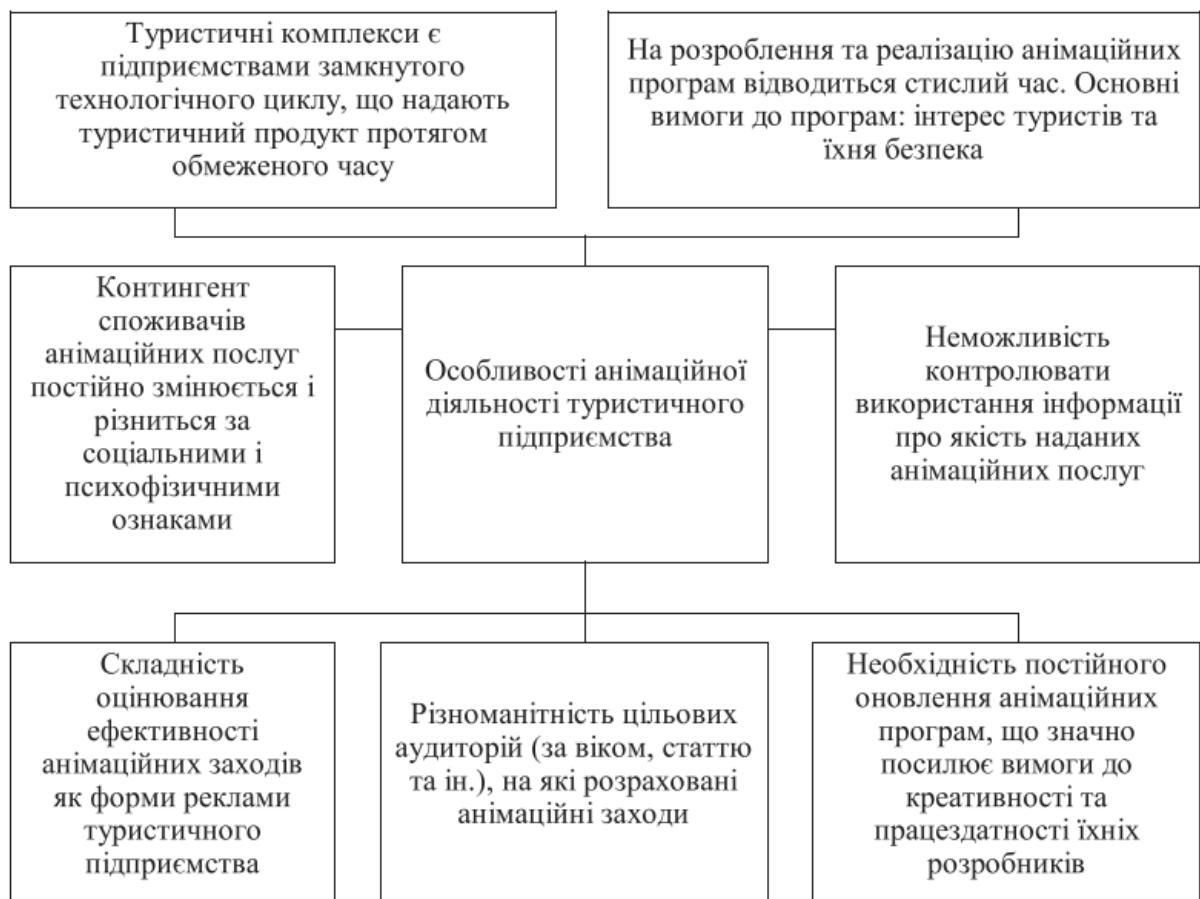


Рис. 3.1. Особливості анімаційної діяльності туристичної компанії у сфері організації анімаційними послугами [50]

Усі анімаційній програмі гра займає важливе місце. Гра виступає як засіб для розваги, спілкування та відпочинку людей. В процесі гри людина отримує задоволення та знімає нервову напругу. Крім того, гра є ефективним інструментом для активного пізнання, розумового та фізичного розвитку. Вона допомагає пізнавати світ, розвиває творчу ініціативу, стимулює допитливість і мислення.

За кордоном анімаційні послуги стрімко розвиваються на рівні сучасної анімації з додаванням нових ідей і можливостей підвищення привабливості готельного бізнесу для гостей.

Розвиток анімаційної діяльності в Івано-Франківській області є актуальною проблемою, яка потребує використання міжнародного досвіду. У зв'язку з підвищеним споживчим попитом на анімаційні програми та збільшенням туристичних потоків необхідно розробляти програми для різних категорій туристів, а також приділяти велику увагу підбору та навчанню персоналу анімаційних послуг.

Тому останнім часом все більше туристичних комплексів в Івано-Франківську намагаються підвищити рівень своїх послуг саме завдяки наявності у своїй структурі анімаційної служби. Якщо гість провів відпустку весело і цікаво, він може закрити очі на такі можливі недоліки, як дискомфорт під час перельоту і проживання, погана погода і відсутність улюбленого натурального соку в барі [43, с. 91].

Проте більшість готелів Івано-Франківської області мають відносно скромну команду аніматорів. У цьому випадку дуже важливо правильно організувати роботу всіх підрозділів.

Івано-Франківська область, маючи багатий курортно-рекреаційний і туристичний потенціал, має значні передумови для створення високорозвиненого прибуткового курортно-рекреаційного господарства. В останні роки інтерес жителів нашої країни та іноземців до послуг, що тут надаються, помітно зростає.

Водночас ефективній розробці нових туристичних продуктів в Івано-Франківській області перешкоджає ряд факторів, які безпосередньо впливають на розвиток анімаційних послуг, серед яких [45]:

- недосконалість законодавчої та нормативної бази для розвитку центрів;
- відсутність методичного, організаційного, інформаційного та матеріального забезпечення суб'єктів туристичного бізнесу з боку держави;
- невідповідність переважної більшості об'єктів туризму міжнародним стандартам;
- недостатня забезпеченість автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною інфраструктурою (відсутність рекламних щитів та єдиної системи дорожньої розмітки для об'єктів туризму);
- недостатня якість та обсяг туристичних послуг;
- недосконалість бази даних рекреаційно-туристичних закладів.

Аналізуючи готелі Івано-Франківської області, можна побачити, що в міських готелях анімаційні послуги не дуже розвинені, оскільки за межами готелю є великий вибір дозвіллевих послуг з прямим доступом до гостей. Незважаючи на те, що готельні комплекси за містом є в основному сезонними видами розміщення, анімаційні послуги та обладнання анімаційних зон для них мають велике значення, адже такі комплекси регулярно відвідують як громадяни України, так і іноземці: сім'ї з дітьми та молодь. Тому необхідно мати широкий вибір розваг для дітей, щоб батьки і діти провели відпочинок добре і весело, і не забували про анімації для дорослих. Що стосується готелів в центрі міста, то в них переважно проживають люди, які їдуть у відрядження або оглянути визначні пам'ятки міста.

