

Форма № 24

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

РОЛЬ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Виконала: студентка 4 курсу, групи МТЕ-119

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

САФАРОВА Лала Курбанівна

Керівник: д.е.н., професор ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В.

Рецензент: к.е.н., доцент ПОПОВА В.Д.

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**Національний університет «Запорізька політехніка»**Інститут, факультет Міжнародного туризму та економікиКафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесуСтупінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівеньОсвітньо-кваліфікаційний рівень бакалаврСпеціальність 242 Туризм

(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ**Завідувач кафедри ТГРБ**Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ СТУДЕНТКИ****САФАРОВОЇ Лали Курбанівни**

1. Тема роботи (проекту) РОЛЬ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ
керівник роботи (проекту) ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В., д.е.н., професор
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 09 грудня 2022 року № 426/1
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 23.05.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, Інтернет-джерела, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, монографії, статистичні дані Державної служби статистики України, матеріали Державного агентства розвитку туризму України, Національної туристичної організації України
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1) Теоретичні основи дослідження анімаційних послуг в туризмі. 2) Аналіз стану ринку анімаційних послуг. 3) Перспективи розвитку анімаційних послуг в туризмі України.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 1 таблицю, 8 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В., професор каф. ТГРБ	31.01.2023	31.03.2023
2	ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В., професор каф. ТГРБ	31.01.2023	14.04.2023
3	ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В., професор каф. ТГРБ	31.01.2023	28.04.2023
Нормо контроль	ГУРОВА Д.Д., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	10.05.2023

7. Дата видачі завдання 31 січня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	31.01.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.02-15.02.2023	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	16.02-28.02.2023	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.03-15.03.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	31.03.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	14.04.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	28.04.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	03.05.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10.05.2023	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2023	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2023	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2023	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	17.05.-19.05.2023	виконано
14	Подання роботи на кафедру	23.05.2023	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	30.05.-02.07.2023	виконано

Студентка

(підпис)

Лала САФАРОВА

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

Тетяна ШЕЛЕМЕТЬЄВА

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідження ролі, особливостей, проблем та перспектив розвитку анімаційних послуг в туризмі. Виходячи з поставленої мети, доцільно виконати такі **завдання**: охарактеризувати теоретичні основи дослідження анімаційних послуг в туризмі; проаналізувати стан ринку анімаційних послуг; розглянути перспективи розвитку анімаційних послуг в туризмі України.

Об'єктом дослідження є анімаційні послуги.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти анімаційних послуг в розвитку туризму України.

Методи дослідження: логічного узагальнення; узагальнення й систематизації; аналізу та синтезу; схематичного й графічного зображення.

Інформаційну базу дослідження становлять навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, Інтернет-джерела, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, монографії, статистичні дані Державної служби статистики України, матеріали Державного агентства розвитку туризму України, Національної туристичної організації України, власні дослідження автора.

Практичне значення результатів полягає в тому, що запропоновані заходи дозволять підвищити процес якісного збільшення дозвілєвих програм і послуг туристу та дозволяють, поряд з добре організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку. Також матеріали кваліфікаційної роботи можна використовувати при викладанні дисциплін «Економіка туризму» та «Анімаційні послуги».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися на Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку» (м. Старобільськ, 2021 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей.

Структура. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (46 найменувань), п'яти додатків.

Обсяг. Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок комп'ютерного тексту (2,72 авт. арк.), основний зміст роботи викладено на 65 сторінках (2,52 авт. арк.).

Графічний матеріал. Робота містить 1 таблицю та 8 рисунків.

АНОТАЦІЯ

Сафарова Л. Роль анімаційних послуг в розвитку туризму. – Кваліфікаційна (дипломна) робота.

У роботі охарактеризовано основи дослідження анімаційних послуг в туризмі; виявлено специфічні особливості анімаційних послуг; проаналізовано стану ринку анімаційних послуг; розглянуто перспективи розвитку анімаційних послуг в туризмі України. Цінність результатів дослідження полягає у тому, що сьогодні анімаційні послуги стають дуже популярними в туризмі та вважаються найважливішим елементом туристичного продукту.

Ключові слова: послуга, анімаційні послуги, сутність, роль, перспективи розвитку, аналіз.

ANNOTATION

Safarova L. The Role of Entertainment Services in Tourism Development. – Qualifying work.

The work describes the basics of animation services research in tourism; specific features of animation services were revealed; the state of the animation services market was analyzed; prospects for the development of animation services in Ukrainian tourism are considered. The value of the research results is that today animation services are becoming very popular in tourism and are considered the most important element of the tourism product.

Key words: service, animation services, essence, role, development prospects, analysis.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

АДАК – Асоціація культурного розвитку

год. – година

грн. – гриня

Держкомстат – Державна служба статистики

Держагентство – Державне агентство

див. – дивись

ін. – інший

км – кілометр

м. – місто

млн. – мільйон

НТО – Національна туристична організація

од. – одиниць

р., рр. – рік, роки

РАГС – реєстрація актів цивільного стану

рис. – рисунок

с. – село

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

тис. – тисяча

PR – Public Relations

ТІЦ – Туристичний інформаційний центр

SWOT – strength, weaknesses, opportunities, threats

UNWTO – World Tourism Organization (Всесвітня туристська організація)

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ	12
1.1. Сутність та значення анімаційних послуг в туризмі	12
1.2. Світовий досвід використання анімаційних послуг в туризмі	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ РИНКУ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ	31
2.1. Характеристика ринку анімаційних послуг в Україні	31
2.2. Проблеми розвитку анімаційних послуг в Україні	47
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ УКРАЇНИ	52
ВИСНОВКИ	63
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	66
ДОДАТКИ	71
Додаток А	72
Додаток Б	73
Додаток В	74
Додаток Г	75
Додаток Д	76

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні анімаційні послуги стають дуже популярними в туризмі та вважаються найважливішим елементом туристичного продукту. Вони підвищують якість обслуговування і є однозначно своєрідною формою реклами, повторного залучення людей, гостей і їх знайомих, що також має на меті просування туристичного продукту на ринку для підвищення прибутковості туристичного бізнесу. У підсумку це впливає на фінансовий результат діяльності суб'єктів туристичної діяльності.

Сутність, особливості анімаційних послуг, принципи їх організації в сфері туризму розглянуті у науковій літературі досить мало, серед вітчизняних авторів слід виділити: Шикіну О., Гончаренко Я., Ремігайло І., Ільтьо Т., Маховку В., Кременецьку О., Кравець О., Байлик С., Кукліну Т., Віндюка А., Булатова С., Килимистого С. та ін. Світовий досвід організації анімативної діяльності в готелях досліджували Мамбетов Є., Петрова І., Яценко Є. та ін. Так, Шикіна О., Гончаренко Я. та Ремігайло І. статтю [1] присвятили питанню анімаційних послуг у готельному бізнесі, аналізу розважальних та анімаційних заходів, які проводяться у готелях, досліджено досвід організації анімаційної діяльності в категоризованих готелях Одеської області, результатом чого було окреслення шляхів удосконалення анімаційної діяльності. У дослідженні Ільтьо Т. проаналізовано розважальні та анімаційні заходи, які проводяться у готелях, досліджено світовий досвід організації анімаційної діяльності в готелях, окреслено шляхи удосконалення анімаційних програм та обґрунтовано ефективність запропонованих заходів, доведено перспективність та актуальність розвитку анімаційної діяльності в Україні [2]. Маховка В. та Кременецька О. [3] зазначили, що анімаційні послуги розглядаються не лише як засіб організації дозвілля туристів, а як новий популярний напрямок туристичної діяльності, який сьогодні набуває активного розвитку по всьому світі як адекватний засіб у конкурентній

боротьбі між подібними за рівнем сервісу й облаштуванням інтер'єрів готелями і туристичними комплексами.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи бакалавра є дослідження ролі, особливостей, проблем та перспектив розвитку анімаційних послуг в туризмі.

Виходячи з поставленої мети поставлено і вирішено наступні задачі:

- охарактеризувати теоретичні основи дослідження анімаційних послуг в туризмі;
- проаналізувати стан ринку анімаційних послуг;
- розглянути перспективи розвитку анімаційних послуг в туризмі України.

Об'єктом дослідження є анімаційні послуги.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти анімаційних послуг в розвитку туризму України.

Методи дослідження: логічного узагальнення (для забезпечення послідовності в проведенні наукового дослідження й формування висновків); систематизації (при систематизації поглядів учених та узагальнення категорійного апарату, сутності понять «анімація», «анімаційні послуги»); схематичного й графічного зображення (для схематичного подання ключових теоретичних аспектів дослідження проблеми й наочного зображення статистичних матеріалів і аналітичних даних).

Інформаційну базу дослідження становлять: навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, Інтернет-джерела, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, монографії, статистичні дані Державної служби статистики України, матеріали Державного агентства розвитку туризму України, Національної туристичної організації України, власні дослідження автора.

Практичне значення результатів полягає в тому, що запропоновані заходи дозволять підвищити процес якісного збільшення дозвілєвих програм і послуг туристу та дозволяють, поряд з добре організованими

проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку. Також матеріали кваліфікаційної роботи можна використовувати при викладанні дисциплін «Економіка туризму» та «Анімаційні послуги».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися на Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку» (м. Старобільськ, 2021 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей [46].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (46 найменувань) та додатків (5 позицій). Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок комп'ютерного тексту (2,72 авт. арк.), основний зміст роботи викладено на 65 сторінках (2,52 авт. арк.). Робота містить 1 таблицю та 8 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

1.1. Сутність та значення анімаційних послуг в туризмі

На сучасному етапі розвитку туристичної індустрії все більше значення набуває культурний туризм та один із його напрямів – анімація. Організація анімаційної діяльності є невід’ємною складовою комплексу туристичних послуг, що пропонуються закладами туристичної індустрії. Значення анімаційної діяльності в структурі комплексного туристичного обслуговування на сучасному етапі розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу важко переоцінити, оскільки використання анімаційних технологій має значне соціально-економічне та виховне значення, сприяє популяризації, збереженню та розвитку національно-культурної спадщини країни та туристичної дестинації. З огляду на це, організації анімаційної діяльності в готельних та туристичних закладах має бути приділена належна увага.

Туристична анімація – це туристична послуга, під час реалізації якої туриста залучають до активної діяльності. Вона заснована на особистому контакті аніматора з туристами, на їх спільній участі у розвагах, які складають анімаційну програму туристичного комплексу. Це різновид туристичної діяльності, що здійснюється в туркомплексі, готелі, круїзному судні, поїзді, що залучає туристів у різноманітні заходи через участь у спеціально розроблених програмах дозвілля [4].

Відповідно зміст туристичного дозвілля включає: культурне споживання; самоосвіту; неформальне спілкування; культурно-творчі заняття; задоволення екологічних потреб (спілкування з флорою та фауною); фізкультурно-оздоровчі заняття; розважальну діяльність тощо.

Зазначимо, що анімація – це напрямок туристичної та курортної діяльності, який передбачає як зорову (пасивну), так і особисту участь

відпочиваючих у театралізованих та ігрових програмах, культурно-розважальних та спортивних заходах [5].

У зарубіжній туристичній практиці використовують термін «amusements» (розваги), що поєднує в собі сукупність видів рекреаційних заходів під час відпочинку, крім суто розважальних: пізнавальних, спортивних, соціально–культурних та ін. Цілісний характер рекреаційної діяльності, що виявляється у здатності туризму вносити різноманітність та радість у повсякденне життя, створювати святкову атмосферу призвело до появи анімації.

Слово «анімація» має латинське походження («anima» – душа, повітря, вітер) і визначає натхнення, наснагу, залучення до руху, активності, стимулювання життєвих сил [6].

Появлення терміну «анімація» зв'язують з початку ХХ ст. у Франції у зв'язку з введенням закону про створення різних неполітичних асоціацій (1901 рік). До цього року різні соціальні об'єднання людей (за інтересами, за способом заповнення дозвілля і т. ін.) існували поза конкретною політичною дією, очевидною або прихованою. Після 1901 року ситуація різко змінилася: збільшився обсяг вільного часу населення за рахунок поступового скорочення робочого часу. Почали отримувати розвиток аматорські асоціації (об'єднання), що потребувало відповідного юридичного оформлення. У той час асоціація розглядалася в якості підозрілого посередника між індивідом і державою, що прагнув всіляко принизити владу останнього».

Спочатку виникає анімація як діяльність [6], спрямована на те, щоб провокувати і посилювати живий інтерес до культури, художньої творчості.

Сьогодні термін «анімація» використовується у вузькому і широкому значенні слова. Вузький сенс характеризує організацію дозвільної діяльності: «Анімація (сфера розваг) – організація дозвілля в готелях, на корпоративних заходах, дитячих святах; напрямок, що припускає особисту участь відпочиваючих у культурно-масових заходах». Анімація у вузькому сенсі слова розглядається як діяльність з розробки та поданням спеціальних

програм проведення вільного часу.

Словник–довідник термінів сфери туризму визначає «анімацію» як комплекс із розробки та надання спеціальних програм проведення вільного часу, організації розваг і спортивного проведення дозвілля [7].

Анімаційні програми включають спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, карнавали, ігри, хоббі, заняття, що входять до сфери духовних інтересів і т.п. Отже, аніматор у вузькому значенні слова – спеціаліст, що займається розробкою індивідуальних і колективних програм проведення дозвілля, що орієнтує людину в розмаїтті видів дозвілля, організує повноцінне дозвілля.

В сфері туризму анімаційну діяльність представляють наступними видами (рис. 1.1).

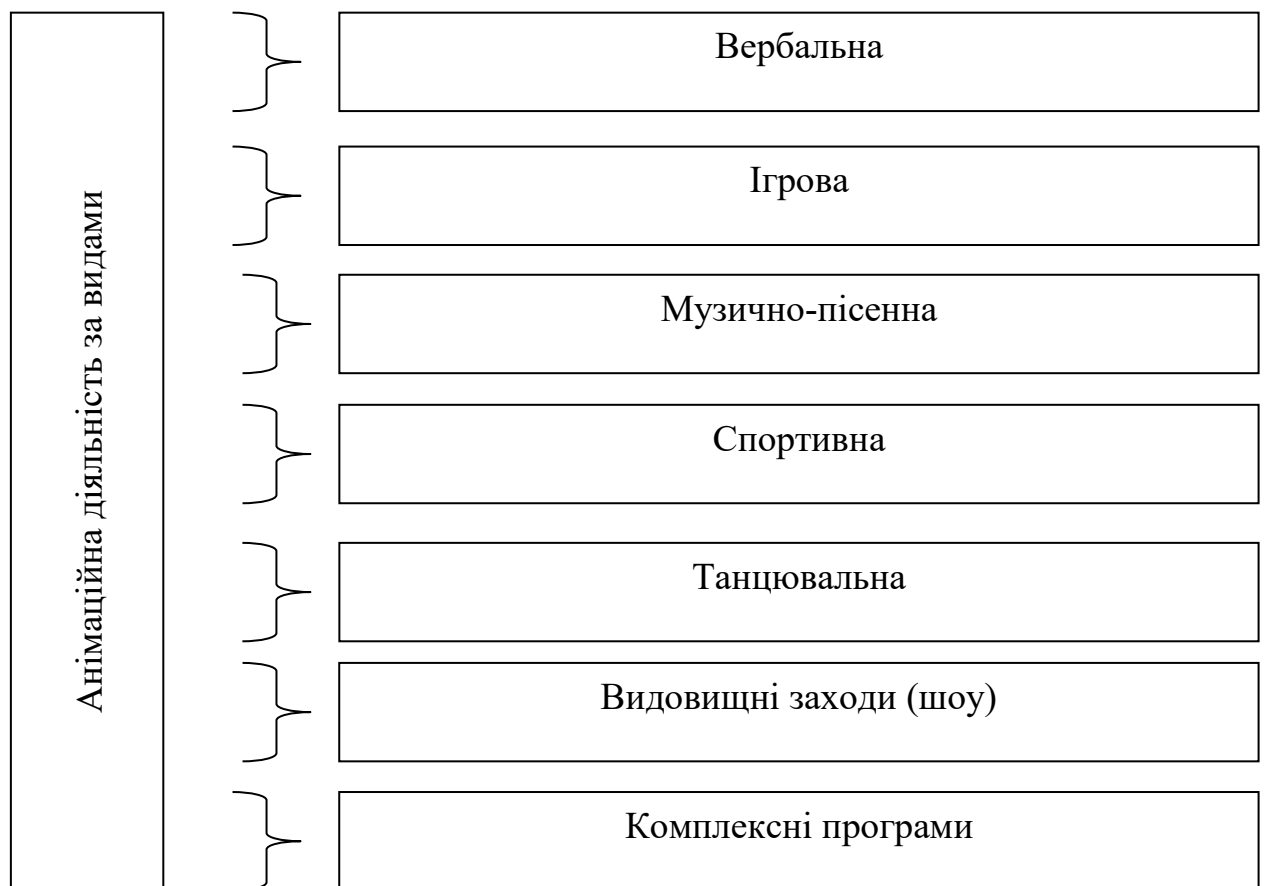


Рис. 1.1 – Класифікація анімаційної діяльності за видами

Як бачимо кожен із визначених видів анімаційної діяльності складається з певної кількості форм анімаційних подій, які можуть налічувати від декількох одиниць до декількох сотень подій. Анімаційна подія – закінчений вид художньо-творчого продукту, створеного за ідейно-тематичною ідеєю режисера за спеціально розробленим сценарієм та втілений аніматорами на сцені або дитячому майданчику.

