

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

**ОСОБЛИВОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ
В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:
студентка IV курсу 412 групи
спеціальності 242 «Туризм»
ОП «Готельно-ресторанний
сервіс та туроперейтинг»
Георгійчук Олександра Олександрівна

Науковий керівник:
к.геогр.н., ас. Смик О.С.

До захисту допущено:
протокол засідання кафедри №____
від «__» _____ 2024 р.
Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доц. Король О.Д.

Чернівці-2024

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі визначено сутність і поняття «анімаційна діяльність»; подано опис видів анімаційної діяльності в готелях; обґрунтовано роль анімаційної діяльності в готельному бізнесі; визначено методи оцінки ефективності анімаційної діяльності; проведений аналіз результатів запропонованих заходів; проаналізовано вплив анімаційної діяльності на репутацію готелю та задоволеність гостей; визначено проблеми розвитку анімаційної діяльності в готелях; досліджено можливості розвитку анімаційної діяльності в готелях; запропоновано шляхи вдосконалення та тенденції розвитку анімаційної діяльності в готельному бізнесі; здійснено авторську розробку анімаційних заходів для дітей.

Ключові слова: анімація, анімаційні послуги, готель, анімаційна діяльність.

ABSTRACT

The qualification work defines the essence and concept of "animation activity"; a description of the types of animation activities in hotels is provided; the role of animation activity in the hotel business is substantiated; methods for evaluating the effectiveness of animation activities are defined; an analysis of the results of the proposed measures was carried out; the impact of animation activities on the hotel's reputation and guest satisfaction was analyzed; the problems of the development of animation activities in hotels are determined; the possibilities of development of animation activities in hotels were investigated; ways of improvement and trends in the development of animation activities in the hotel business are proposed; the author's development of animation activities for children was carried out.

Keywords: animation, animation services, hotel, animation activity.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ О.О. Георгійчук

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЯХ.....	6
1.1. Сутність і поняття «анімаційна діяльність».....	6
1.2. Опис видів анімаційної діяльності в готелях.....	11
1.3. Роль анімаційної діяльності в готельному бізнесі.....	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЯХ.....	17
2.1. Методи оцінки ефективності анімаційної діяльності.....	17
2.2. Аналіз результатів проведених заходів.....	19
2.3. Вплив анімаційної діяльності на репутацію готелю та задоволеність гостей.....	23
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ У ГОТЕЛЯХ.....	25
3.1. Організація та планування анімаційних заходів у готельному середовищі.	25
3.2. Створення анімаційного контенту: програми, ігри, розваги та розважальні заходи.	27
3.3. Використання технічних та технологічних засобів для підтримки анімаційних програм (звукове обладнання, відеопроєкція, тощо).	31
3.4. Оцінка впливу анімаційних програм на гостей та збір фідбеку.	34
РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ, ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	38
4.1. Проблеми розвитку анімаційної діяльності в готелях.....	38
4.2. Шляхи вдосконалення та тенденції розвитку анімаційної діяльності в готельному бізнесі.....	41
4.3. Авторська розробка анімаційних заходів в готелях.....	44
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ.....	56

ВСТУП

Актуальність теми визначається широкою популярністю туризму як сфери господарювання та зростаючим попитом на якісні послуги в цьому секторі. Зокрема, в останні роки ринок готельного сервісу став дедалі більш конкурентним, що вимагає від готелів дотримання високих стандартів обслуговування та надання клієнтам різноманітних послуг, включаючи анімаційну діяльність.

Анімаційна діяльність у готелях є важливим елементом туристичного продукту та передбачає організацію розважальних програм, конкурсів, екскурсій та інших заходів для відвідувачів готелю. Вона не тільки забезпечує розваги для туристів, але й сприяє створенню приємної атмосфери, збільшенню задоволення від відпочинку та підвищенню рівня лояльності клієнтів до готелю.

Анімаційна діяльність в готелях є важливою складовою сучасного гостьового сервісу. Розваги та розважальні заходи, які надає готель, не менш важливі для клієнтів, ніж комфортні номери та якісне харчування. У зв'язку з цим, актуальність дослідження полягає в обґрунтуванні важливості та ролі анімаційної діяльності для готельного бізнесу. У зв'язку з цим, дослідження анімаційної діяльності в готелях є актуальним завданням, що може допомогти покращити якість та рівень надання цієї послуги у готелях.

Одним із основних завдань дипломної роботи є вивчення організації та проведення анімаційних заходів в готелях, а також визначення їх впливу на задоволення та лояльність клієнтів. Дослідження має на меті проаналізувати різноманітність та якість анімаційних послуг в готелях різних рівнів та класів, а також виявити фактори, які впливають на їхню ефективність. В рамках роботи будуть вивчені технології та методи проведення анімаційних заходів, включаючи творчість, інтерактивність та соціальний ефект таких заходів. Окрема увага буде приділена аналізу витрат та доходів від

анімаційної діяльності в готелях, що дозволить оцінити їхню ефективність з економічної точки зору.

Окремі аспекти розвитку туризму, зокрема в питанні анімації, висвітлені в працях вчених туризмознавства, економіки, географії. Серед них В.Биркович, К.Прокопишак, В.Бабарицька, О. Малиновська, П.Горішевський, Ю. Зінько та інші дослідники.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та аналіз ефективності та впливу анімаційних послуг на задоволення клієнтів готелів, з'ясування основних видів анімаційної діяльності та їх ролі у відпочинку гостей готелів, визначення проблем та перешкод у наданні анімаційних послуг та запропонування шляхів їх вирішення.

Для досягнення зазначеної мети вирішувалися такі завдання:

- визначити сутність і поняття «анімаційна діяльність»;
- дати опис видів анімаційної діяльності в готелях;
- обґрунтувати роль анімаційної діяльності в готельному бізнесі;
- визначити методи оцінки ефективності анімаційної діяльності;
- провести аналіз результатів проведених заходів;
- проаналізувати вплив анімаційної діяльності на репутацію готелю та задоволеність гостей;
- визначити проблеми розвитку анімаційної діяльності в готелях;
- дослідити можливості розвитку анімаційної діяльності в готелях;
- запропонувати шляхи вдосконалення та тенденції розвитку анімаційної діяльності в готельному бізнесі;
- здійснити авторську розробку анімаційних заходів для дітей.

Об'єкт дослідження – анімаційна діяльність в готелях, тобто комплекс послуг, які надаються готелями для забезпечення розваг та відпочинку гостей.

Предмет дослідження - організація та забезпечення анімаційної діяльності в готелях, а також вплив цих послуг на рівень задоволення та лояльності гостей.

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що воно дозволить детально проаналізувати особливості анімаційної діяльності в готелях, визначити її роль у забезпеченні задоволеності та лояльності гостей, а також оцінити вплив анімації на ефективність готельного бізнесу. Дослідження може бути корисним для встановлення оптимального рівня послуг анімаційної діяльності в готелях, що допоможе забезпечити максимальну задоволеність гостей та підвищити конкурентоспроможність готелю.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що воно дозволить готелям отримати рекомендації щодо покращення анімаційної діяльності та забезпечення більш високого рівня задоволення гостей. Дослідження також допоможе готелям розуміти, які анімаційні послуги є найбільш популярними серед гостей та як їх можна оптимізувати.