Елітний готель повинен не тільки наймати аніматорів для розваг, а й мати систему управління та планування: різноманітні сценарії, костюми для вистав, відтворену поточну музику, інвентар та майданчик для анімаційних заходів. Анімація зараз актуальна і популярна. Саме конкуренція допомагає готелям розвиватися, вдосконалюватися та впроваджувати інновації. Туристи вражені, коли відчувають себе на чужому курорті в рідній країні. Наприклад,

анімація, яка є практично в кожному готелі Туреччини та Єгипту. В Івано-Франківській області курортні готелі почали активно здавати його в оренду.

Під час туристських зльотів анімаційна програма повинна бути ретельно спланованою, щоб учасники були охоплені змістовним відпочинком упродовж дня. Бажано у його першій половині планувати активні заходи, з тривалим фізичним навантаженням – спортивні змагання, командні або особисті (туристська смуга перешкод, крос-похід, естафети, змагання на велосипедах, байдарках). Друга половина дня повинна складатися з більш спокійних заходів, наприклад, конкурсної програми з використанням туристського спорядження, які поділяються на конкурси з врахуванням часу та конкурси без врахування часу, за попередньо розробленими критеріями.

Загалом поживлення в індустрії туризму викликано посиленням конкуренції між центрами сільського зеленого туризму з однаковим рівнем обслуговування та розташуванням. Тому виникла проблема: як залучити туристів із сусіднього села, тож рецепт успіху можна побачити у двох складових. Перший – рекламна «розкрутка» курорту через засоби масової інформації з використанням технологічних видань та паблісіті. Але другий, не менш важливий компонент – власне наявність чіткої сервісної анімації.

Крім того, сучасний стан анімаційної сфери в Україні характеризується недостатнім рівнем фінансування та організації, що значною мірою пояснюється недостатньою розвиненістю законодавства у цій сфері. В Україні досі відсутнє комплексне спеціальне законодавство щодо організації анімаційної діяльності суб'єктами туристичної діяльності. Тому туристичні підприємства в цій сфері змушені керуватися вже існуючими законами та правилами, які регулюють туристичну галузь. Зокрема, Закон України «Про туризм», Закон України «Про курорти», Закон України «Про захист прав споживачів», Закон України «Про інформацію», Укази Президента України «Про захист прав споживачів», «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні» та інші [10, с. 257].

Отже, сфера анімаційної діяльності не є законодавчо визнаною, як і така діяльність не визнається видом економічної діяльності. Він існує лише як підклас 92.72. «Інша діяльність у сфері відпочинку та розваг» класу 92.7 «Діяльність у сфері відпочинку та розваг».

Враховуючи вищезазначене, зазначаємо, що серед проблем, які існують у сфері надання анімаційних послуг на підприємствах туристичної галузі Івано-Франківської області, є такі факти: анімаційні послуги не мають першочергового значення, що є істотним фактором у створення анімаційних програм. В Івано-Франківській області майже кожен готель пропонує анімаційні послуги, але, на жаль, більшість готелів працюють за єдиним стандартом анімаційних програм без перевищення лімітів. Серед нагальних проблем також можна виділити невідповідність переважної більшості туристичних об'єктів міжнародним стандартам.

3.2. Шляхи удосконалення надання анімаційних послуг підприємств туристичної індустрії Івано-Франківської області

Так як для гостей готелю потреба в анімаційних послугах не стоїть на першому місці серед першочергових потреб, так як першочерговими потребами відпочиваючих в готелі є смачне і різноманітне харчування, комфортний і затишний номер. Тому анімація діяльності готелю займає одне з головних місць у структурі готелю і являє собою самостійну послугу, пов'язану з іншими, що має вирішальне значення для забезпечення її успішного функціонування на ринку послуг.

Анімаційна діяльність все частіше впроваджується в готельні комплекси України, що свідчить про бажання бути конкурентоспроможними на туристичному ринку. Створені анімаційні служби, які встановлюють постійний контакт з відпочиваючими, а результатом такої співпраці є зростання постійних клієнтів.

Для того, щоб анімаційна діяльність приносила серйозну і велику віддачу, необхідно послідовно і грамотно вибудувати весь процес її організації в рамках загальної стратегії розвитку готельного бізнесу - від постановки самих цілей і завдань до вибору тематика заходу та методика його проведення [44, с. 206].

Для досягнення оптимальної продуктивності анімаційної групи необхідно мати: [19, с. 77]:

- великий комфортний простір;
- дитячий майданчик;
- басейн;
- спортивні споруди;
- спортивний інвентар;
- костюми для вистав;
- декорації.

Для вдосконалення анімаційних послуг в Івано-Франківській області та підвищення їх ефективності на рівні суб'єктів туристичної діяльності, які надають анімаційні послуги за кордоном, пропонуються наступні шляхи вирішення цієї проблеми:

- для успішної анімаційної діяльності необхідно проводити широку рекламну діяльність;
- запровадити підготовчі курси на базі готелю, які створить команда експертів;
- організувати програми, які відрізнятимуться від конкурсних;
- використовувати національний одяг та необхідний інвентар при обслуговуванні гостей [17, с. 168].

Розвиток тематичного туризму сприятиме створенню такої кількості парків розваг, як виставкові парки в Івано-Франківській області. Іноземних туристів дуже цікавлять анімаційні парки, тематикою яких є історичні події, культура та побут етнічних груп країни, пригодницькі фільми тощо. Водночас у таких місцях необхідно розвивати розміщення та харчування. Важливим

процесом у тематичних парках є організація харчування та створення мережі ресторанів, оскільки відвідувачі зазвичай проводять у них цілий день. Ресторани в шоу-парках забезпечують високий комфорт з урахуванням тематики шоу-парку, створюють відповідний інтер'єр, оснащені зручними і незвичайними меблями, якісне обслуговування і створюють особливу атмосферу в компанії. Тут відвідувачі можуть замовити організацію обслуговування урочистих та офіційних прийомів, конференцій, сімейні заходи, відпустка тощо. Поширені гриль-бари та експрес-бари, які розташовані поблизу найбільшого скупчення людей. Важливою складовою тематичних парків є готельне господарство, яке також залежить від кількості відвідувачів. Шоу-парки зазвичай мають різні типи готельних закладів: сімейні, тематичні, туристичні та екскурсійні готелі, автомобільні та мотоциклетні кемпінги, курортні мотелі, хостели тощо [12, с. 45].