Міжнародний досвід туристичного готельного бізнесу розглядає анімаційну діяльність як цілісний процес взаємодії аніматора з туристами, в процесі якого задовольняється освітньо-культурні, рекреаційно-оздоровчі, творчі потреби та інтереси учасників [8].

В зарубіжній практиці гостинності застосовують термін «amusements» (розваги), під яким об'єднано комплекс видів рекреаційної діяльності людини в період відпочинку, крім суто розважальної: пізнавальну, спортивно-оздоровчу, соціокультурну та ін. Холістичний (англ. holism від гр. holos – цілий, увесь) характер рекреаційної діяльності який проявляється у здатності туризму вносити різноманітність та радість в повсякденне життя людини, створювати атмосферу свята обумовив появу терміну «animation» (анімація) [8].

Сучасні науковці розуміють анімацію як процес організації дозвілля в закладах відпочинку та оздоровлення, на корпоративах та MICE заходах, в дитячих таборах та дитячих святах, яка передбачає особисту участь відпочиваючих в анімаційних заходах. Так В. Зорін зазначає, що анімація в туризмі – це діяльність з розробки та подання спеціальних програм проведення вільного часу. Анімаційні програми включають спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, карнавали, ігри, хобі тощо [9]. Туристична анімація являє собою комплексну, цілісну взаємодію аніматора та туриста з використанням спланованих засобів впливу та стимулюванням їх активності та відновлення життєвих сил в процесі цієї взаємодії [10]. Таким чином, туристична анімація являє собою найважливішу частину сукупної діяльності на туристському підприємстві, вираження високого ступеня її

професіоналізму, найважливіша складова частина туристичного продукту. Тому, як і всяка інша діяльність на туристичному підприємстві, анімація повинна бути планованою, чітко регламентованою, організаційно керованою й забезпеченою матеріальними, фінансовими й кадровими ресурсами. Кінцевою метою туристської анімації є задоволеність туриста відпочинком – його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. У цьому полягають найважливіші рекреаційні функції анімації.

Значення анімаційних послуг в туризмі полягає в наступному (див. рис. 1.2).

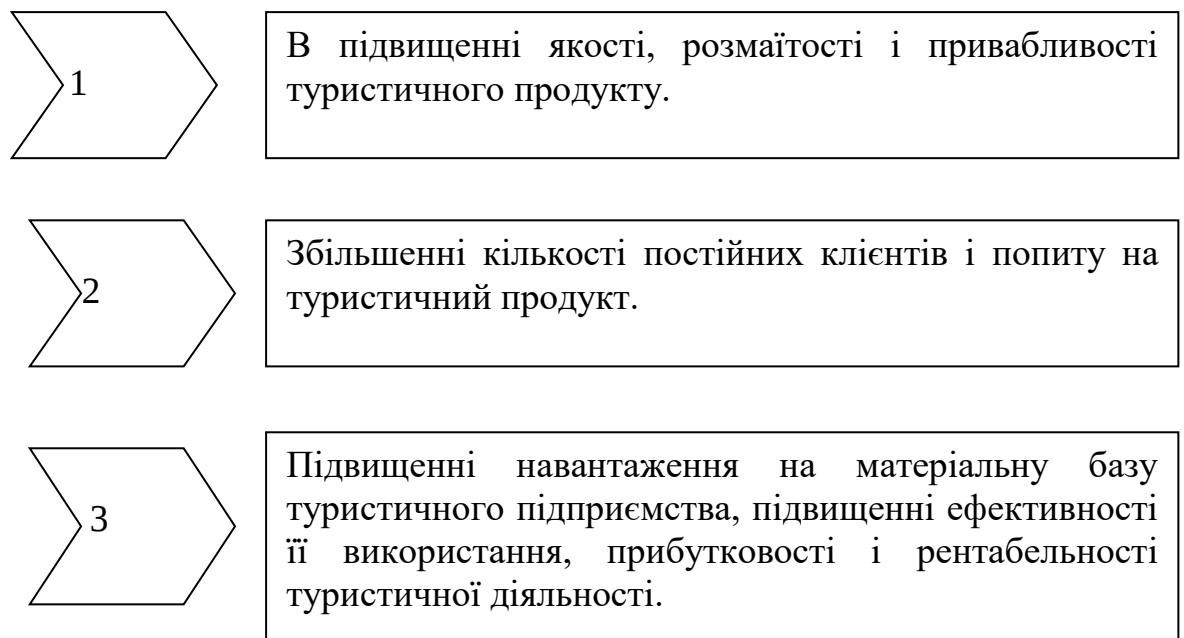


Рис. 1.2 – Значення анімаційних послуг в туризмі (складено за даними [5])

Анімація як складова дозвілля є способом ініціації творчих потреб людини та її соціальної активності; оптимізації міжособистісних та міжгрупових відносин, соціально-культурної інтеграції, самосвідомості та самовизначення особи в контексті побудови громадянського суспільства.

Всі анімаційні заходи умовно поділяють на два види відпочинку: активний і пасивний (див. рис.1.3) [8].

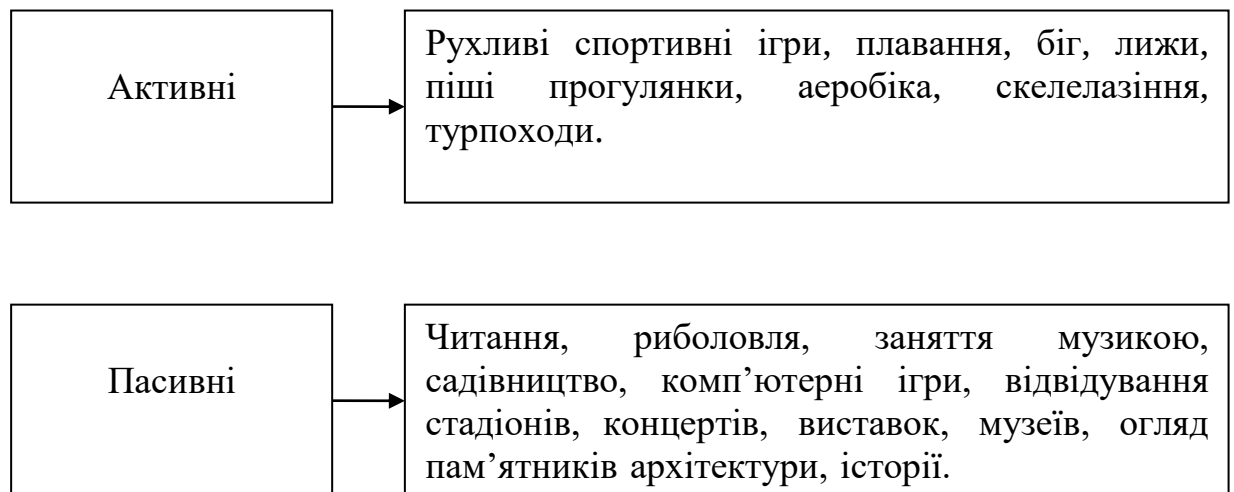


Рис. 1.3 – Види анімаційних заходів

Але вибір певного типу відпочинку обмежений дією групи окремих факторів, які можна поділити на внутрішні і зовнішні.

До внутрішніх відносяться наступні (див. рис. 1.4).

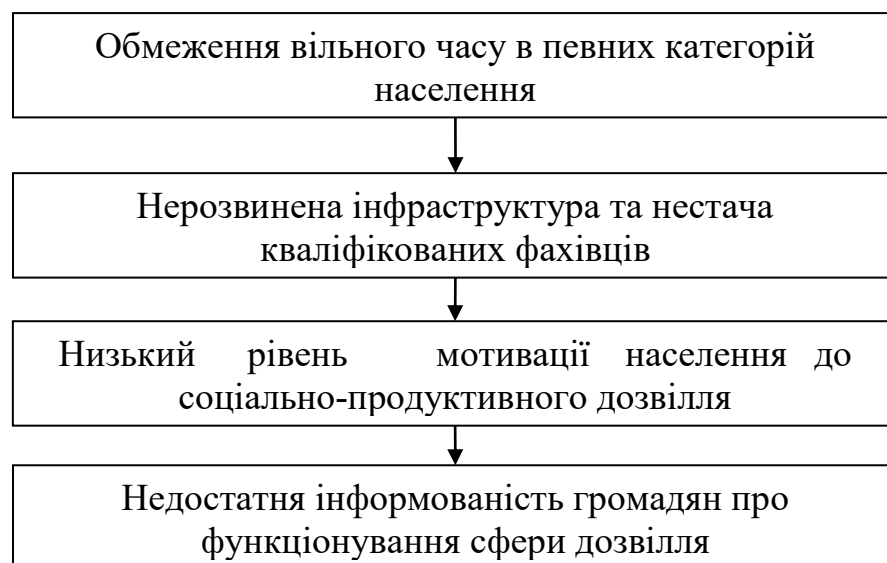


Рис. 1.4 – Внутрішні фактори до вибору типу анімації

Зовнішні фактори враховують: соціальну напруженість; втрату традицій і духовної єдності поколінь; ціннісну нестабільність; перевагу споживацтва в соціальному та культурному житті [1].

Як зазначає Ільїна Є. [11], доцільно виділити основні чотири пріоритетних напрями анімаційного туризму, виділивши організацію костюмованих турів, шоу–музеї та тематичні парки в три абсолютно різні за походженням напрями (див. рис. 1.5).

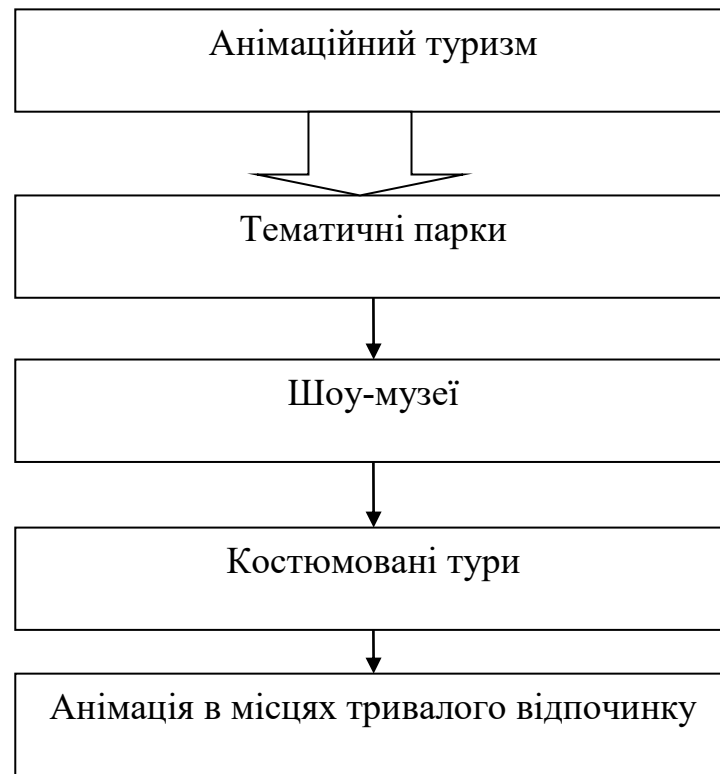


Рис. 1.5 – Пріоритетні напрями анімаційного туризму

Стрімкий розвиток туризму зумовив й розвиток анімації, яка вже розглядається не лише як засіб організації дозвілля туристів, а як новий популярний напрямок туристської діяльності, який сьогодні набуває активного розвитку по всьому світі як адекватний засіб у конкурентній боротьбі між подібними за рівнем сервісу й облаштуванням інтер'єрів готелями і туристськими комплексами. Анімація як особлива складова частина організації дозвілля виходить на новий рівень застосування, дає змогу використовувати її в різноманітних аспектах соціальної діяльності. Анімація як складова дозвілля є способом ініціації творчих потреб людини та її соціальної активності; оптимізації міжособистісних та міжгрупових

відносин, соціально-культурної інтеграції, самосвідомості та самовизначення особи в контексті побудови громадянського суспільства. У результаті анімаційного впливу задовольняються релаксаційні, оздоровчі, культурні, освітні, творчі потреби та інтереси суб'єктів дозвілєвої діяльності, створюються умови для соціальної активності особи, здатної до перетворення навколишньої дійсності.

1.2. Світовий досвід використання анімаційних послуг в туризмі

Світовий досвід організації анімаційного сервісу, послуг розваг обумовлений перш за все збільшенням вільного часу у населення, а отже, йде процес якісного збільшення дозвілєвих програм і послуг. Найбільший розвиток організації дозвілля та розваг набув в США, Канада, країни Західної Європи (Німеччина, Франція, Данія, Бельгія, Нідерланди, Фінляндія). Туристичний анімаційний сервіс найбільш розвинений у курортних зонах, де він сприяє підвищенню атрактивності туристичних подорожей та якості відпочинку. У курортних зонах всього світу існує чітке усвідомлення того, що особлива роль належить організації дозвілля відпочиваючих: ігровим заходам, активним змаганням, різним шоу і святкам тощо. На Заході основною діяльністю анімаційного сектора є щоденні програми розваг, які включають у себе асортимент безкоштовних послуг анімації для дорослих і дітей [1].

Зауважимо, що під анімаційними послугами розуміють додаткові послуги, що надаються туристу та дозволяють, поряд з добре організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку. Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, він постійно зайнятий тим, що доставляє йому задоволення, викликає позитивні емоції, формує прекрасний настрій і збуджує бажання повертатися до таких емоцій знову і знову.

Міжнародний досвід організації анімаційного сервісу свідчить про два напрямки:

- створення спеціальних музеїв і парків, організація костюмованих турів, шоу, свят та інших дійств за своїми сценаріями;
- оживлення програм дозвілля туристів у місцях тривалого відпочинку – курортних готелях і центрах, туристичних селищах і базах, на круїзних суднах тощо.

У сучасній світовій туристичній практиці досить часто використовуються анімаційні послуги. Швидкий розвиток технологій, збільшення добробуту споживачів та посилення ролі нецінової конкуренції змушують туристичні підприємства шукати нові шляхи залучення споживачів та можливості збільшення споживчої вартості їх пропозиції. Анімаційні послуги є тим засобом, який несе несуттєві матеріальні затрати, проте забезпечує незабутні враження.

