


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу  
Кафедра «Економіки і бізнесу»  
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»  
Галузь знань 24 Сфера обслуговування  
Спеціальність 242 Туризм  
Спеціалізація (за наявності) \_\_\_\_\_

**ПОГОДЖЕНО**


Гарант освітньо-професійної програми

 Ірина КОЛОКОЛЬЧИКОВА  
(підпис) (ім'я та прізвище)

«24» жовтня 2024 р.

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри

 Лариса БОЛТЯНСЬКА  
(підпис) (ім'я та прізвище)

«25» жовтня 2024 р.

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

на підготовку кваліфікаційної роботи для здобувачів  
ступеня вищої освіти «Магістр»

здобувача вищої освіти Паришкури Юлії Володимирівни  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Напрями вдосконалення надання анімаційних послуг»

керівник роботи к.е.н., доцент Валентина ДЕМКО  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора університету від «21» жовтня 2024 року №491-С

2. Строк подання кваліфікаційної роботи \_\_ 18 лютого 2025 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: науково-теоретична література; статистичні дані України; статистичні дані області; статистична звітність суб'єкта господарювання

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):  
Вступ. (актуальність, предмет та об'єкт дослідження; мета, завдання та методи дослідження, інформаційна та методологічна база дослідження, практичне значення отриманих результатів, дані про структуру роботи)

Розділ1. «Теоретично-методологічна характеристика анімаційної діяльності» (проаналізувати історико-методологічну характеристику анімаційної діяльності)  
Розділ2. «Основи професійної анімаційної діяльності» (дослідити анімацію як напрям туристичного обслуговування)

Розділ3. «Напрями вдосконалення анімаційних послуг фріланс-табору «Leader place» (дослідити організацію та процес вдосконалення анімаційних послуг на прикладі дитячого фріланс-табору «Leader place» ФОП Ірина ДЕЙНЕКО, обґрунтувати напрями вдосконалення надання анімаційних послуг)







Висновки

Список використаних джерел:72 (україномовних – 57, закордонних – 15)


5. Перелік графічного матеріалу: 6 таблиць

6. Дата видачі завдання «25» жовтня 2024 р.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів	Відмітка про виконання
1	Затвердження плану роботи	28.10.2024 р.	
2	Розділ 1 Розділ I. Теоретично-методологічна характеристика анімаційної діяльності	06.12.2024 р.	
3	Розділ 2 Основи професійної анімаційної діяльності	29.12.2024 р.	
4	Розділ 3 Шляхи вдосконалення анімаційних послуг фріланс-табору «Leader place»	31.01.2025 р.	
5	Висновки, список використаних джерел	13.02.2024 р.	
6	Перевірка на плагіат	14.02.2025 р.	

Здобувач вищої освіти

  
( підпис )

Юлія ПАРИШКУРА

(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи

  
( підпис )

Валентина ДЕМКО

(ім'я та прізвище)

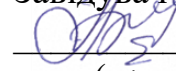
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу  
Кафедра «Економіки і бізнесу»  
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»  
Галузь знань 24 Сфера обслуговування  
Спеціальність 242 Туризм  
Спеціалізація (за наявності) \_\_\_\_\_

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри



Лариса БОЛТЯНСЬКА

(підпис)

(ім'я та прізвище)

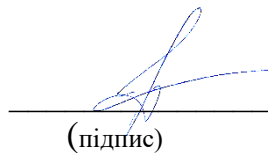
« 17 » лютого 2025 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

**«Напрями вдосконалення надання анімаційних послуг»**

Здобувач вищої освіти:



(підпис)

Юлія ПАРИШКУРА

(ім'я та прізвище здобувача)

Керівник:



(підпис)

к.е.н., доцент Валентина ДЕМКО

(учене звання, науковий ступінь, ім'я та прізвище)

Запоріжжя, 2025 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
<b>I РОЗДІЛ. Теоретично-методологічна характеристика анімаційної діяльності</b>	9
1.1. Теоретичні основи та витоки розвитку анімаційної діяльності	9
1.2. Класифікація та функції анімаційної діяльності	13
1.3. Методологічні підходи до вивчення анімаційної діяльності	16
Висновки до I розділу	18
<b>II РОЗДІЛ. Основи професійної анімаційної діяльності</b>	20
2.1. Анімація як вид професійної діяльності	20
2.2. Технологія розробки анімаційних програм	30
2.3. Особливості анімації в дитячих таборах	35
Висновки до II розділу	37
<b>III РОЗДІЛ. Напрями вдосконалення анімаційних послуг фріланс-табору «Leader place»</b>	39
3.1. Оцінка якості та організації надання анімаційних послуг в фріланс-таборі «Leader place»	39
3.2. Проблеми у наданні анімаційних послуг у фріланс-таборі «Leader place»	44
3.3. Вдосконалення технології надання анімаційних послуг фріланс-табору «Leader place»	50
Висновки до III розділу	61
ВИСНОВКИ	63
Список використаної літератури	67
Додаток А	74
Додаток Б	75

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Сучасні реалії техногенного середовища, період карантинних обмежень, воєнний стан обумовлюють гостру необхідність відновлення фізичних й духовних сил, що втрачається під час трудової діяльності й повсякденної життєдіяльності, у тому числі дітей у процесі навчання. Саме туристично-рекреаційна діяльність, спрямована на реалізацію потреб у відновленні та розвитку фізичних й духовних сил, інтелектуального удосконалення є тим сегментом, що нині динамічно розвивається у світі.

Враховуючи зростаючі вимоги до якості відпочинку та розвитку дітей, вдосконалення анімаційних послуг стає важливим елементом у створенні комфортного та пізнавального середовища у таборах. Відтак, це продиктовано:

- розвитком сучасних методик навчання та виховання (діти потребують не тільки рухової активності, а й емоційного та інтелектуального розвитку);
- конкуренцією серед дитячих таборів (однією з причин, через моніторинг батьками різноманітності та якості послуг, які надаються у дитячих закладах);
- значенням впливу анімації на покращення психологічного стану дітей;
- змінюваністю трендів у сфері відпочинку;
- інноваціями в організації анімації (постійний розвиток нових ідей, використання технологій);
- підвищенням рівня комунікацій між таборами та батьками завдяки розвитку нових форм комунікації та інтерактивних платформ.

Таким чином, дослідження на тему: «Шляхи вдосконалення надання анімаційних послуг дитячого табору» є актуальним, оскільки дозволяє не лише покращити якість відпочинку дітей, а й підвищити конкурентоспроможність таборів на ринку послуг для дітей.

**Об'єктом роботи** є анімаційні послуги у туризмі та рекреації.

**Предметом роботи** є напрями вдосконалення надання анімаційних послуг на прикладі дитячого фріланс-табору «Leader place».

**Метою** кваліфікаційної магістерської роботи є пошук напрямів вдосконалення надання анімаційних послуг на прикладі дитячого фріланс-табору «Leader place».

**Завдання:**

1. Вивчити та проаналізувати теоретично-методичні характеристики анімаційної діяльності.
2. Розглянути анімацію як напрям професійної діяльності.
3. Проаналізувати організаційні основи анімаційних послуг дитячого фріланс-табору «Leader place» та розкрити напрями їх вдосконалення.

**Інформаційна база дослідження.** Офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, інтернет джерела, а також дані, отримані під час виконання індивідуального завдання та виробничої практики.

**Методична база дослідження.** При вирішенні поставлених завдань застосовувались такі методи, як: метод логічного узагальнення; метод емпіричного дослідження проблеми, тобто постановка проблем, визначення мети та завдання; метод індукції, тобто пізнання що ґрунтується на формально-логічному умовиводі; метод дедукції, тобто метод полягає в одержанні часткових висновків на основі знань загальних положень. Методи: опитування, анонімного оцінювання, спостереження, аналіз документів.

**Практичне значення одержаних результатів.** Результати, що були отримані у результаті виконання даної роботи можуть бути використані для вдосконалення роботи дитячого фріланс-табору «Leader place» та інших туристично-рекреаційних об'єктів і комплексів.

**Структура і обсяг роботи.** Кваліфікаційна магістерська робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел – 72 найменування (україномовних –57, закордонних –15) та двох додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної магістерської роботи складає 69 сторінок комп'ютерного тексту, викладеного українською мовою.

# РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## 1.1. Теоретичні основи та витоки розвитку анімаційної діяльності

Анімація в туризмі та рекреації стала невід'ємною частиною індустрії відпочинку і дозвілля, яка активно розвивається, задовольняючи різноманітні потреби туристів у відпочинку, розвагах, спілкуванні та освіті [3-4, 18]. Теоретично-методологічні основи анімаційної діяльності в туризмі та рекреації включають різні аспекти – від історичних витоків і психологічних основ до конкретних методик і технологій, що застосовуються у цій сфері [21, 46, 54].

Анімаційна діяльність у туристично-рекреаційній діяльності – це організація різноманітних культурно-розважальних, спортивних, освітніх та інших програм для туристів з метою забезпечення активного, цікавого та насиченого відпочинку [13, 27]. Це може бути будь-яка форма діяльності, спрямована на створення атмосфери комфорту, розвитку соціальних і комунікаційних навичок, а також на емоційне та фізичне розвантаження туристів або гостей [9, 36].

Теоретично анімація в туризмі та рекреації являє собою різноманітні інструменти, які застосовуються для організації дозвілля та відпочинку, що має пряме відношення до культурних, психологічних і соціальних аспектів процесів.

Анімаційна діяльність у туризмі та рекреації [27, 36] включає в себе використання різних методів організації відпочинку та розваг для туристів, що можуть бути поділені на кілька основних категорій:

- Розважальні програми: шоу-програми, концерти, танці, театралізовані вистави.
- Спортивні активності: змагання, ігри, спортивні турніри, йога, водні види спорту.
- Культурні програми: екскурсії, майстер-класи, уроки танців або музики, кулінарні курси.

– Дитяча анімація: дитячі клуби, аніматори для дітей, спеціальні ігри і розваги для малюків [25, 53, 56].

Анімація в туризмі має важливий соціокультурний вплив на туристів, оскільки вона сприяє формуванню культурного середовища і створенню особливих умов для соціалізації [4, 12, 28]. Поширення анімаційних програм і заходів дозволяє:

– залучати туристів до культурної активності, роблячи їх відпочинок пізнавальним;

– сприяти розвитку інтеркультурної комунікації, оскільки туристи з різних країн можуть взаємодіяти через спільні розважальні заходи;

– покращувати емоційний стан туристів, створюючи позитивні асоціації з відпочинком [1, 31].

Анімаційна діяльність у туризмі та рекреації – це сукупність заходів, спрямованих на активізацію відпочинку, створення умов для розваг, розвитку та взаємодії туристів [4, 12].

Основна мета анімації – зробити відпочинок більш цікавим, змістовним і таким, що запам'ятовується.

Функції анімації у туризмі та рекреації [16, 20, 30].

– Розважальна – організація ігор, шоу-програм, конкурсів, фестивалів.

– Освітня – проведення майстер-класів, лекцій, екскурсій, квестів.

– Оздоровча – спортивні заходи, йога, аеробіка, активний відпочинок.

– Соціальна – об'єднання людей, створення дружніх зв'язків, комунікація.

– Культурна – знайомство з традиціями, мистецтвом, історією місцевості.

Види туристичної анімації [11, 37]:

1. За формою проведення:

– Активна (спорт, танці, екстремальні розваги).

– Пасивна (перегляд шоу, театр, кіно, виставки).

2. За місцем проведення:

– Готельна анімація (аніматори, вечірні шоу, дитячі клуби).

– Природна (екскурсії, туристичні походи, кемпінги).

– Тематична (фестивалі, історичні реконструкції, гастрономічні тури).

3. За віковими категоріями:

– Дитяча (майданчики, ігри, квести).

– Молодіжна (спортивні турніри, клубні вечірки).

– Сімейна (спільні активності, екскурсії, театральні вистави).

– Для літніх людей (спокійний відпочинок, культурні подорожі).

Основні принципи анімаційної діяльності

– Добровільність – учасники самі обирають розваги.

– Адаптивність – програма має враховувати потреби різних груп туристів.

– Емоційність – створення незабутніх вражень через емоції.

– Інтерактивність – залучення туристів до активної участі.

– Автентичність – використання місцевих традицій та культури [16, 29].

Аніматор – це фахівець, який організовує дозвілля туристів. Його головні завдання:

– Розробка сценаріїв та заходів.

– Комунікація з туристами, підтримка гарного настрою.

– Організація ігрових та спортивних активностей.

– Використання інноваційних методів (VR, інтерактивні програми) [62].

Анімація збільшує привабливість туристичних продуктів, формує позитивний імідж туристичних об'єктів і сприяє розвитку місцевих культурних традицій. Якісно організована анімація підвищує рівень лояльності клієнтів і стимулює повторні візити [12, 38, 58, 66]. Анімація в туризмі та рекреації, зокрема анімаційні послуги для туристів у різних туристичних комплексах, клубах, готелях і дитячих таборах, є важливою складовою сучасного індустріального відпочинку.

Витоки розвитку анімаційної діяльності в туризмі та рекреації тісно пов'язані з історією розвитку туризму загалом, а також з еволюцією технологій і вимогами до різноманітних форм дозвілля, що надаються в туристичних закладах і рекреаційних зонах [41].

З давніх часів культура відпочинку та розваг була важливою складовою життя різних цивілізацій. У Стародавньому Єгипті, Греції та Римі розважальні заходи мали місце в контексті громадських свят, релігійних обрядів і театральних вистав [55]. Однак ці заходи були досить специфічними і зосереджувалися переважно на ритуальних та масових заходах, які забезпечували певний тип анімаційної діяльності.

Після занепаду Римської імперії традиція розваг збереглася в королівських дворах і великих містах Європи. У середньовіччі фестивалі, лицарські турніри та масові свята почали набувати популярності, що можна вважати першим кроком до виникнення анімаційної діяльності в контексті відпочинку. Однак тоді це були по суті культурно-розважальні заходи, що часто включали театралізацію [54].

Початок організованого курортного туризму, зокрема морського туризму, став важливим етапом у розвитку анімації в туризмі. Відомі курорти Європи та Америки (наприклад, на морських узбережжях Франції, Італії та Великої Британії) стали місцями, де розпочалося організоване дозвілля для відпочиваючих, що включало прогулянки, концерти, театральні вистави та спортивні змагання [55].

У цей час вже з'являються перші спроби організації дозвілля на курортах з більшою увагою до анімації. Місцеві гіді, художники і артисти починають активно працювати над створенням розважальних програм для гостей курортів. Туристи на цих курортах почали розглядати відпочинок як не тільки фізичний, а й культурно-розважальний процес. Це стає важливим етапом розвитку анімаційної діяльності [55].

