

УДК 379.832

Григорян І.М.<sup>1</sup>, Зацепіна Н.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ГФ-114м НУ «Запорізька політехніка»

<sup>2</sup> канд. пед. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

### **АНІМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ**

Анімаційна діяльність є важливим інструментом для просування готельного продукту в умовах сучасного конкурентного ринку. Вона спрямована на створення унікального досвіду для гостей, забезпечення їхнього дозвілля та підвищення рівня задоволення від перебування. Завдяки анімаційним програмам готелі можуть не лише залучати нових клієнтів, а й формувати лояльність постійних відвідувачів. Цей напрямок включає організацію культурних, спортивних, розважальних заходів, які відповідають інтересам і потребам різних категорій гостей. Особливо актуальним є використання анімаційної діяльності для сімейного відпочинку, адже це дозволяє створити приємні спогади для всієї родини. Крім того, ефективні анімаційні програми можуть стати додатковим конкурентною перевагою, що вирізняє готель серед інших на ринку. У світі, де емоції та враження стають пріоритетом для споживачів, анімаційна діяльність відкриває широкі перспективи для розвитку готельного бізнесу.

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. Готельна анімація спрямовується на адаптацію клієнтів – дозволяє перейти від щоденного оточення до вільного, відпочинкового; компенсаційну функцію – дозволяє

звільнити людину від фізичної і психологічної втоми повсякденного життя; стабілізацію – створює позитивні емоції та стимулюючу психічну рівновагу; оздоровлення – спрямована на відновлення і розвиток фізичних сил людини, ослаблених у повсякденному трудовому житті; інформування – дає змогу отримати нову інформацію про країну, регіони, людей тощо; освітню функцію, що дозволяє придбати і закріпити в результаті яскравих вражень нові знання про навколишній світ; удосконалення – приносить інтелектуальне і фізичне вдосконалення; рекламну функцію, що дає можливість через анімаційні програми зробити туриста носієм реклами про країну, регіони, туркомплекси, готелі, турфірми.

Правильно розроблені анімаційні програми дозволяють не тільки підняти настрій і тонус відпочиваючих, створити позитивну настанову на відпочинок, але і в комфортних умовах привабити людину до здорового способу життя в ігровій, не примусовій атмосфері. Основними видами анімаційних послуг, які використовуються у готельній сфері є:

- анімація в русі – задовольняє потребу людини в русі в анімація через хвилювання – задовольняє потребу людини у відчутті нового, невідомого, неочікуваного при спілкуванні, відкриттях, а також при подоланні труднощів;

- анімація через спілкування – задовольняє потребу у спілкуванні з новими цікавими людьми, обміні життєвим досвідом, у відкритті внутрішнього світу людей і пізнанні себе через спілкування;

- анімація через заспокоєння – задовольняє потребу людей у психологічній розрядці від повсякденної втоми через заспокоєння, усамітнення, контакт з природою;

- культурна анімація – задовольняє потребу людей у духовному розвитку особистості через залучення до культурно-історичних пам'яток і сучасних зразків культури країни, регіону, народу, нації;

- творча анімація – задовольняє потребу людини в творчості, показі своїх здібностей і встановлення контактів з близькими за думкою людьми, через спільну творчість.

Крім того слід визначити основні завдання науково-технічного прогресу організації анімаційної діяльності, які надають можливість його подальшого прогресивного розвитку. Це й економічний прорахунок її вартості, й створення привабливої реклами, реалізації програми, творче втілення запрограмованих анімаційних заходів, а також аналіз результатів проведених заходів. Таким чином, впровадження анімації в готельний бізнес відкриває безліч перспектив та можливостей для підвищення якості послуг та задоволеності клієнтів, а також може призвести до значних переваг як для самих готелів, так і для гостей, створюючи багатий та різноманітний досвід відпочинку.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Андренко І. Особливості анімаційних послуг в готельному господарстві / І. Андренко, М. Чміленко // Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 15 квіт. 2024 р. – Харків, 2024. – С. 172–174.

2. Бала Р. Готельна анімація: суть, завдання та види / Р. Бала // Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг : матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф., Львів, 9 груд. 2024 р. – Львів, 2021. – С. 207–209.

3. Організація готельної анімації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/415.pdf> (дата звернення: 30.03.2025). – Назва з екрана.