Першими з країн, що створили ідеальні умови для готельної анімації є Іспанія, Греція, Франція, Португалія, Єгипет, Туреччина та ін. Розташування готельних комплексів на морських побережжях, ідеальна чистота у номерах та на пляжах, наявність басейнів на всі смаки і вимоги, прекрасна екзотична природа, забезпечують високий туристичний потік, у тому числі й відпочиваючих з дітьми. Відпочиваючи, діти прагнуть гратися, спілкуватися з однолітками, а батьки бажають отримати повноцінний відпочинок без постійного нагляду за дітьми. Тому сучасні готельні комплекси створюють спеціальні дитячі ігрові кімнати та ігрові майданчики для дітей. Проте, залишати дітей без нагляду є небезпечно, тому більш ефективними є діяльності так званих дитячих клубів (Kids-club), основною метою діяльності яких є задоволення потреб дітей.

У таких клубах працює декілька груп аніматорів, які обслуговують групу дітей певної вікової категорії. Основними обов'язками аніматорів є:

- заняття малюванням; перегляд мультфільмів; гра у рухливі ігри; постановка міні-шоу; катання на конях; морські прогулянки;
- гра в спортивні ігри (міні-більярд, волейбол, футбол, настільний теніс); проведення ралі в лісі;

– підготовка кулінарних «шедеврів» та ін.

Участь дітей у таких міні-клубах є справою добровільною та необов'язковою. Щодня проводиться знайомство дітей, що дає можливість новеньким дітям дізнатися імена інших учасників клубу. Кожен день має свою направленість, яка розкривається у підборі розважально-ігрових заходів. На випадок поганої погоди існують альтернативні анімаційні програми, що дозволяють дітям активно й з задоволенням провести такі дні. Аніматори працюють з дітьми навіть у ресторанах, що дає можливість також проводити різні міні-заходи щодо етикету, культури поведінки у закладах харчування. Такі заходи забезпечують задоволеність відпочинком як дітей, так і їх батьків, що сприятиме поверненню туристів до готельного комплексу наступного року. Важливо підкреслити, що анімаційні послуги, що пропонуються дітям повинні часто змінювати та не повторюватися щорічно, адже діти швидко втрачають інтерес до того, що вони уже бачили. Тому дитяча анімація повинна бути яскравою, святковою, видовищною та запам'ятатися надовго [6].

Проте, останнім часом у таких країнах як Туреччина, Іспанії і Франції набувають популярності анімаційні послуги й для дорослих відвідувачів готелів. Так, у готелях на узбережжі Середземного моря симпатичні юнаки та дівчата – GO1, займаються розвагою гостей – GM2, які приїхали на відпочинок з багатьох країн. Знаючи кілька іноземних мов, а також маючи музичну, хореографічну або спортивну освіту, вони своєю роботою забезпечують відомим готелям унікальну послугу – друг-аніматор. Під час відпочинку аніматори стають справжніми друзями гостей. Удень вони спортивні тренери, партнери у спортивних іграх, увечері – ведучі музичних шоу, партнери в танцях на дискотеках чи компаньйони для вечірньої розмови. Такі аніматори працюють з туристами протягом усього дня: вранці запрошують на ігри та спортивно-оздоровчі програми, вдень – на театральні вистави, ввечері організовують барвисте шоу, святкування днів народжень, вечори побачень, танцювальні вечори тощо.

Анімаційні програми, що пропонуються туристам бувають різної складності: від невеличкої участі туриста в грі до серйозної ролі у театралізованій постанові, яку виконує відпочиваючи разом з професійними акторами. Для проведення анімаційно-спортивних програм готельні комплекси створюють потужну матеріальну базу. Прикладом такої бази може бути туристичний готельний комплекс «Sirene City» (курорт Белек, Туреччина), який налічує 5 басейнів (два відкритих, один з яких з водними гірками, два дитячих і один закритий, з підігрівом води), оздоровчий центр, дві турецькі лазні, солярій, сауна, масажний кабінет, шість тенісних кортів з освітленням для нічних ігор, волейбольні майданчики на пляжі, чотири футбольні поля, поля для гри в гольф, баскетбольний майданчик, майданчики для стрільби з лука і настільного тенісу, більярд, дартс, шахи, нарди. На пляжі є база для занять водними видами спорту (вітрильним і водно-парашутним, каное, серфінгом, водними лижами і ін.) [12].

Анімаційний-спортивні та екскурсійні програми світових готелів різноманітні і щорічно удосконалюються. Основними аніматорами у цьому напрямку є спортивні інструктори, діджеї, танцювальні колективи, менеджери з музичного оформлення, костюмери, дизайнери та ін.

Серед інших анімаційних послуг, якими користуються готельні комплекси та курортні заклади, можна назвати заходи, які організовують подібно до світових фестивалів. Так, на курортах Колумбії та Іспанії для відпочиваючих проводять «томатні бої». Подібні заходи організовують у готельних комплексах Італії, використовуючи у якості зброї апельсини. Для туристів, що відпочивають у Таїланді та Індонезії, проводять «бананові бої». Такого роду заходи допомагають зняти нервову напругу, отримати задоволення від проведення «військових» баталій. Слід наголосити, що основною умовою таких анімаційних заходів є те, що всі овочі та фрукти повинні бути м'якими, щоб не завдати шкоди один одному.

Для туніських туристів один раз на тиждень приїжджає театр на колесах і демонструє східне фольклорне шоу з танцями живота. Для

бажаючих туристів проводяться окремі заняття. Подібні заходи під назвою фестиваль «Танці Сходу» проводяться і в Шрі-Ланці, коли щонеділі кожен бажаючий турист може пройти короткочасне навчання мистецтву східного танцю.

У курортних містах Чехії та Угорщини для туристів організовують шоу–програми «Зустріч з привидами», що представляє собою театралізовану виставу, до якої аніматори залучають туристів і влаштовують їм дивовижні, жахливі пригоди.

На сьогоднішній день щорічно збільшується цікавість туристів до таких анімаційних програм, які використовують елементи нетрадиційної терапії: тибетська медицина, індійська йога, китайський фен-шуй, організація іпотерапії (верхова їзда), апітерапія (лікування бджолами), гірудотерапія (лікування п'явками)), галотерапія (сольові ванни), використання елементів легкої музики, ароматерапії, акупунктури та інших терапевтичних факторів.

Анімаційна діяльність у туристичній індустрії набула широкої популярності в Америці. Найбільше таких програм у США використовувалося під час відпочинку у національних парках серед незайманої природи, а також під час відвідування різних етнографічних парків, у тому числі індійських. Різні американські центри історико-етнографічної реконструкції, що тісно співпрацюють із Національною парковою системою країни, розробляли анімаційні програми, які передбачали проведення на території національних парків історичних експериментів з життя американських індіанців доколоніального періоду або перших колоністів XVI – XVIII століть. Окрім фахівців у галузі історичної реконструкції, населення Америки та туристи активно залучаються до перегляду та участі у таких програмах. Вони мають унікальну можливість приміряти індійські костюми, покататися на конях, позайматися традиційними для індіанців справами, спробувати себе у традиційних ремеслах, таких як плетіння рибальської сітки, виготовлення прикраси калапало – намиста із раковин равликів та багато іншого.

Тематичні парки у сучасному туризмі посіли особливе місце, створивши конкуренцію світовим традиційним дестинаціям з великою кількістю історичних та культурних пам'яток. Ідея тематичних парків виникла в Європі і була реалізована у формі парків розваг, що існували у багатьох європейських столицях наприкінці XIX ст.: сади Тіволі в Копенгагені, парк Пратер у Відні та ін.

Сучасні тематичні парки пропонують своїм відвідувачам ряд анімаційних послуг, серед яких найпопулярнішими є: традиційні ігри народів світу, бешкетливі квести, змагання для дітей та дорослих, зворушливі лялькові вистави та багато іншого. Туристи парків можуть взяти участь у незабутніх командних розвагах, дізнатися багато нового та цікавого, випробувати свої сили, швидкість, спритність та кмітливість у забавних випробуваннях та отримати за це подарунок.

Найстарішим американським тематичним парком вважається «Діснейленд», побудований за 60 км на південний схід від Лос-Анджелеса (Каліфорнія), найвідомішим – американський тематичний парк «Світ Діснея» поблизу Орlando (Флорида). Найбільшим в Європі тематичним парком вважається «ЄвроДіснейленд», який знаходиться в 30 км від столиці Франції. Інший відомий парк – «Moominworld» у Фінляндії, який знаходиться у 20 км від Турку.

Сьогоднішні сучасні американські парки здатні здійснити «космічну подорож». Так, у парку Universal Studios Hollywood відвідувач може вийти за межі реальності й стати одним із діючих героїв захоплюючого бойовика чи трилера. Інший американський тематичний парк – Sea Ward – може запропонувати атракціон «Подорож до Антарктиди», в якому поєднуються неймовірні лазерні технології і голографічні спецефекти з поїздкою на американських гірках.

Останнім часом вся увага дизайнерів тематичних парків зосереджена на технологіях віртуальної реальності, що відкриває великі перспективи для індустрії розваг. Тематичні парки Німеччини, Данії, Нідерландів та Японії

також користуються великою популярністю серед туристів.

Досить значного впливу на анімаційні програми, які використовуються у зарубіжних країнах, мають традиційні свята та карнавали. Так, американські свята є дуже оригінальними. Взимку Карнавал у Колорадо пропонує гонки на колісницях та хокей на мітлу. В Іллінойсі проходить парад домашніх тварин: понад тисяча дітей, одягнених у вишукані сукні, несуть на руках своїх котів, собак, хом'яків та інших домашніх тварин. Глядачів на цьому карнавалі збирається до ста тисяч. Штат Луїзіана згадує раз на рік своє піратське минуле, коли кораблі місцевих корсарів борознили води озер і заток. Карнавал «Днів контрабандиста» викликає широкий ентузіазм як у внутрішніх туристів, так й у іноземців.

Карнавал у Ріо-де-Жанейро є одним із заходів, що належить до грандіозних, незрівнянних, театральних вистав. Щоб побачити це видовище, турфірми зазвичай замовляють квитки за кілька місяців наперед. Сотні тисяч туристів з усього світу приїжджають до Бразилії, щоб не лише поспостерігати, але й взяти участь у цьому видовищі. Карнавал в Ульмі називають «німецьким кільцем дурня». На нього збираються до 14 тисяч учасників в екзотичних костюмах з усього південного сходу країни. У лютому середньовічне швейцарське місто Люцерн населяють персонажі фільмів жахів у ході проведення відомої акції «Карнавал монстрів» [13].

Не менш відомими є Венеційський карнавал, карнавал у Кельні та фестиваль «Октоберфест» у Мюнхені. Фестиваль фламенко також приваблює туристів до Іспанії. Фламенко – запальний іспанський танець, і неможливо уявити Іспанію без фламенко, оскільки для іспанців це не просто танець, а спосіб життя. Тому цей фестиваль завжди дуже емоційний, барвистий, захоплюючий та надихаючий.

Туристи полюбляють також фестивалі квітів. Популярним у всьому світі є квітковий карнавал у Ніцці. Менш відомим, але не менш цікавим є Карнавал квітів в угорському Дебрецені. А у Новій Зеландії настільки люблять нарциси, що тільки для цих квітів організовують цілий фестиваль.

Досить цікавим, на нашу думку, є карнавал, присвячений лимону, що проводиться на півдні Франції у Ментоні. Серед багатого культурного життя міста, всіляких музичних конкурсів, фестивалів та карнавалів свято лимона займає особливе місце. Сонцелюбні лимони цвітуть у Ментоні цілий рік, тому не дивно, що вони є предметом національної гордості. Цей карнавал приваблює і жителів сусідніх міст: Ніцци, Езе, Монако, а також туристів з багатьох країн світу. З вибраних лимонів створюються справжні шедеври: середньовічні замки з башточками та родинними гербами, старовинні кораблі, хитромудрі статуетки.

У новорічну ніч багато туристів поспішають до Фінляндії, щоб зустріти Діда Мороза на самому початку його святкової подорожі по всьому світу. Ця подія настільки красива і ефектно організована, що завжди приваблює величезну кількість туристів з усього світу, а професійно організовані анімаційні програми роблять цей захід незабутнім [13].

Туристичні компанії використовують фестивальні події для створення анімаційних програми, в яких туристи активно залучаються до самих фестивалів: на карнавалах – танцюють, на квіткових фестивалях – беруть участь в конкурсах та створюють квіткові експозиції, на гастрономічних святах – куштують унікальну їжу та створюють шедеври з неї.

Ще одним прикладом анімаційних програм, що використовуються в туризмі, є театральна та музейна анімація. В Іспанії театральні анімаційні програми дозволяють взяти участь у демонстрації історичних фрагментів середньовічної Іспанії, лицарських битв і, звичайно, іспанської кориди, дуже привабливої для туристів. Корида – видовище, по суті, не для людей зі слабкою нервовою системою, проте воно розігране настільки тонко і професійно, що це не викликає негативних емоцій, а лише сприяє отриманню великої кількості вражень туристами. В Італії групи аніматорів влаштовують в Римі театральні шоу – гладіаторські битви в Колізеї, факельні ходи хрестоносців, змагання лицарів у храмі всіх богів Пантеону, бали епохи Відродження.

Окрім лицарських турнірів, які проводяться у відомих замках Німеччини, Польщі та інших європейських країн, у якості анімаційних програм для дорослих туристів можна розглядати проведення танцювальних балів та різноманітних трапез.

Під час проведення культурно-пізнавальних турів світові бібліотеки пропонують туристам перевтілитися в улюблений образ героя чи відчутти себе відомим письменником або поетом. Багато сучасних музеїв створюються таким чином, щоб не просто надати інформацію туристу, а зробити його повноцінним учасником. Так, під час екскурсійної програми туристам часто пропонують спробувати себе у національних ремеслах, стати учасником обрядового свята, найчастіше – весілля або посвяти, або створити власний шедевр, наприклад, із шоколаду, карамелі.

Зарубіжні музейні заклади використовуються і для дитячих анімаційних програм. Так, наприклад, у польському музеї Muzeum Lazienki Krolewski у Варшаві, проводячи культурно-пізнавальні екскурсії для дітей 3-6 років та їх батьків, розповідають історію «Саламандри», залучаючи до роботи чарівну жабу, яка вміє говорити з дітьми, розповідати їм невеличкі історії про свою родину та подорожі, а ще вона ковтає палаюче каміння, чим викликає у малечі неймовірне захоплення. Для дітей віком від 15 років у цьому ж закладі за допомогою мультимедійних засобів, аудіо записів та особистого залучення дітей проводять проект «Подорож пані Батовської», перемістивши підлітків у XVIII ст. Під час екскурсії учні виконують творчі завдання, проходять квести [14]. Музей історії у Гданську пропонує власні анімаційні послуги. Так, під час історичних екскурсій учні добувають вогонь із кремнію, облаштовують військовий табір за історичними малюнками та розводять багаття у відведеному для цього місці, ремонтують військові обладунки [15].

Впровадження світового досвіду застосування анімаційних послуг в індустрії туризму дозволяє залучати більшу кількість споживачів туристичних послуг, для яких туристичні суб'єкти прагнуть зробити цю

подію незабутньою. З економічної точки зору в межах анімаційного процесу всі організатори та виконавці повинні діяти і відчувати себе «режисерами вражень», розуміючи, що клієнти – це «глядачі» або «гості» [14].