Ключовий момент для розвитку анімації в туризмі можна зафіксувати на початку ХХ століття з розвитком курортів для середнього класу в Європі, які почали з'являтися як організовані відпочинкові центри з розважальними послугами. Розвиток індустрії курортного туризму був безпосередньо пов'язаний з появою професійних аніматорів, які розробляли спеціалізовані програми для відпочиваючих [54].

У середині ХХ століття розвиток міжнародного туризму, зокрема в країнах Європи та США, став важливим чинником для розвитку анімаційної діяльності в туризмі. Створення великих туристичних комплексів і курортних зон для відпочинку, прикладом: на середземноморському узбережжі, стало стимулом для інтенсивного впровадження анімаційних програм. Дозвілля на таких курортах було спроектоване таким чином, щоб охопити всі вікові групи, що призвело до появи різноманітних анімаційних програм [9, 11, 54].

Починаючи з 1960-х років, анімаційна діяльність в туризмі стала розвиватись, що дозволило значно покращити якість послуг і зробити анімацію важливим елементом туристичної індустрії. Поява спеціальних курсів, тренінгів і навчальних програм для аніматорів дозволила покращити цей сектор і створити стандарти для організації різних видів розваг і активностей для туристів [55].

Сьогодні анімація в туризмі продовжує активно розвиватися, враховуючи новітні технології та змінні запитів туристів [17, 25, 33, 51]. В останні десятиліття значну роль у розвитку анімаційної діяльності відіграють:

- інтерактивні технології: застосування мобільних додатків, віртуальних турів, гейміфікації для залучення туристів до активностей;

- тематика та спеціалізація: тематичні курорти (наприклад, для любителів активного туризму або здоров'я) починають активно включати у свої програми анімацію, орієнтуючись на специфічні інтереси та потреби певних груп туристів.

Витоки розвитку анімаційної діяльності в туризмі пов'язані з історією курортного туризму, розвитком масового туризму в середині ХХ століття, а також з професіоналізацією цієї діяльності [41, 54-55]. Анімація в туризмі стала не лише важливою складовою сервісу, а й потужним засобом культурної комунікації та емоційного впливу на туристів. Сучасні тенденції та нові технології відкривають додаткові можливості для створення нових форм анімаційних послуг, що значно збільшують інтерес до туристичних комплексів і підвищують їх конкурентоспроможність.

## 1.2. Класифікація та функції анімаційної діяльності

Анімаційна діяльність у сфері туризму та рекреації є важливим елементом, що сприяє збагаченню відпочинку та задоволенню різноманітних потреб туристів. Вона охоплює широкий спектр заходів, спрямованих на активізацію участі відвідувачів та покращення їхнього досвіду [1, 11, 20, 26, 58]. Класифікація видів анімаційної діяльності може бути здійснена за різними ознаками:

*За галузевою ознакою:*

- туристична анімація (організація розважальних та пізнавальних програм для туристів під час подорожей);
- готельна анімація (забезпечення дозвілля гостей безпосередньо в готельних підприємствах через різноманітні заходи та програми);
- трансферна анімація (розваги та інформаційні програми під час транспортування туристів);
- рекреаційна анімація (діяльність, спрямована на відновлення та оздоровлення відвідувачів через активні та пасивні форми відпочинку) [1, 20].

*За змістом та спрямованістю:*

- культурно-пізнавальна анімація (екскурсії, майстер-класи, лекції та інші заходи, що знайомлять туристів з культурою, історією та традиціями регіону);
- спортивно-оздоровча анімація (організація спортивних змагань, фітнес-програм, йоги, аквааеробіки та інших активностей, спрямованих на підтримку фізичної форми та здоров'я);
- розважальна анімація (шоу-програми, конкурси, тематичні вечірки, дискотеки та інші заходи для розваг та відпочинку);
- екологічна анімація (заходи, що сприяють екологічній освіті та усвідомленню важливості збереження навколишнього середовища, такі як еко-екскурсії, висадка дерев тощо) [14].

*За віковими категоріями:*

- дитяча анімація (програми, розроблені спеціально для дітей, включаючи ігри, творчі майстерні, спортивні заходи та освітні програми);
- підліткова анімація (активності, що відповідають інтересам підлітків, такі як спортивні турніри, квести, музичні та танцювальні заходи);
- анімація для дорослих (розважальні та пізнавальні програми для дорослої аудиторії, включаючи культурні заходи, спортивні активності та вечірні шоу);
- сімейна анімація (заходи, розраховані на спільну участь усіх членів родини, що сприяють зміцненню сімейних зв'язків та спільному відпочинку).

*За місцем проведення:*

- внутрішня анімація (діяльність, що проводиться в приміщеннях готелів, санаторіїв, клубів та інших закладів);
- зовнішня анімація (заходи на відкритому повітрі, такі як екскурсії, походи, спортивні ігри на пляжі або в парку) [9, 60].

Анімаційна діяльність у сфері туризму та рекреації виконує низку важливих функцій, спрямованих на покращення якості відпочинку та задоволення потреб туристів [4, 36]. Основні функції анімаційної діяльності включають:

*Рекреаційна функція* спрямована на відновлення фізичних та психічних сил людини через активний відпочинок, спортивні заходи та оздоровчі програми. Це сприяє покращенню загального самопочуття та здоров'я туристів.

*Освітня функція* передбачає надання туристам можливості отримати нові знання та навички через екскурсії, майстер-класи, лекції та інші пізнавальні заходи. Це збагачує їхній культурний та інтелектуальний рівень.

*Культурна функція* сприяє ознайомленню туристів з місцевими традиціями, звичаями, мистецтвом та історією. Це допомагає зберігати та популяризувати культурну спадщину регіону.

*Соціальна функція* спрямована на створення умов для спілкування, встановлення нових контактів та інтеграції туристів у соціальне середовище. Це сприяє розвитку комунікативних навичок та взаєморозуміння між людьми.

*Розважальна функція* забезпечує організацію різноманітних заходів для відпочинку та розваг, таких як концерти, шоу-програми, тематичні вечірки та ігри. Це підвищує емоційний настрій та задоволеність відпочинком.

*Стабілізуюча функція* сприяє створенню позитивних емоцій та психічної рівноваги, допомагаючи туристам зняти стрес та напругу, що накопичилися в повсякденному житті [6,12, 25, 64].

Раціональна організація різних видів анімаційної діяльності та реалізація вищезазначених її функцій дозволяє забезпечити комплексний підхід до організації відпочинку, задовольняючи різноманітні потреби туристів та підвищуючи привабливість туристичних послуг, дозволяє туристично-рекреаційним комплексам і готельним підприємствам підвищити якість обслуговування, задовольнити потреби різних категорій відвідувачів та створити унікальний і привабливий досвід для своїх гостей.

### **1.3. Методологічні підходи до вивчення анімаційної діяльності**

Вивчення анімаційної діяльності вимагає застосування різноманітних методологічних підходів, що дозволяють глибоко аналізувати її сутність, функції та вплив на суспільство [6, 16, 71]. Основними підходами слід зазначити:

*Історичний підхід* передбачає дослідження еволюції анімаційної діяльності від її зародження до сучасності. Аналіз історичних форм дозвілля, таких як середньовічні карнавали, допомагає зрозуміти витоки та розвиток анімаційних практик [41, 55].

*Культурологічний підхід* дозволяє розглянути анімацію як частину культурного простору, що відображає традиції, звичаї та мистецькі практики конкретного суспільства. Дослідження культурних аспектів анімації дозволяє виявити її роль у збереженні та популяризації культурної спадщини [27].

*Соціологічний підхід* зосереджується на вивченні впливу анімаційної діяльності на соціальні процеси, взаємодію між людьми та формування спільнот.

Аналіз соціальних функцій анімації допомагає зрозуміти її значення у зміцненні соціальних зв'язків та інтеграції різних груп населення [36].

*Психологічний підхід* досліджує вплив анімаційних заходів на емоційний стан, мотивацію та поведінку індивідів. Розуміння психологічних аспектів анімації сприяє розробці програм, що відповідають потребам та очікуванням різних аудиторій [36].

*Педагогічний підхід* розглядає анімацію як засіб навчання та виховання, що сприяє розвитку особистості, формуванню навичок та знань через інтерактивні та розважальні методи [21, 29].

*Економічний підхід* аналізує анімаційну діяльність з точки зору її впливу на економіку, зокрема на розвиток туристичної індустрії, створення робочих місць та генерування прибутку [7, 22, 44, 59].

Застосування цих методологічних підходів у комплексі дозволяє отримати цілісне уявлення про анімаційну діяльність, її багатогранність та значення в сучасному суспільстві.

Анімаційна діяльність постійно адаптується до змін у суспільстві, технологіях та культурних тенденціях. Прикладом сучасних тенденцій у цій сфері є інтеграція новітніх технологій, таких як:

– Віртуальна та доповнена реальність (VR та AR) дозволяють створювати іммерсивні та інтерактивні анімаційні досвіди, що знаходять застосування в освіті, охороні здоров'я, нерухомості та інших галузях [62, 69].

– Підвищення ефективності та якості через використання передових інструментів та технологій, що оптимізує процес анімації, скорочує час, необхідний для завершення проєктів, та підвищує якість кінцевого продукту.

– Розвиток анімаційної графіки, прикладом Motion-дизайн (сучасні методи та прийоми в motion-дизайні дозволяють створювати динамічні та інтерактивні візуальні ефекти, що підвищують залучення аудиторії та ефективність комунікації) [58, 61].

Перспективами розвитку можливо вбачати у розширенні сфер застосування анімації, прикладом:

- графічний дизайн, адже анімація надає проектам глибини та креативності, роблячи їх більш захоплюючими та незабутніми;
- соціокультурна діяльність (анімація використовується як засіб формування соціокультурного середовища, сприяючи розвитку громадських ініціатив та культурних проектів) [3, 12, 65, 67].

Підвищенням значення анімаційних послуг у туризмі є популярність рекреаційної анімації, засобом включення анімаційних програм у туристичні послуги, що у свою чергу підвищує привабливість курортних комплексів та сприяє розвитку індустрії гостинності [7-8, 30, 51].

А також впровадження ефективних управлінських практик у сфері анімації дозволяє підвищити якість та ефективність організації анімаційних програм. На сьогоднішній день цей напрямок слід виділити як анімаційний менеджмент у професіоналізації анімаційної діяльності [34, 37].

Загалом, сучасні тенденції в анімаційній діяльності свідчать про її інтеграцію з новітніми технологіями, розширення сфер застосування та підвищення професіоналізму, що сприяє її розвитку та адаптації до потреб сучасного суспільства.

### **Висновки до I розділу**

Анімаційні послуги є додатковими сервісами, що доповнюють проживання та харчування туристів, створюючи комфортні умови для відпочинку. Добре організована анімація забезпечує постійну зайнятість гостей приємними та емоційно позитивними заходами. У літературі анімація визначається як доброзичливе запрошення до спільних занять, що сприяють радісним відкриттям та взаємодії з іншими людьми, культурою та місцем перебування.

Туристична анімація надається в комерційних закладах розміщення, центрах дозвілля та інших туристичних об'єктах з метою створення досвіду для гостей через організацію ігрових програм. Для забезпечення високої якості обслуговування необхідні досвідчені, талановиті та доброзичливі аніматори, які отримують задоволення від своєї роботи.

Анімаційна діяльність охоплює різноманітні форми відпочинку, що проводяться аніматорами у дружній та радісній атмосфері без застосування фізичної сили. Це відрізняє анімацію від фізичної культури чи рекреації, включаючи не лише спортивні програми, але й ремісничі заняття та сценічні розваги.

У розділі «Теоретично-методологічна характеристика анімаційної діяльності» розглядаються основні аспекти сутності та розвитку анімації. Вона має глибокі історичні корені, від середньовічних карнавалів до сучасних форм дозвілля, поєднуючи розваги, освіту та соціальну взаємодію. Розвиток анімації відображає зміни в суспільних потребах та технологічних можливостях, адаптуючись до нових умов.

Анімаційна діяльність класифікується за типами заходів (розважальні, освітні, спортивні), цільовими аудиторіями (діти, молодь, дорослі) та контекстами проведення (туризм, освіта, соціальні проекти). Її основні функції включають розважальну, освітню, соціальну, культурну та економічну, підвищуючи привабливість туристичних і рекреаційних послуг. Ці функції взаємодіють, створюючи комплексний вплив анімації на суспільство.

Дослідження анімаційної діяльності потребує міждисциплінарних підходів, таких як історичний, соціологічний, педагогічний, економічний та психологічний, для вивчення її впливу на емоційний стан та розвиток особистості учасників. Застосування цих підходів дозволяє глибше зрозуміти роль анімації в сучасному суспільстві.

## РОЗДІЛ II. ОСНОВИ ПРОФЕСІЙНОЇ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 2.1. Анімація як вид професійної діяльності

Анімація, як вид професійної діяльності, охоплює широкий спектр послуг і завдань, які виконуються аніматорами в контексті різних організацій і на різних платформах, включаючи туристичні курорти, готелі, дитячі табори, а також в контексті розважальних та культурних заходів [1, 12]. Сучасна анімація вимагає високого рівня спеціалізації, креативності, а також вміння працювати з різними аудиторіями [42, 56].

Анімація, як професійна діяльність, полягає в організації та управлінні різноманітними розважальними, освітніми та соціальними програмами для людей. Вона включає роботу з різними соціальними групами, від дітей до дорослих, а також використовує різноманітні методи для залучення учасників до активного відпочинку. Завдання аніматора полягають у створенні комфортної атмосфери для туристів, організації заходів та забезпеченні позитивного емоційного фону [18, 20].

Головною метою туристичної анімації є відновлення моральних і фізичних сил туриста, акумулювання його позитивних вражень і збільшення рівня задоволеності відпочинком. У цьому й полягають основні рекреаційні функції анімації. У практиці проектування й утворення анімаційних програм також можна виділити такі функції анімації [5, 8]:

1. Адаптаційна, що надає можливість перейти від буденності до дозвілленої атмосфери;
2. Компенсаційна, що звільняє туриста від фізичної, емоційної й психологічної втоми;
3. Стабілізуюча, що викликає позитивні емоції і психологічно врівноважує;
4. Оздоровча, що спрямована на відновлення життєвих сил туриста;
5. Інформаційно-культурна, що надає можливість отримати нову інформацію про культуру та звичаї;

6. Освітня, що надає можливість туристу набути нові знання і навички під час участі у анімаційних програмах, вплинути на розвиток творчих здібностей, інтелектуально удосконалитись.

Таке різноманіття функцій анімації обумовило різноманітність типів анімаційних програм і заходів, що можливо класифікувати. За галузевою ознакою анімаційну діяльність розділяють на туристичну, готельну, трансферну та рекреаційну.