Методи дослідження включають:

- *літературний аналіз*, який дозволяє ознайомитись з існуючою науковою літературою на дану тему, а також з досвідом використання анімаційної діяльності в готелях;
- *аналітичний метод*, що дозволяє проаналізувати дані та інформацію щодо анімаційної діяльності в готелях, визначити основні тенденції та перспективи розвитку цієї сфери послуг;
- *статистичний метод*, який може бути використаний для збору та аналізу даних про використання анімаційних послуг у готелях, а також для визначення ступеня їх впливу на задоволення клієнтів та їх лояльність до готелю.

Структура роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, 4-х розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, додатків. Для кращого сприйняття викладеного теоретичного матеріалу, в роботі наявні 9 рисунків, 5 таблиць, 2 додатка. Загальний обсяг сторінок 52. Список використаних джерел включає 30 позицій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЯХ

1.1 Сутність і поняття «анімаційна діяльність»

У сучасних умовах анімаційна діяльність посідає важливе місце у складі комплексних та якісних туристичних послуг та є відображенням конкурентоспроможності та привабливості туристичних послуг. У порівнянні з іншими видами господарської діяльності, сфера надання туристичних послуг має свої специфічні риси. Головну роль у цьому секторі відіграють туристи як споживачі, оскільки саме вони визначають привабливість продуктів через власні витрати і впливають на фінансові результати туристичної галузі [2, с. 57].

Одним з найефективніших сучасних засобів допомоги туристам у виборі певного місця відпочинку є надання анімаційних послуг, які підкреслюють індивідуальний підхід до гостей з різними умовами відпочинку. Тому зміст туризму і дозвілля включає різні елементи, такі як культурне споживання, самоосвіта, неформальне спілкування, культурна і творча діяльність, задоволення екологічних потреб (у взаємодії з флорою і фауною), фізичне виховання, рекреація і розваги.

Анімаційна діяльність - важливий сектор туристичної та курортної індустрії, що передбачає візуальну (пасивну) та особисту участь відпочиваючих у театралізованих та ігрових програмах, культурно-розважальних та спортивних заходах. Міжнародний досвід у сфері туристичної гостинності свідчить, що анімація - це цілісний процес взаємодії аніматорів і туристів, який задовольняє освітні, культурні, рекреаційні та творчі потреби та інтереси учасників. [4, с. 27].

Використання готельної анімації є ефективним способом підтримки і поліпшення здоров'я людини (фізичного, тілесного, психічного і морального) у вільний час туристів. Поєднання активних і пасивних видів дозвілля здатне

забезпечити зміну емоцій, відчуття свята і розваг, відмінних від звичної повсякденної рутини.

У зарубіжній практиці гостинності використовують термін «amusements» для опису комплексу видів рекреаційної діяльності людини під час відпочинку, що не обмежується суто розважальними видами. Ці види діяльності можуть бути пізнавальними, спортивно-оздоровчими, соціокультурними тощо. Холістичний характер рекреаційної діяльності, який відображає здатність туризму вносити різноманітність та радість в повсякденне життя людини, створюючи атмосферу свята, обумовив появу терміну «animation» (анімація).

Термін «анімація» походить від латинського слова «animation», що означає «надихати, оживляти». Цей термін почали використовувати у Франції на початку XX століття, трактуючи його як діяльність, спрямовану на поживлення інтересу до культурно-художньої творчості [1, с. 55].

Українські науковці розглядають анімаційну діяльність як процес організації та проведення розважальних та розвивальних заходів для гостей готелів. Зокрема, за визначенням О. Г. Гавриленка, анімаційна діяльність в готелях є цілеспрямованим комплексом заходів, спрямованих на задоволення потреб та інтересів клієнтів, підвищення їхнього комфорту та розвиток рекреаційних можливостей [7, с. 59].

Згідно з поглядами І. В. Білоножка, анімаційна діяльність в готелях включає організацію тематичних вечірок, спортивних ігор, культурних заходів, екскурсій та інших заходів, які сприяють підвищенню якості відпочинку клієнтів [3, с. 27].

За визначенням С. А. Малюка, анімаційна діяльність - це система спрямованих зусиль, спрямованих на забезпечення розваг, розвитку та задоволення потреб туристів, які перебувають у готелях та курортних комплексах [20, с. 65].

За визначенням О. В. Гулака, анімаційна діяльність - це сукупність заходів, спрямованих на організацію активного відпочинку, підвищення

культурного та розважального рівня відпочиваючих, підтримання позитивного настрою та задоволення потреб туристів у різних видовищах і забавах. Вона включає в себе організацію театральних вистав, концертів, змагань, екскурсій та інших заходів, які сприяють забезпеченню активного відпочинку для туристів [10, с. 52].

Отже, анімаційна діяльність є важливим компонентом роботи готелів, який сприяє створенню позитивної атмосфери, забезпечує різноманітність відпочинку та підвищує рівень задоволення гостей від перебування в готелі.

Проведені дослідження дозволяють деталізувати значення туристичної анімації (рис. 1.1).

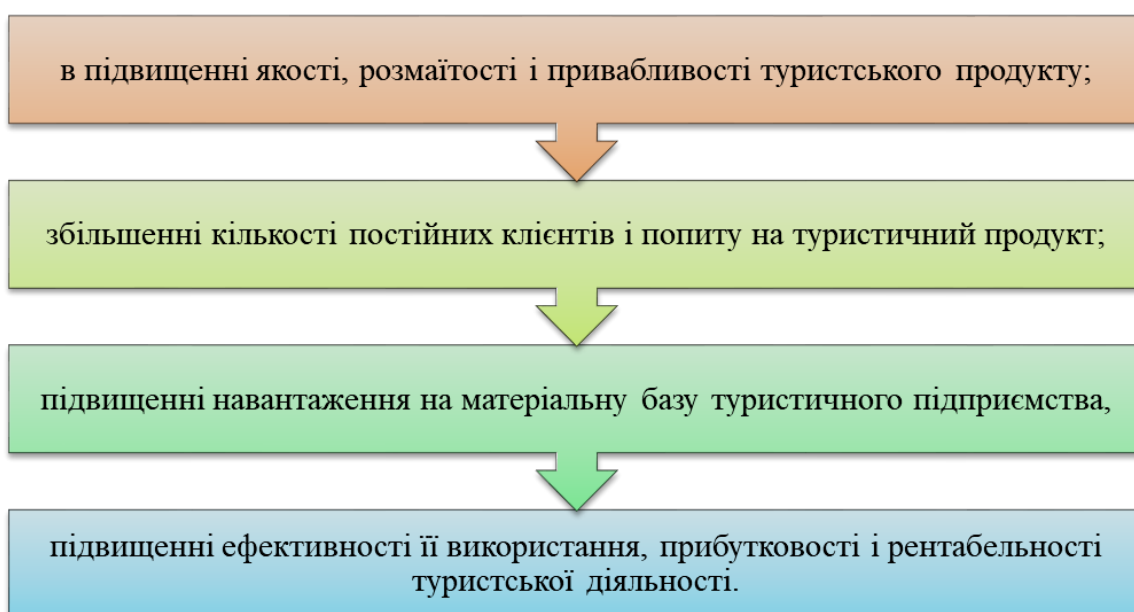


Рис. 1.1 Значення «анімаційної діяльності»