Досвід анімаційної роботи традиційні культурно-дозвілєві організації Франції. Сотні театрів і кінозалів, розгалуджена мережа спортивних айданчиків, чудові парки – все це є доступним для кожного «середнього» городянина. Однак все більше і більше жителі міст країн Західної Європи воліють проводити своє дозвілля, вдавшись до допомоги Асоціацій культурного розвитку (АДАК), які зародилися у 1990-х роках в Парижі. АДАК підпорядковується управлінню культури міської мерії. Основною метою діяльності асоціації є надання людям можливості вибрати собі хобі до смаку, спробувати відкрити в самому собі якісь незвідані здібності. У 25 міста у Франції зараз працюють приблизно по 400 майстерень, що охоплюють у цілому 175 найрізноманітніших напрямків. Так, наприклад, у культурному центрі в Парижі, що об'єднав кілька майстерень, працюють секції ікебани і китайського живопису, тут також можна спробувати свої сили у заняттях музикою за допомогою комп'ютера. Є майстерні, які називаються ательє: палітурної і столярної справи, класичного танцю і скульптури, ритмічної гімнастики, тощо. Ці ательє виступають свого роду культурними центрами міських кварталів, місцем, де можуть зібратися ентузіасти, щиро захоплені тією чи іншою справою. Більшість людей, що постійно відвідує майстерні, живуть неподалік від них, є сусідами. Подібні центри допомагають пізнати одне одного, а іноді пізнати і самих себе, свої нерозкриті можливості і здібності. Не випадково дослівний переклад із французької офіційної назви цих центрів звучить приблизно так – «ательє культурного самовираження і добросусідства».

Даний досвід важко переоцінити. Разом з тим не слід обмежувати сутність і специфіку анімації лише дозвілевою діяльністю, оскільки вельми важливою складовою цього процесу є світоглядний (смісловий) потенціал.

Включення до складу анімації світоглядного потенціалу наближає нас

до розуміння анімації в широкому розумінні слова як соціокультурного явища. У цьому аспекті поняття «анімація» дозволяє, з одного боку, досить точно охарактеризувати цілі соціокультурної діяльності, виявити її консолідуючий (об'єднуючий) характер, а з іншого – позначити внутрішній аспект взаємовідносин суб'єктів соціокультурного процесу (особливі способи спілкування, діалогу, наповненого участю, почуттям, дією). У зв'язку з цим слід зазначити, що в сучасній науці застосування поняття «анімація» пов'язане здебільшого з іншим аспектом, тобто це поняття використовується в основному для характеристики відносин. У цьому плані типова думка французької дослідниці проблематики соціокультурної анімації Анн-Марі Гурдон про те, що при згадуванні слова анімація мова йде не про пожвавлення тіла та неживої матерії, а про пожвавлення відносин між індивідами та соціальними групами. Схожу думку висловлює і М. Сімоно, визначаючи соціокультурну анімацію як галузь суспільного життя, учасники якого ставлять перед собою за мету певну зміну поведінки в міжособистісних і колективних відносинах шляхом прямих впливів на індивідів. Зрозуміло, що цей вплив здійснюється аніматором головним чином за допомогою різноманітних видів діяльності. Якщо говорити про функції аніматора, то потрібно сказати, що він виконує роль активатора або каталізатора локальних процесів розвитку місцевих спільнот. У його завдання входить надання послуг, спрямованих на надання допомоги місцевій громаді або якоїсь групи громадян у самостійному вирішенні їхніх проблем [16].

Угорщина є однією з популярних країн на туристичному ринку світу. На території Угорщини збереглось 3500 фортець, замків та садиб, які широко використовуються в туристичній діяльності. Традиційно в туристичній сфері фортеці, палаци, замки використовуються як музеї. І на території Угорщини у подібних спорудах обладнані музеї, експозиції різних виставок. Проте, часто фортеці, палаци, замки стають місцями, де проводяться різноманітні свята та фестивалі, ярмарки ремесел, ярмарки (наприклад, пов'язані з

«унгарікумом» – палінкою), фестивалі–дегустації вин, театралізовані змагання. В музеях діють так звані історичні паноптикуми (відтворення в повний зріст фігур історичних подій у відповідних інтер'єрах), проводяться історичні кінні ігри та середньовічні бенкети, які користуються великою популярністю. Перший готель-замок на території Угорщини було відкрито у 1938 р. родиною Карої у м. Фюзеррадань. Люкс-готель було обладнано оригінальними меблями. В 1948 р. готель було націоналізовано, а зараз знаходиться у підпорядкуванні Дирекції Архітектурних Пам'яток. З 1990 р., коли замковий туризм почав розвиватися швидкими темпами, відкриваються готелі різної категорії у 70 резиденціях угорської знаті. В 2005 р. в рамках Асоціації Угорських готелів було виокремлено секцію замків-готелів. Згодом, виникає об'єднання угорських замків-готелів, що займається створенням єдиної системи розробки та реалізації загального плану маркетингових заходів, а саме організацією «Замкового маршруту», пов'язаного з відвідуванням об'єктів Всесвітньої Спадщини [17]

Таким чином, світове зростання і розвиток туризму у всьому світі має великий вплив на зміст та організацію туристичної сфери. На сьогоднішній день анімаційні програми культурно-освітнього, спортивно-туристичного, розважального характеру включаються до змісту основного туристичного маршруту. Анімаційні послуги спрямовані на створення розважального середовища, тобто сукупності явищ, від наявності яких залежить процес розваг. У практичній діяльності туристичних підприємств анімаційні послуги посідають значне місце, допомагаючи підвищувати якість туристичного продукту, урізноманітнювати асортимент туристичних послуг, збільшуючи кількість постійних клієнтів, що, безсумнівно, сприятиме підвищенню ефективності туристичного підприємства. Найпопулярнішими є готельні анімаційні програми, хоча паркова, театральна, музейна анімація також користуються значним попитом у туристів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ РИНКУ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

2.1. Характеристика ринку анімаційних послуг в Україні

Анімація як відносно новий вид послуг в галузі туризму в Україні в своєму розвитку має базуватися на досвіді розвинених туристичних країн.

В Україні анімаційні послуги пропонують майже всі готелі. Але, на жаль, більшість з цих послуг є стандартними і не відрізняють готель від інших і вже не цікаві для туристів. У світі анімації відродження гостинності також пов'язане із замковим та готельним бізнесом, який визнаний найбільш вигідною сферою використання древніх споруд. Тому навіть найбільш титуловані власники замків у Європі пропонують разом з апартаментами виділити частину свого майна під готельні номери для гостей та туристів.

В Україні відкриття замків як готельного бізнесу має великі перспективи. По-перше, в нашій країні існує до двох десятків замків або їх руїн, найдоцільніший спосіб відродження яких – перетворити їх на готельні та анімаційні комплекси. По-друге, цей туристичний продукт завжди популярний серед європейських туристів, які хочуть і можуть заплатити за можливість познайомитися з українськими замками. Романтика екскурсій до готелів та замків традиційно приваблює закоханих та молоді пари, цьому виду відпочинку віддають перевагу люди з розвиненим естетичним смаком тощо.

Серед існуючих анімаційних послуг, що надаються вітчизняними готелями, на сьогоднішній день можна визначити (див. рис. 2.1):

- організація тижнів кухонь різних регіонів та країн у ресторані закладу, а також використання відповідних національних атрибутів та кольорів у всьому готелі (готель «Polonia Palace» (м. Київ), готель «Палаццо» (м. Полтава), готель «Рафаель» (м. Львів));
- організація спеціальних заходів на День святого Валентина, 8 Березня та інші свята (готель «Україна» (м. Київ), готель «Воздвиженський»

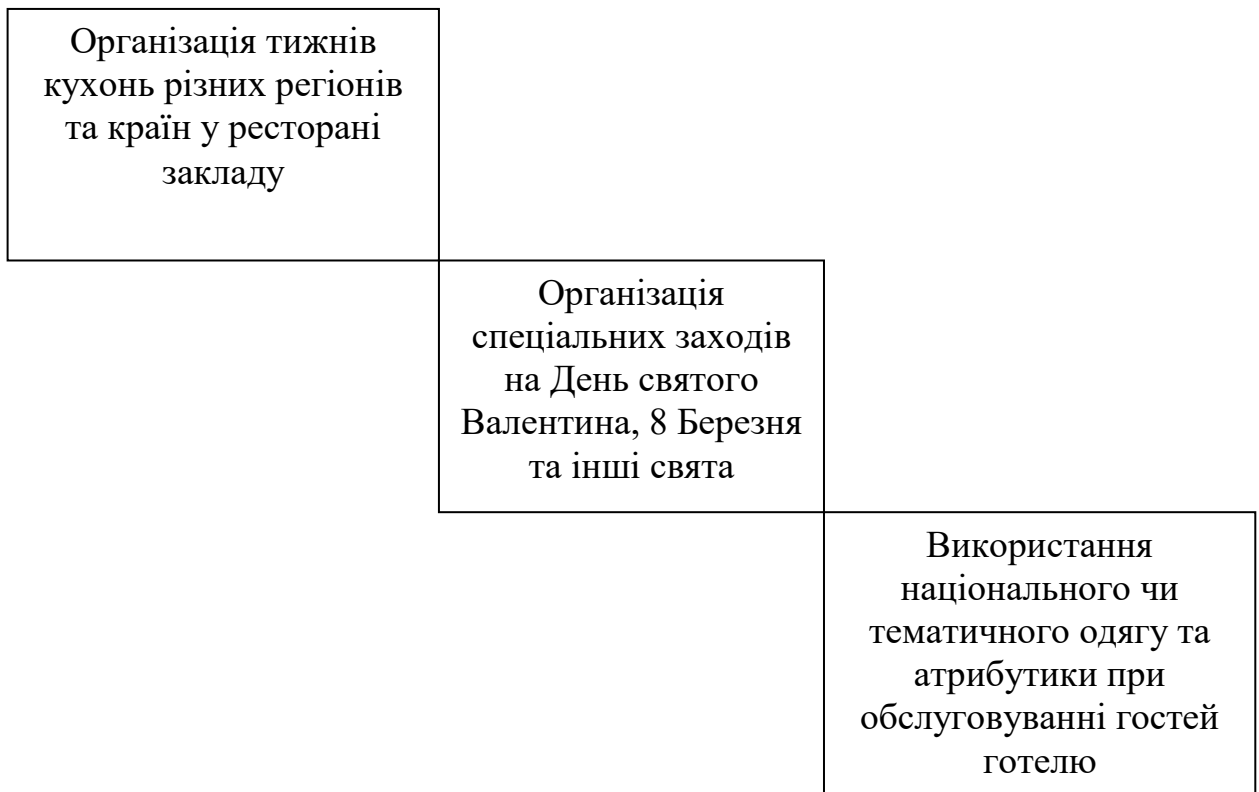


Рис. 2.1 – Анімаційні послуги, що надаються вітчизняними готелями

(м. Київ), готель–замок «Вежа Ведмежа», (Львівська обл. с. Волосянка);

– використання національного чи тематичного одягу та атрибутики при обслуговуванні гостей готелю (готель «Княжа гора» (м. Київ), готель «Тарас Бульба» (м. Кам'янець-Подільське); готель «Княжий двір» Львівська обл., с. Сокільники).

Такі культурні установи, як театри, кінотеатри, музеї, бібліотеки в Україні поступово перетворюються на багатофункціональні комплекси, що виконують не лише свої традиційні функції, а й використовують активні форми анімації. Такі нетрадиційні форми допомагають налагодити тісний, постійний зв'язок між закладами та їх відвідувачами. Серед різноманіття видів і форм сучасної анімації заклади культури вибирають ті, які можуть бути найбільш ефективно застосовані в діяльності певної установи. Суть анімації в закладах культури полягає у залученні населення до активних форм розваг, включаючи театральні вистави, розважальні та ігрові програми, літературні та музичні композиції, театральні концерти тощо.

Зокрема, театр має потужний анімаційний потенціал як синтетичний вид мистецтва. Анімований характер театрального дійства – це образність, мистецтво, «відродження» тексту в сценічному просторі, а також використання інтерактивних прийомів у процесі театралізованої дії для роботи з аудиторією. Театральна анімація орієнтована насамперед на налагодження ефективного діалогу між працівниками театру та глядачами. У театральній анімації є чотири основні завдання: «працювати на» конкретну аудиторію – молодь, дітей, робітників, жінок, мігрантів тощо; «робота за участю» акторів-аматорів; «робота над» подоланням труднощів соціалізації; «працювати за допомогою» глядачів, які повинні стати повноцінними авторами вистав [18].

Сучасні театри використовують різні форми та методи для виконання окреслених завдань. Зокрема, театр комедії «МО» у Кременчуці використовує принцип заохочення глядачів у процесі підготовки до вистави. Глядачі приходять до театру задовго до вистави і беруть активну або споглядальну участь у його підготовці: спілкуються з акторами, спостерігають за підготовкою декорацій, перевтіленням акторів, разом п'ють каву, обговорюють міські новини. Під час театралізованих вистав глядачі також активно залучаються до дійства: то тримають канат, на якому піднімається актор, то відповідають на запитання акторів. Інколи театри проводять невеликі вистави, коли глядачі сидять по колу, а в центрі знаходяться актори [19].

Така форма театральної анімації допомагає глядачам краще сприймати виставу, а акторам зрозуміти, для якої аудиторії вони працюють. Однак найяскравіше анімація реалізується у діяльності вуличних театрів, які мають можливість використовувати такі популярні серед сучасної молоді форми, як перформенси, флешмоби, хепенінги та залучають велику кількість глядачів.

Анімація частково використовується в діяльності сучасних кінотеатрів. Аналіз переваг дозволяє сучасних відвідувачів кіно дає підстави стверджувати, що сучасні відвідувачі кінотеатрів хочуть урізноманітнити

свої почуття під час перегляду художніх фільмів, отримати незабутні враження та випробувати нові емоції. Наприклад, альтернативою традиційним стаціонарним кінотеатрам стало «таємне», суть якого полягає в тому, що глядач перед сеансом не знає ні назви картини, ні її сюжету, ні місця перегляду. Організатори вибирають оригінальні, нестандартні місця, наприклад, як дах багатоповерхівки, старий замок, фортецю, літак, виведений з ладу вагон поїзда тощо. У квитку вказується лише обов'язковий елемент дрес-коду, наприклад, капелюх, який повинен бути на глядачеві під час перегляду фільму, а також місце та час зустрічі. В узгодженому місці, яке обов'язково буде пов'язане із сюжетом, глядачів зустрічають актори, переодягнені в костюми головних героїв фільму, по дорозі до імпровізованого кінотеатру розігруються невеличкі сцени, пов'язані із сюжетом фільму, що дає можливість глядачам відчувати себе героями фільму [20]. Отже, анімація є привабливим засобом заохочення глядачів до відвідування кінотеатру, служить рекламою та PR-інструментами.

На сьогоднішній день анімація найактивніше використовується в сучасних музеях та музейних комплексах. Основне завдання музейної анімації – зацікавити відвідувачів темою історії, викликати позитивні емоції, створити асоціативний міст між визначними пам'ятками та атмосферою епохи, дати туристам можливість реалізувати творчі можливості, підняти емоційні тон. Використання анімації в музеях зумовлене тим, що історичні експонати можна не тільки переглянути, але й взяти до рук, побачити, як виконуються реставрації або копії, і навіть брати участь у цьому процесі. Адже сучасний музей повинен не лише ознайомити з виставкою, але викликати емоції та переживання у відвідувача. Анімація дає можливість візуально відчувати епоху, представлену в музеї, пережити події, що відбуваються або відбулися в далекому минулому, очистити емоційну сферу від повсякденних переживань і наситити її новими незабутніми враженнями, відновити фізичні та духовні сили.

Серед найпопулярніших форм музейної анімації: історичні

реконструкції, музейні квести, фестивалі, етнічні шоу, театралізовані вистави, пізнавальні та розважальні ігри, нові види екскурсій, такі як екскурсії для молодят у день їхнього весілля; мистецькі клуби; ярмарки культурних ініціатив, інтерактивні соціальні заходи, творчі майстерні тощо. Найпопулярнішими серед населення, особливо молоді, є історичні реконструкції, які дають можливість за допомогою музейних експонатів відновити життя, культуру, події історичного минулого, тобто зануритися в інший світ, відчувати емоційні переживання минулого. Історичні реконструкції ефективно використовуються музеями- замками, предметне середовище яких допомагає відновити події різних епох від середньовічних лицарських битв до військових битв Другої світової війни.