Туристична анімація є туристичною послугою, що надається у процесі подорожі та відпочинку й передбачає залучення туристів до активної участі у анімаційно-розважальних програмах. Значення туристичної анімації полягає у підвищенні якості, привабливості й різноманітності туристичного продукту, що призводить до підвищення обсягу постійних клієнтів і попиту на туристичний продукт, збільшення ефективності застосування матеріально-технічної бази готелю й, відповідно, до збільшення його доходності й рентабельності [4, 36].

Готельна анімація є додатковою послугою, що надається закладами розміщення, метою якої є пробудження в гостей позитивних емоцій, почуття задоволеності від відпочинку і бажання завітати у готельне господарство ще раз [37, 39]. Готельна анімація це один з найефективніших методів залучення клієнтів до готельного господарства та впливає на позитивну оцінку діяльності готельного закладу у цілому [44].

Рекреаційна анімація є видом дозвілєвої діяльності, спрямованої на відновлення духовних, емоційних і фізичних сил людини.

За національною ознакою анімаційна діяльність ділиться на національну, міжнаціональну і етнографічну [9, 18, 27].

За віковою ознакою анімаційні програми розробляються для дітей дошкільного і шкільного віку, молоді, для людей середнього віку й пенсіонерів.

Із точки зору потреб і мотивів мандрівників туристична анімація є задоволенням специфічних потреб людини в спілкуванні, фізичних навантаженнях, розвагах, творчості, приємному проведенні часу. У даному контексті розглядають ці види анімації як: анімація у русі, анімація через

переживання, анімація через спілкування, анімація через заспокоєння, культурна й творча анімація [13, 35, 42].

У туристично-рекреаційній сфері та індустрії гостинності під анімаційною програмою розуміють план проведення розважальних заходів, що об'єднаний загальним задумом і метою [37]. Анімаційні програми для різного віку і соціального статусу туристів розробляються для врізноманітнення культурно-дозвільних послуг, що надаються додатково підприємствами готельно-ресторанної та туристично-рекреаційної сфери. Анімаційна програма володіє певною сюжетною лінією, сценарієм, головними дійовими особами, представленими аніматорами, музичним супроводом [2, 29, 38]. У залежності від мети і спрямованості анімаційних програм анімація поділяється на:

- спортивну;
- спортивно-оздоровчу;
- спортивно-пізнавальну;
- культурно-пізнавальну;
- пригодницько-ігрову;
- творчу;
- видовищно-розважальну [18, 35, 38].

Спортивні анімаційні програми розраховані на туристів, що займаються певними видами спорту, й основним мотивом вибору того або іншого туристично-рекреаційного закладу є можливість заняття спортом за визначеною системою тренувань в поєднанні із рекреацією й відпочинком [13, 35].

Спортивно-оздоровчі анімаційні програми приваблюють туристів, що люблять активні види відпочинку і сприяють відновленню сил й здоров'я завдяки активним фізичним навантаженням у умовах екологічно чистого середовища [13, 35, 66].

Спортивно-розважальні анімаційні програми орієнтовані на туристів різного віку, статі та соціального статусу й передбачають залучення відпочиваючих в захоплюючі й веселі конкурси і змагання.

Спортивно-пізнавальні анімаційні програми знайомлять туристів із культурно-духовною спадщиною туристичної дестинації під час активного відпочинку – піших екскурсій та походів [20].

Культурно-пізнавальні анімаційні програми мають за мету ознайомити туристів із культурно-історичними та духовними цінностями країни й передбачають відвідування музеїв, театрів, художніх галерей, виставок, національних фольклорних заходів, концертів, зустрічей із відомими діячами культури й мистецтва [18].

Пригодницько-ігрові анімаційні програми передбачають участь туристів у захоплюючих пригодницьких заходах, рольових іграх й конкурсах.

Творчі анімаційні програми розробляються для залучення туристів до творчості.

Видовищно-розважальні анімаційні програми передбачають відвідування заходів: свят; фестивалів; карнавалів; ярмарок; дискотек; концертів, тощо [30].

На сьогоднішній день перед підприємствами туристично-рекреаційних об'єктів постає проблема трансформації системи обслуговування на більш високий якісний рівень. Стандартний пакет послуг, створений і пропонований закладами туристичного ринку, практично не задовольняє сучасного споживача. Й внаслідок цього – більшість закладів розміщення туристів зіштовхуються із проблемою залучення гостей [44, 71]. Готельні підприємства шукають новітні методи активізації попиту на свої послуги, насамперед встановлюють ділові контакти і зв'язки із підприємствами індустрії розваг, відпочинку й спорту, формують в власній структурі анімаційні служби, реалізують проекти із розбудови своєї спортивно-розважальної бази, наприклад: басейни, водні атракціони та аквапарки; майданчики для гольфу та тенісу, тощо [1, 15, 39, 59].

Система управління процесом надання анімаційних послуг на підприємстві туристичної сфери називається анімаційним менеджментом. Специфіка менеджменту туристичної та готельної анімації визнається тим, що:

– анімаційні програми, які проектуються та розробляються, мають враховувати різний контингент туристів (різниця за статтю, віком, соціальним і матеріальним статусом);

– тривалість взаємодії аніматора й туриста обмежена тривалістю туру;

– анімаційні програми вимагають постійного оновлення і удосконалення (початок і закінчення турів туристів не збігається, разом з тим, необхідно організувати анімаційний процес таким чином, для того, щоб уникнути повторів розважальних програм й заходів) [46, 59].

Аніматори організовують програму активного відпочинку для різних категорій турів. Їх завдання полягають у тому, щоб зробити відпочинок туристів цікавим, насиченим та приємним, стимулюючи їх до участі в різноманітних розважальних або спортивних заходах [16].

Анімація включає такі складові:

– Розважальні програми – концерти, вистави, шоу, спортивні змагання.

– Культурні заходи – екскурсії, майстер-класи, тематичні вечори.

– Спортивні та активні ігри – турніри, ігри на пляжі/біля басейну, групові заняття фітнесом.

– Дитяча анімація – спеціально організовані програми для дітей з іграми, навчанням, творчістю.

– Освітні програми – курси або навчання новим навичкам (танці, кулінарія, ремесла) [21].

Мета професійної діяльності спеціаліста-аніматора зумовлена необхідністю створення духовно-моральних цінностей особистості, її емоційно-естетичного, інтелектуального потенціалу і розвитку творчих здібностей. Відтак, структура моделі спеціаліста враховувати наступні елементи: види професійної діяльності, особистісні якості тураніматора, кваліфікаційні вимоги (табл. 2.1.).

В Україні освітні стандарти для спеціальності 242 «Туризм і рекреація» розроблені для різних рівнів вищої та фахової передвищої освіти. Ці стандарти визначають вимоги до компетентностей, змісту навчання та результатів

підготовки фахівців у сфері туризму та рекреації. Вони затверджені відповідними наказами за відповідними рівнями освіти:

*Фахова передвища освіта.* Для освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр» затверджено стандарт, який визначає обов'язкові компетентності та результати навчання для спеціальності 242 «Туризм». Цей стандарт затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 13 липня 2021 року № 805.

*Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти.* Стандарт для бакалаврського рівня за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація» визначає перелік компетентностей, необхідних для успішної професійної діяльності, а також вимоги до змісту та обсягу навчальних програм. Цей стандарт затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 04 жовтня 2018 року № 1068.

*Другий (магістерський) рівень вищої освіти.* Для магістерського рівня підготовки за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація» розроблено стандарт, який встановлює вимоги до поглиблених знань та навичок у сфері туризму, здатності проводити наукові дослідження та впроваджувати інноваційні підходи в професійній діяльності. Цей стандарт затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 04 жовтня 2018 року № 1068.

*Третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти.* Стандарт для освітньо-наукового рівня (доктор філософії) за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація» визначає вимоги до науково-дослідницької діяльності, здатності генерувати нові ідеї та розробляти сучасні концепції в галузі туризму та рекреації. Цей стандарт затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 03 серпня 2023 року № 941.

Дотримання цих стандартів забезпечує якісну підготовку фахівців, здатних ефективно працювати та розвивати індустрію туризму та рекреації в Україні.

Анімація як професійна діяльність потребує розуміння багатьох теоретичних аспектів, таких як психологія, культура дозвілля, а також соціологія, менеджмент та рухові кондиції. Основною метою анімації є

забезпечення максимального задоволення відпочивальників і створення комфортної атмосфери для проведення часу [9, 11, 52].

Таблиця 2.1.

**Модель спеціаліста туристичної анімації**

<b>Види професійної діяльності</b>	<b>Особистісні якості тураніматора</b>	<b>Кваліфікаційні вимоги (спеціальні знання і вміння для цього виду діяльності)</b>
1	2	3
<i>Спортивно-туристська</i>	спритність, спостережливість, якості природженого лідера	<p><i>Знання:</i> вітчизняного і закордонного досвіду спортивного туризму, організаційної структури професійної діяльності в галузі спортивного туризму, методів й засобів проведення методичної роботи у сфері спортивного туризму.</p> <p><i>Вміння:</i> організувати спортивно-туристську діяльність, використовувати у ній новітні досягнення, туристичні дозвіллі програми і маршрути сучасні засоби і устаткування, розробляти туристичні дозвіллі програми і маршрути</p>
<i>Фізкультурно-оздоровча</i>	фізична тренуваність, спритність	<p><i>Знання:</i> вітчизняного і закордонного досвіду масової оздоровчої роботи, організаційної структури професійної діяльності, методів й засобів організації фізкультурно-оздоровчої діяльності.</p> <p><i>Уміння:</i> організувати фізкультурно-оздоровчу діяльність, із позицій сучасних досягнень психологопедагогічної науки і передової практики розробляти індивідуальні і групові дозвіллі програми для населення</p>

1	2	3
<i>Видовищно-розважальна</i>	комунікабельність, артистизм, емоційність	<p><i>Знання:</i> туранімації, основ театрального мистецтва, режисури і ін. спеціальних дисциплін, організаційної структури професійної діяльності.</p> <p><i>Уміння:</i> організувати видовищно-розважальні заходи, використовувати на практиці знання із рекреології, валеології, туранімації, розробляти і реалізовувати видовищно-розважальні програми для населення</p>
<i>Пізнавально-екскурсійна та анімаційно-навчальна</i>	пам'ять, естетичний смак, інтелект	<p><i>Знання:</i> історії світової і художньої культури, екскурсоведення, релігієзнавства і краєзнавства, а також організаційної структури і змісту професійної екскурсійної і музейної діяльності.</p> <p><i>Вміння:</i> визначати загальні і конкретні цілі і завдання екскурсійної діяльності як складової частини гармонічного розвитку особистості, проводити агентсько-операторську та методикоекскурсійну роботу, маркетингові дослідження, конструювати цикли музейно-екскурсійного обслуговування, програмувати туристично-екскурсійну діяльність</p>

Анімація вимагає розуміння психології людей, оскільки багато програм орієнтовані на емоційний стан туристів, сприяють їх соціалізації та взаємодії. Однією з ключових задач є забезпечення комфорту і безпеки для учасників активностей. Розвиваючи різноманітні програми, аніматор має враховувати інтереси, вік, культурні особливості та фізичний стан туристів [20, 38].

Психологічно анімація сприяє:

– Підвищенню емоційного настрою – покращує загальний настрій і психологічний стан відпочиваючих.

– Розвитку соціальних навичок – через командні ігри та інтерактивні заходи люди краще взаємодіють і пізнають одне одного.

– Зниженню стресу – відпочинок і розваги дозволяють зняти емоційну напругу, що є важливим для людей, які перебувають у постійному стресі.

Анімація сприяє розвитку соціальних зв'язків і зміцненню міжособистісних відносин серед туристів. Ця діяльність також грає важливу роль у збереженні та популяризації культури різних народів. Наприклад, анімаційні програми, що пропонують тематичні вечори, екскурсії та майстер-класи, можуть ввести туристів у культурну атмосферу регіону або країни [61, 65].

Аніматори можуть організовувати:

– Культурні вечори, де туристи знайомляться з місцевими традиціями, танцями, музикою, гастрономією.

– Освітні програми, що знайомлять з історією, мистецтвом або наукою певного регіону.

– Спільні заходи, які сприяють розвитку комунікації між туристами з різних країн і культур.

Аніматор повинен мати різноманітні навички, оскільки це багатофункціональна професія, що вимагає не лише креативності, а й психологічної готовності до різних ситуацій. Серед основних характеристик аніматора:

– Комунікативність – важливо вміти працювати з людьми різних вікових категорій, національностей, культур і менталітетів.

– Креативність і інноваційність – необхідність розробки нових ідей і сценаріїв для розважальних програм.

– Фізична підготовка – у багатьох випадках аніматори займаються фізичними активностями з туристами, тому вони повинні бути фізично підготовленими.

– Психологічні навички – аніматори повинні розуміти потреби та емоції туристів, створювати атмосферу комфорту і підтримки.

Залежно від діяльності, аніматори можуть бути:

– Дитячі аніматори (спеціалізуються на програмах для дітей, де вони організовують ігри, майстер-класи та інші заходи).

– Спортивні аніматори (організують спортивні ігри, тренування, змагання).

– Тематичні аніматори (створюють заходи для певних свят або культурних тем).

– Ведучі та актори (організують вечірні шоу, театралізовані вистави) [29].

Для роботи в якості аніматора важлива не тільки природна комунікабельність і креативність, але й спеціальна освіта та підготовка. У багатьох країнах є курси і спеціалізовані програми, які навчають основам анімаційної діяльності.

– Спеціалізовані курси та тренінги: багато навчальних закладів пропонують програми, де вивчаються різні аспекти анімаційної діяльності – від психології до організації заходів і управління проектами.

– Практичні навички: однією з важливих складових підготовки є практика – працюючи на реальних курортах або в готелях, аніматори здобувають досвід і навчаються реальним ситуаціям.

Як і в будь-якій професії, в анімації існують певні стандарти та етичні принципи, яких повинні дотримуватися професіонали. Це включає:

– Взаємоповага до туристів, колег і культурних норм.

– Відповідальність за забезпечення безпеки учасників заходів.

– Професійна етика в комунікації, виконанні завдань та взаємодії з іншими працівниками [15, 70, 72].

Анімація як професійна діяльність є важливою частиною сучасного туристично-рекреаційної сфери, забезпечуючи туристам можливість не тільки відпочити фізично, а й емоційно, культурно, соціально. Вона вимагає від

фахівців високих професійних якостей, креативності, комунікабельності та здатності працювати в умовах великої кількості людей з різними потребами і бажаннями. Розвиток цієї професії супроводжується постійними змінами, новими підходами та ідеями, що робить її однією з найбільш динамічних сфер туристичного сервісу [25, 56].