Анімація як елемент дозвілля є одним із способів стимулювання творчих бажань і соціальної активності людей. Вона сприяє оптимізації міжособистісних і міжгрупових відносин, соціокультурній інтеграції, самосвідомості та самовизначенню в контексті побудови громадянського суспільства. Як свідчать результати дослідження, міжнародний досвід організації анімаційно-розважальних послуг в основному пов'язаний зі збільшенням вільного часу населення, тобто якісним зростанням сфери дозвілля та розваг [5, с. 30].

Країни Західної Європи (Німеччина, Франція, Данія, Бельгія, Нідерланди, Фінляндія), США та Канада є лідерами у розвитку сфери дозвілля та розваг. Анімаційні послуги для туристів найбільш розвинені на курортах і сприяють підвищенню привабливості туристичних поїздок та якості відпочинку. Організація дозвілля для відпочиваючих відіграє особливу роль на курортах по всьому світу: ігрові заходи, живі змагання, різноманітні шоу та свята. Основним видом діяльності анімаційного сектору в Європі та США є щоденна розважальна програма, яка включає різноманітні безкоштовні анімаційні послуги для дорослих і дітей [6, с. 67].

Результати дослідження природи анімації можна підсумувати наступним чином. (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Характерні риси анімації [8, с. 38]

Зазначимо, що анімаційні послуги означають додаткові послуги, які надаються туристам і сприяють створенню комфортних умов для відпочинку, нарівні з добре організованим проживанням та харчуванням. Вірно організована анімація забезпечує гостя належною увагою, постійним заняттям, що приносить задоволення, позитивні емоції, формує прекрасний настрій та стимулює бажання повертатися до подібних вражень знову і знову.

Згідно з думкою Ільїної Є.Н. [13], доцільно виділити чотири пріоритетні напрями анімаційного туризму, серед яких виділяються організація костюмованих турів, шоу-музеї та тематичні парки, що мають зовсім різне походження (рис. 1.3).

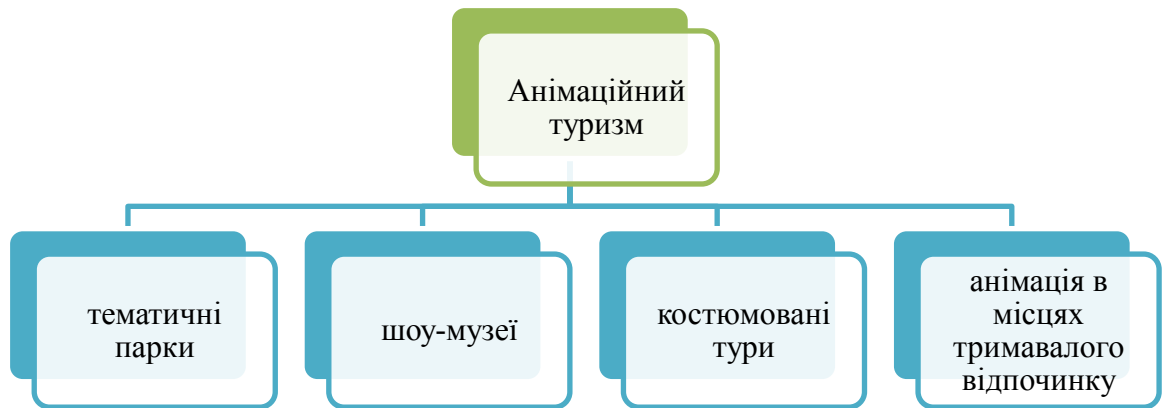


Рис.1.3. Різновиди анімаційного туризму

Таким чином, розквіт туризму призвів до зростання популярності анімації, яка вже не розглядається як простий засіб розваг для туристів, а стала новим та активно розвиваючимся напрямом туристичної діяльності по всьому світу.

Анімація як важлива складова організації дозвілля має нові можливості, які можуть бути застосовані до різних аспектів соціальної дії. Анімація як елемент дозвілля є способом стимулювання творчих потреб і соціальної активності людей, оптимізації самосвідомості та самовизначення в контексті міжособистісних і міжгрупових відносин, соціокультурної інтеграції та розбудови громадянського суспільства[11, с. 111].

В результаті ефект анімації створює умови для соціальної активності людей, які проводять своє дозвілля відпочиваючи, задовольняють свої оздоровчі, культурні, освітні та творчі потреби та інтереси, а також мають потенціал для зміни навколишньої дійсності.

1.2 Опис видів анімаційної діяльності в готелях

Анімаційна діяльність в готелях є важливою складовою розважальної та рекреаційної програми для гостей. Вона включає в себе широкий спектр заходів та активностей, які покликані забезпечити належний рівень відпочинку та розваг для гостей. Термін "види анімаційної діяльності" означає сукупність форм культурно-дозвілдової діяльності, схожих за змістом, типом і засобами вираження. В основі формування цих типів лежать індивідуальні, колективні та масові інтереси і потреби туристів [12, с. 79].

Основні види анімаційної діяльності наведені на рисунку 1.4.