Також необхідно звернути увагу на те, що від кваліфікації аніматорів залежить: чи надовго запам'ятається туристу своє порівняно недовге перебування в цьому готелі. Аніматор так само є художником, і вся його діяльність потребує постійної віддачі – щодня, щохвилини, п'ятнадцять і більше годин на добу. Не кожен може витримати такий активний і бурхливий ритм, тому так важливо добре організувати роботу аніматорів. Аніматором стати нелегко. Перш за все, аніматор повинен володіти певними навичками та навичками роботи та бути морально підготовленим до цієї роботи. Усьому цьому вчаться новачки – від подолання мовного бар'єру до мистецтва перевтілення у свого героя. Крім того, проводяться спеціальні семінари та практичні заняття з танців, розробка програм на сезон, спортивні ігри та змагання. Анімаційна програма змінюється кожні два тижні, тому робочий день аніматора дуже насичений [43, с. 166].

Враховуючи важливість анімаційної діяльності як для суспільства в цілому, так і для суб'єктів туристичної діяльності, необхідно приділяти значну увагу підготовці та відбору фахівців для роботи в анімаційній службі готелів. Зараз в Україні відчувається дефіцит творчих, професійно підготовлених

аніматорів, тому їх підготовка є актуальною справою. Освіта фахівців у галузі спортивної анімації, безсумнівно, дозволить все більшій кількості людей вести здоровий спосіб життя, а рекреаційна, культурна, творча анімація сприятиме вирішенню проблеми здоров'я громадян [44, с. 205].

Однією з головних проблем молодих спеціалістів з організації анімаційної діяльності є відсутність практичного досвіду, гнучкості та креативності мислення, невміння використовувати набуті знання та навички у практичній повсякденній діяльності. На нашу думку, вирішенню цієї проблеми може сприяти:

- організація різноманітних курсів;
- проектних семінарів, майстер-класів, тренінгів, творчих лабораторій чи шкіл тощо в туристичних комплексах.

Робота аніматора в індустрії туризму вимагає різноманітних прийомів, що зобов'язує аніматора бути компетентним, кваліфікованим і проводити різноманітні практики культурно-мистецького, естетичного, громадського, спортивного, прикладного та інших видів для різних категорій населення [46, с. 29].

Спеціаліст-аніматор з туризму та інших видів рекреаційної діяльності у сфері вільного часу повинен бути готовий до систематичної роботи з інтелектуальними та фізичними перевантаженнями, вміти швидко адаптуватися в професійному середовищі, вільно орієнтуватися в наукових концепціях і напрямках професійної інформації, бути вміти чітко формулювати мету і завдання своєї діяльності та прогнозувати її результати, мати професійну інтуїцію та різноманітні комунікативні навички [46, с. 29].

Це особливо важливо в контексті того, що діяльність аніматора в туризмі та інших видах рекреаційної діяльності у сфері вільного часу значно ускладнюється необхідністю роботи з представниками різних вікових груп населення. Зазначені обставини зумовлюють суттєве розширення змісту професійної підготовки аніматорів з туризму та інших видів рекреаційної діяльності у сфері вільного часу з посиленням їхньої практичної підготовки.

Для досягнення результату щодо покращення надання анімаційних послуг підприємствами туристичної галузі Івано-Франківської області в першу чергу необхідно:

- здійснювати безпосередню рекламно-промоційну діяльність через місцеві туристичні підприємства та туристичні агентства;
- брати участь у рекламних заходах, що проводяться у великих містах України;
- використовувати Інтернет для продажу послуг і нових пропонованих туристичних продуктів;
- чітко визначити потреби відпочиваючих для кожного конкретного заходу, підготувати висококваліфікований обслуговуючий персонал, забезпечити особисту безпеку відпочиваючих;
- здійснювати заходи щодо створення бази та кваліфікованих кадрів для розвитку у сфері конкурентоспроможного туризму [45, с. 390].

Ключовими результатами реалізації анімаційної діяльності у сфері туризму в Івано-Франківській області стане створення розвинутого сервісу курортних комплексів, зокрема:

- для покращення відпочинку споживачів рекреаційних послуг курортні комплекси пропонують багато анімаційних програм, універсальних або спеціалізованих (спортивні змагання, різноманітні свята, фестивалі, карнавали тощо);
- для організації та якісного проведення анімаційних програм у комплексах створюються спеціальні анімаційні служби, які організують вільний час та відпочинок гостей;
- для вдосконалення та вдосконалення організації анімаційної діяльності курортні комплекси налагоджують співпрацю з компаніями, що спеціалізуються у сфері дозвілля та розваг;
- для організації анімаційних заходів студентські містечка розвивають матеріально-технічну базу: спортивні зали, майданчики та обладнання, кінозали, клубні приміщення тощо;

- у комплексі формується власний фірмовий стиль анімаційної діяльності, який є гарантом якості анімації та послуг в цілому [47].

Отже, підсумовуючи, зазначимо, що анімація є джерелом значного додаткового прибутку для готельно-туристичного комплексу та привабливості туристичного продукту, тому всі сучасні готельні підприємства зацікавлені у фахівцях даного профілю. Щоб анімаційна діяльність була організована якомога краще, важливо враховувати потреби та мотиви туристів, якими вони керуються у своїх діях. Клієнти можуть відмовитися від послуг анімації через втрату часу; непотрібні витрати; погане обслуговування; технічні питання; нецікавий, непродуманий сценарій тощо. Також необхідно приділити серйозну увагу підготовці та підбору спеціалістів для роботи в анімаційній службі готелів. Бо талановитих аніматорів в Україні бракує.

3.3 програма музичної анімації для туристичних підприємств

Назва анімаційної програми: «Розваги у Карпатах»

Тривалість: 6 днів

День 1:

- вітальна вечеря: організація тематичної вечері з місцевими стравами та народною музикою, щоб гості ознайомилися з місцевою культурою.

- кулінарний майстер-клас: проведення майстер-класу з приготування традиційних карпатських страв, де гості зможуть взяти участь у процесі готування та скуштувати свої творіння.

День 2:

- фітнес: організація тренувань на природі або у спортивному залі. Гості можуть взяти участь у різноманітних фітнес-програмах, таких як аеробіка, зумба пілатес тощо. Це дозволить їм покращити фізичну форму, отримати заряд енергії та позитивних емоцій.