## **2.2. Технологія розробки анімаційних програм**

Під технологією утворення й реалізації анімаційних програм розуміється комплекс прийомів роботи аніматора, організацію його праці, застосування спеціальних технічних засобів (об'єктів, споруд, інструментів й приладів), що є складним й багатоплановим процесом, оскільки вирішує дані завдання:

- утворення анімаційних програм;
- економічний розрахунок вартості кожної програми;
- реалізацію програм;
- творче втілення запрограмованих анімаційних заходів із наступним аналізом [21, 40].

Цей технологічний процес це цілісна система, в якій взаємодіють всі компоненти. Технологія утворення й реалізації анімаційних програм як система складається із декількох взаємопов'язаних підсистем:

- організаційна – це організація спільної діяльності анімаційної команди, економічного, технічного й рекламного відділів;
- інструкторсько-методична – утворення й проектування сценаріїв заходів, текстів екскурсій, підбір спортивних ігор й змагань, укладання маршрутів походів із подальшим напрацюванням методичних рекомендацій на базі узагальненого досвіду;
- режисерська – поділ ролей, складання плану репетицій, постановка спектаклю та шоу;

– технічна підготовка технічних засобів (об'єктів, обладнання, споруд та інструментів), майданчика або сцени для анімаційних заходів, реквізиту, декорацій, освітлення та музичного супроводу, тощо [42, 56].

Всі підсистеми формують систему технології, що служить базою функціонування анімаційної служби. Анімаційна діяльність є реальним й справді особливим світом із присутніми тільки йому правилами дії, що виконують професіонали, щоб включити в процес їхнього виконання якомога більше людей. Тут існують власні специфічні закономірності функціонування анімаційної діяльності [36, 38]. Технологічний процес утворення анімаційних програм включає такі елементи:

- об'єкт діяльності – обслуговувані мандрівники, населення (туристи й окремі люди);
- суб'єкт діяльності – керівник, спеціаліст анімаційної служби;
- власне анімаційна діяльність із всіма її компонентами – процес впливу суб'єкта на об'єкт [29].

Всі ці складові частини функціонування технологічного процесу перебувають у єдності взаємодій й створюють єдину систему. Основним елементом даної системи є об'єкт діяльності, люди (туристи, мандрівники, гості, відпочиваючі). Все призначено, присвячено задоволенню їх фізичних й духовних потреб. Тож аніматорам необхідно знати ті особливості, потреби, вивчати аудиторію, настрої, інтереси й запити різноманітних груп населення [39].

Без знання людей важко розраховувати на досягнення бажаного результату й на підвищення ефективності інтелектуального й емоційного впливу на аудиторію. Роботу із підготовки й проведення будь-якої анімаційної програми необхідно поділити на декілька етапів.

Перший етап є підготовчим, який включає:

- аналіз пропонованих анімаційних програм;
- визначення мети та завдань;
- вибір місця й часу проведення програми;

- моделювання анімаційної програми із врахуванням вікових, етнічних і ін. особливостей споживачів цієї послуги;
- утворення або підбір сценаріїв анімаційних заходів, які включені до програми;
- кошторис витрат на проведення програми;
- розподіл обов'язків усередині анімаційних команд;
- технічна підготовка (підбір матеріальних посібників, купівля інвентаря, виготовлення декорацій, костюмів, а також реквізиту);
- встановлення звукової й світлової апаратури, ін. технічних засобів, оформлення сцени та виготовлення фонограм;
- проведення репетицій й навчання правил гри;
- проведення рекламної кампанії запланованих анімаційних заходів.

Другий етап – початковий, упродовж якого:

- туристів, мандрівників, гостей туристично-рекреаційного комплексу або готельного господарства інформують про наявність й зміст анімаційних програм для різноманітних груп й категорій туристів;
- з туристами встановлюється контакт, відбувається запис на різні анімаційні програми й збір заявок.

Третій етап – змістовний, стадія проведення анімаційної програми. Це відповідальна робота для усіх учасників: необхідно поєднати зусилля усіх задіяних аніматорів й вирішити поставлені завдання.

Четвертий етап – заключний, упродовж відбувається підбиття результатів:

- нагородження учасників й прощання із туристами/гостями;
- аналіз проведеної програми;
- звороній зв'язок (анкетування споживачів із наступним аналізом);
- робота над удосконаленням програми [36, 58-59].

Успіх анімаційної програми у багато-чому залежить від раціонально організованої рекламної компанії. Реклама, як відомо є інформацією про споживчі властивості товарів й видів послуг для їхньої реалізації й утворення попиту на них. Це інструмент, за допомогою якого споживачу надають

інформацію про зміст, особливості, привабливість конкретної програми для зацікавити його, спонукати купити рекламований товар й стати учасником анімаційної програми. Для організації рекламної кампанії потрібно:

- розрахувати витрати на рекламу, враховуючи свої фінансові можливості, оцінити отримуваний від реалізації програм прибуток;
- визначити потенційних клієнтів й укласти їх характеристику за демографічними й етнічними характеристиками соціальним статусом, рівнем доходів;
- визначити конкурентів й встановити переваги своїх програм, на які необхідно звернути увагу в рекламі;
- обрати канали й способи поширення реклами [8, 19].

Важливо сформувати свій фірмовий стиль, що сприймається як гарантія якості пропонованих анімаційних програм. Під час цього необхідно враховувати основні напрямки діяльності, сегменти ринку, для яких призначені напрацьовані програми, рекламні засоби, а також переваги або особливості даних програм.

Прикладом, методика інформування про анімаційні програми у помітних місцях закладу вивішують стенди із інформацією про розваги, де на 2-3 мовах вказують анімаційні заходи, час їхнього проведення й потрібну інформацію. Не далеко від інформаційного стенда має бути розташоване «Бюро розваг», в якому можна отримати додаткову інформацію, консультації, взяти напрокат необхідні матеріали, інвентар, а також спорядження [60, 67].

Робітники такого бюро мають бути особливо ввічливими й завжди готовими допомогти гостям. Анімаційну програму дня потрібно повідомляти по готельному радію. У певних готельних господарствах, щоб додатково залучити увагу клієнтів до анімаційних програм, по території комплексу ходять клоуни у різнокольорових костюмах й запрошують туристів на заходи. Даний спосіб інформування є майже ідеальним за рівнем контакту із туристами, особливо із дітьми. Важливо, щоб манера поведінки клоуна була дружньою, а інформування відбувалось в розважальній формі, що передає атмосферу анімаційної діяльності у туристично-рекреаційному комплексі або готельному господарстві [1, 53].

Поєднання цих способів інформування туристів, піклування про їхній якісний відпочинок, комфорт й безпеку можна називати сучасним стилем м'яка анімація.

Утворення комфортного психологічного клімату в туристично-рекреаційному комплексі або готельному господарстві – основна мета діяльності аніматорів. Враження клієнтів залежать від кваліфікації, таланту і харизми спеціалістів-аніматорів. Щоденне спілкування туристів із аніматорами й їх участь у анімаційних програмах завершують процес формування для них комфортного, безпечного середовища гостинності. Відчуття безпеки у туриста настає у тому випадку, коли він починає відчувати дружню атмосферу навколо себе.

Підвищення рівня задоволеності гостя якістю обслуговування, утворення позитивного іміджу туристично-рекреаційного або готельного господарства, розширення активного туристського сезону, підйом престижності професій сфери гостинності, це досягається професійною, інтелектуальною, ефективною роботою талановитих аніматорів є закономірним наслідком вдало організованих анімаційних послуг і заходів.

Організовуючи анімаційну діяльність варто враховувати, що анімація – це генерація позитивного настрою туриста в процесі відпочинку. Однак крім досягнення мандрівником в процесі відпочинку рекреаційної мети, перед керівництвом туристично-рекреаційного комплексу або готельного господарства постає потреба в утворенні так званого WOW-ефекту від відпочинку – запоруки подальшого повернення туриста до закладу та подача ним зворотнього зв'язку та рекомендацій. В зв'язку із цим успішності у індустрії гостинності можна досягти за умови індивідуальної або ж клієнтоорієнтованої роботи [16, 38],

Найрозповсюдженішими прийомами індивідуальної роботи із клієнтами готельного господарства є:

1. Привітання із пам'ятною датою.

2. Перше заселення туриста до туристично-рекреаційного комплексу або готельного господарства;

3. Обслуговування *VIP*-гостей;

4. *Wow*-послуги/сервіс (як приклад, ігрова дитяча кімната; футболки-розмальовки із символікою закладу та ін.).

Анімаційна послуга є такою ж послугою суб'єкта туристської діяльності, як послуги із розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги установ культури, спорту, побуту та ін., спрямовані на задоволення потреб гостей. Вона надає можливість залучити туриста до активних дій шляхом особистого контакту аніматора із гостем. Їх взаємодія виконується відповідно до заздалегідь розробленої програми. В цей же час турист сам обирає ті заходи, що для нього є найбільш прийнятними, від яких він одержує максимальне задоволення й позитивні емоції.

Як одна із найважливіших складових будь якої діяльності дотичної до діяльності туристично-рекреаційного комплексу або готельного господарства і вираження високого рівня його професіоналізму анімація має бути: планованою, чітко регламентованою, організаційно керованою, забезпеченою матеріальними, фінансовими й кадровими ресурсами.

### **2.3. Особливості анімації в дитячих таборах**

Анімаційна діяльність у дитячих таборах є невід'ємною складовою організації дозвілля, спрямованою на всебічний розвиток дітей та створення позитивної атмосфери відпочинку [12]. Ця діяльність має свої особливості, які враховують вікові та психологічні потреби дітей, забезпечуючи їх активну участь та емоційне благополуччя.

Основні особливості анімації в дитячих таборах:

*Різноманітність програм:*

– тематичні дні та заходи (організація спеціальних тематичних днів, які дозволяють дітям зануритися в різні культури, епохи або професії, стимулюючи їхню увагу та інтерес до нових знань);

– творчі майстер-класи (проведення занять з малювання, ліплення, музики та інших видів мистецтва, що сприяють розвитку творчих здібностей та самовираження дітей).

*Рухова активність:*

– спортивні ігри та змагання (включення в програму різноманітних спортивних заходів, які допомагають розвивати фізичні навички, командний дух та здоровий спосіб життя);

– рухливі та рекреаційні ігри на свіжому повітрі (активності, що поєднують фізичну активність з розвагами, сприяючи зміцненню здоров'я та підвищенню енергійності дітей).

*Психологічний комфорт:*

– індивідуальний підхід (урахування особистих інтересів та потреб кожної дитини, забезпечення підтримки та уваги з боку аніматорів);

– створення дружньої атмосфери (формування середовища, де кожна дитина відчуває себе прийнятою та захищеною, що сприяє розвитку соціальних навичок та впевненості в собі).

*Професійна підготовка аніматорів:*

– педагогічні знання (аніматори повинні мати базові знання з педагогіки та психології, щоб ефективно взаємодіяти з дітьми різного віку та розуміти їхні потреби);

– навички організації заходів (вміння планувати та проводити різноманітні активності, адаптуючи їх під інтереси та можливості дітей) [29, 39].

Врахування цих особливостей при організації анімаційної діяльності в дитячих таборах забезпечує не лише цікаве та змістовне дозвілля, але й сприяє гармонійному розвитку особистості кожної дитини.

## Висновки до II розділу

У другому розділі «Основи професійної анімаційної діяльності» розглянуто ключові аспекти, що визначають сутність та особливості анімації як професійної діяльності, технології розробки анімаційних програм та специфіку анімації в дитячих таборах.

Анімація в туризмі та рекреації є важливою складовою професійної діяльності, що сприяє підвищенню якості обслуговування та задоволеності споживачів. Вона охоплює організацію та проведення різноманітних заходів, спрямованих на активний відпочинок, розваги та культурний розвиток туристів. Аніматори виконують функції організаторів дозвілля, координаторів заходів та комунікаторів, забезпечуючи позитивний досвід для учасників.

До аніматорів висуваються наступні вимоги, відповідно до стандартів спеціальності Туризм та рекреація, серед яких:

- загальні компетентності: здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності; здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі; здатність спілкуватися іноземною мовою;

- фахові компетентності: здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації; здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку

Розробка анімаційних програм вимагає системного підходу, що включає:

- аналіз цільової аудиторії: визначення вікових, культурних та інтересових особливостей учасників;

- планування заходів: створення збалансованого розкладу, що поєднує різні види діяльності (спортивні, культурні, освітні);

- розробку сценаріїв: детальне описання кожного заходу з урахуванням ресурсів та часу;

– оцінку ефективності: після проведення заходів аналіз результатів для коригування майбутніх програм.

Анімація в дитячих таборах має свої специфічні особливості:

– програми повинні бути адаптовані до вікових особливостей дітей, враховуючи їхні інтереси та фізичні можливості;

– особлива увага приділяється безпеці під час проведення заходів, включаючи наявність кваліфікованих інструкторів та медичного персоналу;

– анімаційні заходи повинні доповнювати навчальну програму, сприяючи розвитку різних аспектів особистості дитини;

– врахування культурних особливостей та традицій різних регіонів та національностей дітей.

Таким чином, професійна анімаційна діяльність є багатогранною сферою, що вимагає комплексного підходу до розробки програм та врахування специфіки цільових аудиторій, зокрема дітей у таборах. Ефективна анімація сприяє розвитку особистості, соціалізації та культурному збагаченню учасників.

Дані описані у 2 розділі відображено у ході роботи XI Всеукраїнської науково-технічної конференції здобувачів вищої освіти ТДАТУ 8-12 квітня 2024 року (дистанційний формат).

За результатами наукових досліджень були опубліковані статті:

1. Паришкура Ю. В. Анімація як вид професійної діяльності. Факультет економіки та бізнесу : матеріали XI Всеукр. наук.- техн. конф., 01-12 квітня 2024 р. Запоріжжя: ТДАТУ, 2024. С. 106-109.

2. Паришкура (Козерук) Ю.В., Колісниченко Т.О., Демко В. С., Бистра І.І., Сефіханова К.А. Витоки розвитку та характеристика анімаційних послуг у туризмі. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. Черкаси. № 1 (11), 2024. С. 40-45. (Додаток Б)

**РОЗДІЛ III.**  
**НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ**  
**ФРІЛАНС-ТАБОРУ «LEADER PLACE»**

**3.1. Оцінка якості та організації надання анімаційних послуг в фріланс-таборі «Leader place»**

Фріланс-табір «Leader Place» спеціалізується на організації анімаційних програм для дітей та підлітків. Основна мета табору – створити умови для активного, змістовного та цікавого дозвілля, що поєднує розваги, навчання та розвиток соціальних навичок у структурі дня (табл. 3.1) (Додаток А).