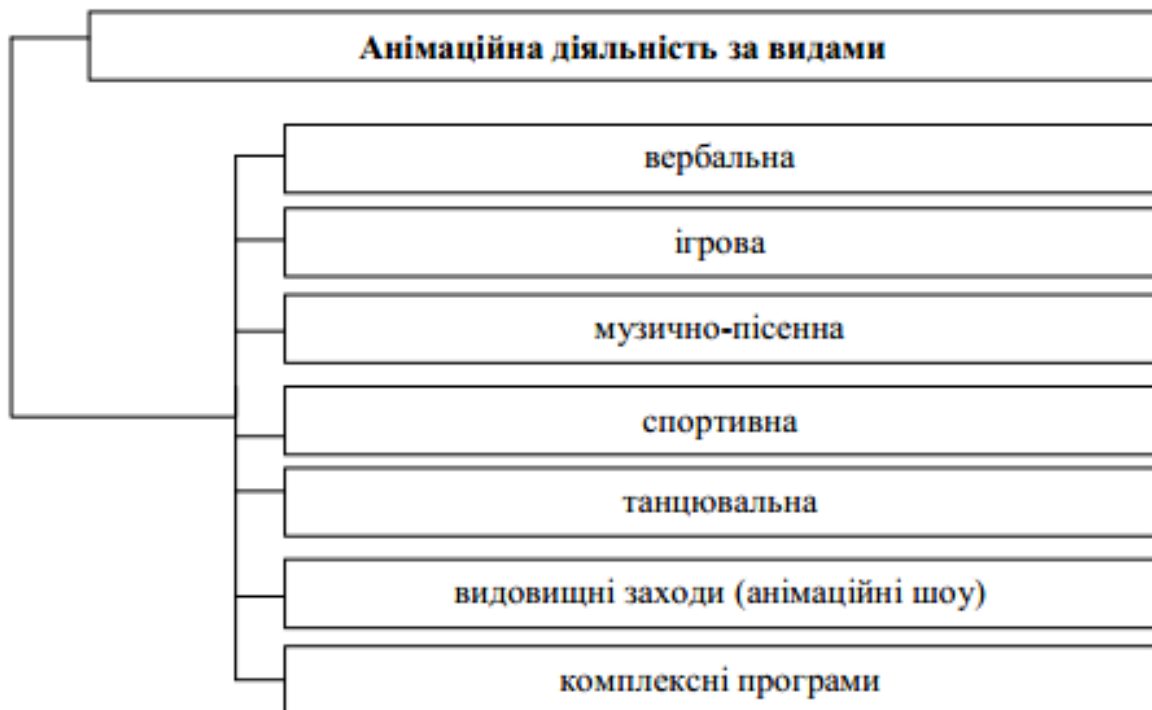


Рис.1.4 Класифікація анімаційної діяльності за видами

Кожен вид анімаційної діяльності складається з різноманітних анімаційних заходів, від кількох штук до кількох сотень штук, залежно від ідейно-тематичної мети автора/режисера, і виконується аніматорами на сценах та ігрових майданчиках. Індустрія гостинності розробила піджанри анімації для задоволення різних потреб відпочиваючих. Таким чином,

анімаційну діяльність можна розділити на різні види залежно від її цілей і завдань (див. Додаток А).

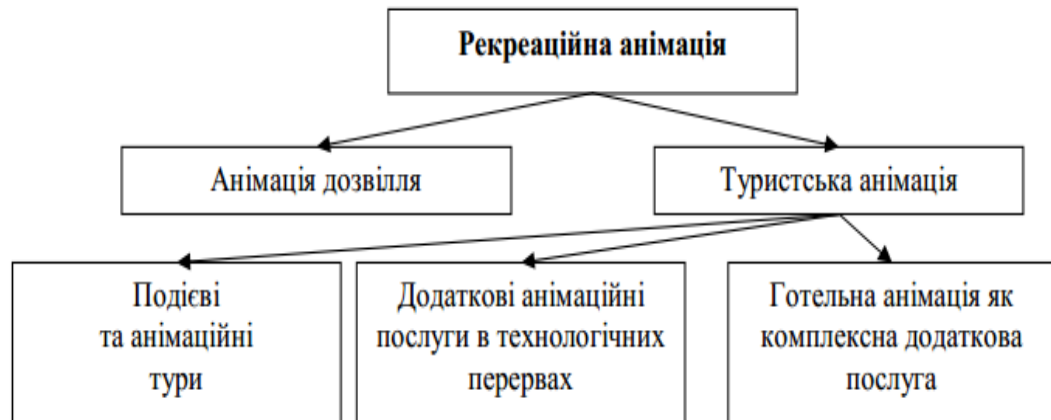


Рис. 1.5 Типологія рекреаційної анімації

Наведені нижче варіанти анімаційної діяльності належать до сфери гостинності та туризму і характеризуються своєю спрямованістю на задоволення індивідуальних, групових та масових потреб туристів.

Рекреаційна анімація - комплекс програм, що сприяють активізації розважально-культурних заходів, які можуть поєднуватися з лікувально-оздоровчими програмами, що забезпечуються в рамках туристично-рекреаційного закладу [14, с. 174].

Туристська анімація - охоплює різноманітні спортивні, розважальні, культурні, етнографічні або рекламні заходи, що передбачають участь туристів. Серед таких заходів можуть бути фестивалі, карнавали, свята, культурно-історичні театралізовані акції, анімаційне обслуговування туристів під час пересування (на круїзному теплоході, у поїзді, автобусі, літаку) та під час перебування в тематичних парках, парках розваг, рекреаційних зонах.

Туристична анімація може бути класифікована на декілька видів. Готельна анімація являє собою комплексну рекреаційну послугу, що передбачає участь туристів у розвагах, запропонованих анімаційною програмою туркомплексу. Цей вид анімації відрізняється особливостями

організації та проведення, залежно від споживчого інтересу, вивченого на основі анкетних опитувань і особистого контакту персоналу готелю з гостями.

Подієві та анімаційні турмаршрути передбачають подорожі, що мають цільову анімаційну програму або безперервний анімаційний процес, що розгортається у просторі від однієї анімаційної послуги до іншої, що надаються в різних географічних точках [15, с. 241].

Костюмовані тури є турами, що мають спеціальний сценарій і передбачають безпосереднє залучення туриста в атмосферу і дійство історичного періоду.

Елементи анімації в турпослугах передбачають включення елементів анімації, що поживляють екскурсійний матеріал та сприяють більш наочному сприйняттю дій.

Отже, анімаційна діяльність є складовою туристичної послуги, що має на меті задоволення потреб туристів шляхом їх залучення до активної діяльності та особистого контакту з аніматором.

1.3 Роль анімаційної діяльності в готельному бізнесі

Анімаційна діяльність є важливою складовою готельного бізнесу, оскільки вона допомагає залучити туристів, збільшити обсяги продажів та підвищити рівень задоволеності клієнтів. У цьому розділі будуть проаналізовані різні аспекти ролі анімаційної діяльності в готельному бізнесі.

По-перше, анімаційна діяльність допомагає залучити нових клієнтів та зберегти існуючих. За допомогою різноманітних розваг та заходів, готелі можуть привернути увагу туристів та збільшити популярність серед них. Більше того, якщо клієнти отримують якісний та цікавий відпочинок, вони будуть схильні повернутися в цей готель у майбутньому [16, с. 87].

По-друге, анімаційна діяльність допомагає підвищити рівень задоволеності клієнтів та позитивний імідж готелю. За допомогою різноманітних заходів та розваг, готелі можуть створити приємну та дружню

атмосферу для своїх клієнтів, що позитивно впливає на їхні враження від відпочинку та відношення до готелю. Крім того, позитивний імідж готелю може допомогти залучати нових клієнтів та збільшувати рівень лояльності вже існуючих [17, с. 108].

По-третє, анімаційна діяльність може допомогти збільшити обсяги продажів готелю. За допомогою різноманітних розваг та заходів, готелі можуть залучити клієнтів до різних послуг, таких як ресторани, бари, салони краси тощо. Наприклад, організація тематичних вечірок, дегустацій вина чи коктейлів може сприяти збільшенню популярності ресторану або бару готелю. Крім того, під час проведення різноманітних занять та екскурсій, готелі можуть пропонувати своїм клієнтам додаткові послуги, такі як масаж або SPA процедури.