- тематична вечірка «Карпатський фольклор»: організація вечірки з традиційними танцями та карпатськими іграми, де гості зможуть погрузитися в атмосферу народних свят та веселощів.

День 3:

- квадро-екскурсія: організація захоплюючої квадро-екскурсії до панорамних місцевостей Івано-Франківської області. Гості насолодяться пригодницькими катанням на квадроциклах, насиченими краєвидами та зупинками для фотозйомок.

- гастрономічний тур: організація екскурсії до місцевих ресторанів і кафе, де гості зможуть скуштувати найсмачніші страви місцевої гастрономії. Вони дізнаються про традиційні страви, місцеві інгредієнти та кулінарні секрети від кращих шеф-кухарів регіону.

День 4:

- екскурсія до карпатських природних пам'яток: організація екскурсій до гірських озер, водоспадів або панорамних видовищ, щоб гості могли насолодитися красою Карпат.

- вечір бандуристки: виступ професійних бандуристів, які виконують традиційну українську музику на народному інструменті.

День 5:

- водна гімнастика: організація занять з водної гімнастики у басейні готелю або на відкритому водному майданчику. Гості зможуть насолодитися веселими та енергійними вправами під керівництвом професійного інструктора.

- смачний дегустаційний тур: екскурсія до місцевих виноробень, пивоварень або сироварень, де гості зможуть пробувати різноманітних види вина, пива або сиру, виготовлені в цьому регіоні. Вони дізнаються більше про процес виробництва і насолодяться насиченими смаками цих напоїв.

День 6:

- дитячий день: організація спеціальних розваг та ігор для дітей, таких як малювання, квести, аніматори, щоб малеча мала незабутній час.

▪ вечірній релакс: завершення дня з вечірнім сеансом релаксації. Гості можуть відпочити у спа-зоні. Скористатися різноманітними спа-процедурами, або просто насолодитися тишою та спокоєм.

Ця анімаційна програма в Карпатах є цікавою та різноманітною, пропонуючи активності для різних категорій туристів. Основні переваги цієї програми включають:

1. Природна краса: Програма дає можливість туристам насолоджуватися величними карпатськими ландшафтами, гірськими потоками та природними пам'ятками. Це особливо привабливо для людей, які цінують природу та активний відпочинок.

2. Культурний досвід: Програма пропонує різні культурні заходи, які дозволяють туристам познайомитись з карпатською культурою, фольклором та традиціями. Це цікаво для людей, які цікавляться місцевою історією та культурою.

3. Активний відпочинок: програма містить різні види активностей, такі як піші прогулянки та екстремальні види спорту. Це приверне увагу туристів, які люблять активний відпочинок та пригоди.

4. Релаксація та відновлення: програма також включає релаксаційні процедури, які допоможуть туристам розслабитися та відновити енергію. Це привабливо для людей, які шукають спокій та відпочинок.

Ця анімаційна програма може бути призначена для курортних пансіонатів, готелів або туристичних комплексів у Карпатах. Вона підходить для різних вікових категорій, зокрема для сімей з дітьми, пар, активних молодих людей та похилого віку, які шукають різноманіття розваг та відпочинку у природному середовищі.

Анімаційна програма пропонує різноманітність активностей, що задовільняють інтереси різних категорій туристів. Наприклад, кватротур може бути цікавими для активних молодих людей, які люблять пригоди і фізичну активність. Культурні заходи та традиційні вечори можуть привернути увагу людей, які цікавляться історією, фольклором та місцевою кухнею.

Релаксаційні процедури, такі як масаж та сеанси йоги, будуть привабливими для туристів, які шукають спокій та відновлення.

Таким чином, ця анімаційна програма в Карпатах призначена для різних підприємств у галузі туризму та гостинності, які бажають забезпечити своїм гостям різноманітні розваги та активності під час їх перебування в регіоні. Вона підходить для широкого спектра вікових категорій, включаючи сім'ї з дітьми, пари, активних молодих людей та людей похилого віку, які мають різні інтереси та потреби у відпочинку.

Висновки до розділу 3

Отже, підсумовуючи, зазначимо, що анімація є джерелом значного додаткового прибутку для готельно-туристичного комплексу та привабливості туристичного продукту, тому всі сучасні готелі підприємства зацікавлені у фахівцях даного профілю. Щоб анімаційна діяльність була організована якомога краще, важливо враховувати потреби та мотиви туристів, якими вони керуються у своїх діях. Клієнти можуть відмовитися від послуг анімації через втрату часу; непотрібні витрати; погане обслуговування; технічні питання; нецікавий, непродуманий сценарій тощо. Також необхідно приділити серйозну увагу підготовці та підбору спеціалістів для роботи в анімаційній службі готелів. Бо талановитих аніматорів в Україні бракує.

ВИСНОВКИ

Анімаційну діяльність вчені вважають цілеспрямованим, спеціально організованим процесом залучення людини до культурних цінностей суспільства та активного включення особистості в цей процес. Анімація впливає на зміну способу життя, характеру праці людини, виникає бажання відпочити на природі, урізноманітнити життєві враження, зняти фізичну та розумову втому, познайомитися з новими людьми, провести час з рідними в умовах відпочинку та веселощів.

Готельна анімація – це комплексна рекреаційна готельна послуга, заснована на особистих людських контактах тур-аніматора з туристом, на людській близькості, на спільній участі аніматора і туриста в розвагах, запропонованих анімаційною програмою туристичного комплексу, мета: яка полягає у впровадженні нової філософії готельних послуг, підвищенні якості послуг, рівня задоволеності туристів відпочинком та використовується в маркетинговій стратегії готелю як одна з основних привабливих послуг. Розваги, активні та пасивні, є невід'ємним елементом подорожі і залежать від напрямку та типу подорожі.

Технологічний процес створення анімаційних програм включає наступні елементи: суб'єкт діяльності – обслуговувані туристи, населення (групи та окремі особи); суб'єкт діяльності – менеджер, фахівець з анімаційної служби; анімаційна діяльність з усіма її компонентами є процес суб'єкт-об'єктної взаємодії.

Івано-Франківська область посідає особливе місце в туристичній галузі України та є одним із найбільш розвинених туристичних регіонів країни. За даними Booking.com, станом на 2023 рік в Івано-Франківській області зареєстровано 1168 засобів розміщення, зокрема готелі, садиби, гостьові будинки, кемпінги тощо.

Були охарактеризовані особливості анімаційних програм в готелі «Красна Поляна», «Історія» на Івано-Франківщині. Анімаційні програми в

готелі сприяють активному включенню клієнтів готелю в різні види соціальної та культурної діяльності. Анімаційні програми задовольняють потреби відпочиваючих у сфері спілкування, розваг, активного та рухливого відпочинку та емоційної релаксації. Анімаційні програми значно підвищують інтерес споживачів до туристичних підприємств, які пропонують такі програми.