Організація анімаційних послуг у фріланс-таборі «Leader Place», основні напрями анімаційної програми:

- Освітня анімація: майстер-класи, тренінги, дебати.
- Розважальна анімація: квести, дискотеки, шоу-програми.
- Спортивна анімація: змагання, походи, йога, командні ігри.
- Соціальна анімація: командоутворюючі вправи, психологічні тренінги.

*Таблиця 3.1.*

**Структура анімаційного дня**

<b>Час</b>	<b>Захід</b>
08:00 – 09:00	Ранкова зарядка, йога
09:00 – 10:00	Сніданок
10:00 – 12:00	Майстер-класи, тренінги
12:00 – 13:00	Інтелектуальні ігри, квести
13:00 – 14:00	Обід
14:00 – 16:00	Відпочинок
16:00 – 18:00	Культурно-розважальна програма
18:00 – 19:00	Вечеря
19:00 – 21:00	Вечірня анімація (шоу, дискотеки, кіновечори)
21:00 – 22:00	Підбиття підсумків дня, вільний час

Дослідження анімаційних послуг фріланс-табору «Leader Place» потребував комплексного підходу, що поєднував кілька методів для отримання об'єктивних та всебічних результатів. Методи, які застосувувались у процесі дослідження:

1. Анонімне оцінювання.
2. Опитування.
3. Спостереження.
4. Аналіз документів.

*Анонімне оцінювання* якості анімаційних послуг базується на кількох ключових критеріях, що визначають рівень задоволеності клієнтів та ефективність організації анімаційної програми.

Основні критерії оцінки (табл. 3.2.):

- 1) Відповідність інтересам цільової аудиторії:
  - Чи відповідають анімаційні заходи віковим особливостям та інтересам учасників?
  - Чи враховані культурні, соціальні та фізичні особливості гостей?
- 2) Різноманітність та зміст анімаційної програми:
  - Чи є програма збалансованою між активним і пасивним відпочинком?
  - Чи достатньо різних форматів (ігри, шоу, майстер-класи, спортивні заходи)?
- 3) Професіоналізм аніматорів:
  - Рівень підготовки, досвід, креативність та комунікативні навички аніматорів.
  - Чи здатні вони швидко адаптуватися до потреб аудиторії?
- 4) Організація та логістика:
  - Чи чітко розписаний розклад анімаційних заходів?
  - Чи забезпечено необхідне технічне та матеріальне оснащення?
- 5) Безпека та комфорт учасників
  - Дотримання техніки безпеки під час активностей.
  - Наявність медичного супроводу та інструктажу перед активностями.

б) Емоційна залученість та задоволеність учасників:

– Чи діти та дорослі активно беруть участь у заходах?

– Чи залишають позитивні відгуки про анімаційну програму?

Таблиця 3.2.

**Оцінювальна шкала (10-бальна шкала оцінки)**

Критерій	1-3 (Низька якість)	4-6 (Середня якість)	7-10 (Висока якість)
Відповідність інтересам	Нецікаво, невідповідні активності	Частково цікаво, але є зауваження	Програма відповідає очікуванням, всі зацікавлені
Різноманітність заходів	Мало варіантів, повторюються	Достатньо варіацій, але дещо одноманітно	Великий вибір активностей
Професіоналізм аніматорів	Неорганізовані, слабкий контакт з аудиторією	Загалом добре, але є проблеми з адаптацією	Високий рівень підготовки, хороша взаємодія
Організація та логістика	Плутанина, запізнення, нестача інвентарю	Дрібні недоліки в організації	Чіткий розклад, все продумано
Безпека	Немає контролю, можливі ризики	Мінімальні заходи безпеки	Високий рівень безпеки, інструктажі
Загальна задоволеність	Часті скарги, низький інтерес	Більшість задоволені, але є побажання	Максимальне залучення та позитивні відгуки

Відтак, виявлено наступне при анонімному оцінюванні якості анімаційних послуг у фріланс-таборі «Leader Place»:

– відповідність програм інтересам дітей – 8/10;

– професіоналізм аніматорів – 7/10;

– організація заходів – 6/10;

– безпека під час активностей – 8/10;

– різноманітність анімаційної програми – 7/10;

– задоволеність учасників – 7/10.

Відгуки учасників:

Діти: «Було цікаво, особливо квести та спортивні ігри!»

Батьки: «Дитина повернулася задоволеною, сподобалися навчальні тренінги!»

Аніматори: «Гарна атмосфера, але варто покращити технічне оснащення!»

Проблеми та шляхи вдосконалення, проблемні аспекти:

- недостатнє технічне забезпечення (звук, освітлення);
- деякі заходи потребують оновлення для більшої залученості дітей;
- більше уваги потрібно приділити інтерактивним та сучасним технологіям.

Рекомендації:

- впровадити VR/AR у розважальну та освітню анімацію;
- розширити вибір активностей для різних вікових груп;
- поліпшити комунікацію між дітьми та аніматорами.

Фріланс-табір «Leader Place» забезпечує якісні анімаційні послуги, які позитивно оцінюються учасниками. Програма добре продумана, аніматори професійні, але є можливості для вдосконалення, особливо у сфері технологій та оновлення контенту заходів. Загальна оцінка за розробленою шкалою: 7,2/10.

*Збір відгуків опитування від учасників табору (n=62), їхніх батьків (n=57) та персоналу (n=12) щодо якості та різноманітності анімаційних послуг. Це дозволило виявити сильні сторони та області, які потребують покращення.*

Основні результати опитування:

Задоволеність учасників:

- позитивні відгуки: більшість дітей (74,6 %) висловили задоволення від участі в анімаційних заходах, особливо відзначаючи спортивні ігри, творчі майстер-класи та тематичні вечірки;
- пропозиції щодо покращення: деякі учасники (23,5 %) запропонували додати більше сучасних інтерактивних ігор та технологічних занять.

Відгуки батьків:

- позитивні аспекти: батьки (67,3 %) відзначили покращення соціальних навичок та самостійності у своїх дітей після відвідування табору;

– рекомендації: деякі батьки (21,9 %) висловили побажання щодо більш детального інформування про щоденні активності та успіхи дітей.

Оцінка персоналу:

– сильні сторони: персонал (76,3 %) відзначив високий рівень залученості дітей та позитивну атмосферу під час заходів;

– області для покращення: було виявлено (67,2 %) потребу в додаткових тренінгах для аніматорів щодо новітніх методик роботи з дітьми різного віку.

*Безпосереднє спостереження* за проведенням анімаційних заходів сприяло оцінюванню їхньої ефективності, залученості дітей та відповідність програм їхнім інтересам. Проведення безпосереднього спостереження за анімаційними заходами у фріланс-таборі «Leader Place» дозволило оцінити їхню ефективність, рівень залученості дітей та відповідність програм їхнім інтересам.

Основні результати спостереження:

1) Ефективність анімаційних заходів:

– заходи проводилися згідно з чітко розробленим розкладом, що забезпечувало структурованість та послідовність активностей;

– програма включала широкий спектр заходів – від спортивних ігор до творчих майстер-класів, що сприяло всебічному розвитку дітей.

2) Рівень залученості дітей:

– більшість дітей брали активну участь у заходах, проявляючи інтерес та ентузіазм;

– діти часто пропонували власні ідеї та активно взаємодіяли з аніматорами, що свідчить про високий рівень залученості.

3) Відповідність програм інтересам дітей:

– анімаційні програми були адаптовані до вікових особливостей та інтересів дітей, що забезпечувало їхню релевантність та привабливість;

– аніматори оперативно реагували на зворотний зв'язок від дітей, вносячи корективи в програму для підвищення її привабливості.

4) Рекомендації для подальшого покращення:

- включення нових тем та активностей, що відповідають сучасним тенденціям та інтересам дітей;
- організація тренінгів для ознайомлення з новітніми методиками роботи з дітьми та розвитку їхніх творчих здібностей;
- надання можливості дітям брати участь у розробці програм, що підвищить їхню мотивацію та відповідність заходів їхнім очікуванням.

Загалом, анімаційні заходи у фріланс-таборі «Leader Place» демонструють високу ефективність та відповідність інтересам дітей, сприяючи їхньому розвитку та позитивному досвіду перебування в таборі.

Застосування цих методів у комплексі дозволило отримати детальну картину стану анімаційних послуг у фріланс-таборі «Leader Place» та визначити шляхи їх вдосконалення.

### **3.2. Проблеми у наданні анімаційних послуг у фріланс-таборі «Leader place»**

Аналіз анімаційних послуг у фріланс-таборі «Leader Place» виявив низку проблем, які можуть впливати на якість відпочинку учасників та ефективність роботи аніматорів.

#### **1. Проблеми організаційного характеру:**

##### *Нечітка структура анімаційної програми:*

- деякі заходи не мають чітко визначеного формату та структури;
- відсутність достатньої варіативності активностей для різних вікових груп.

##### *Недостатня підготовка персоналу:*

- не всі аніматори мають достатню кваліфікацію або досвід роботи з дітьми та підлітками;
- відсутність спеціалізованих тренінгів з анімаційної діяльності.

##### *Проблеми з логістикою та розкладом:*

- часом спостерігається хаотичність у розкладі заходів;

– недостатньо перерв між активностями для відпочинку дітей.

## 2. Матеріально-технічні проблеми

*Нестача інвентарю та технічного оснащення:*

– брак необхідного обладнання для проведення інтерактивних заходів;

– відсутність сучасних технологій (VR, інтерактивні панелі, мультимедійні системи).

*Проблеми зі звуком та освітленням:*

– якість звукового супроводу на деяких заходах залишає бажати кращого;

– недостатнє освітлення для проведення вечірніх шоу-програм.

## 3. Психологічні та соціальні аспекти

*Низький рівень залученості деяких учасників:*

– не всі діти активно беруть участь в анімаційних заходах;

– відсутність індивідуального підходу до сором'язливих або менш активних дітей.

*Відсутність персоналізованого підходу:*

– анімаційна програма не завжди враховує особливі потреби дітей (наприклад, – інтровертів, дітей з особливими потребами).

*Конфлікти між дітьми або з персоналом:*

– нерідко виникають ситуації, коли діти не знаходять спільної мови або конфліктують;

– аніматорам не завжди вистачає навичок для швидкого вирішення таких ситуацій.

## 4. Проблеми взаємодії з батьками та зворотного зв'язку

*Недостатній зворотний зв'язок з батьками:*

– батьки не завжди отримують детальну інформацію про дозвілля їхньої дитини;

– відсутність постійного онлайн-зв'язку або оновлень щодо програми дня.

*Відсутність систематичного збору відгуків:*

– не завжди проводяться опитування щодо якості анімаційних послуг;

– відсутність анкет для аналізу задоволеності дітей та батьків.

До проблем що були зафіксовані в процесі надання анімаційних послуг у фріланс-таборі «Leader Place» можна віднести:

1. Паління у присутності дітей (навіть у місці передбаченому для куріння).
2. Залишення без узгодження із керівником території табору у робочий час.
3. Обговорення з дітьми особистих проблеми чи проблеми табору (також подробиці приватного життя колег, сімейний стан та ін.).
4. Не носіння аніматором передбаченого табором бідж й фірмову уніформу.
5. Аніматор нколи змушує дітей чекати, й не приходять на активіті за 10 хвилин до його початку.
6. Аніматор не завжди надає допомогу дітям.
7. Аніматор не завжди є дружелюбним із дітьми, дотримуючись разом з тим дистанції.

SWOT-аналіз дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози у сфері анімаційних послуг фріланс-табору «Leader Place» (табл. 3.3.).

#### 1) Сильні сторони (Strengths)

Індивідуальний підхід до дітей:

- унучка програма, яка адаптується до інтересів та потреб дітей;
- можливість самостійного вибору активностей.

Сучасні методи анімації:

- використання інтерактивних форматів (квести, майстер-класи, театральні постановки);
- впровадження цифрових технологій (VR-екскурсії, мобільні додатки, онлайн-голосування).

Професійна команда аніматорів:

- молоді, енергійні, креативні фахівці;
- високий рівень залученості персоналу у процес взаємодії з дітьми.

Гнучкий графік роботи:

- відсутність жорстких рамок у розкладі дозволяє організовувати заходи під потреби груп;

- варіативність активностей дозволяє уникнути одноманітності.
- Відсутність прив'язки до одного місця;
- можливість організації табору у різних локаціях (природні зони, міські простори);
- адаптація програми під специфіку конкретного місця.

Таблиця 3.3.

**SWOT-аналіз надання анімаційних послуг  
фріланс-табору «Leader Place»**

<b>Сильні сторони (Strengths)</b>	<b>Слабкі сторони (Weaknesses)</b>
Індивідуальний підхід до дітей Сучасні методи анімації Професійна команда аніматорів Гнучкий графік роботи Відсутність прив'язки до одного місця	Обмежене фінансування Низький рівень впізнаваності бренду Залежність від кваліфікації аніматорів Відсутність чітких стандартів якості Обмеженість технічних ресурсів
<b>Можливості (Opportunities)</b>	<b>Загрози (Threats)</b>
Розширення співпраці з туристичними компаніями Впровадження сучасних цифрових технологій Покращення маркетингової стратегії Розширення вікової аудиторії Розвиток франчайзингу або мережі таборів	Висока конкуренція у сфері туризму та анімації Економічні ризики Сезонність бізнесу Зміна споживчих уподобань Фактори форс-мажору

2) Слабкі сторони (Weaknesses)

Обмежене фінансування:

- брак коштів на інноваційне обладнання, реквізит та сучасні технології;
- відсутність постійного інвестування у розвиток матеріальної бази.

Низький рівень впізнаваності бренду:

- недостатня маркетингова активність та відсутність чіткої стратегії просування;

- обмежене охоплення аудиторії через відсутність масштабної реклами.

Залежність від кваліфікації аніматорів:

- рівень якості програми залежить від професійності персоналу;

– плинність кадрів серед аніматорів може впливати на стабільність якості послуг.

Відсутність чітких стандартів якості:

- відсутня єдина система оцінки ефективності анімаційних заходів;
- нестача систематичного зворотного зв'язку від дітей та батьків.

Обмеженість технічних ресурсів:

- брак якісного звукового та світлового обладнання;
- відсутність цифрових платформ для інтерактивної взаємодії з дітьми.

### 3) Можливості (Opportunities)

Розширення співпраці з туристичними компаніями:

– організація анімаційних програм у партнерстві з туристичними агентствами та готелями;

- впровадження анімаційних послуг для сімейного відпочинку.