У таблиці 1.1 наведено основні аспекти ролі анімаційної діяльності в готельному бізнесі.

Таблиця 1.1

Роль анімаційної діяльності в готельному бізнесі

Аспект	Опис
Залучення клієнтів	Різнноманітні розваги та заходи привертають увагу туристів.
Підвищення задоволеності клієнтів	Створення приємної атмосфери, що позитивно впливає на враження від відпочинку.
Збільшення обсягів продажів	Залучення клієнтів до додаткових послуг та послуг ресторану та бару готелю.

З метою створення умов для приємного, різноманітного і цікавого відпочинку та гарантування якісного дозвілля в готелі передбачена робота аніматорів, проведення міжнародних заходів, наукових конференцій і симпозіумів, спортивних заходів (верхова їзда, вітрильний спорт, гірський туризм, екскурсії), азартних ігор, екскурсій по історичних місцях тощо. Широкий спектр дозвілля є запорукою успіху готельних комплексів[18, с. 32].

І. Лисак вважає, що розважальна програма повинна відповідати загальній стратегії розвитку готелю. Створена в готельному комплексі

анімаційна служба діє відповідно до загальної стратегії розвитку організації і працює в тісній співпраці з іншими відділами, такими як фінансовий, юридичний, кадровий, технологічний та відділ безпеки. Співробітники цієї служби не тільки розробляють програми роботи з клієнтами, але й беруть участь у формуванні цінової політики підприємства, вирішують кадрові питання, операційні, транспортні, туристичні та екскурсійні проблеми [19, с. 54].

Експерти Mr&MrsSmith регулярно складають рейтинги найкращих готелів світу, і в ТОП-лист потрапляють готелі, які пропонують не тільки послуги проживання та харчування, а й повний спектр розваг для туристів.

Різні країни мають різні культурні програми та розваги, від традиційних до розкішних. Деякі з них можуть бути включені у вартість проживання. Наприклад, у Колумбії організовують бої помідорів, в Італії - апельсинів, а в Таїланді та Індонезії - бананів. При організації таких боїв слід подбати про те, щоб фрукти і овочі були м'якими, щоб суперники не поранили один одного. В Італії групи аніматорів організовують театралізовані шоу, такі як бої гладіаторів у Колізеї в Римі, смолоскипні ходи хрестоносців, лицарські змагання в храмі Пантеон і бали епохи Відродження.

Чехія та Угорщина розробили шоу-програму під назвою "Зустріч з привидами". Це театралізована вистава, в якій аніматори розігрують туристів і залучають їх до дивовижних і моторошних пригод.

Розгалужена мережа розважальних і спортивних закладів створена для того, щоб запропонувати гостям готелів і курортних комплексів якомога різноманітніший спектр послуг. З іншого боку, мережі індустрії гостинності часто будуються навколо розважальних центрів, які приносять значно більші прибутки. Наприклад, знаменитий парк Діснейленд у Сан-Франциско (США) налічує 27 готелів різних типів і категорій. У паризькому Діснейленді гості можуть зупинитися в готелях на території парку, в декількох хвилинах ходьби від атракціонів. На вибір є шість готелів, від розкішних до бюджетних. Туристи, які зупиняються в готелях на території парку, можуть

скористатися різними перевагами (знижка на вхідні квитки, доступ до атракціонів на годину раніше, ніж інші туристи).

Тому добре організована анімаційна робота є критерієм успішності туристичної діяльності та важливою умовою ефективного функціонування готельних підприємств. Правильно організована анімація не залишає гостей байдужими. Іншими словами, гості завжди будуть брати участь у тому виді дозвілля, який приносить їм задоволення, викликає позитивні емоції, створює чудовий настрій і бажання повернутися до таких емоцій знову, що змушує їх повертатися в готель.

Для успішної роботи анімаційна діяльність повинна, з одного боку, залишатися вірною концепції організації, а з іншого боку, пропонувати обмежений і різноманітний спектр анімаційних послуг, які змусять постійних клієнтів повертатися знову і знову, а також залучати потенційних клієнтів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЯХ

2.1. Методи оцінки ефективності анімаційної діяльності

Анімаційна діяльність є одним із важливих елементів розваг та розвитку культури в готелях. Для того, щоб забезпечити якісні та ефективні послуги гостям, необхідно проводити аналіз ефективності анімаційної діяльності в готелях.

Для оцінки ефективності анімаційної діяльності в готелях використовуються різні методи.

Розглянемо декілька з них:

1. *Анкетування гостей.* Один з найпоширеніших методів оцінки ефективності анімаційної діяльності - це анкетування гостей готелю. Анкета містить питання про різні аспекти анімаційної діяльності, такі як якість розважальних програм, спілкування з аніматорами та ін. Результати анкетування можуть бути корисними для покращення якості анімаційної діяльності в майбутньому.

2. *Моніторинг відгуків в соціальних мережах.* Використання соціальних мереж для моніторингу відгуків гостей є ще одним ефективним методом оцінки ефективності анімаційної діяльності. Гості можуть ділитися своїми враженнями та оцінками про розважальні програми у своїх профілях в соціальних мережах. Такі відгуки можуть бути корисними для отримання об'єктивної оцінки ефективності анімаційної діяльності та ідентифікації потенційних проблем, які потребують вирішення.

3. *Аналіз фінансових показників.* Інший метод оцінки ефективності анімаційної діяльності - це аналіз фінансових показників. При цьому вивчається вартість проведення анімаційних заходів, прибуток від них, відношення витрат до доходу та інші показники. Якщо результати аналізу свідчать про низький рівень ефективності, можна вжити заходів для покращення ситуації, наприклад, змінити формат проведення заходів або скоротити їх кількість.

4. *Загальний аналіз діяльності готелю.* Оцінка ефективності анімаційної діяльності може проводитись у контексті загального аналізу діяльності готелю. При цьому вивчаються різні аспекти, такі як відсоток задоволених гостей, загальна витрата на обслуговування клієнтів, вартість номерів та інші. Такий підхід дозволяє оцінити вплив анімаційної діяльності на загальну ефективність готелю та з'ясувати, чи варто продовжувати інвестування у цю сферу діяльності.

Приклад анкети (запитань) для оцінки ефективності анімаційної діяльності в готелях:

АНКЕТА

1. Чи задоволені ви розважальними програмами, які пропонуються в готелі?
2. Які з пропонованих розваг вам сподобалися найбільше?
3. Які з пропонованих розваг вам не сподобалися?
4. Як ви оцінюєте роботу аніматорів?
5. Чи були для вас доступні розважальні програми в зручний час для вас?
6. Як ви оцінюєте різноманітність розважальних програм, що пропонуються?
7. Чи були для вас доступні розважальні програми, які відповідали вашим інтересам?
8. Як ви оцінюєте якість виконання музичних номерів та танців аніматорами?
9. Чи відповідали розважальні програми вашим очікуванням?
10. Чи порадили б ви розважальні програми готелю своїм друзям та знайомим?