Повноцінному розвитку нових туристичних продуктів в Івано-Франківській області заважає низка факторів, які безпосередньо впливають на розвиток анімаційних послуг: недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази щодо розвитку курортів; відсутність методичного, організаційного, інформаційного та матеріального забезпечення суб'єктів туристичного підприємництва з боку держави; невідповідність переважної більшості туристичних об'єктів міжнародним стандартам; недостатня забезпеченість автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною інфраструктурою (відсутність рекламних щитів та єдиної системи дорожньої розмітки для об'єктів туризму); недостатня якість та обсяг туристичних послуг.

Анімаційна діяльність в готельних підприємствах України є відносно новою послугою, яка зумовлена змінами на ринку та виводить готельне господарство на новий конкурентний рівень. Добре організовані анімаційні послуги є критерієм успішності туристичної діяльності та важливим фактором розвитку конкурентоспроможного туризму в Україні, який здатний підвищити туристичну привабливість, стимулювати попит на послуги та підвищити ефективність туристичних об'єктів. Наявність анімаційної діяльності в готельному господарстві України збільшує прибуток підприємств, залучає нових відвідувачів до готелю та сприяє зростанню рівня лояльності гостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байцар А. Л., Манько А. М. Організація анімаційних послуг та заходів як засіб задоволення потреб і мотивів туристів. Modern directions of scientific research development: The 12 th International scientific and practical conference (May 18-20, 2022) VoScience Publisher, Chicago, USA. 2022. С. 281-283.
2. Бала Р. Готельна анімація: суть, завдання та види. Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (9 грудня 2021 р., м. Львів). Львів, 2021. С. 207-209.
3. Білан В. В. Туристичний готель з удосконаленням професійної етики в смт. Яблуниця Івано-Франківської області: квал. робота за спец. 241 «Готельно-ресторанна справа». Київ: КУХТ, 2021. 179 с.
4. Білоусова А.Ю. Особливості менеджменту анімаційного сервісу. Економічні студії. 2019. № 24. С. 25-29.
5. Вакуліна Ю. В., Куллаб К. Х. Удосконалення анімаційних послуг в готелях України. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (24-25 березня 2016 року, м. Черкаси). Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А., 2016. С. 284-289.
6. Гоблик-Маркович Н. М., Копин Н. Організаційні аспекти соціально культурної анімації у сфері гостинності. Туризм і рекреація: наука, освіта, практика: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. Мукачево: РВВ МДУ, 2021. С. 59-62.
7. Гуменюк А.І. Регіональні особливості розвитку туристичної галузі Івано-Франківської області на сучасному етапі. 2015.

8. Гуменюк А. І. Регіональні особливості розвитку туристичної галузі Івано-Франківської області на сучасному етапі. Актуальні проблеми державного управління. 2015. №. 2. С. 136-144.

9. Данилко В. М., Пангелов Б. П. Сутність і різновиди анімаційних програм у туризмі. Фізичне виховання різних груп населення. 2018. С. 218-221.

10. Данільєва Ю. Г., Мкртчян К. К. Аніматор у системі туристської освіти. Modern peculiarities of the innovation resource creation and management for the regional tourism and recreation development with youth resource involvement : proceedings of the international scientific-practical conference. 2015. С. 255-257.

11. Десятнюк І. Ю. Туризм як стимул регіонального розвитку Івано-Франківської області: дипломна робота на здобуття ступеня бакалавра спеціальності «Туризм». К: Національний авіаційний університет. 2021. 39 с.

12. Дядюшко Р. А. Анімація шоу-музеїв і парків як шлях залучення в'їзних туристів в Україну: квал. робота. Полтава, 2021. 114 с.

13. Заріцька Н. М., Мамедлі Ф. Туристична анімація: поняття. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку. Київський національний університет технологій та дизайну, 2021. С. 134-137.

14. Ільчук А. А. Проблеми та перспективи розвитку анімаційних послуг у готелях. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021. Вип.103.С. 204-206.

15. Кальченко С.В. Рекреаційні аспекти організації анімаційної діяльності в сільському туризмі. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2019. Вип. 4. С. 94–98.

16. Кирилюк О. Розвиток анімаційних послуг у закладах готельно-ресторанного господарства як засіб підвищення конкурентоздатності. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-

економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2022. Вип.131. С. 62-65.

17. Ковтун К. С. Проблема організації підготовки аніматорів для підприємств готельного господарства в Україні. Харків: Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, 2021. С. 167-168.

18. Кравець О. М. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посібник / О. М. Кравець, С. І. Байлик ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 335 с.

19. Кручок А. Ю., Хмара М. А. Особливості організації анімаційної діяльності в готельній індустрії України. Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері туризму, фізичної культури та спорту: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 26 лютого 2021 р.). Хмельницький, 2021. С. 76-79.

20. Кукліна Т.С. Організація анімаційних послуг : навчальний посібник. Запоріжжя : Національний університет «Запорізька політехніка», 2022. 279 с.

21. Лисюк Т. В., Терещук О. С. Анімаційна служба готельних підприємств як перспективний напрям інноваційної діяльності в Україні. Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. Одеса, 2017. Т. 22, вип. 1(54). С. 85-88.

22. Лой Б. І. Організаційно-технологічні особливості анімаційних програм для молодіжного туризму. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. 2020. Випуск 7 К (127). С. 62-66.

23. Ляпкало М. М., Красномоєць В. А. Історичні аспекти розвитку анімаційної служби. Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка-2018»: XX Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. 2018. С. 139-141.

24. Манько А. Шляхи вдосконалення системи управління туристичною сферою Івано-Франківщини. *World science: problems, prospects and innovations*. Toronto, Canada. 2021. Т. 12. С. 384-393.

25. Медведовська Т. П. Анімаційна діяльність-складова сфери рекреаційних послуг. *Theories, methods and practices of the latest technologies: The III International Scientific and Practical Conference (November 07–09, Tokyo, Japan)*. 2021. С. 373-375.

26. Мілокост О. О. Інфраструктурне забезпечення розвитку туризму в Івано-Франківській області : квал. робота за спец. 242. Полтава: ПУЕТ, 2020. 75 с.

27. Мілокост О. О. Розвиток і організація туризму в івано-франківській області в умовах всесвітньої пандемії covid-19. *Туризм і молодь - 2021 : матеріали Кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (м. Полтава, 21 грудня 2021 року)*. Полтава : ПУЕТ, 2022. С. 44-46.