Впровадження сучасних цифрових технологій:

- використання мобільних додатків для взаємодії з дітьми та батьками;
- впровадження онлайн-платформ для дистанційної анімації.

Покращення маркетингової стратегії:

– використання соціальних мереж (Instagram, TikTok, YouTube) для залучення нової аудиторії;

- розширення реклами через блогерів та лідерів думок.

Розширення вікової аудиторії:

– створення програм для підлітків та молоді (навчальні тренінги, бізнес-ігри, мотиваційні заходи);

- розвиток сімейних анімаційних заходів.

Розвиток франчайзингу або мережі таборів:

- відкриття філій у різних регіонах;
- масштабування бізнес-моделі для інших міст або країн.

### 4) Загрози (Threats)

Висока конкуренція у сфері туризму та анімації:

- велика кількість альтернативних пропозицій на ринку;

– можливість втрати клієнтів через агресивну конкуренцію.

Економічні ризики:

– коливання валют, інфляція, зростання вартості послуг можуть впливати на прибутковість;

– зниження купівельної спроможності населення може обмежити попит на туристичні послуги.

Сезонність бізнесу:

– падіння попиту в осінньо-зимовий період;

– обмеженість діяльності у холодну пору року без наявності стаціонарних локацій.

Зміна споживчих уподобань:

– діти можуть віддавати перевагу цифровим розвагам (ігри, соцмережі) замість активного відпочинку;

– потреба у постійному оновленні формату заходів для утримання уваги аудиторії.

Фактори форс-мажору:

– епідемії, карантинні обмеження можуть негативно впливати на можливість проведення заходів;

– нестабільна політична ситуація може впливати на туристичний сектор.

SWOT-аналіз показує, що фріланс-табір «Leader Place» має сильні сторони у вигляді креативності, адаптивності та сучасного підходу до анімації. Проте є слабкі сторони, такі як нестача фінансування, відсутність стабільного технічного забезпечення та недостатня маркетингова активність.

Фріланс-табір «Leader Place» має високий потенціал, але існують певні організаційні, матеріально-технічні та комунікаційні проблеми, які можуть впливати на загальну якість анімаційних послуг. Впровадження нових технологій, підвищення кваліфікації персоналу та покращення взаємодії з батьками дозволить значно підвищити рівень обслуговування та задоволеність учасників.

### 3.3. Вдосконалення технології надання анімаційних послуг фріланс-табору «Leader place»

Щоб підвищити якість анімаційних послуг у фріланс-таборі «Leader Place», необхідно вдосконалити технології організації та проведення заходів. Основний акцент варто зробити на покращенні методів роботи аніматорів, використанні сучасних технологій, оптимізації розкладу заходів та підвищенні рівня взаємодії з учасниками та їхніми батьками. Також засобом SWOT аналізу визначено слабкі сторони та ризики, що можуть бути загрозою у вдосконаленні анімаційних послуг. Відтак мається на увазі «Нізький рівень впізнаності бренду» та «висока конкуренція у сфері туризму», що потребує розробки плану дій. Отже, шляхами вирішення цих питань слід визначити:

#### 1. Впровадження сучасних анімаційних технологій

##### *Інтерактивні технології та цифровий контент:*

- використання VR/AR (віртуальна та доповнена реальність) для створення ігрових та освітніх заходів;
- використання інтерактивних панелей для проведення вікторин, квестів, навчальних занять;
- гейміфікація заходів через мобільні додатки та онлайн-платформи.

##### *Світлові та звукові ефекти:*

- встановлення якісного світлового та звукового обладнання для вечірніх шоу-програм та заходів;
- використання лазерних та LED-ефектів для підвищення видовищності анімаційних заходів.

##### *VR-квести та інтерактивні подорожі:*

- віртуальні екскурсії по відомих місцях світу;
- VR-ігри, які розвивають логіку, командну роботу та творчі здібності дітей.

#### 2. Оптимізація розкладу та контенту анімаційної програми

##### *Різноманітність заходів:*

– впровадження тематичних днів (День науки, День супергероїв, День магії тощо);

– організація мікс-форматів заходів (квести, інтерактивні шоу, командні ігри).

*Гнучкий розклад з урахуванням інтересів дітей:*

– введення інтерактивного голосування за типи заходів, які діти хочуть відвідати;

– використання індивідуального підходу для активних та менш активних дітей.

*Креативні формати заходів:*

– кіно-анімація: діти створюють власні короткометражні анімаційні фільми;

– ТікТок-анімація: розробка коротких розважальних роликів за участю дітей;

– інтелектуальні битви: дебати, вікторини, брейн-ринги.

*Програми розвитку soft skills:*

– тренінги з комунікації, лідерства, управління емоціями;

– командні ігри, що розвивають стратегічне мислення та навички співпраці.

### 3. Підвищення кваліфікації аніматорів

*Навчальні тренінги для персоналу:*

– майстер-класи з дитячої психології та методів взаємодії з різними віковими групами;

– курси з імпровізації, акторської майстерності та голосової підготовки;

*Використання міжнародного досвіду:*

– впровадження світових практик у сфері туризму та анімації.

*Система мотивації персоналу:*

– розробка рейтингової системи (кращий аніматор, кращий захід);

– впровадження бонусів та премій за якісний зворотний зв'язок від дітей та батьків.

#### 4. Покращення комунікації з батьками

##### *Онлайн-платформа для відстеження активностей:*

- впровадження мобільного додатку або сайту, де батьки можуть бачити розклад заходів, фото- та відеозвіти;
- оновлення інформації про участь дитини в заходах.

##### *Система регулярного зворотного зв'язку:*

- проведення онлайн-опитувань для батьків щодо рівня задоволеності програмою;
- щоденні або щотижневі інформаційні звіти у вигляді відео або фото.

##### *Програма адаптації для нових учасників:*

- організація зустрічей з батьками перед заїздом для пояснення концепції табору;
- проведення адаптаційного дня для новачків.

#### 5. Використання системи оцінки якості

##### *Створення системи рейтингу заходів:*

- діти можуть оцінювати заходи через мобільний додаток або інтерактивні стікери (смайлики, QR-коди);
- аналіз отриманих оцінок для подальшого вдосконалення програми.

##### *Регулярний моніторинг роботи аніматорів:*

- оцінка професійності персоналу через опитування та анкетування;
- проведення таємних перевірок (Mystery Guest), коли незалежні експерти оцінюють якість анімації.

##### *Аналіз скарг та побажань учасників:*

- впровадження «Скриньки ідей», де діти можуть пропонувати нові заходи;
- запуск системи фідбек-аналізу для швидкого реагування на побажання.

*Проведення дискусій (офлайн та онлайн) у фокус-групах з різними групами учасників (діти різного віку, батьки, аніматори) для глибшого розуміння їхніх очікувань та вражень від анімаційних послуг.*

Проведення фокус-груп у фріланс-таборі «Leader Place» є ефективним методом для глибшого розуміння очікувань та вражень різних учасників

анімаційних послуг, зокрема дітей різного віку, їхніх батьків та аніматорів. Цей підхід дозволяє отримати якісні дані через групові дискусії, що сприяє вдосконаленню програм та підвищенню задоволеності.

Організація фокус-груп:

Сегментація учасників:

1) діти: формування окремих груп за віковими категоріями (наприклад, 6-8 років, 9-12 років, 13-15 років) для врахування специфічних інтересів та потреб кожної групи

2) батьки: обговорення їхніх очікувань щодо безпеки, розвитку та дозвілля дітей;

3) аніматори: аналіз їхнього досвіду, викликів та пропозицій щодо покращення програм.

Формат проведення:

– флайн-сесії: безпосередні зустрічі в таборі, що сприяють живому спілкуванню та обміну думками;

– онлайн-сесії: використання відеоконференцій для залучення тих, хто не може бути присутнім особисто, забезпечуючи гнучкість та ширше охоплення учасників.

Структура дискусій:

– Вступна частина: ознайомлення учасників з метою зустрічі та встановлення довірчої атмосфери.

– Основна частина: обговорення ключових питань щодо досвіду участі в анімаційних заходах, очікувань та пропозицій.

– Заключна частина: підбиття підсумків та збір додаткових коментарів.

Переваги використання фокус-груп:

– глибоке розуміння потреб (отримання детальної інформації про вподобання та очікування різних категорій учасників);

– виявлення прихованих проблем (ідентифікація аспектів, які могли бути непоміченими через інші методи збору даних);

– залучення учасників до розвитку програм (надання можливості висловити свої ідеї та пропозиції, що підвищує їхню лояльність та задоволеність).

Використання результатів фокус-груп дозволить фріланс-табору «Leader Place» адаптувати анімаційні послуги відповідно до реальних потреб та очікувань учасників, забезпечуючи високий рівень якості та конкурентоспроможності програм.

6. Одним із шляхів вдосконалення технології надання анімаційних послуг фріланс-табору «Leader Place» передбачає проведення анімаційних заходів англійською мовою або білінгвально.

*Музичні та ігрові заняття:* використання пісень та римівок англійською мовою допомагає дітям засвоювати нові слова та покращувати вимову (спів пісень та участь у мовних іграх роблять процес навчання веселим та інтерактивним).

*Використання пісень та римівок:* навчання через музичні активності, де діти співають англійські пісні або вивчають римівки. Це сприяє покращенню вимови та запам'ятовуванню нових слів.

*Перегляд мультфільмів англійською мовою:* вибір мультфільмів відповідно до рівня володіння мовою сприяє розвитку навичок аудіювання та розуміння (прикладом, для початкового рівня (A1) підходять класичні мультфільми з чіткою вимовою та простою лексикою).

*Розповідання казок та використання анімації:* розповідання англійських казок з візуалізацією через анімацію допомагає дітям асоціювати слова з об'єктами та діями, розвиваючи уяву та слухові навички.

*Тематичні англомовні дні:* присвячення окремих днів певним темам, наприклад, «День піратів» або «Космічна подорож», де всі активності та спілкування відбуваються англійською мовою. Це створює повне занурення в мовне середовище та сприяє кращому засвоєнню лексики.

*Інтерактивні ігри:* використання ігор, які розвивають мовні навички, таких як «Simon says», допомагає дітям вивчати команди та дієслова в ігровій формі.

*Організація англomовних клубів:* проведення регулярних зустрічей, де діти можуть практикувати розмовну англійську через різні активності, такі як обговорення фільмів, рольові ігри або тематичні вечірки.

*Використання онлайн-ресурсів:* залучення інтерактивних платформ та додатків для вивчення англійської мови, які пропонують ігри, відео та завдання, адаптовані для різних вікових груп.

*Спортивні ігри з англійськими інструкціями:* проведення спортивних заходів, таких як футбол, волейбол або естафети, де інструкції та правила пояснюються англійською мовою. Це допомагає дітям вивчати спортивну термінологію та розвиває навички слухання.

*Інтерактивні мовні квести:* організація квестів, де діти виконують завдання та розгадують загадки англійською мовою. Такий формат стимулює командну роботу та практичне використання мови в різних ситуаціях.

*Творчі майстер-класи:* проведення занять з малювання, ліплення або музики, під час яких інструктори спілкуються з дітьми англійською мовою, збагачуючи їх словниковий запас та розвиваючи творчі здібності.

*Білінгвальні заходи:* поєднання української та англійської мов у рамках одного заходу. Наприклад, спочатку пояснення правил гри українською, а потім повторення англійською. Це допомагає дітям поступово адаптуватися до іншомовного середовища.

*Розповідання історій та театральні постановки:* інсценування казок або коротких оповідань англійською мовою, що розвиває навички говоріння та розуміння мови.

Реалізація цих заходів у програмі фріланс-табору «Leader Place» сприятиме створенню ефективного та захоплюючого середовища для вивчення англійської мови, поєднуючи навчання з активним відпочинком.

7. Наступним шляхом вдосконалення анімаційних послуг фріланс-табору «Leader Place» є розробка ефективної рекламної кампанії, контент-плану та скриптів для продажів є ключовими елементами успішного просування анімаційних послуг фріланс-табору «Leader Place».

*Моделювання рекламної кампанії фріланс-табору «Leader Place»*

*Цілі кампанії:*

- Збільшення впізнаваності бренду серед цільової аудиторії.
- Залучення нових клієнтів та збільшення кількості бронювань.
- Підвищення лояльності існуючих клієнтів.

*Цільова аудиторія:*

- Діти та підлітки віком від 6 до 17 років.
- Батьки дітей цього віку, які приймають рішення про відпочинок.
- Освітні заклади та туристичні агенції, зацікавлені в організації анімаційних програм.

*Канали просування:*

- Соціальні мережі: Facebook, Instagram, TikTok.
- Пошукова реклама: Google Ads.
- Контекстно-медійна реклама: банери на тематичних сайтах.
- Email-маркетинг: розсилки для бази потенційних клієнтів.

*Стратегії та тактики:*

- Таргетована реклама в соціальних мережах на батьків та підлітків.
- Ремаркетинг для користувачів, які відвідали сайт, але не здійснили бронювання.
- Співпраця з блогерами та лідерами думок для підвищення довіри до бренду.
- Проведення конкурсів та розіграшів для збільшення залученості аудиторії.

*Контент-план*

*Типи контенту:*

– Інформаційний: статті про переваги анімаційних програм, поради для батьків.

– Розважальний: відео з заходів, інтерв'ю з учасниками та аніматорами.

– Освітній: вебінари та майстер-класи для дітей та батьків.

– Новини та анонси: інформація про майбутні події та програми.

*Частота публікацій:*

– Соціальні мережі: 3-5 постів на тиждень.

– Блог на сайті: 2 статті на місяць.

– Email-розсилка: 2-3 листи на місяць (табл.3.4.).

*Таблиця 3.4.*

### Приклад контент-плану на тиждень

4	Тип контенту	Тема/Опис
Понеділок	Інформаційний	Стаття: «5 причин обрати «Leader Place» для вашої дитини»
Вівторок	Розважальний	Відео: «Найяскравіші моменти минулого табору»
Середа	Освітній	Поради: «Як підготувати дитину до першого табору»
Четвер	Новини та анонси	Анонс: «Реєстрація на літню зміну відкрита!»
П'ятниця	Розважальний	Інтерв'ю: «Знайомство з нашими аніматорами»
Субота	Інформаційний	Стаття: «Безпека дітей у таборі: наші стандарти та підходи»
Неділя	Освітній	Майстер-клас: «Як створити власний анімаційний ролик» (прямий ефір)

### *Скрипти для продажів*

*Вхідний дзвінок від зацікавленого клієнта:*

Менеджер: Доброго дня! Вас вітає фріланс-табор «Leader Place». Мене звати (ім'я). Чим можу допомогти?

Клієнт: Доброго дня. Я хотів би дізнатися більше про ваші програми для дітей.