Прикладом інноваційного підходу до діяльності є музей науки і техніки «Експериментаніум», м. Київ. Постійна експозиція музею налічує близько 300 інтерактивних експонатів і кожен з них демонструє закон фізики, природне явище, роботу певних механізмів. І найголовніше – експонати не приховані за склом. Навпаки, їх можна брати до рук, роздивлятися та використовувати у дослідках. У музеї присутні зразки машин і механізмів, які наочно демонструють можливості науки і техніки в різних сферах людського життя. Крім того, в музеї є експозиція анатомії, зал «Таємниці води», безліч різних ілюзій та головоломок, дзеркальні та лазерні лабіринти, акустична кімната та багато інших експонатів. Колекція експонатів музею постійно оновлюється. Екскурсанти мають можливість запустити хмару під саму стелю, видути гігантську бульбу, намалювати хитромудрий візерунок за допомогою «маятника», «загубитися» у дзеркальному лабіринті і побудувати місток без жодного цвяха [21].

Інший подібний музей науки є у м. Вінниця. Девіз цього музею – «Відчуй науку на дотик». Близько 150 експонатів, що демонструють закони фізики, електрики, механіки, акустики, які можна торкатися. Також відвідувачам представлена експозиція з біології та анатомії. На замовлення майстри можуть зробити копію будь-якого експоната. Музей також пропонує

науково-розважальні шоу, семінари, шоу на відкритому повітрі, дні народження, тематичні послуги в кафе [22].

У науково-природничому музеї у Києві створено багато інтерактивних програм: «Доісторична Україна», «Лабораторія прянощів» (дозволяє подорожувати до часів Стародавнього Єгипту, Імперії Майя та Київської Русі; відвідувачі можуть провести хімічні експерименти зі спеціями та скуштувати їх), «Рослини – символи України», Демонстрація уроків «Морські тварини та де їх шукати», «Таємниці квітів та суцвіть». Відвідувачі отримують призи за виконання завдань [23].

«D. S. Secret Pharmacy» у Львові розташований у підвалі старовинної аптеки. Аптека розповість про алхіміків та покаже хімічні експерименти. Музей пропонує спеціальні дитячі програми, програми на замовлення

«Лабораторія таємного фармацевта», квест «У пошуках секретної формули». Тут можна придбати таблетки щастя, мило для блондинок, шоколад для брюнеток та інші цікаві речі [24].

Такі нестандартні форми діяльності музеїв цікаві для різних категорій відвідувачів, особливо для підлітків та молоді. Завдяки незвичній організації вони починають сприймати музей не лише як «нудний» пізнавальний заклад, а й як місце для змістовного та корисного дозвілля.

У багатьох країнах світу популярна міжнародна акція «Ніч у музеї», яка дозволяє вночі переглядати музейні колекції. Таким чином музеї намагаються залучити молодих людей, яким більше до вподоби нічне, ніж денне дозвілля, заявити про себе як про установу з інноваційними нестандартними формами роботи, що йде в ногу з часом. Програма заходів, крім традиційних нічних екскурсій, включає такі анімовані форми: театральні екскурсії, майстер-класи, живі картини, мистецькі квести, кінопокази, тематичні концерти, інтерактивні ігри, вистави, театральні вистави світла й тіні, тихі дискотеки тощо [26; 27].

Прикладом організації та проведення акції «Ніч у музеї» в Україні є Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д. І. Яворницького.

Одна з останніх акцій «Ніч у музеї» називалася «Музей: перезавантаження».

Програма заходу: майстер-класи, виступи творчих колективів, незвичайні історії співробітників, інсталяції, історичні реконструкції, квести, міні-вистави, хроніка, імпровізована кав'ярня. Серед учасників заходу: рух «Етнодрайв», федерація «Бойовий гопак», школа історичного танцю «Відлуння», кіноклуб імені Данила Сахненка, реконструктори західноєвропейського лицарського мистецтва «ТОР», реконструкційний клуб «Східний вал», бойовий клуб «Сапсан», музичний колектив «ТеЯРЕМ» [28].

Полтавські музеї також використовують подібні анімаційні заходи, більшість з яких мають містичну тематику. Так, Національний музей-заповідник М. В. Гоголя проводить нічну театралізовану анімаційну подію «Чи знаєте ви українську ніч...?». Містика Гоголя, магнетизм прабатьківського благородного гнізда класиків світової літератури приваблює багатьох у цю садибу. Туристи зможуть зустрітися з героями творів Гоголя, що дозволить поринути у таємничий світ: русалки, «нечисті мертві» та інші. Екскурсанти побачать Гоголя у своєму робочому кабінеті, почують незабутні спогади про матір та сестру Ольгу; прогуляються по таємничому нічному саду, відчувши нічну прохолоду. На території музею-заповідника [29] знаходяться будинок, флігель, альтанка, грот, парк, два ставки.

Інший полтавський музей «Поле Полтавської битви» пропонує поринути у таємничу атмосферу нічного музею та відчути себе героями на тематичній екскурсії «Міфи і факти поля Полтавської битви». Під час вечірньо-містичної екскурсії туристи відвідають склеп і переконаються самі в тому, що ж там знаходиться; оволодіють навичками піхотинця шведської армії; пограють в інтелектуальну гру «Збери пару» (потрібно зібрати пари із сучасних та архівних речей початку XVIII ст.); переглянуть розділені століттями відеохроніки увічнення річниць Полтавської битви; поринуть у перипетії любові між Іваном Мазепою та Мотрею Кочубей; з'ясують, чи саме Мотря була останнім коханням Мазепи; побачать неймовірне фасер-шоу [30].

Таким чином, більшість зазначених заходів орієнтована на молодь як на прогресивну категорію екскурсантів, яка досить мобільна, готова провести ніч в музеї, беручи активну участь у запропонованих акціях та заходах. Завдяки оперативності та результативності проведення «нічних» заходів у музеях, бібліотеки також почали використовувати цю форму роботи. Акція «Бібліоніч» стартувала у багатьох бібліотеках України. Окрім традиційних творчих зустрічей, літературних читань, бібліографічних оглядів та виставок, бібліотека також включила такі незвичайні та нові форми як літературні та бібліо-квести, благодійні аукціони, буккросинг, майстер-класи з прикладного мистецтва, паради книг, ворожіння в бібліотеці тощо. Це дало можливість молодим користувачам поглянути на бібліотеки з іншого боку, зрозуміти, що бібліотека може бути сучасною, модною, цікавою.

Прикладом нічних заходів у бібліотеках України є незвичайний бібліотечний захід для малюків «Іграшкова ніч в бібліотеці», організована та проведена Троїцькою дитячою бібліотекою. У програму ночівлі входять настільні ігри, вікторини, читання вголос, власне сон у читальній залі, а вранці – цілком справжній сніданок, з літературним присмаком, наприклад млинці Пеппі Довгапанчохи з джемом з мармеладу Паддінгтона і чай [31].

Ніч у бібліотеці запропонували студентам і у Луцькій міській бібліотеці, яка розпочалася з тематичного квесту, де учасники відпрацювали свої знання з української та зарубіжної літератури. Ближче до ночі відкрилося літературне кафе та акустичний проект «Просто посиденьки». Наступною подією були «нелітературні збори», на яких учасники читали уривки з улюблених книг та вірші. А найцікавішим для студентів буде те, що під час екскурсії їх знімають на відео, з якого потім змонтують фільм «Як це було...» та проведуть наступний захід – похід до кінотеатру з метою перегляду цього фільму [31].

Зважаючи на те, що на сьогоднішній день реальні екскурсії залишаються примарними через пандемію коронавірусу, сучасні музеї, використовуючи передові технології, організовують для туристів відвідувати

найбільші музеї нашої країни. Серед віртуальних екскурсій в Україні можна назвати екскурсії в музей Ханенків, Одеський художній музей, музей просто неба «Запорізька січ», Національний музей народної архітектури та побуту в Ужгороді, Національний музей народної архітектури та побуту України у Пирогові, музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини, музей просто неба «Резиденція Богдана Хмельницького», музей народної архітектури та побуту «Шевченківський гай», музей просто неба «Мамаєва слобода» та багато ін. [32]. Екскурсії в музеї – не єдина існуюча на сьогодні віртуальна туристична пригода. Екскурсії до українських замків та палаців також були створені на різних веб-платформах. Одним з найвідоміших палаців, представлених в Інтернеті, є Палац Кирила Розумовського в Батурині. Екскурсантам також пропонуються віртуальні екскурсії Дубенським та Острозьким замками. У житті власників цих садиб можна побачити не тільки незвичайний інтер'єр, але і колекцію зброї та прикрас.

Відсутність в Україні ведення статистичної інформації закладів культури й туризму унеможливлює визначення кількості існуючих шоу-музеїв. У відповідності до інформації інтернет-енциклопедії «Вікіпедія», в Україні нараховується більше 5 тисяч музеїв, близько 600 – державної форми власності. Хотілося б зазначити, що саме приватні музеї є більш мобільними і тому частіше пропонують відвідувачам різноманітні шоу-програми. Хоча проведене нами дослідження показує, що і комунальні музеї використовують у своїй діяльності анімацію.

Анімація парку дуже популярна серед відвідувачів у різних країнах світу, включаючи й Україну. З метою залучення населення та підвищення привабливості сучасних парків їх працівники покладаються на новітні технології та розваги. Тематичні парки України користуються особливою популярністю серед відвідувачів, забезпечуючи широкі можливості для колективного, сімейного та індивідуального відпочинку.

В Україні досвід організації шоу-парків надзвичайно малий, індустрія розваг представлена так званими «парками культури і відпочинку»,

мобільними «парками розваг» та аквапарками. Проте, Україна все ще немає детальних статистичних даних щодо туристичного ринку і його учасників, тому визначити точну кількість шоу-парків в Україні неможливо. Проте, можемо зазначити, що тематичні шоу-парки, подібні до Діснейленду, в Україні ще не побудовані. Можна сказати, що ринок тематичних шоу-парків знаходиться на стадії розробки, оскільки існуюча туристична інфраструктура не задовольняє ні вітчизняних, ні іноземних туристів, а якість пропонуванних атракціонів робить такі розважальні заклади неконкурентоспроможними. Беручи до уваги той факт, що прогнози експертів UNWTO серед найпопулярніших видів туризму вказують на розважальний туризм, питання створення тематичних парків в Україні зараз є актуальним [33]. Тематичні парки систематично організовують та проводять оригінальні анімаційні та ігрові розважальні заходи. В Україні яскравим прикладом тематичних парків є наступні: «Dinosaur Park» (Буковель), «Skazka Children Park City» (Миколаїв), дитячий парк «Казка» (Суми), «Happyton» (Київ) та інші [34].

На території України подібні об'єкти в туристичній діяльності використовуються недостатньо, відсутній принцип комплексності у їх діяльності. Залучення подібних об'єктів до сфери туризму вимагає підтримки з боку місцевих органів влади та вкладання додаткових коштів у створення відповідної інфраструктури. Одним з пріоритетних напрямів розвитку туристичної індустрії в Україні неодмінно повинен бути замковий туризм, в основі якого використання об'єктів фортифікаційного зодчества. За даними UNWTO, понад 2/3 замків (а це понад 1500 фортифікацій) Європи сьогодні успішно відновлені і використовуються у туристичній сфері, зокрема у готельному господарстві. Європейським туристам притаманне прагнення бодай декілька днів пожити у справжньому середньовічному замку, скуштувати страви старожитньої етнічної кухні та взяти участь в анімаційних лицарських розважальних програмах замкового дозвілля.

В Україні налічується більш, ніж сто тільки замкових твердинь або їх руїн. У більшості вони занедбані, але, навіть у такому вигляді можуть стати

об'єктом як внутрішнього, так і зовнішнього туристичного попиту. Найбільша кількість замків, фортець та оборонних монастирів збереглася до нашого часу на заході України – на Львівщині, Івано-Франківщині, Тернопільщині, Волині, Закарпатті та Хмельниччині. В певній частині з них проводяться анімаційні дійства.

Замок «Перені», що стоїть на березі річки Латориця, також знаходиться по трасі Свалява – Мукачеве, у містечку Чинадієво. До речі, замок «Сент – Міклош» («Перені») є першим замком на Україні, взятим в оренду. На його повну реставрацію зараз треба 1,3 млн. євро. Перші ж кошти на відбудову, свого часу, виділило Міністерство культури Угорщини. За задумом власника, Йосипа Бартоша, замок має стати історико-краєзнавчим центром, з картинної галереєю, залами для концертів та конференцій. Щовесни відбувається фестиваль середньовічної культури «Срібний Татош». Щоб відтворити дух старовини до фортеці Сент Міклош, з'їжджаються лицарі з України, Словаччини та Угорщини. На показових виступах бійці відтворюють бойові позиції свого загону. Прикрасою дійства є рицарські поєдинки – повноконтактні бої без жодної театральності чи компромісів. Справжніми є обладунки, зброя і лицарі б'ють не жартома, в удар вкладають усю силу. Між боями лицедії розважають публіку танцями, а музиканти діляться у баладах давніми історіями минулих часів. На фестивалі готують смачні страви за старовинними рецептами. Кожен учасник фестивалю має нагоду відчувти побут доби та взяти участь у середньовічному таборі, забавах того періоду, постріляти з лука та арбалета, долучитися до майстер-класів танцю та різних ремесел, придбати оригінальні речі на ярмарку, дійство завершується видовищним фаєр-шоу.

Кам'янець-Подільська фортеця – фортеця у місті Кам'янець-Подільський (Хмельницької області України). Відома з XIV століття як частина оборонної системи міста Кам'янець. Щоосені відбувається військово-історичний фестиваль «Terra Heroica» та військово-історична реконструкція «Бої під стінами Кам'янецької фортеці». В заході будуть брати

участь представники України, Польщі та Чехії. Саме ця подія надає Вам унікальну можливість опинитися в епіцентрі театралізованих історичних подій, що інсценуються на фоні архітектури середньовічного замку. Також [35] виступи кобзарів України та закордонних діаспор; історичні танці, вуличні вистави і феєрії; фестиваль «Козацькі забави», виступи клубів бойового гопака; дзвін козацьких литавр, залпи мушкетів і гармат та багато іншого.

Хотинська фортеця – фортеця XIII – XVIII ст. у місті Хотині на Дністрі, що у Чернівецькій області. Сьогодні «Хотинська фортеця» є Державним історико-архітектурний заповідником. Наймасштабніший в Україні Історичний фестиваль «Середньовічний Хотин» об'єднує любителів історичної реконструкції з України, Молдови і Татарстану. Наймасштабніший в Україні Історичний фестиваль «Середньовічний Хотин» об'єднує любителів історичної реконструкції з України, Молдови і Татарстану. Тут можна пожити в шатрі у справжньому середньовічному таборі, спробувати страв, популярних в XIII – XV ст., насолодитися грою флейти, гуслей та волинки, сфотографуватися з бійцями в автентичних обладунках, навчитися стріляти з лука, взяти участь в інтерактивних іграх для дітей та дорослих. На історичному ярмарку свої середньовічні витвори пропонуватимуть крамарі, ковалі, ювеліри та ткачі.

У світі поживавлення анімації в закладах гостинності пов'язують також із замково-готельним бізнесом, який визнається найприбутковішим напрямком використання фортифікаційних пам'яток давнини. Тож навіть найтитулованіші в Європі власники родових замків пропонують поряд із приватними апартаментами відводити частину своїх володінь під готельні номери для гостей і туристів. В Україні започаткування замково-готельного бізнесу має неабиякі перспективи.