28. Назаренко О. В. Соціологічний аспект організації дозвілля в Україні. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. № 3 (76), 2021. С. 129-135.

29. Олійник Г., Главацька О. Соціокультурна анімація: методичні рекомендації для студентів спеціальності 231 «Соціальна робота» / за ред. В. Поліщук. Тернопіль : Вектор, 2019. 103 с. -

30. Пангелов Б., Данилко В. Сутність і різновиди анімаційних програм у туризмі. *Спортивний вісник Придніпров'я*. 2018. №. 1. С. 218-221.

31. Прилепа Н. В. Сутність анімаційної діяльності в туристичній індустрії. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 4. С. 287-290.

32. Сидор І. Сучасні технології соціокультурної анімації. *Педагогіка, соціальна робота*. Вип. 32. С. 173–174.

33. Сидорук А. В. Анімаційна діяльність як складова сфери рекреаційних послуг. *Туризм і готельно-ресторанна справа*. 2017. С. 343-345

42. Штогрин Н. Б. Суб'єкти туристичної індустрії Івано-Франківської області: склад, напрямки та результати діяльності. Географія та туризм. 2014. Вип. 31. С. 92-101.

43. Готель Красна Поляна. URL: <https://krasna.com.ua/> (дата звернення: 05.06.2023).

44. Івано-Франківщина посіла 4 місце в Україні за надходженнями турзбору. IF Tourism. URL: <https://iftourism.com/news/article/ivano-frankivshchina-posila-4-misce-v-ukrajini-za-nadhodzhenniyami-turzboru> (дата звернення: 30.05.2023).

45. Івано-Франківщина торік заробила 10,4 мільйона гривень туристичного збору. Укрінформ. 2022. URL: <http://surl.li/gqtip> (дата звернення: 28.05.2023).

46. Клим О., Коржук Д. На Франківщині за шість місяців на 77% зріс туристичний збір у порівнянні з 2021 роком. Суспільне новини. 2022. URL: <https://susplne.media/260595-na-frankivsini-za-cotiri-misaci-na-48-zristuristichnij-zbir-u-porivnanni-z-minulim-rokom/> (дата звернення: 29.05.2023).

47. Павлюк Р. О. Креативність як складова частина професійної підготовки Майбутніх учителів. URL: http://www.rusnauka.com/16_NPM_2017/Pedagogica/22154.doc.htm (дата звернення: 28.05.2023).

48. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021-2027 роки. Івано-Франківськ, 2020. URL: <https://orada.if.ua/wp-content> (02.06.2023).

49. Туристичні агентства, екскурсії в Івано-Франківську. URL: <https://top20.ua/if/turizm-podorozhi/turistichni-agentstva-ekskursiyi/> (дата звернення: 05.06.2023).

50. Apache Tomcat/9.0.65. URL: <https://dspace.megu.edu.ua:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/1301/Тези%20Трусова%20Т.%20С.,%20Антонюк%20І.%20В.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 04.06.2023).

51. Booking.com: офіційний сайт <https://www.booking.com/>.

Додаток А

Програма анімації для туристичних підприємств

АНІМАЦІЙНА ПРОГРАМА: РОЗВАГИ У КАРПАТАХ

Тривалість: 6 днів

ДЕНЬ 1

Вітальна вечір: Організація тепленької вечері з місцевими стравами та народною музикою, щоб гості ознайомилися з місцями культури.

Кулінарний майстер-клас: Проведення майстер-класу з приготування традиційних карпатських страв, де гості зможуть взяти участь у процесі приготування та скуштувати свої творіння.

ДЕНЬ 2

Фітнес: Організація тренувань фітнесу на природі або у спеціальному залі. Гості зможуть взяти участь у різноманітних фітнес-програмах, таких як аеробіка, зumba, віллітс тощо. Це допоможе їм покращити фізичну форму, отримати заряд енергії та позитивних емоцій.

Тематична вечірка "Карпатський фольклор": Організація вечірки з традиційними танцями та народними іграми, де гості зможуть погрузитися в атмосферу народних свят та веселощів.

ДЕНЬ 3

Квадро-екскурсія: Організація квадроциклетної екскурсії до мальовничих місцевостей Івано-Франківської області. Гості насолодяться природними казками на квадроциклах, насиченими пригодами та зручними для фотоблогів.

Гастрономічний тур: Організація екскурсії до місцевих ресторанів і кафе, де гості зможуть скуштувати найкращі страви місцевої гастрономії. Вони дізнаються про традиційні страви, місцеві інгредієнти та кулінарні секрети від кращих шеф-кухарів регіону.

ДЕНЬ 4

Екскурсія до карпатських природних пам'яток: Організація екскурсії до гірських озер, водоспадів або національних парків, щоб гості могли насолодитися красою Карпат.

Вечір бандуристки: Виступ професійної бандуристки, які виконують традиційну українську музику на народному інструменті.

ДЕНЬ 5

Водна гімнастика: Організація занять з водної гімнастики у басейні готелю або на відкритому водному майданчику. Гості зможуть насолодитися веселощами та енергійною атмосферою під керівництвом професійного інструктора.

Смачний дегустаційний тур: Екскурсія до місцевих виробників пива, вина або сиру, щоб гості зможуть спробувати різноманітні види вина, пива або сиру, вироблені в цьому регіоні. Вони дізнаються більше про процес виробництва і насолодяться насиченими смаками цих напоїв.

ДЕНЬ 6

Дитячий день: Організація спеціальних розваг та ігор для дітей, таких як малювання, квісти, анімації, щоб дітям було цікаво та весело.

Вечірній релакс: Завершення дня з вечірнім сеансом релаксації. Гості зможуть відпочити у спа-зоні, скористатися різноманітними спа-процедурами, або просто насолодитися видом із снігогори.



РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу

«Анімаційні послуги на підприємствах туристичної індустрії Івано-
Франківської області»

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Студента (ки) спеціальності – 242«Туризм»

Дзем'юк Вікторії Ігорівни

(ПІП студента)

Рецензент: Горішевський П.А голова Правління ІФОО Співки сприяння
розвитку сільського зеленого туризму в Україні

(науковий ступінь, вчене звання, посада, ПІП рецензента)

Анімаційні послуги є необхідною складовою успішної діяльності підприємств туристичної індустрії, оскільки вони позитивно впливають на задоволення та враження клієнтів, сприяють залученню нових туристів та підвищують рівень конкурентоспроможності підприємств.