Менеджер: Звичайно! Наш табір пропонує унікальні анімаційні програми для дітей віком від 6 до 17 років. Ми організуємо різноманітні заходи, такі як

(перелічити основні активності), які допомагають розвивати творчі здібності та соціальні навички. Чи є у вас конкретні побажання або питання щодо програми?

Клієнт: Мене цікавить безпека та умови проживання.

Менеджер: Розумію ваше занепокоєння. Безпека дітей для нас на першому місці. Усі наші аніматори проходять спеціальну підготовку та мають досвід роботи з дітьми. Проживання організовано в комфортних умовах з постійним наглядом. Більш детальну інформацію ви можете знайти на нашому сайті або я можу надіслати вам деталі на електронну пошту.

Клієнт: Дякую, це було б чудово.

Менеджер: Будь ласка, надайте вашу електронну адресу, і я негайно надішлю всю необхідну інформацію.

*Вихідний дзвінок потенційному клієнту:*

Менеджер: Доброго дня! Це (ім'я) з фріланс-табору «Leader Place». Раніше ви виявляли інтерес до наших анімаційних програм для дітей. Ми хотіли б повідомити, що реєстрація на літню зміну вже відкрита. Чи розглядаєте ви можливість участі вашої дитини цього року?

Клієнт: Так, ми думаємо про це, але ще не прийняли рішення.

Менеджер: Розумію. Можливо, у вас є питання або сумніви, які я можу допомогти вирішити? Ми також пропонуємо спеціальні знижки для раннього бронювання.

Клієнт: Дякую, це було б чудово.

8. Маркетингова стратегія та план дій (табл. 3.5) спрямовані на збільшення популярності, залучення нових клієнтів та вдосконалення послуг анімаційного фріланс-табору «Leader Place».

1) Цільова аудиторія

Основні сегменти:

- Діти 6-12 років – головна група учасників анімаційних програм.
- Підлітки 13-17 років – навчальні квести, мотиваційні тренінги, спорт.
- Батьки – платоспроможна аудиторія, яка приймає рішення про участь дітей.

– Туристичні компанії, готелі, курорти – потенційні партнери для організації анімаційних послуг.

– Школи та освітні центри – можливість проведення виїзних заходів та інтеграція до навчальних програм.

Таблиця 3.5.

### План дій (на 6 місяців)

Етап	Діяльність	Відповідальні	Термін виконання
1. Підготовка	Аналіз конкурентів, визначення цільової аудиторії, розробка позиціонування	Маркетинговий відділ	1 місяць
2. Контент та брендінг	Оновлення логотипу, створення фотоконтенту, відеопрезентації, блог для сайту	Дизайнери, SMM-фахівці	2 місяці
3. Реклама та промо	Запуск таргетованої реклами в соцмережах, Google Ads, співпраця з блогерами	Маркетологи	3 місяці
4. Офлайн-активності	Участь у виставках, презентації у школах, роздача флаєрів	Менеджери партнерств	3 4 місяці
5. Партнерства	Укладання договорів з готелями, турагентствами, розважальними центрами	Керівництво, менеджери партнерств	3 5 місяців
6. Аналіз та оптимізація	Оцінка ефективності реклами, збір відгуків, коригування стратегії	Маркетологи, аналітики	6 місяців

#### 2) Позиціонування та унікальна пропозиція

Позиціонування: «Leader Place» – це сучасний, мобільний, інтерактивний табір без прив’язки до однієї локації, що створює унікальні розважально-освітні програми для дітей та підлітків.

Унікальні переваги:

– Фріланс-формат – табір може проводитися в різних містах і навіть за кордоном.

– Індивідуальний підхід – гнучкість у виборі активностей.

– Інноваційні методи – VR-ігри, квести, цифрові технології.

– Висока якість анімаційних послуг – професійні аніматори та сучасне обладнання.

### 3) Основні маркетингові канали

#### Онлайн-просування:

– Instagram, TikTok, YouTube – контент про заходи, відгуки дітей та батьків, розважальні ролики з аніматорами.

– Facebook – таргетована реклама для батьків, співпраця з мамськими спільнотами.

– Google Ads – реклама за ключовими запитами «дитячий табір», «туристична анімація», «канікули для дітей».

– Telegram/Viber-чати – спільноти батьків для розповсюдження інформації та збору відгуків.

– SEO-оптимізація сайту – створення блогу з корисними статтями для батьків та розширення органічного трафіку.

#### Офлайн-просування:

– Співпраця зі школами та освітніми центрами – презентації, організація пробних днів.

– Участь у виставках та форумах, пов'язаних з туризмом та дитячим відпочинком.

– Плакати, банери у торгових центрах, дитячих майданчиках.

#### Партнерські програми:

– Туристичні агентства та готелі – організація анімаційних програм для їх клієнтів.

– Дитячі кафе, розважальні центри – проведення спільних заходів.

– Блогери та інфлюенсери – огляди та особистий досвід участі у заходах.

### 4) КРІ та оцінка ефективності

#### Основні показники, за якими вимірюється успіх стратегії:

– Кількість нових клієнтів (ціль: +50% до попереднього сезону).

– Зростання підписників у соцмережах (ціль: 10 000 підписників в Instagram за 6 місяців).

– Кількість бронювань програм та заходів (ціль: мінімум 100 нових замовлень на сезон).

– Впізнаваність бренду (ціль: 30% батьків у фокус-групах знають про табір).

– Середній рейтинг відгуків клієнтів (ціль: не нижче 4.8/5).

#### 5) Очікувані результати

– Збільшення популярності фріланс-табору «Leader Place» серед батьків та дітей.

– Підвищення кількості бронювань завдяки активній рекламі та партнерствам.

– Створення лояльної спільноти клієнтів, які повертаються щосезону.

– Залучення нових партнерів для розширення бізнесу.

– Збільшення доходу на 40-50% у порівнянні з минулим сезоном.

Цей план дозволить підвищити впізнаваність бренду та залучити більше клієнтів, що впливатиме у решті решт у вдосконаленні технологій надання анімаційних послуг.

### **Висновки до III розділу**

У процесі розробки напрямів вдосконалення анімаційних послуг фріланс-табору «Leader Place» було визначено кілька ключових напрямів, що сприятимуть підвищенню якості та ефективності наданих послуг.

Впровадження різноманітних заходів, що враховують інтереси та потреби дітей різних вікових груп. Особливу увагу слід приділити інтеграції освітніх елементів, прикладом мовні курси або наукові майстер-класи, що поєднують розваги з навчанням.

Регулярне проведення тренінгів та семінарів для аніматорів сприятиме оволодінню новітніми методиками роботи та розвитку професійних навичок, що забезпечить адаптацію до сучасних тенденцій у сфері анімаційних послуг.

Інтеграція новітніх технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, дозволить створити інтерактивні та захоплюючі програми для

учасників табору. Це не лише підвищить інтерес дітей, але й надасть можливість урізноманітнити анімаційні заходи.

Регулярне опитування учасників з аналізом їхніх відгуків та введемля системи оцінювання дозволить виявити сильні та слабкі сторони анімаційних програм. Це сприятиме оперативному внесенню коректив та постійному вдосконаленню послуг відповідно до очікувань клієнтів.

Інтеграція англійської мови в анімаційні, ігрові та спортивні заходи фріланс-табору «Leader Place» може значно підвищити мотивацію дітей до вивчення мови та зробити процес навчання більш захоплюючим.

Розробка ефективної рекламної кампанії та маркетингової стратегії сприятиме збільшенню популярності, залучення нових клієнтів та вдосконалення послуг анімаційного фріланс-табору «Leader Place».

## ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна магістерська робота присвячена пошуку напрямів вдосконалення надання анімаційних послуг дитячого табору. Ці послуги надаються дітям та дозволяють, разом із організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку та оздоровлення. Організована анімація залучає кожного у загальне дійство. Відтак, вони постійно зайняті тим, викликає позитивні емоції, формує позитивний настрій і соціальні навички, покращує загальний стан.

У процесі вивчення та аналізу теоретично-методичних характеристик анімаційної діяльності уточнено зміст понять «аніматор», «анімаційна послуга», «анімаційна діяльність», «анімаційна програмв», «анімаційний захід»,

Анімаційні програми є невід'ємною складовою сучасної туристичної індустрії, сприяючи збагаченню відпочинку та задоволенню різноманітних потреб туристів. Вони підвищують конкурентоспроможність туристично-рекреаційних і готельних комплексів, забезпечуючи унікальний досвід кожного гостя. Анімаційна діяльність сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини, організовуючи заходи, що знайомлять громадськість з традиціями та історією. Це сприяє формуванню національної ідентичності та культурного обміну між різними групами населення.

Анімаційні заходи сприяють зниженню рівня стресу, покращенню емоційного стану та загального благополуччя особистості. Вони забезпечують активний відпочинок, що позитивно впливає на фізичне та психічне здоров'я, у тому ж числі й дітей.

Анімація в туризмі та рекреації є важливою складовою професійної діяльності, що сприяє підвищенню якості обслуговування та задоволеності споживачів. Вона охоплює організацію та проведення різноманітних заходів, спрямованих на активний відпочинок, розваги та культурний розвиток туристів. Аніматори виконують функції організаторів дозвілля, координаторів заходів та комунікаторів, забезпечуючи позитивний досвід для учасників.

До аніматорів висуваються наступні вимоги, відповідно до стандартів спеціальності Туризм та рекреація, що прописані у стандартах освіти відповідної галузі, серед яких:

- загальні компетентності: здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності; здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі; здатність спілкуватися іноземною мовою;

- фахові компетентності: здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації; здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку

Головні завдання аніматорів дитячого фріланс-табору «Leader place» полягають в утворенні комфортної, дружньої та гостинної атмосфери у закладі, задоволенні потреб дітей у духовно-культурному, емоційному і фізичному розвитку, формуванні умов для приємної комунікації й проведення дозвілля.

Розробка анімаційних програм вимагає системного підходу, що включає:

- аналіз цільової аудиторії: визначення вікових, культурних та інтересових особливостей учасників;

- планування заходів: створення збалансованого розкладу, що поєднує різні види діяльності (спортивні, культурні, освітні);

- розробку сценаріїв: детальне описання кожного заходу з урахуванням ресурсів та часу;

- оцінку ефективності: після проведення заходів аналіз результатів для коригування майбутніх програм.

Анімація в дитячих таборах має свої специфічні особливості:

- програми повинні бути адаптовані до вікових особливостей дітей, враховуючи їхні інтереси та фізичні можливості;

- особлива увага приділяється безпеці під час проведення заходів, включаючи наявність кваліфікованих інструкторів та медичного персоналу;

– анімаційні заходи повинні доповнювати навчальну програму, сприяючи розвитку різних аспектів особистості дитини;

– врахування культурних особливостей та традицій різних регіонів та національностей дітей.

Таким чином, професійна анімаційна діяльність є багатогранною сферою, що вимагає комплексного підходу до розробки програм та врахування специфіки цільових аудиторій, зокрема дітей у таборах. Ефективна анімація сприяє розвитку особистості, соціалізації та культурному збагаченню учасників. Проведення аналізу існуючих програм, розкладів та звітів про проведені заходи у фріланс-таборі «Leader Place» послугувало важливим кроком для оцінки їхньої відповідності сучасним тенденціям та потребам цільової аудиторії. Цей процес дозволив виявити сильні сторони програм, а також визначити області, які потребують удосконалення.

При оцінюванні якості анімаційних послуг враховувались не лише організаційні моменти, а й емоційний фактор та рівень залученості учасників. Використання різних методів оцінювання та аналізу сприяло визначенню слабких місць та намітити шляхи вдосконалення анімаційної програми. Адже, головна мета анонімного оцінювання – підвищення рівня послуг та забезпечення незабутнього досвіду для учасників. Загальна оцінка за розробленою шкалою: 7,2/10.

Збір відгуків і опитування від учасників табору (n=62), їхніх батьків (n=57) та персоналу (n=12) щодо якості та різноманітності анімаційних послуг дозволило виявити сильні сторони та області, які потребують покращення.

Аналізуючи програми та розклади фріланс-табору «Leader Place», можна зробити наступні висновки:

– Програми табору включають різноманітні інтерактивні заходи, що сприяють активному залученню дітей. Використання сучасних технологій та адаптація програм під інтереси учасників відповідають поточним тенденціям у сфері анімаційних послуг.

– Розклад містить широкий спектр активностей, від спортивних ігор до творчих майстер-класів, що дозволяє задовольнити різні інтереси та потреби дітей.

– Регулярний збір відгуків від учасників та їхніх батьків свідчить про прагнення табору до постійного вдосконалення та адаптації програм.

Загалом, програми фріланс-табору «Leader Place» демонструють високий рівень відповідності сучасним тенденціям та потребам цільової аудиторії.

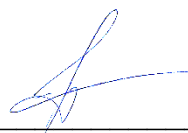
Реалізація всіх запланованих заходів дозволить «Leader Place» закріпити свої позиції на ринку анімаційних послуг та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

У процесі визначення сутністності та ролі анімаційних послуг у дитячому фріланс-таборі «Leader Place» було визначено, що для того щоб підтримувати високу якість обслуговування дитячого фріланс-табору «Leader place» потрібні досвідчені, талановиті, чесні й доброзичливі аніматори, що отримують задоволення від власної роботи.

Гарним доповненням анімаційних послуг фріланс-табору «Leader Place» є впровадження у систему власного оцінювання swot-аналіз та проведення анімаційних заходів англійською мовою або білінгвально.

Обґрунтовано необхідність здійснення впровадження сучасних анімаційних технологій, оптимізація розкладу та контенту анімаційної діяльності, підвищення кваліфікації аніматорів, покращення комунікації з батьками, використання системи оцінки якості, реалізації ефективної рекламної кампанії та маркетингової стратегії для вдосконалення послуг анімаційного фріланс-табору «Leader Place».

Здобувач вищої освіти



---

(підпис)

Юлія ПАРИШКУРА  
(ім'я та прізвище)

## Список використаної літератури

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київський ун-т туризму, економіки і права. К. : Знання України, 2002. 360 с.
2. Антонюк В. П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку: монографія. Донецьк, 2008. 348 с.
3. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168-180.
4. Байлик С.І., Кравець О.М. Організація анімаційних послуг в туризмі: Навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2008. 197 с.
5. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства : навч. посіб. К. : Знання, 2011. 232 с.
6. Белецька І.В. Ціннісні орієнтації у сфері дозвілля сучасної молоді. Вісник ЛНУ ім.Т. Шевченка № 17 (180), Ч.ІІ, 2009. 58-68.
7. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства : підручник. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2006. 448 с.
8. Бортнік С. М. Практичне застосування збалансованої системи показників як інструмента стратегічного планування діяльності підприємства. Вісник Волинського інституту економіки і менеджменту : наук. журн. 2014. Т. 1. № 10. С. 40-51.
9. Бочелюк В.Й., Бочелюк В.В. Дозвіллезнавство. Навч. посіб. К.: Центр навч. літрти, 2006. 208 с.
10. Бучинська Т. В. Розвиток персоналу як основний чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства. «Науковий вісник». Серія «Економічні науки». Вип. №7. Ч. 2. Херсон, 2014. С.144-146.
11. Ведмідь Н.І., Мельниченко С.В. Організація дозвілля туристів : навч. посіб. К. : КНТЕУ, 2008. 85с.