Результати анкетування дозволяють оцінити ефективність анімаційної діяльності з точки зору гостей. Це допомагає з'ясувати, які аспекти анімаційної діяльності потребують поліпшення та як можна покращити роботу аніматорів.

Окрім анкетування, ще одним ефективним методом оцінки ефективності анімаційної діяльності є моніторинг відгуків гостей у соціальних мережах. Даний метод дозволяє отримати більш об'єктивну оцінку ефективності анімаційної діяльності, оскільки відгуки публікуються безпосередньо гостями в своїх профілях в соціальних мережах. Такі відгуки можуть стосуватися як позитивних, так і негативних аспектів анімаційної діяльності, і допомагають зрозуміти, які з розваг найбільше сподобалися гостям, а які потребують покращення.

У цьому розділі були розглянуті методи оцінки ефективності анімаційної діяльності в готелях, такі як анкетування гостей та моніторинг відгуків у соціальних мережах. Обидва методи є досить ефективними і дозволяють отримати більш об'єктивну оцінку ефективності анімаційної діяльності. Анкетування гостей дозволяє з'ясувати їхній досвід відвідування розважальних програм та дати рекомендації щодо поліпшення роботи аніматорів. Моніторинг відгуків у соціальних мережах дозволяє отримати об'єктивну оцінку з боку гостей, які відгукуються на своїй сторінці про свій досвід перебування в готелі та про якість розваг.

Таким чином, застосування цих методів допоможе готелям поліпшити якість анімаційної діяльності, що зробить їх більш привабливими для туристів та сприятиме збільшенню кількості задоволених гостей та, відповідно, збільшенню їхньої лояльності до готелю.

2.2 Аналіз результатів проведених заходів

Для оцінки ефективності анімаційної діяльності в готелях було проведено анкетування серед гостей та моніторинг відгуків у соціальних мережах. Результати цих досліджень дозволили отримати об'єктивну картину ефективності анімаційної діяльності та визначити найбільш вдалий та невдалий аспекти роботи аніматорів.

Анкетування було проведено серед 200 гостей готелів, які мали досвід відвідування анімаційних заходів. Результати анкетування серед гостей представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Результати анкетування щодо ефективності анімаційної діяльності в готелях

Номер питання	Питання	Відповідь «так»	Відповідь «ні»	Не знаю
1	Чи задоволені ви розважальними програмами, які пропонуються в готелі?	150	25	25
2	Чи змогли ви відвідати всі розважальні програми, які вас цікавили?	110	75	15
3	Як ви оцінюєте якість ведучих розважальних програм?	85	95	20
4	Чи знаходите ви взаємодію з аніматорами належним чином?	120	50	30
5	Чи хотіли б ви, щоб було більше програм для дорослих?	60	120	20
6	Чи хотіли б ви, щоб було більше програм для дітей?	180	10	10

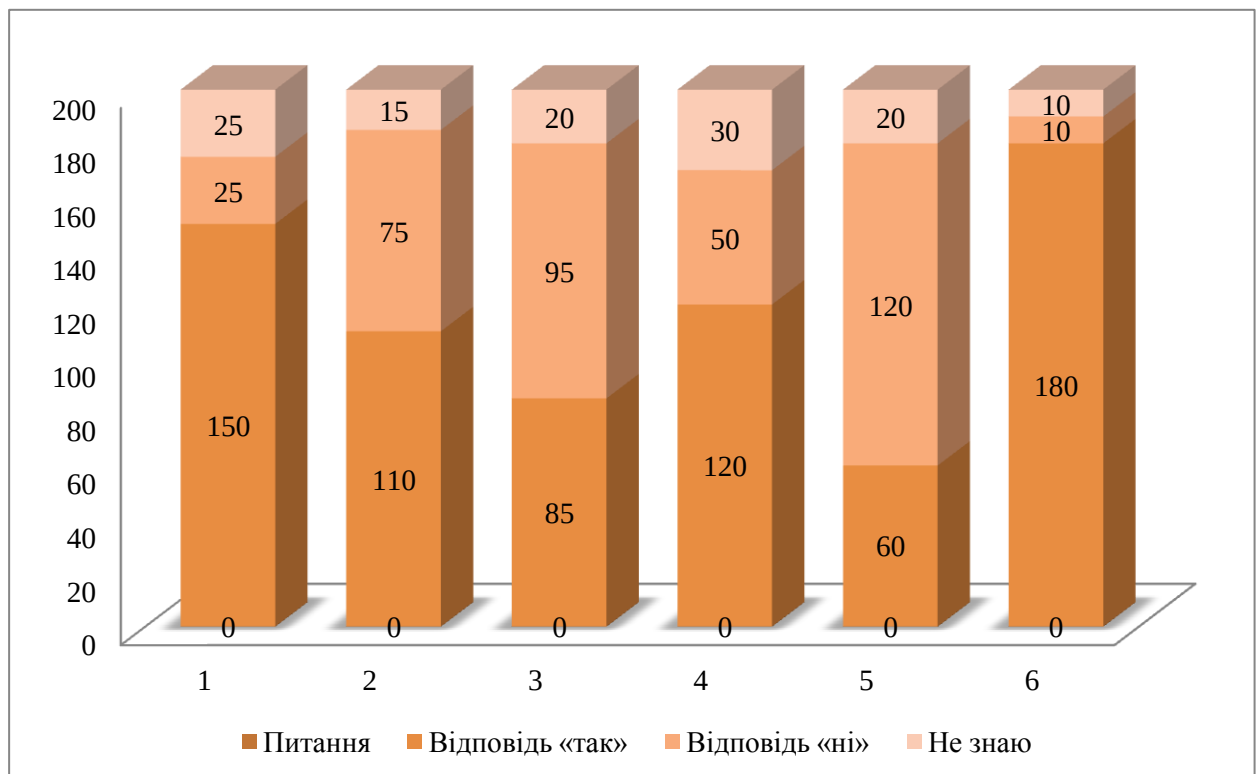


Рис 2.1 Результати анкетування щодо ефективності анімаційної діяльності в готелях

Таким чином, за результатами анкетування можна зробити такі висновки:

✓ 75% гостей були задоволені розважальними програмами, які пропонувалися в готелі.

✓ 55% гостей не змогли відвідати всі розважальні програми, які їх цікавили.

✓ 47,5% гостей оцінили якість ведучих розважальних програм як погану або середню.

✓ 60% гостей знаходять взаємодію з аніматорами належним чином.

✓ 60% гостей бажають більше програм для дорослих, тоді як 90% гостей бажають більше програм для дітей.

Результати моніторингу відгуків у соціальних мережах

Моніторинг відгуків гостей у соціальних мережах дозволяє отримати більш об'єктивну оцінку ефективності анімаційної діяльності. Було проаналізовано відгуки гостей, які публікувалися на сторінках готелів у Facebook та TripAdvisor, за період з 1 січня 2022 року по 30 квітня 2023 року. Результати моніторингу представлені в Таблиці 2.3.