Дослідження теми дипломної роботи має логічну структуру, зокрема: охарактеризовано анімаційні програми в індустрії гостинності; надано загальну характеристику суб'єктів туристичної індустрії Івано-Франківської області; досліджено проблеми організацій анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківській області.

Матеріали роботи вкладені у науковому стилі, доступною мовою, стисло та правильно. Оформлення роботи на високому рівні. Актуальність теми розкрито в повному обсязі. Правильно та грамотно поставлено мету дослідження та авторський підхід до вивчення визначеної проблематики. Важливим аспектом в кваліфікаційній роботі є

Рекомендую виставити Вікторії Ігорівні оцінку «відмінно» та присвоїти кваліфікацію «бакалавр» з туризму.

голова Правління ІФОО

Співки сприяння розвитку

сільського зеленого туризму в Україні



Павло ГОРШЕВСЬКИЙ

« 15 » червня 2023 р.

ВІДГУК

наукового керівника на кваліфікаційну роботу «Анімаційні послуги на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області»

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Студента (ки) спеціальності – 242 «Туризм»

Дзем'юк Вікторії Ігорівни

(ПІП студента)

Дослідження теми дипломної роботи має логічну структуру, зокрема: розкрито сутність анімаційних послуг в індустрії гостинності; охарактеризовано особливості анімаційних послуг суб'єктів туристичної індустрії Івано-Франківської області, описано проблеми організації надання таких послуг та відповідно запропоновано шляхи їх удосконалення.

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, доступною мовою. Актуальність теми розкрито в повному обсязі. Коректно та грамотно поставлені мета і завдання дослідження, текст містить авторський підхід до вивчення визначеної проблематики. Важливим аспектом у кваліфікаційній роботі є надані рекомендації щодо вдосконалення анімаційних послуг на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області.

Оформлення роботи виконано на високому рівні: розділи, підрозділи написані згідно з методичними рекомендаціями. Кваліфікаційна робота завершується цінними загальними висновками до роботи. Додатки присутні. Список використаних джерел оформлено правильно, згідно із рекомендаціями, кількість позицій у списку використаних джерел достатня. Календарний план виконання роботи виконано вчасно.

Студент (ка)


(підпис)

Вікторія ДЗЕМ'ЮК

Науковий керівник
канд. іст. наук, доцент


(підпис)

Віталій ПЕРЕДЕРКО

«15» червня 2023 р.



метадані

Заголовок

Анімаційні послуги на підприємствах туристичної індустрії Івано-Франківської області

Автор

Дзем'юк В. Науковий керівник / Експерт

Назва

King Danylo University

Перелік можливих спроб маніпуляцій з текстом

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спокворень. Ці спокворення в тексті можуть говорити про **МОЖЛИВІ** маніпуляції в тексті. Спокворення в тексті можуть мати намісний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам відкрити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		2
Інтервали		0
Мікропробіли		22
Білі знаки		21
Парафрази (SmartMarks)		342

Обсяг знайдених подібностей

Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має відгукувати компетентна / уловнювальна особа.



25

Довжина фрагментів подібності 2



11512

Кількість слів

88433

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Прокрутіть список та аналізуйте, особливо, фрагменти, які перевищують КП 2 (означено жирним шрифтом). Скористайтеся посиланням "Показати фрагмент" та перевірте, чи є вони короткими фразами, розкиданими в документі (випадкової складності), численними короткими фразами поруч з іншими (можливої плагіат) або великими фрагментами без зазначення джерела (прямий плагіат).

10 найдовших фраз

Копія тексту

Попередній номер	Назва та адреса джерела (URL, назва файлу)	Відсоток (ідентичних слів / фрагментів)	Копія тексту
1	http://zsmata.gov.sumy.ua/Konferencijeborjov/NPK-2016-1-.pdf	77	0.67 %
2	http://rbis-nbx.gov.ua/cgi-bin/rbis_nbx/cgibis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/andy_2016_2_21.pdf	67	0.58 %
3	https://core.ac.uk/download/pdf/141489395.pdf	62	0.54 %
4	https://tourism.udau.edu.ua/assets/files/zbimn2017-kkr.pdf	63	0.46 %
5	https://core.ac.uk/download/pdf/141489395.pdf	62	0.45 %

6	http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=LJRN&P21DBN=LJRNAIMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDFirady_2015_2_21.pdf	50	0.43 %
7	http://elar.khmnu.edu.ua/files/irbisstream/123456789/7974/1/30.pdf	43	0.37 %
8	http://global-national.in.ua/archive/11-2016/111.pdf	42	0.36 %
9	https://revolution.allbest.ru/sports/01030611_0.html	38	0.33 %
10	https://revolution.allbest.ru/sports/01030611_0.html	35	0.30 %

з бази даних RefBooks (0.00 %)

позначений номер	авторство	кількість цитувань (не враховано)
------------------	-----------	-----------------------------------

з домашньої бази даних (0.00 %)

позначений номер	авторство	кількість цитувань (не враховано)
------------------	-----------	-----------------------------------

з програми обміну базами даних (0.76 %)

позначений номер	авторство	кількість цитувань (не враховано)	
1	диплом.doc 4/6/2018 Yury Stefanuk Prescraevian National University (VSPNU) (Факультет туризму)	13 (2)	0.11 %
2	Удосконалення технології готельної анімації у готелі "Radisson Blu Hotel Bukovel" 12/17/2021 Kharkiv State Academy of Culture (242 Туризм)	13 (1)	0.11 %
3	Volnenko_2019_magistr_UT.doc 11/30/2019 V. N. Karazin Kharkiv National University (KNU) (Міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу - кафедра туристичного бізнесу та краєзнавства)	12 (1)	0.10 %
4	ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯРЕМЧАНСЬКО-ВОРОХТЯНСЬКОГО РЕКРЕАЦІЙНОГО ВУЗЛА 12/9/2020 The Ivan Franko National University (Географічний факультет)	12 (1)	0.10 %
5	«Саморозвиток та креативна діяльність в професійній діяльності майбутніх викладачів» 12/20/2022 National University "Lviv Polytechnika" (NULP2)	10 (1)	0.09 %
6	YFCNU/2015/geog/geog_2015_045.pdf 10/29/2019 Yury Fedkovych Chernivtsi National University(CNU) (Deanery)	9 (1)	0.08 %
7	CNUT/in_the_article_it's_considered_the_special_aspects_and_problems_of_youth_recreation_on_bask_forms_of_pdf 8/28/2017 National University Cherniv Polytechnika (NUCP) (Deanery)	7 (1)	0.06 %
8	АНИМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ В ТУРИЗМІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ 12/9/2021 The Ivan Franko National University (Географічний факультет)	6 (1)	0.05 %