По-перше, в нашій країні налічуємо до двох десятків фортифікаційних споруд чи їх руїн, найдоцільніший шлях відродження яких полягає в переобладнанні їх під готельно-анімаційні комплекси.

По-друге, цей турпродукт користується стабільною популярністю серед європейських туристів, які бажають і можуть платити за можливість знайомства з українськими замками. Романтика готельно-замкових турів традиційно приваблює закоханих та молоді подружжя, цьому виду відпочинку надають перевагу люди з розвинутим естетичним смаком тощо. Сьогодні жоден замок України ще не готовий відкрити двері своїх опочивалень перед туристами. Найближче до етапу формування номерного готельного фонду знаходиться Мукачівський замок («Паланок») на Закарпатті. А єдиним палацом замкового типу, який приймає рекреантів та переобладнаний під санаторій, є палац графів Шенборнів, який розташований у Мукачівському районі [36].

Туристичною візиткою Закарпаття є королівський Мукачівський замок «Паланок», який стоїть на горі вулканічного походження висотою 68 м і займає площу 13930 м². Унікальний зразок середньовічної фортифікаційної архітектури, з поєднанням різних стилів. Форпост відкритий всім поглядам і вітрам, і лише за спиною, на півночі, піднімаються вулканічні Карпати. Експерти одноголосно визнають його наймальовничішим замком Карпатського регіону і другим (після Кам'янця-Подільського) за туристичною атракційністю замком України. У 2016 році замок відвідало близько 260 тисяч туристів, яких приваблює середньовічна атмосфера замку, цікаві екскурсії, мистецькі виставки [37].

На прикладі Мукачівського замку можемо спостерігати велику кількість іноземних туристів (переважна більшість угорці). Якби частину замку переобладнати під готель, то тут знайшлася б велика кількість туристів, бажаючих зупинитися і переночувати в замку. Для того щоб залучити і зацікавити туриста, можна на території житлової частини замку проводити історичні фестивалі, де туристи могли б зустріти переодягнених історичних постатей, а обслуговуючий персонал, одягнутий в одяг того часу, неодмінно допоміг відчувати себе в епосі історичного минулого [38].

В 2016 році відбулось грандіозне святкування дня міста Мукачево,

1120-та річниця. Свято проходило за участі самих Ілони Зріні та Імре Текелі (якого зіграв Шандор Ф. Ф.), у формі театралізованої екскурсії, флеш-моб – гості виклали цифру 1120 із запаленими телефонами і при цьому велась аерозьомка, після чого на найвищій території над нічним містом всі присутні підняли келихи вина за процвітання міста під яскраві феєрверки. Нещодавно відреставрована замкова церква (капличка) стала родзинкою весільних турів, оскільки в замку відкрили відділення РАГС [39].

Завдяки історії, яка оповідає про весілля славетної жінки Ілони Зріні, планується провести у 2017 році святкування 335-ї річниці цієї події. Захід планується у формі балу або театралізованого дійства, автентичними пригощаннями та святкуванням. Ведуться переговори з Угорщиною про участь і допомогу в реконструкції історичної події, консультування у питаннях весільних середньовічних традиційх вельмож, вбрання і весільного частування. У приготування весільного частування посприє Біров Лайош із Дерцена та очікується допомога Угорського королівського кулінарного клубу. Також розробляється програма для проведення фестивалю гончарства в серпні 2017 року та ряду тематичних виставок [40].

3 вересня 2016 р. почав проводитись захід за спільної роботи адміністрації замку, струнного квартету під керуванням Сергія Добоша (викладач Педагогічного університету та керівник квартету «Тріо Дома») та керівником Мукачівського міського туристично – інформаційного центру Максимом Адаменко – «Нічна екскурсія та концерт класичної музики». Дійство триває дві години, проводиться в лицарській залі потім на території всього замку. Розпочинається концертом, після якого гості пригощаються закарпатський вином та смаколиками під час частування ефект несподіванки, який викликає масу емоцій, вимикається світло і в суцільній темряві чути лише як заходить і ніби з сивої давнини звертається до всіх, тримаючи смолоскип чернець–літописець розпочинає оповідь про події і людей, долі і звершення, про перемоги і поразки, про відродження слави і безслав'я, з детальними описами подій доби Ілони Зріні та Ференца Ракоці II. Проект

перевершив всі очікування. Мало того, що було досягнуто першочергові цілі: організувати дозвілля мешканців міста і залучити їх до вивчення історії краю в такому форматі; залучити туристів з інших регіонів та іноземних гостей, а також багато різних замовлень. Додаткова послугою була фотосесія нічним замком з смолоскипами в середньовічному вбранні (за попереднім замовленням). Новинка «до мурашок» вразила туристів, які попри все ж ознайомилися з історією Мукачева і фортеці. Це настільки припало до душі відвідувачам, що тепер стало популярним замовляти індивідуально цю екскурсію або дарувати в подарунок а також сприяло тому що в січні 2017 року замовлено і буде проведено індивідуально для освідчення. Будуть задіяні літописець зі смолоскипами, срунний оркестр, та вечере в середньовічному стилі в лицарській залі замку.

А якщо загалом розглядати питання, то Паланок – це унікальна споруда, яку потрібно одухотворити, через заходи. Реставраційні роботи постійно тривають але велика частина приміщень зовсім не задіяна.

Проекти, які актуальні для впровадження в замку Паланок:

1. Ремісничче містечко, яке може діяти на зовнішньому дворі в період з травня по вересень. Учасниками можуть бути народні умільці, катання на конях, стрільба з лука та приготування середньовічних страв.

2. Відкрити ресторан в графському стилі епохи Ілони Зріні, який би був завершеним починаючи з інтер'єру, приборів, музики, страв закінчуючи зовнішнім видом обслуговуючого персоналу.

3. На стадії розробки знаходиться проект проведення щорічного балу. Технічно є затратним але ідейно дуже цікавим. Може бути поєднаним з реконструкцією весілля Ілони Зріні та Імре Текелі, на яке запрошується все місто;

4. Надзвичайно доречним та вигідним буде відкриття готелю, під який можна виділити одне крило замку.

Відносно зовнішнього вигляду замку – більш видовищним вночі він буде якщо стане підсвіченим. На під'їзді до Мукачева, замок вдень видно на

багато кілометрів але ситуація вночі кардинально змінюється. Це буде яскравою анімацією, особливо доречною коли всі екскурсійні автобуси повертаються з різних напрямків увечері, то можуть спостерігати такий вигляд. Це створить незабутні враження для гостей.

Цікавим може стати ніч відкрити дверей «Ніч в замку», виставити експозиції або «Закарпатські гуляння», на яких може бути представлена культура народів, які проживають на території краю, атмосферу нічної музейної мандрівки підкреслять виступи музичних та вокальних колективів області, танцювальні колективи тощо. У музеї архітектури та побуту під відкритим небом відбудеться своєрідне дефіле, яке продемонструє етно-колекцію вбрання різних народностей Закарпаття. Також обов'язковим має бути розіграш запрошень на наступні заходи.

Таким чином, можна зробити висновок, що діяльність сучасних закладів культури пронизана анімаційною діяльністю, її привабливість визначається інноваційним характером, здатним нести нові ідеї та форми спілкування. Анімація дає можливість установам культури зробити свою діяльність яскравішою, веселішою, емоційно насиченішою, допомогти відвідувачам зняти стрес, емоційну напругу, відновити фізичні та розумові сили. Анімація в кожному із закладів екскурсійної діяльності може реалізувати свої основні функції. Однак такі можливості все ще використовуються недостатньо.

На вітчизняному ринку анімаційних послуг найпоширенішими є готельна та музейна анімація. Шоу-музеї вже пропонують низку цікавих анімацій: історичні реконструкції, музейні квести, фестивалі, етнічні шоу, театралізовані вистави, пізнавальні та розважальні ігри, нові види екскурсій, такі як екскурсії для молодят у день їхнього весілля; мистецькі клуби; ярмарки культурних ініціатив, інтерактивні соціальні заходи, творчі майстерні, ночівлі в музеях, віртуальні екскурсії. Проте, не зважаючи на технічний прорив у цій галузі туристичний ринок проводить не дуже вдалу маркетингу діяльність, особливо у рекламуванні та популяризації

вітчизняних послуг шоу-музеїв.

2.2. Проблеми розвитку анімаційних послуг в Україні

На сьогоднішній день не існує не лише реєстру з переліком шоу-музеїв та послуг, які вони надають, а й неможливо визначити кількість таких музеїв. Тому вітчизняні оператори використовують у своїх туристичних продуктах лише відомі розкручені місця, що значно стримує розвиток шоу-музеїв. Ще складніша ситуація з вітчизняними парками. Найпоширенішими є «парки культури і відпочинку», мобільні «парки розваг» та аквапарки. Тематичних шоу-парків, подібних до Діснейленду, в Україні ще не існує.

Основними причинами низького рівня розвитку тематичних парків в Україні є:

- значна капіталомісткість цих проектів;
- низький рівень довіри іноземних інвесторів через нестабільне фінансове становище країни;
- відсутність досвіду впровадження та управління подібними проектами місцевих розробників;
- низький інтерес міжнародних туристичних та розважальних операторів до українського ринку;
- низький середній дохід українців, його низька мобільність, недостатня місткість споживчого ринку паркових розваг;
- недосконалість законодавчої бази; обмежений спектр пропонованих послуг; слабка інформаційна політика;
- військові дії тощо.

Незважаючи на те, що анімація має багато видів і форм, в туризмі не створена цілісна система їх застосування, не визначені функції, принципи, а відтак і відсутній соціально-культурний аспект анімаційної діяльності, що впливає на рівень розуміння її значущості, на ефективність здійснення цілісного технологічного процесу в туризмі. Саме тому актуальності набуває

проблема розвитку соціально-культурного аспекту анімаційної діяльності в туризмі України, яка витікає з суперечності між рівнем практичного застосування анімаційних технологій, що склався в туризмі на сьогодні, й соціокультурним потенціалом анімації, реалізація якого могла б сприяти створенню низки культурогенних середовищ у місцях концентрації туристичних потоків [41].

В Україні анімаційні послуги пропонують практично всі готелі. Але, на жаль, більшість цих послуг є стандартними і не відрізняють готель з поміж інших і вже не є цікавими для туриста. Тому проблеми анімаційної діяльності є однією із найбільш важливих та актуальних у туризмі.

В останні роки в організації дозвілля спостерігаються значні перевороти, але для досягнення нових вершин в сфері туризму та гостинності необхідно вирішення широкого спектру зовнішніх та внутрішніх проблем (див. рис. 2.2).

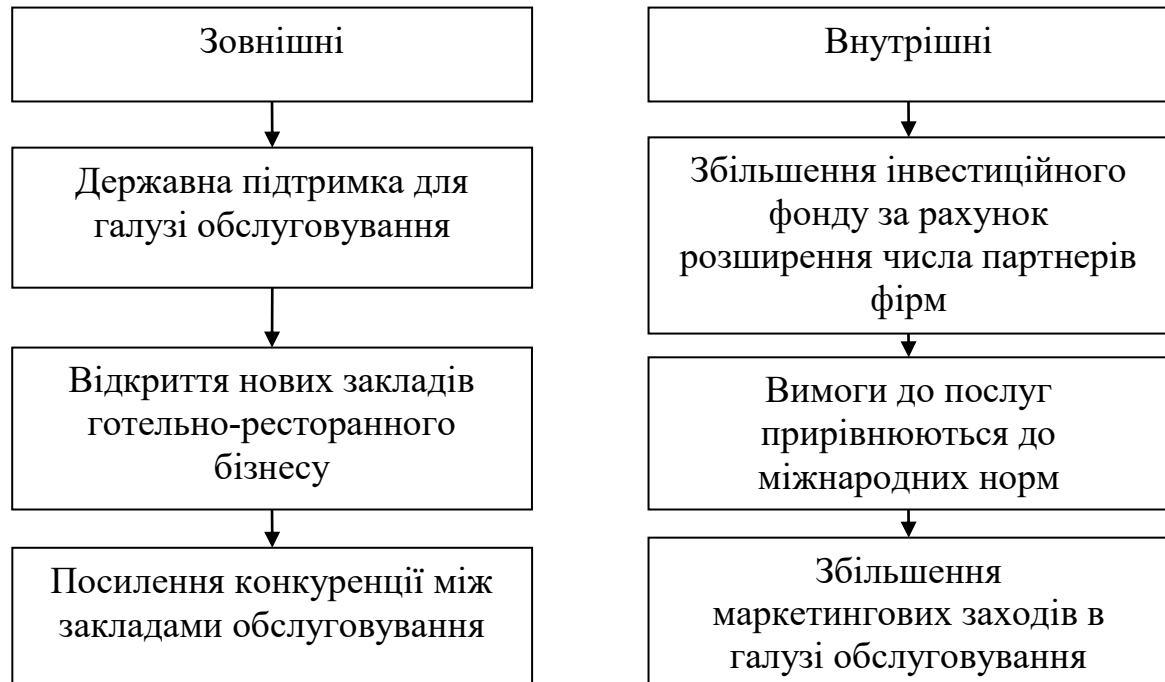


Рис. 2.2 – Проблеми впливу на анімаційні послуги при обслуговуванні відвідувачів

Анімація повинна бути плановою, чітко регламентованою, організаційно управляємою і забезпеченою матеріальними, фінансовими і кадровими ресурсами. Кінцевою метою туристичної анімації є задоволення туриста відпочинком – його гарний настрій, позитивні емоції, відновлення моральних та фізичних сил. У цьому заключаються найважливіші рекреаційні функції туристичної анімації, яка пов'язана із туристичними DESTINATIONAMI.

Особливістю організації анімаційних послуг в туристичній діяльності є те, що кожна анімаційна програма проходить певні етапи свого життєвого циклу. Проблема виживання на ринку туристичних послуг необхідно постійно розробляти нові анімаційні програми, створювати оригінальні святкові шоу, театральні вистави, які необхідно розробляти за певною технологією. Під технологією створення анімаційних програм розуміється комплекс прийомів роботи аніматора, організації цієї роботи, використання спеціальних технічних засобів (предметів, конструкцій, інструментів та пристосувань) [20, с. 78]. Це складний і багатогранний процес, оскільки він вирішує такі завдання:

- створення анімаційних програм;
- економічний розрахунок вартості кожної програми, їх реалізація;
- творче втілення запрограмованої анімаційної діяльності з подальшим аналізом.

Такий технологічний процес представляє собою повну систему, в якій всі компоненти взаємодіють.

Для того, щоб створити анімаційну програму, недостатньо просто добре орієнтуватися в законах її драматичної побудови. Необхідно знати і точно розуміти можливості кожного виразного засобу, вміти використовувати можливості методів художнього редагування, ілюстрації, театралізації [5, с. 32].

Створення комфортного психологічного клімату під час анімаційного заходу – основна мета діяльності аніматорів.

Враження гостей залежать від кваліфікації, таланту й харизми спеціалістів-аніматорів. Щоденне спілкування туристів з аніматорами та їхня участь в анімаційних програмах завершують процес формування для них комфортного, безпечного середовища гостинності. Відчуття безпеки у гостя настає в тому випадку, коли він починає відчувати дружню атмосферу в готелі навколо себе та інших. Тут реалізується адаптаційна функція анімації, яка дозволяє перейти від повсякденної обстановки до вільної, і стабілізуюча, що створює позитивні емоції і психічну стабільність – базові відчуття комфорту і безпеки. Отже, настрій й задоволеність клієнта відпочинком залежить від поведінки аніматора.

Для того, щоб у аніматорів був стимул постійного підвищення кваліфікації, вдосконалення навичок і вмінь, необхідно показати аніматору можливості професійного зростання. Це є додатковим стимулом для персоналу.