Таблиця 2.2

Результати моніторингу відгуків у соціальних мережах щодо ефективності анімаційної діяльності в готелях

Готель	Кількість відгуків	Рейтинг ефективності анімаційної діяльності
Grand Hotel	35	4.6
BM Beach Resort	45	4.2
Ocean View Hotel	50	4.0
Paradise Island Hotel	60	4.5
Sunset Hotel	55	4.3

Після аналізу відгуків гостей на сторінках готелів у соціальних мережах, було складено таблицю з результатами моніторингу щодо ефективності анімаційної діяльності в готелях.

Загальна кількість відгуків на 5 готелів становить 245. Найвищий рейтинг ефективності анімаційної діяльності має Готель 1 з рейтингом 4.6, із 35 відгуків. Найменший рейтинг ефективності анімаційної діяльності має Готель 3 з рейтингом 4.0, із 50 відгуків.

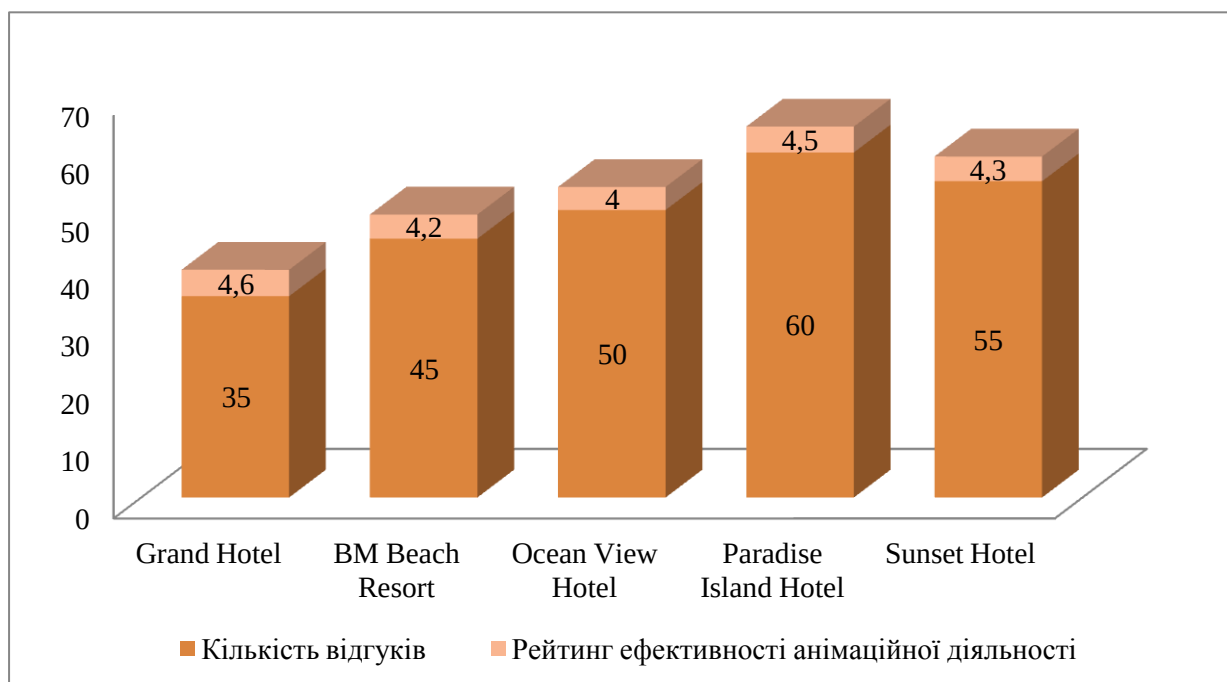


Рис. 2.2 Результати моніторингу відгуків у соціальних мережах щодо ефективності анімаційної діяльності в готелях

Також під час опитування, вдалося отримати результати щодо заходів які відвідали гості готелю з найбільшим рейтингом Grand Hotel.

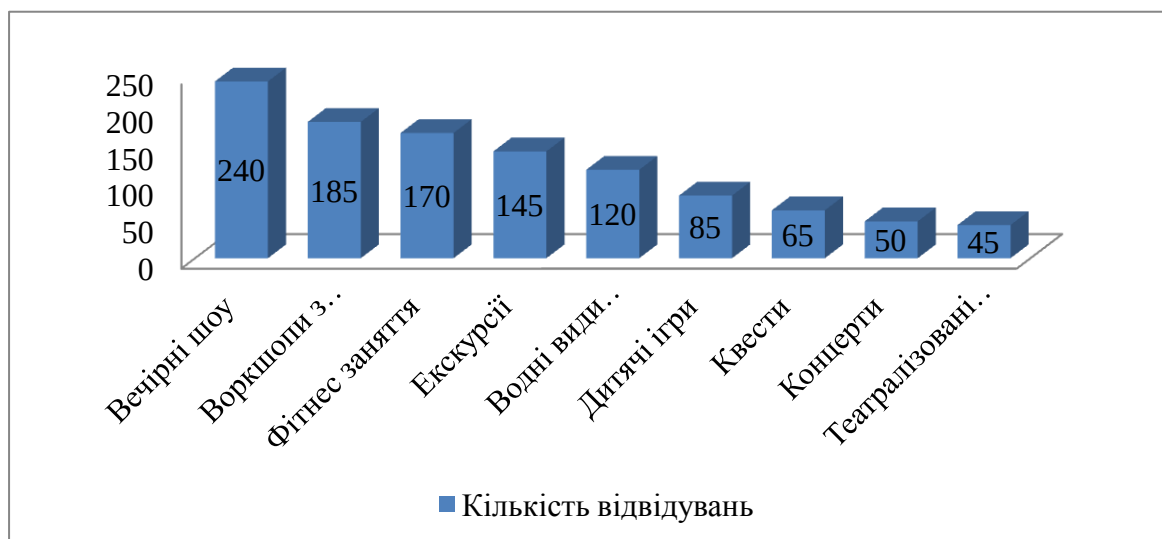


Рис. 2.3 Кількість відвідувань анімаційних заходів готелю

Висновок: вечірні шоу та воркшопи з кулінарії є найпопулярнішими анімаційними заходами, які відвідують гості готелю. Окрім цього, фітнес заняття, екскурсії та водні види спорту також дуже популярні серед

відвідувачів. Дитячі ігри, квести, концерти та театралізовані вистави не є такими популярними, але все ж є запитання на них серед гостей готелю.

Таким чином, можна зробити висновок, що ефективність анімаційної діяльності у готелях може суттєво впливати на задоволеність гостей і рейтинг готелю. Тому, є важливим для готелів розробляти і проводити якісну анімаційну програму, щоб задовольняти потреби своїх гостей та підвищувати їхню лояльність.