9	Анмацияна технология проведення літературного вечора у Харкові для студентів першого курсу ХДАКУ 12/19/2021 Kharkiv State Academy of Culture (242 Туркил)	5 (1)	0.04 %
---	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	--------

з Інтернету (27.06 %)

Ранковий номер	Адреса URL	Кількість цитувань (контенту)	Відсоток
1	https://core.ac.uk/download/pdf/141483395.pdf	335 (22)	2.91 %
2	http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgi/irbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/sofy_2015_2_21.pdf	237 (9)	2.06 %
3	https://revolution.allbest.ru/sport/01030611_0.html	217 (9)	1.88 %
4	https://revolution.allbest.ru/psalagopics/01381988_0.html	147 (6)	1.28 %
5	http://ntu.edu.ua/storage/news/00002346/book_of_abstract.pdf	119 (8)	1.03 %
6	http://www.market-link.od.ua/journal/2020/47_2020_ukr/47_2020.pdf	118 (8)	1.03 %
7	http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7074/1/30.pdf	116 (4)	1.01 %
8	http://www.vtel.com.ua/doc/2020/23_163_1.pdf	104 (7)	0.90 %
9	http://global-national.in.ua/archive/11-2016/111.pdf	93 (4)	0.81 %
10	http://firmatssou.sumy.ua/Konferencii/zbirnik/NPK-2016-1-.pdf	77 (1)	0.67 %
11	http://econom-law.cdu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/%D0%A0%D0%9E%D0%94%D0%97%D0%98%D0%9D%D0%A%D0%90_2018_%D0%AE%D0%A0%D0%98%D0%94%D0%98%D0%A7%D0%9D%D0%86-%D0%9D%D0%90%D0%A3%D0%9A%D0%98-%D0%95%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%9E%D0%9C%D0%86%D0%9A%D0%90-%D0%A2%D0%A3%D0%A0%D0%98%D0%97%D0%9C-%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A2-%D0%86%D0%A1%D0%A2%D0%9E%D0%A0%D0%86%D0%AF-%D0%A4%D0%86%D0%9B%D0%9E%D0%A1%D0%9E%D0%A4%D0%86%D0%AF-%D0%9F%D0%A0%D0%98%D0%A0%D0%9E%D0%94%D0%9D%D0%98%D0%A7%D0%9E-%D0%9C%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%9C%D0%90%D0%A2%D0%98%D0%A7%D0%9D%D0%86-%D0%A2%D0%90-%D0%9A%D0%9E%D0%9C%D0%9F%D0%AF%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%9D%D0%86-%D0%9D%D0%90%D0%A3%D0%9A%D0%98-.pdf	69 (4)	0.60 %
12	https://eandb.net/books_ukr/nyl.pdf	66 (5)	0.57 %
13	http://phd.znu.edu.ua/page/0109_2016/Sidonik_diz.pdf	63 (3)	0.55 %
14	http://enrlns.kname.edu.ua/1005211/DocAvDocoyr.pdf	62 (6)	0.54 %
15	https://coznayka.org/a195101.html	60 (5)	0.52 %
16	http://conf.hiwi.org.ua/wp-content/uploads/2018/12/zbirka-mojsitov-2018-chast2222.pdf	59 (4)	0.51 %
17	https://ukrbukva.net/page.8.74118-Goslinichnye-animacionnye-sustupki-programmy.html	57 (3)	0.50 %
18	http://itf.chdtu.edu.ua/article/view/241948/242239	57 (2)	0.50 %
19	https://tourism.udau.edu.ua/assets/files/zbirnik2017-ktgc.pdf	53 (1)	0.46 %

49	http://dspace.lnuu.edu.ua/bitstream/316487/35173/1/ekon ua3_40414.pdf	15 (1)	0.13 %
50	https://www.researchgate.net/publication/326094242/figure/fig/1/figure-pdf?input=1&as_screenshot=true&as_posix=true	15 (2)	0.13 %
51	https://www.researchgate.net/publication/326094242/figure/fig/1/figure-pdf?input=1&as_screenshot=true&as_posix=true	14 (1)	0.12 %
52	http://www.library.univ.kiev.ua/bitstream/ukrknigobiz/10/univgetbook_2011_15.pdf	14 (2)	0.12 %
53	https://vstar.com.ua/celexcom/9/	13 (1)	0.11 %
54	http://elms.znu.edu.ua/stud-sci-soc/2016/2016_tom_4_novyj.pdf	13 (2)	0.11 %
55	https://ua.gov.ua/marketing/zh3ad69b4c53a89421216c37_0.html	13 (1)	0.11 %
56	http://old.muft.edu.ua/page/51adad39c2a2/files/rytgam_2018.pdf	12 (2)	0.10 %
57	https://pikuchni.com/content/502_240cp/lya_v_tyrislichih_komleksah_ta_golovnyh.html	11 (1)	0.10 %
58	https://ua-referat.com/%D0%A1%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8_%D0%B7%D0%BD%D0%BA%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B4%D0%BE%D1%88%D0%BA%D1%86%D0%B0%D1%8C%D0%BD%D1%8F%D1%82_%D0%B4%D0%BE_%D0%B5%D1%82%D0%BD%D1%89%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%87_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%87%D1%86%D0%B8_%D0%B7%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BC%D0%B8_%D0%B4%D0%B8%D1%82%D1%8F%D1%87%D0%B8%D1%85_%D1%81%D0%B2%D1%8F%D1%82_%D1%86_%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B0%D0%B3	10 (1)	0.09 %
59	https://referat.com.ua/work/organizacija-zidnozhkujak-olisa-komleks-rosloj/	9 (1)	0.08 %
60	https://sq-konf.com/wp-content/uploads/2020/06/XX-Conference-08-09-Athens-Green-book.pdf	8 (1)	0.07 %
61	https://bukib.net/books/33967/	8 (1)	0.07 %
62	https://ukrbukva.net/page/5-19869-Animacioniya-programmy-zadachi-celi-perspektivy.html	8 (1)	0.07 %
63	http://infotur.in.ua/geeva.htm	7 (1)	0.06 %
64	http://lib.mnukim.mk.ua/files/bitstream/123456789/281/1/%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%B9-24-33.pdf	6 (1)	0.05 %
65	http://ukrifs.com.ua/60095-Animacioniya-v-tudzme.html	5 (1)	0.04 %

Список принятых фрагментів (немає принятих фрагментів)

Коллекционный номер

Экст

Коллекционный номер СЧБ (ФАУ/ДНТ)