Серед загальних вимог, які пред'являються до аніматорів наступні:

- вміння створювати сімейну атмосферу, атмосфери радості і дружби;
- привітність;
- здатність до комунікації з будь-яким гостем;
- знання всіх способів дозвілля;
- знання іноземних мов (англійської);
- гарна освіченість, чесність, дисциплінованість, надійність, талановитість;
- здатність працювати в команді;
- здатність до різних анімаційним концептів;
- психічне і фізичне здоров'я, відсутність хронічних захворювань, відсутність алергії на сонце.

Остання вимога, але є одною з важливих, оскільки робочий день рядового аніматора в готелі триває з 8 ранку до першої години ночі і складається з виконання безлічі функцій.

Готельна анімація вносить вагомий вклад у виконання всіх умов

позитивного перетворення потреб туриста на його задоволеність.

Актуальність дослідження цього аспекту підтверджується оцінкою експертів – працівників готелів та туристичних фірм: 82% туристів висувають високі вимоги до рівня проведення анімаційних програм, 68% вважають анімацію видовищним видом мистецтва, 73% споживачів туристичних послуг очікують на культурно-пізнавальні анімаційні програми у туристичному дозвіллі [9, с. 13].

Підвищення ступеня задоволеності туриста якістю обслуговування, створення позитивного іміджу готелю, розширення активного туристичного сезону, підйом престижності професій сфери туризму та гостинності, що досягається професійною, інтелектуальною, ефективною роботою талановитих аніматорів є закономірним наслідком вдало організованих анімаційних послуг та заходів та подолання всіх проблем зв'язаних з цим процесом.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ УКРАЇНИ

Проведені дослідження у попередніх розділах дало можливість визначити, що анімаційні послуги виступають у ролі додаткових послуг, які здатні зробити туристичний продукт більш насичено естетичним, емоційно-психологічним, інтелектуальним та духовним забарвленням. Тобто розвиток анімаційних шоу-музеїв та парків є неможливим без стимулювання розвитку туристичної індустрії.

У туризмі ж анімація пожвавлює, активізує, одухотворює відпочинок туристів. Слід зазначити, що анімаційна діяльність є важливою складовою рекреації, тобто процесу відновлення фізичних і духовних сил організму. Цей процес відбувається в організмі будь-якого туриста, незалежно від того, яким видом туризму він займається.

В Україні започаткування замково-готельного бізнесу дійсно має перспективи. По-перше, в нашій країні налічуємо до двох десятків фортифікаційних споруд чи їх руїн, найдоцільніший шлях відродження яких полягає в переобладнанні їх під готельно-анімаційні комплекси. По-друге, цей турпродукт користується стабільною популярністю серед європейських туристів, які бажають і можуть платити за можливість знайомства з українськими замками. Романтика готельно-замкових турів традиційно приваблює закоханих та молоді подружжя, цьому виду відпочинку надають перевагу люди з розвинутим естетичним смаком тощо. Сьогодні жоден замок України ще не готовий відкрити двері своїх опочивалень перед туристами. Найближче до етапу формування номерного готельного фонду знаходиться Мукачівський замок («Паланок») на Закарпатті. А єдиним палацом замкового типу, який приймає рекреантів та переобладнаний під санаторій, є палац графів Шенборнів, який розташований у Мукачівському районі [36].

Організована анімація вимагає відповідного кадрового, програмного та інфраструктурного забезпечення.

Кадрове забезпечення та організація. Структурна одиниця, що займається дозвіллям дітей, називається мініклубом (mini club; kids club). Його наявність на території готелю засвідчує організований підхід до дитячої анімації в закладі, адже, зазвичай, вони працюють за наперед продуманими програмами та об'єднують у своєму складі підготовлених працівників. Графік роботи може передбачати 6 – 7-денне обслуговування (з 9 – 10 по 20 – 22 год.).

Дитяча анімація у більшості готелів організовується для дітей віком від 4 до 12 років (в деяких з 5-ти), що зумовлено фізіологічними, соціальними та психологічними особливостями розвитку дитини. До цього віку програмного обслуговування не надають, проте за окрему плату пропонуються послуги няні. Деякі курортні заклади розробляють спеціальні анімаційні програми для підлітків (13 – 16 років).

Вікові категорії відпочиваючих дітей та їх кількість прямо позначаються на структурі мініклубів.

У невеликих готелях з незначною кількістю відпочиваючих мініклуб може обслуговувати дітей різних вікових категорій без поділу аніматорів-виконавців на підгрупи. Необхідно розуміти, що це не вказує на відсутність диференціації форм дозвілля відповідно до вікової зацікавленості дитини.

Структуризація практикується у більших готелях з добре розвинутою інфраструктурою та значною кількістю відпочиваючих дітей. Цей варіант може видатись більш вдалим, адже передбачає роботу з дітьми за різними програмами у колі їхніх однолітків. При цьому все ж пропонуються форми спільного групового дозвілля на території мініклубів.

З управлінських позицій структуризація має бути вмотивованою, адже може вимагати більшої кількості працівників (дитячих аніматорів), розширення матеріально-технічної бази (різні кімнати, площадки, устаткування) тощо.

Мініклуби можуть займати різне місце в організаційній структурі готелів: бути частиною анімаційної служби або функціонувати відокремлено,

якщо в закладі її немає. Така практика поширена не лише в закордонних, але й українських готелях.

Подібно до інших команд анімаційної служби, мініклуби мають своїх керівників. Вертикаль підпорядкованості варіюється залежно від розгалуженості як самого клубу, так і його місця у структурі закладу.

Діють у курортних готелях і мережєві дитячі клуби. Особливо, якщо мова йде про міжнародні туристичні холдинги. Так, для прикладу можна згадати добре впізнавану мережу туроператора «TUI» – «Toucan Kids Club». Дитячі клуби діють у готелях різних країн, до яких оператор пропонує тури із сімейною концепцією відпочинку (FUN & SUN Family). У цьому сезоні мова йде про Туреччину, Чорногорію, Іспанію, Італію, Грецію та Кіпр [41].

У численних грецьких готелях для клієнтів туроператора «Mouzenidis Travel» діють мініклуби «Grekoletto», забезпечуючи анімаційне обслуговування для дітей 4 – 12 років [42]. В сімейній концепції пропонуються спільні форми дозвілля для батьків із дітьми, а також підлітків.

Можна узагальнити деякі особливості обслуговування дитячих клубів туроператорами:

- здійснюється за стандартизованими, але адаптованими під конкретні готелі програмами;
- є унікальною пропозицією та важливою складовою пакету, пропонованого туроператором для сімейного відпочинку, що надається у відібраних для цього готелях;
- враховуються мовні особливості відпочиваючих (окрім англійської, для туристів із пострадянського простору типово звучить і російська мова);
- туроператори здійснюють підбір та навчання аніматорів, координують їхню роботу;
- мініклуби, зазвичай, мають мережєвий характер із єдиними підходами, певною назвою, логотипом, що служить маркетинговим цілям;

– така модель є взаємовигідною: задоволені клієнти добре відгукуватимуться як про готель, так і туроператора.

На території великих комплексів можуть діяти і кілька клубів одночасно (наприклад, туроператора та готелю).

До аніматорів мініклубів висувають досить суворі вимоги, адже на них покладається велика відповідальність за комфортне дозвілля та безпеку дітей. Звичайно, їх діапазон залежить від політики організації та може помітно відрізнятися. Курортні підприємства йдуть шляхом сезонного набору працівників з культурно споріднених для туристів країн, тож така робота користується попитом і серед української молоді.

Необхідно виділити такі категорії працівників, котрі залучаються до організації дитячої анімації: менеджери; розробники анімаційних програм (консультанти-педагоги, що володіють методологічними принципами дозвілля та виховання дітей різних вікових категорій); організатори анімаційного обслуговування (шеф-аніматори); спортивні інструктори для реалізації на професійному рівні спортивно-оздоровчої анімації; аніматори-виконавці тощо.

З огляду актуальних вакантних пропозицій можна сформулювати такий типовий набір вимог до дитячих аніматорів: вік 18 – 25 (30) років; завершена вища освіта або навчання на 4 – 5 курсах (перевага надається педагогічним спеціальностям); володіння англійською мовою на розмовному рівні; особистісні якості (відповідальність, комунікабельність, доброзичливість, емоційна стійкість, любов до дітей); бажання навчатись (готелі і туроператори переважно навчають працівників перед початком обслуговування). Важливими є добра фізична підготовка та ментальне здоров'я, відсутність шкідливих звичок, кримінального минулого тощо. Вітається досвід роботи із дітьми, а інколи це є обов'язковою умовою (не тільки для керівних посад, але й рядових аніматорів).

Програмне забезпечення. Організоване анімаційне обслуговування передбачає розробку відповідних програм – наперед продуманого плану

проведення дозвілля дітей, що складається з анімаційних заходів спортивного, розважального, творчого, навчального та розвиваючого характеру.

В курортних готелях анімаційні програми для дітей, як і для дорослих, розробляються на певний сезон. Заходи повторюються кожні 7 – 10 – 14 днів (зважаючи на середньостатистичний період перебування сімейних туристів у закладі). Якщо у ньому орієнтуються на обслуговування різних вікових категорій дітей поокремо, то розробляють 2 – 3 різні програми, хоча при певних анімаційних заходах (іграх на відкритому просторі, квестах, вечірках, переглядах мультфільмів тощо) плануватиметься їх спільна участь.

Програми складаються із двох частин: денних та вечірніх заходів. У таблиці 3.1. наведено приклади анімаційних заходів різних курортних готелів закордону. Їх поділ має умовний характер, адже один захід може бути спрямований як на фізичну активність, так і творчий розвиток дитини.

Важливо, щоб анімаційні заходи відповідали віковим особливостям дитини. Окрім запланованих, розробляють варіанти альтернативних заходів на час непогоди та непередбачуваних обставин. Свої корективи протягом 2020 – 2021 рр. внесли карантинні обмежувальні заходи через COVID-19 щодо кількості задіяних учасників, тривалості програм, групових/індивідуальних (безконтактних) форм та інвентарю і навіть зупинки роботи мініклубів загалом.

Матеріально-технічне забезпечення є важливою складовою реалізації анімаційного обслуговування дітей. Воно має відповідати анімаційним програмам готелю, бути сучасним та яскравим, але головне – безпечним (сертифікованим, без порушень визначеного терміну експлуатації, комфортним щодо розміру, стійкості, об'єму, ковзкості).

У період світової пандемії категорія «безпечність» набула нового розуміння, тож тепер особливий акцент робиться на дотриманні санітарно-гігієнічних норм. Першою в цьому контексті виступила Туреччина, запровадивши на своїй території сертифікацію об'єктів туристичної сфери «Безпечний туризм».

Інфраструктурне та матеріально-технічне забезпечення може бути різним залежно від багатьох чинників та завдань, покладених на анімацію. Загалом, для її організації необхідна відповідна інфраструктура (обладнані дитячі кімнати, ігрові та спортивні майданчики, басейни, кінота амфітеатри тощо); спеціальний інвентар для ігор, майстер-класів, навчальних і творчих заходів (від декорацій та костюмів до розмальовок з фарбами); технічне обладнання для відеопоказів, шоу, дискотеки тощо (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Пропоновані анімаційні заходи для дітей на курортах

Група заходів	Приклади анімаційних заходів
Спортивно-оздоровчі	Ранкова зарядка, гімнастика, йога, аква- та степ-аеробіка, плавання, танці, зумба тощо.
Розважальні	Рухливі ігри (футбол, баскетбол, теніс, стрільба, дартс, мінігольф, ігри у воді); спортивні турніри, конкурси, змагання, олімпіади; походи (для підлітків); настільні ігри; сюжетно-рольові ігри (тематичні, костюмовані); розважальні заходи (тематичні квести та вечірки, караоке, мінідискотеки, шоу, святкування днів народження); перегляд фільмів, мультфільмів тощо.
Навчальні (розвиваючі, творчі)	Розвиваючі ігри та заняття (конструювання, ліпка, малювання); майстер-класи (кулінарні, фото- та кінозйомки, вивчення місцевої мови, садівництва, рукоділля); аква- і театральний грим, футпрінт тощо.

Отже, дитяча анімація займає важливе місце в структурі сучасного готельного обслуговування, зокрема курортного типу. Її організація має

відмінні особливості, що вимагають продуманого планування та залучення відповідних ресурсів. Виклики сьогодення зумовлюють пошук альтернативних рішень та виводять на новий рівень питання безпеки дозвілля. Перспективним є вивчення впливу пандемії на вітчизняну і закордонну практику організації готельної анімації [43].

Одним із ключових елементів індустрії туризму є можливість продавати аудиторію на віддалених місцях. Анімація є необхідним каналом для передачі інформації також про певний регіон. Підприємства, які хочуть піти освітнім шляхом, можуть створювати анімаційне пояснювальне відео, у якому розповідається про місцеві звичаї.

Може бути дуже важко утримати увагу вашої аудиторії та пояснити, наприклад, різноманітність екологічних та економічних переваг екологічних подорожей. Індустрія туризму виявляє, що анімація може бути ідеальним засобом для глибокого вивчення цих концепцій і залучення нових клієнтів і відвідувачів.

Чудовим прикладом цього є історія індійської анімації Crash Course, яка коротко розповідає про кастову систему та розвиток буддизму в регіоні. Цілі міста, регіони чи країни починають використовувати анімацію, щоб залучити відвідувачів у оригінальний, іноді мистецький спосіб, досліджуючи різні техніки анімації.

Анімаційні відео пропонують неперевершену можливість спілкування з різноманітною аудиторією. Країни можуть рекламувати за допомогою анімації також свої головні пам'ятки та провідні події.

Одним із найефективніших засобів залучення гостей у готель є надання анімаційних послуг, які впливають на позитивну оцінку туристом роботи готелю в цілому. Ці своєрідні додаткові послуги клієнту готелю дозволяють зайняти його таким чином, щоб пробудити в ньому позитивні емоції, допомагають відчувати задоволення від відпочинку в готелі й формують бажання повернутися в цей готель неодноразово [2].

Туристичний анімаційний сервіс найбільш розвинений у курортних

зонах, де він сприяє підвищенню атрактивності туристичних подорожей та якості відпочинку. У курортних зонах всього світу існує чітке усвідомлення того, що особлива роль належить організації дозвілля відпочиваючих: ігровим заходам, активним змаганням, різним шоу і святкам тощо. На Заході основною діяльністю анімаційного сектора є щоденні програми розваг, які включають у себе асортимент безкоштовних послуг анімації для дорослих і дітей.

Анімація як відносно новий вид послуг у сфері туризму в Україні у своєму розвитку повинна спиратися на досвід розвинених туристичних держав. В Україні анімаційні послуги пропонують практично всі готелі. Але, на жаль, більшість цих послуг є стандартними і не відрізняють готель з поміж інших і вже не є цікавими для туриста.

Готельні підприємства України, надаючи анімаційні послуги, повинні дотримуватися концепції закладу та орієнтуватися на різні сегменти споживачів. Пропонуємо шляхи удосконалення анімаційних послуг в туризмі України та щодо підвищення їх ефективності (див. рис. 3.1):

- для успішної діяльності анімаційних заходів повинні проводитись масштабні рекламні кампанії;
- організовувати тижні кухонь різних регіонів і країн в ресторані закладу, а також застосування відповідної національної атрибутики і колористики у всьому готелі. Організація в ці дні, а також на День святого Валентина, 8 Березня та інші свята спеціальних заходів. Для кожного свята необхідно розробляти спеціальне меню, складати святкову програму із залученням артистів естради, майстрів оригінальних жанрів та ін.;
- вводити програми, які будуть відрізнятися від програм конкурентів та ще не мали аналогів в Україні;

Наприклад:

- раут – зібрання людей, яке не передбачає танців (див. дод. А);
- містерія – театралізована постановка п'єси релігійного змісту (див. дод. Б);

– раус – захід з анонсування презентацій, культурно-дозвіллевих програм (див. дод. В);



Рис. 3.1 – Шляхи удосконалення анімаційних послуг в туризмі Україні

– церемонія – культовий побожний або державний акт, який проводять за суворим порядком (церемонією) (див. дод. Г);

– шоу–вистава, масове видовище (див. дод. Д);

– використовувати національний одяг та атрибутику при обслуговуванні гостей.