12. Височило О.М., Щербакова Н.О. Менеджмент в анімаційній діяльності Вісник НТУ. 2012. Вип.26. С.127-132.
13. Віндюк А. В., Захаріна А. Г., Захаріна Є. А. Організація спортивної анімації : навчальний посібник. Запоріжжя : КПУ, 2014. 176 с.
14. Віндюк А. Спортивно-оздоровча анімація: види, функції, особливості організації. Молодий вчений, 2020. 11 (87), 371-374.  
<https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-11-87-80>
15. Ворначев А. О., Кравець Ю. І. Професійне навчання кваліфікованих робітників у країнах Європейського союзу. Київ: Педагогічна думка, 2012. 145 с.
16. Герасименко В. Створення анімаційних програм для туристів на основі маркетингового підходу. Маркетинг в Україні, 2006. №5. С.57-60.
17. Готелі та інші місця для проживання Закарпатської області. – [Електронний ресурс] – Режим доступу <https://tourinform.org.ua/categories/hotels> (дата звернення 31.01.2025)
18. Данилевич М. В. Значення краєзнавчо-туристичної діяльності на етапі початкової підготовки спортсменів. Здоровий спосіб життя : матеріали III Міжрегіон. наук.- практ. конф. Славута. 2003. С. 6-7.
19. Дитячий табір Leader Place, Іршава. – Режим доступу: <https://turizm-karpaty.com.ua/ditjachij-tabir-leader-place-irshava/> (дата входу: 30.01.2025).
20. Дмитрук О.Ю., Щур Ю.В. Спортивно-оздоровчий туризм : навч. посіб. К. : Альтерпрес, 2008. 280 с.
21. Дмитрук С. В., Дмитрук О. Ю. Соціально-педагогічні технології в туризмі : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2012. 328 с.
22. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
23. Єлісовенко Ю.П. Ораторське мистецтво: постановка голосу й мовлення. К. : Атіка, 2008. 204 с.
24. Зайцева В. М. Шляхи удосконалення систем страхування у туризмі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. №10. С. 335-338.

25. Законодавство України про туризм і готельну справу: збірник офіційних текстів законів станом на 1 лютого 2012. К.: ЦУЛ, 2012. 242 с.
26. Кальченко С. В., Грибова Д. В., Демко В. С. Рекреаційні аспекти організації анамаційної діяльності в сільському туризмі. Вісник Одеського національного університету. 2019. Том 24. Випуск 4 (77) Секція: економіка. С. 94-98 URL: [http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn\\_econom\\_24\\_4\(77\).pdf](http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn_econom_24_4(77).pdf)
27. Килимистий С. Рекреаційні аспекти анімації у туризмі. Журнал «Культура і сучасність». 2016, Т 2, Випю 2, С. 40-45. DOI статті: <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2016.14821>
28. Килимистий С.М. Анімація в туризмі: Навч. посіб. К.: Вид-во ФПУ, 2007. 188 с.
29. Кірсанов В. Шляхи вдосконалення підготовки фахівців для сфери дозвілля. Вища освіта України, 2006. №1. С.37-42.
30. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. - К. : Знання, 2011. 334 с.
31. Короваєва Б., Паришкура Ю., Томіч Л. (2022). Організаційно-методичні засади у розробці сценарію свята для майбутніх фахівців фітнесу та рекреації. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки, Вип. 3. С. 307-313. <https://drive.google.com/file/d/158SgS00jxMXmS2qW88vPJRehzan1pcfW/view>
32. Короваєва Б., Паришкура Ю., Томіч Л., Борисенко В., Козерук К. (2022) Методичні рекомендації із організації дозвіллевої діяльності для майбутніх фахівців фітнесу та рекреації. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології, 2022, № 2 (116). С. 125-133.
33. Король О. Д., Руденко В. П., Хомут З. І. та ін. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. 344 с.
34. Лебедев І. В. Сталій розвиток туризму: досвід Європейського Союзу та завдання для України. Вісник соціально-економічних досліджень. 2018. №3 (67) С. 162-173.

35. Максимець О. Спортивна анімація як складова позааудиторної роботи студентів вищих навчальних закладів туристичного профілю. Вісник Львів. ун-ту. Серія педаг. 2011. Вип.27. С.101-108.
36. Максимовська Н. Організація анімаційної діяльності. Вісник Харківської державної академії культури. 2013, Вип. 40, С.157-164.
37. Мальська М. П., Худо В. В., Занько Ю. С. Організація туристичного обслуговування : підруч. К. : Знання, 2011. 275 с.
38. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. Чернівці : Книга-XXI, 2005. 596 с.
39. Міхо О.І. Особливості підготовки менеджерів туристської анімації в вищих навчальних закладах туристського профілю. Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи. 2007. Вип.1. С.194-199.
40. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55-68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>
41. Паришкура (Козерук) Ю.В., Колісниченко Т.О., Демко В. С., Бистра І.І., Сефіханова К.А. Витоки розвитку та характеристика анімаційних послуг у туризмі. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. Черкаси. № 1 (11), 2024. С. 40-45.
42. Паришкура Ю. В. Анімація як вид професійної діяльності. Факультет економіки та бізнесу : матеріали XI Всеукр. наук.- техн. конф., 01-12 квітня 2024 р. Запоріжжя: ТДАТУ, 2024. С. 106-109.
43. Петрова І. В. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручн. К. : Кондор, 2005. 408 с.
44. Писаревський І. М., Рябєв А. А. Матеріально-технічна база готелів: підручник. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2010. 286 с.
45. Про професійний розвиток працівників: Закон Україн від 05.07.2012 №5067-VI. Відомості Верховної Ради України. 2013. № 24. Ст. 243. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

46. Програма розвитку туризму у Закарпатській області. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zaktour.gov.ua/wp-content/uploads/2024/02/prohrama-2023-2026.docx.pdf> (дата звернення 31.01.2025).
47. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки. 2022. Випуск 46. С. 11-15.
48. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2002. 351 с.
49. Сайт Закарпатської обласної державної адміністрації. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://carpathia.gov.ua/> (дата звернення 29.01.2025).
50. Саламаха О. Є., Чеховская Г. Ю. Роль культурно–дозвілєвої діяльності у формуванні здорового способу життя студентської молоді. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова. Серія № 15. Київ : Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2021. Випуск 11 (143) 21. С. 135-140.
51. Стратегія розвитку Закарпатської області на період до 2027 року. – Режим доступу: <https://carpathia.gov.ua/storage/app/sites/21/Economics/regional%20development%20strategy%20until%202027.pdf> (дата звернення 29.01.2025).
52. Терещенко Н. М. Навчальна програма дисципліни «Організація анімаційної діяльності» (для бакалаврів). К. : ДП «Видавничий дім «Персонал», 2014. 17 с.
53. Туристично-рекреаційний потенціал Закарпаття та проблеми інвестиційного забезпечення регіону. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/sichka.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/sichka.htm) (дата звернення 30.01.2025)
54. Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. Історія туризму : навч. посіб. - 2-ге вид. перероб. та доп. К. : Альтерпрес, 2008. 354 с.

55. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. К. : Вища школа, 2002. 195 с.
56. Худоба В. В. Професійна діяльність в туристичній галузі : лекція. Львів, 2018. 15 с.
57. Чорненька Н. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. К. : Атіка, 2006. 264 с.
58. Abramovici, M. and Bancel-Charensol, L. «How to take customers into consideration in service innovation projects», *The Service Industries Journal*. 2004. Vol. 24 No.1, pp.56-78.
59. Agarwal R. and Selen W. «Dynamic capability building in service value networks for achieving service innovation», *Decision Sciences*. 2009. Vol.40 No.3, pp.431-475.
60. Alam I. and Perry C. A customer-oriented new service development process. *Journal of Services Marketing*. 2002. Vol.16 № 6, pp.515-534.
61. Bendapudi N. and Leone R.P. Psychological implications of customer participation in co-production. *Journal of Marketing*. 2007. Vol.67 № 1, pp.14-28.
62. Bersin, J., Barnett L., Hines J. Predictions for 2017. Everything Is Becoming Digital. Deloitte Development LLC, 2016. 41 p. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/aboutdeloitte/predictions-for-2017-final.pdf> (дата звернення 26.12.2023).
63. Bigne J.E., Sanchez M.I. and Sanchez J. Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism Management*. 2003. Vol.22 № 6, pp.607-616.
64. Bowen J. and Ford R. C. What experts say about managing hospitality service delivery systems. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2007. Vol.16 № 7, pp.394-401.
65. Claycomb C., Lengnick-Hall C.A. and Inks L.W. The customer as a productive resource: a pilot study and strategic implications. *Journal of Business Strategies*, 2013. Vol.18 № 1, pp.47-69.

66. Dellande S., Gilly M. C. and Graham J. L. Gaining compliance and losing weight: The role of the service provider in health care services. 2004. *Journal of Marketing*, Vol.68 № 3, pp.78-91.
67. Dong, B. Evans K.R. and Zou S. The effects of customer participation in co-created service recovery. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2008. Vol.36 № 1, pp.123-137.
68. Ennew C. T. and Binks M. R. Impact of participative service relationships on quality, satisfaction and retention: an exploratory study. *Journal of Business Research*. 1999. Vol. 46 № 2, pp.121-132.
69. Füller J. and Matzler K. Virtual product experience and customer participation – A chance for customer-centred, really new products. *Technovation*. 2007. Vol.27, № 6. pp. 378-387.
70. Human Resources Professional Competency Framework. Human Resources Professionals Association, 2014. URL: [https://www.hrpa.ca/Documents/Designations/HRPA\\_Professional\\_Competency\\_Framework\\_Final-2016.pdf](https://www.hrpa.ca/Documents/Designations/HRPA_Professional_Competency_Framework_Final-2016.pdf). Заголовок з екрану.
71. Pavlenchuk N., Mekhovych S., Bohoslavets O., Opanashchuk Y., Hotra V., Gayvoronska I. Integration of Partial Least Squares Path Modeling for Sustainable Tourism Development. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. Vol. 8, is. 2. 2019. P. 4309-4312.
72. Swanson, Richard Holton Elwood III *Foundations of human resource development*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2008. 440 p.

The screenshot shows the website interface for the 'ДІТЯЧИЙ ТАБІР LEADER PLACE, ІРШАВА'. The header includes the site name and navigation links: КАТАЛОГ ЗАКЛАДІВ, ЦЬО ВІДПІДАТИ ТУРИСТУ, ГІРСЬКОЛИЖНИ КУРОРТИ, КАРТА, and НОВИНИ. The main banner features a mountain landscape with the title 'ДІТЯЧИЙ ТАБІР LEADER PLACE, ІРШАВА' and a search bar. Below the banner, there are filters for 'Знайомство та розваги', 'Розвиток та спорт', and 'релакс', along with buttons for 'номери', 'басейн', and 'активний відпочинок'. A large photo shows a group of children in winter gear. Below it are smaller photos and buttons for 'Подивіться на карті' and 'Прокласти маршрут'. The right side of the page contains detailed information:

**ДІТЯЧИЙ ТАБІР LEADER PLACE, ІРШАВА**

**Короткий опис:**  
Leader Place – це унікальний простір у Закарпатті, де відпочинок поєднується з розвитком лідерських якостей, навичок 21-го століття та командної роботи. Діти занурюються в атмосферу творчості, самостійності та співпраці, що допомагає розкрити їх потенціал. Табір розташований посеред мальовничої природи, забезпечуючи комфорт, безпеку та позитивні емоції.

**Номери**  
Комфортні кімнати зі зручними меблями, окремими санузлами, сучасною інфраструктурою та системами безпеки.

**Харчування:**  
3-разове збалансоване харчування і додатковий полуденок. Страви готуються з урахуванням санітарних норм та потреб дітей.

**Безкоштовні послуги:**  
Використання басейнів:  
Ілзари: 3 басейни (хвостий 8x4,5 м, відкритий 30x15 м, дитячий 20x15 м).  
Латориця: 2 басейни (хвостий 5x12 м, відкритий 5x10 м).  
Доступ до спортивних майданчиків та командних ігор.  
Щоденні заходи для розвитку творчих та лідерських якостей.  
Щоденна підтримка кваліфікованих наставників.

**Платні послуги:**  
Індивідуальні заняття з наставниками.  
Додаткові творчі чи спортивні майстер-класи.  
Професійна фотозйомка перебування.

**Ціни:**  
<https://camp.lara.com.ua/>

**Як діїхати:**  
📍 Табори розташовані в Закарпатті, зручна дорога веде від Мукачова чи Ужгорода.  
📍 Готель пропонує організований трансфер за запитом.

Рис. Сайт фріланс-табору «Leader Place» <https://turizm-karpaty.com.ua/ditjachij-tabir-leader-place-irshava/>

## ДОВІДКА 1/24

про участь у науковій діяльності здобувача другого (магістерського) рівня  
вищої освіти

Паришкура Юлії Володимирівни  
(Прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

За період навчання здобувач Паришкура Юлія Володимирівна:  
(Прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

працювала у науковому гуртку «Соціально-економічні аспекти розвитку туристичної діяльності», в результаті роботи має такі здобутки:

1) участь у XI Всеукраїнська науково-технічна конференція здобувачів вищої освіти ТДАТУ 8-12 квітня 2024 року (дистанційний формат).



2) За результатами наукових досліджень були опубліковані статті:

1. Паришкура Ю. В. Анімація як вид професійної діяльності. Факультет економіки та бізнесу : матеріали XI Всеукр. наук.- техн. конф., 01-12 квітня 2024 р. Запоріжжя: ТДАТУ, 2024. С. 106-109.

2. Паришкура (Козерук) Ю.В., Колісниченко Т.О., Демко В. С., Бистра І.І., Сефіханова К.А. Витоки розвитку та характеристика анімаційних послуг у туризмі. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. Черкаси. № 1 (11), 2024. С. 40-45.

Керівник: \_\_\_\_\_

  
(підпис)

к. е. н., доцент Валентина ДЕМКО  
(учене звання, науковий ступінь, ім'я та прізвище)

Довідка видана від 20.12.2024