Спираючись на досвіт готелів США, ефективним заходом пожвавлення анімаційної діяльності у готелях України може бути створення клубів, які можуть створюватися за підтримки закладу або з ініціативи місцевої громади, яка орендує помешкання, земельні ділянки, спортивні майданчики

на території зони туркомплексу. Єдиної схеми створення та правил функціонування таких клубів не існує: члени клубу можуть проводити кілька днів або тижнів щороку і лише в цей час користуватися послугами дозвілля, а можуть відвідувати клуб регулярно. На ефективність клубної роботи впливає детальний аналіз ринку та груп громадськості, на які буде орієнтуватися клуб. Основними клієнтами клубу можуть бути: місцеве населення, туристи, співвласники готелю.

Членство в клубі при готелі насамперед куплять ті, хто відпочиває в готелі досить часто або перебуває на ньому відносно довго, особливо якщо членство надає значно ширші альтернативи дозвілля. Потенційними членами клубу можуть бути й місцеві жителі. Зацікавити цю групу відвідувачів можна тільки за умови відповідності послуг їхнім потребам і запитам, тому клуб повинен вигідно вирізнятися серед інших місцевих закладів дозвілля комплексністю та якістю обслуговування.

Важливими критеріями вдало підготовленої програми клубного членства є обмежена кількість членських місць у клубі; право передачі або продажу членства іншій людині за певних умов; оригінальність концепції дозвілля клубу. Обмежена кількість членських місць підвищує цінність клубного місця в очах потенційних відвідувачів. Їх оптимальна кількість залежить від соціально-демографічної ситуації, привабливості зони відпочинку і клубу. Можливість продати клубну картку також суттєво впливає на популярність закладу, адже людина готова заплатити вдвічі більше, якщо вона знає, що може повернути собі ці кошти, продавши членське місце іншому.

Таким чином, добре організована анімаційна робота – це критерій успішності туристичної діяльності і вирішальна умова ефективного функціонування готельного підприємства. Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, а значить, він постійно зайнятий тим видом дозвілля, що доставляє йому задоволення, викликає позитивні емоції, формує прекрасний настрій і збуджує бажання повертатися до таких емоцій

знову, а отже, й повернутися у готель. Анімаційна діяльність для успішного функціонування повинна, з одного боку, дотримуватися концепції закладу, з іншого – збільшувати спектр ексклюзивних та різноманітних анімаційних послуг, які змусять постійних відвідувачів повернутися у заклад неодноразово, а також привернути увагу потенційних відвідувачів. На українському ринку готельних послуг є всі перспективи для розвитку анімаційної діяльності.

Для подальшого розвитку туризму українські готелі повинні спиратися на іноземний досвід, а також вводити в анімаційну діяльність ексклюзивні анімаційні послуги, які будуть характерні тільки для українських готелів і зможуть привернути увагу іноземних туристів.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційної дипломної роботі досліджено роль, особливості, проблеми та перспективи розвитку анімаційних послуг в туризмі. Одержані в процесі дослідження результати та їх узагальнення надають змогу сформулювати такі висновки й внести пропозиції, які мають теоретичне та практичне значення.

1. Охарактеризовано основи дослідження анімаційних послуг в туризмі. Анімаційні послуги в туризмі – це додаткові послуги, що надаються туристу та дозволяють, разом із добре організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку. Анімаційна послуга забезпечує: поліпшенні якості, різноманітності та привабливості турпродукту; збільшення кількості постійних споживачів та попиту на туристичні товари; збільшення навантаження на матеріальну базу туристичного підприємства та підвищення ефективності його використання; зростання прибутковості туристичної діяльності в цілому. Кінцевою метою туристичної анімації є задоволення туриста відпочинком його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. У цьому полягають головні рекреаційні функції туристичної анімації.

2. Виявлено специфічні особливості анімаційних послуг. Анімація – це своєрідна послуга, що має на меті підвищення якості обслуговування, і однозначно – це своєрідна форма реклами, повторного залучення людей, гостей і їх знайомих, що також має на меті просування туристичного продукту на ринку для підвищення прибутковості турбізнесу.

3. Проаналізовано стан ринку анімаційних послуг На вітчизняному ринку анімаційних послуг найпоширенішими є готельна та музейна анімація. анімація готельної і туристичної діяльності займає одне з головних місць у структурі готеля і представляє собою окрему службу, що тісно пов'язана з іншими і має конкретне значення у забезпеченні успішного функціонування його на туристичному ринку. Завдання анімаційної служби – постійний

контакт з клієнтом, результат якого у значній мірі впливає на загальний відгук про відпочинок. І саме завдяки цьому контакту готель може мати певний відсоток постійних клієнтів. Готелі, котрі прагнуть збільшити цей відсоток (головним чином це сімейні готелі), намагаються не змінювати склад анімаційної команди, лише вдосконалювати її роботу.

4. Основними причинами низького рівня розвитку тематичних парків в Україні є: значна капіталомісткість цих проектів; відсутність досвіду впровадження та управління подібними проектами місцевих розробників; низький інтерес міжнародних туристичних та розважальних операторів до українського ринку. Для подальшого розвитку українські культурно-пізнавальні заклади повинні спиратися на зарубіжний досвід, а також впроваджувати в анімаційну діяльність ексклюзивні анімаційні послуги, які будуть характерні лише для українських закладів культури і зможуть залучити іноземних туристів.

5. Незважаючи на те, що анімація має багато видів і форм, в туризмі не створена цілісна система їх застосування, не визначені функції, принципи, а відтак і відсутній соціально-культурний аспект анімаційної діяльності, що впливає на рівень розуміння її значущості, на ефективність здійснення цілісного технологічного процесу в туризмі. Саме тому актуальності набуває проблема розвитку соціально-культурного аспекту анімаційної діяльності в туризмі України, яка витікає з суперечності між рівнем практичного застосування анімаційних технологій, що склався в туризмі на сьогодні, й соціокультурним потенціалом анімації, реалізація якого могла б сприяти створенню низки культурогенних середовищ у місцях концентрації туристичних потоків.

6. Розглянуто перспективи розвитку анімаційних послуг в туризмі України. Для цього запропоновано шляхи удосконалення анімаційних послуг в туризмі України та щодо підвищення їх ефективності: для успішної діяльності анімаційних заходів повинні проводитись масштабні рекламні кампанії; організовувати тижні кухонь різних регіонів і країн в ресторані

закладу, а також застосування відповідної національної атрибутики і колористики у всьому готелі; вводити програми, які будуть відрізнятися від програм конкурентів та ще не мали аналогів в Україні; використовувати національний одяг та атрибутику при обслуговуванні гостей.

7. Таким чином, значення туристичної анімації полягає у підвищенні якості, різноманітності і привабливості тур продукту; збільшенні кількості постійних клієнтів і попиту на тур продукт; підвищенні навантаження на матеріальну базу тур підприємства, а, як наслідок, і у підвищенні ефективності його використання, рентабельності і прибутковості туристичної діяльності.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Шикіна О., Гончаренко Я., Ремігайло І. Дослідження надання анімаційних послуг у Одеської області. URL : https://www.google.com/url?esrc=s&q=&rct=j&sa=U&url=https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1237/1192/&ved=2ahUKEwjhmM6qgu3-AhVVvosKHR_ZDk0QFnoECAAQAg&usg=AOvVaw2iP-182tEjLGuBnsZEgoE- (дата звернення: 01.04.2023).
2. Ільтьо Т. І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 6. С.174–178.
3. Маховка В. М., Кременецька О. Є. Сутність та значення анімації в сучасній туристичній діяльності. URL : <http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/9093/1/%D0%9C%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B0.pdf> (дата звернення: 01.04.2023).
4. Кравець О. М., Байлик С. І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посіб. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бабекова, 2017. 335 с.
5. Кукліна Т. С., Віндюк А. В., Булатов С. В. Організація анімаційних послуг : навч. посіб. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 244 с.
6. Анімація громадського життя. URL : <http://www.lac.org.ua/animatsiya-hromadskoho-zhyttya/> (дата звернення: 29.03.2023).
7. Колотуха О. В. Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика (словник-довідник). URL : <https://geohub.org.ua/node/554> (дата звернення: 29.03.2023).
8. Байлик С. І., Кравець О. М. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посіб. Харків : ХНАМГ, 2008. 197 с.
9. Зорін В., Квартальнов С. Тлумачний словник туристичних

термінів. Туризм. Туристська індустрія. Туристський бізнес. Афіни : INFOGROUP, 1994. 408 с.

10. Міхо О. І. Анімація в рекреації та туризмі : словник-довідник. Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. 224 с.

11. Ільїна Є. Н. Туроперейтинг: організація діяльності : навч. посіб. Київ, 2005. 480 с.

12. Приклади розважальних програм на зарубіжних курортах. URL : <http://csko.ru/%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B3>. (дата звернення: 05.04.2023).

13. Туристский інтернет-портал. URL : <http://shrilanka.net.ua/?cont=ostrane> (дата звернення 05.04.2023).

14. Muzeum Lazienki Krolewski у Варшаві. URL : <http://www.platformakultury.pl/artykuly/96493-muzeum-lazienki-krolewskiewarszawie.html> (дата звернення 10.04.2023).

15. Картинна галерея, музей. URL : <https://atur.com.ua/index.php?id=5967> (дата звернення: 15.04.2023).

16. Туристська анімація: соціокультурні особливості. URL : <https://referatss.com.ua/work/turistska-animacija-sociokulturni-osoblivosti/> (дата звернення: 10.04.2023).

17. Петрова І. О. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручник. Київ : Кондор, 2005. 408 с.

18. Килимистий С. М. Анімація в туризмі: навч. посіб. Київ : Вид-во ФПУ, 2017. 188 с.

19. Сезон будет трешовым немножко: что припас театр «МО» кременчужанам в честь своего 20-летия. URL : <https://www.telegraf.in.ua/kremenchug/10089973-sezon-budet-treshovym-nemnozhko-cto-pripas-teatr-mo-kremenchuzhanam-v-chest-svoego-20-letija.html> (дата звернення: 15.04.2023).

20. У Києві з'явилася мода на «таємне кіно» з дрес-кодом. URL : http://novo-svit.info/u_kiyevi_z39yavilasya_moda_na_tayemne (дата звернення:

24.04.2023).

21. Музей науки і техніки «Експериментаніум». URL : <http://experimentanium.com.ua/pro-muzej/postijna-ekspozytsiya/> (дата звернення: 24.04.2023).

22. Якщо вдома не сидиться. ТОП-12 віртуальних екскурсій Україною. URL : <https://shotam.info/yakshcho-vdoma-ne-sydyt-sia-virtualna-ekskursiya-ukrainoiu> (дата звернення 18.04.2023).

23. Садиба Голіциних-Кеніга. Тростянець. URL : <https://hghstories.com/ua/homestead-kenig-troctyanec> (дата звернення 22.04.2023).

24. Парки розваг в Україні. URL : <https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g294473-Activities-c52-oa30-Ukraine.html>. (дата звернення: 20.04.2023).

25. D. S. Secret Pharmacy. URL : <http://secret.lviv.ua/ua/> (дата звернення: 22.04.2023).

26. У Києві сьогодні вночі пройде акція «Ніч у музеї». URL : <http://www.rbc.ua/ukr/top/show/v-kieve-segodnya-nochyu-proydet-aktsiya-noch-v-muzee> (дата звернення 24.04.2023).

27. Україна приєдналася до акції Ніч музеїв. URL : <http://news.bigmir.net/entertainment/278192> (дата звернення 24.04.2023).

28. Нічне театралізоване дійство «чи знаєте ви українську ніч?». URL : <http://ingreen.in.ua/tours/topoltava/in009> (дата звернення 24.04.2023).

29. Тематичний парк «Древній Київ у князівстві Київська Русь». URL : <https://parkkyivrus.com/ua/> (дата звернення 24.04.2023).

30. Нічне театралізоване дійство «чи знаєте ви українську ніч?». URL : <http://ingreen.in.ua/tours/topoltava/in009> (дата звернення 25.04.2023).

31. Луцькі студенти провели ніч у бібліотеці. URL : https://pon.org.ua/news_regions/7377-luck-studenti-proveli-nch-u-bblotec.html/ (дата звернення 25.04.2023).

32. Міжнародний імідж України: міфи і реалії. URL :

http://razumkov.org.ua/additional/analitical_report_NSP3_ukr.pdf (дата звернення 25.04.2023).

33. Музей науки «Відчуй науку на дотик». URL : Режим доступу: <http://www.science-museum.com.ua/> (дата звернення 26.04.2023).

34. Використання форм туристської анімації в системі професійної підготовки майбутніх фахівців з туризму. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2023. № 1 (69). С. 152–161.

35. Про замки України з акад. Б. Возницьким. URL : http://www.bbc.co.uk/ukrainian/indepth/story/2008/07/080719_castles_interactive_is.shtml (дата звернення: 25.04.2023).

36. Петранівський В. Л. Туристичне країнознавство. URL : http://pidruchniki.com/1138050141943/turizm/vikoristannya_zamkiv_fortets_turizmi (дата звернення: 20.04.2023).

37. М. Белеканич інтев'ю для Mukachevo.net. URL : <http://www.mukachevo.net/ua/news/view/175078> (дата звернення: 25.04.2023).

38. Мацкевий Л. Г. Мукачівський замок. Енциклопедія історії України : Інститут історії України НАН України. Київ : Наукова думка, 2010. 125 с.

39. «Весілля Ілони Зріні та Імре Текелі» у замку «Паланок». URL : <http://www.varosh.com.ua>mukachevo/> (дата звернення: 15.04.2023).

40. Офіційний лист – запрошення на конференцію з розвитку виноробства та туризму від 15.12.2016 року. Мукачівський міський туристично-інформаційний центр. URL : <https://tourinform.org.ua/listings/tic-mukahevo> (дата звернення: 18.04.2023).

41. Мандрика М. А. Туристична анімація в середньовічних замках на прикладі замку «Паланок». URL : <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/36-soma-mizhnarodna-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/81-turistichna-animatsiya-v-serednovichnikh-zamkakh-na-prikladi-zamku-palanok> (дата звернення: 20.04.2023).

42. Носа Б. М. Особливості організації дитячої анімації у готелях курортного типу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 29. URL : https://www.google.com/url?esrc=s&q=&rct=j&sa=U&url=https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/591/567/&ved=2ahUKEwiWxPDjua_r_AhUimIsKHZvVDTToQFnoECAEQAg&usg=AOvVaw1J2zubY7mesv74vIBlaJRv (дата звернення: 30.04.2023).

43. Олійник О., Дьяченко Р. До питання соціокультурного потенціалу готельної анімації. *Культурно-мистецькі та освітні практики*. 2023. № 41. С. 112–120.

44. Бриль К. Роль свят у підвищенні економічної ефективності туристичних центрів. URL : https://www.google.com/url?esrc=s&q=&rct=j&sa=U&url=http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe% (дата звернення: 30.04.2023).

45. Агеєва І. С. Можливості використання анімаційних програм в туризмі. *Молодий вчений*. 2012. № 6. С. 123–125.

46. Сафарова Л. К. Розвиток туризму в Україні в умовах світової пандемії. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 16–17 листопада 2021 р., м. Старобільськ, 2021. С. 51–52.

ДОДАТКИ

Додаток А

Світський раут в Луцьку

(організували для ділової та світської еліти. Метою заходу під назвою «Show room» було відродження благодійної акції для дітей «Бог у серцях»)



Додаток Б

Містерія



Додаток В

Раус



Додаток Г

Церемонія



Додаток Д

Шоу-вистава, масове видовище