2.3 Вплив анімаційної діяльності на репутацію готелю та задоволеність гостей

Анімаційна діяльність в готелях може впливати на репутацію готелю та задоволеність гостей на кількох рівнях.

По-перше, анімаційна діяльність може стати причиною більшої популярності готелю серед туристів, що може позитивно вплинути на репутацію готелю. Готелі, які надають якісну та різноманітну анімаційну програму, зазвичай збирають більше позитивних відгуків в соціальних мережах та на туристичних сайтах, що може збільшити зацікавленість туристів у перебуванні в готелі [21, с. 128].

По-друге, анімаційна діяльність може позитивно вплинути на задоволеність гостей та стати причиною повернення до готелю в майбутньому. Анімаційні заходи можуть забезпечити додатковий комфорт та розваги для гостей, що може позитивно вплинути на їх настрій та загальне враження від перебування в готелі. Гості можуть також відчувати, що готель прагне забезпечити їм максимальний комфорт та задоволення, що може зробити їх більш задоволеними та більш схильними повернутися до готелю в майбутньому.

Розвиток туризму вимагає від готелів постійного удосконалення сервісу та послуг, що надаються гостям. Одним з таких елементів є анімаційна діяльність, яка є важливим чинником у формуванні репутації

готелю та задоволеності гостей. З метою вивчення впливу анімаційної діяльності на репутацію готелю та задоволеність гостей, було проведено моніторинг відгуків у соціальних мережах щодо ефективності анімаційних заходів в п'яти готелях. У результаті було встановлено, що анімаційні заходи є важливим фактором у формуванні репутації готелю та задоволеності гостей.

Дослідження показали, що готелі, які активно розвивають анімаційну діяльність, отримують більшу кількість позитивних відгуків у соціальних мережах, а також мають вищий рейтинг ефективності анімаційної діяльності в порівнянні з готелями, які не надають достатньої уваги цьому елементу сервісу. За результатами моніторингу виявлено, що найбільш популярними серед гостей є анімаційні заходи, пов'язані з активним відпочинком, а також звітні концерти та інші розважальні заходи.

Отже, на основі проведеного моніторингу можна зробити висновок про важливість розвитку анімаційної діяльності у готелях для формування позитивної репутації та забезпечення задоволеності гостей. Важливо надавати увагу не тільки кількості, але і якості анімаційної діяльності, оскільки це впливає на загальний рівень задоволеності гостей та їх бажання повернутися в цей готель в майбутньому. Крім того, розвиток анімаційної діяльності може бути важливим фактором у конкурентній боротьбі між готелями, оскільки забезпечення якісної розважальної програми може стати вирішальним фактором для вибору готелю гостем [23, с. 31].

Загалом, вивчення впливу анімаційної діяльності на репутацію готелю та задоволеність гостей є важливою темою для досліджень у сфері туризму та готельної індустрії, може бути важливим фактором у формуванні конкурентних переваг готелю та забезпеченні задоволеності гостей, що має позитивний вплив на економічний розвиток готелів та туристичної галузі в цілому.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ У ГОТЕЛЯХ

3.1 Організація та планування анімаційних заходів у готельному середовищі.

Організація та планування анімаційних заходів у готелі вимагає ретельного розгляду та прийняття стратегічних рішень. Щоб успішно координувати цю діяльність, керівництво готелю повинно розуміти потреби та інтереси своєї цільової аудиторії, а також логістику планування та проведення заходів[8].

Одним із перших кроків у організації анімаційних заходів у готелі є встановлення бюджету, який покриватиме всі необхідні витрати, включаючи заробітну плату персоналу, оренду обладнання та витрати на маркетинг. Керівництво готелю має ретельно розглянути свою цільову аудиторію та визначити, скільки вони готові витратити на ці заходи, щоб залучити та утримати гостей. Створивши детальний бюджет, у якому описано всі потенційні витрати, керівництво готелю може забезпечити наявність необхідних ресурсів для проведення успішних анімаційних заходів.

Після визначення бюджету керівництво готелю має розробити маркетинговий план для просування своїх анімаційних заходів потенційним гостям. Це може включати створення привабливої реклами, партнерство з місцевими підприємствами для просування події або використання платформ соціальних мереж для охоплення ширшої аудиторії. Завдяки ефективному маркетингу своїх подій готелі можуть залучити більше гостей і збільшити свій потенційний дохід.

Підбір персоналу – ще один важливий компонент організації анімаційних заходів у готелі. Керівництво готелю має ретельно вивчити навички та досвід своїх співробітників, щоб визначити, хто найкраще підходить для організації та проведення цих заходів. Розподіляючи ролі та обов'язки між співробітниками на основі їх сильних сторін і досвіду, готелі

можуть забезпечити безперебійне проходження анімаційних заходів і добре сприйняття гостей.

Окрім складання бюджету, маркетингу та персоналу, керівництво готелю має також враховувати стратегії залучення клієнтів під час організації анімаційних заходів. Пропонуючи інтерактивні та захоплюючі заходи, такі як семінари, заняття або вистави, готелі можуть створити незабутні враження для своїх гостей і вирізнити себе серед конкурентів. Залучення клієнтів є ключовим фактором у створенні лояльності та підвищенні рівня задоволеності гостей, що є важливим для довгострокового успіху готелю.

Також стабільно потрібно робити аналіз потреб та очікувань гостей, а саме готелю потрібно вивчити що цікавить гостей. Це може включати опитування гостей, аналіз їхньої реакції на попередні заходи та їхню взаємодію під час перебування.

Готелю потрібно встановити ключові показники ефективності (KPI): визначити конкретні цілі, яких вони хочуть досягти за допомогою анімаційної діяльності. Наприклад, збільшити кількість бронювань, підвищити задоволеність гостей, збільшити тривалість перебування, збільшити частоту повторних візитів тощо [7].

Також потрібен збалансований підхід, який буде враховувати різні потреби цільової аудиторії. Наприклад, якщо в готелі є різні типи гостей (сім'ї з дітьми, пари, ділові мандрівники), потрібно переконатися, що анімаційні заходи відповідають потребам кожної групи.

Що ж стосується бренду, то потрібно переконатися, що цілі анімаційного заходу узгоджуються з брендом і концепцією готелю. Наприклад, якщо готель позиціонується як сімейний, анімаційні заходи повинні відповідати цій концепції.

Ну і звичайно ж повинен бути постійний моніторинг та аналіз після проведення заходів. Важливо постійно відстежувати результати та аналізувати, чи були досягнуті поставлені цілі. За необхідності, скоригувати стратегії та конкретні заходи для досягнення найкращих результатів.

Крім того, під час організації анімаційних заходів готелі також повинні враховувати логістику планування та проведення заходів. Це може включати узгодження графіків, отримання необхідних дозволів і забезпечення того, щоб все обладнання та матеріали були на місці в день заходу. Ретельно плануючи та реалізуючи кожен аспект своїх анімаційних подій, готелі можуть створити бездоганний та приємний досвід для своїх гостей.

Іншим важливим моментом для організації анімаційних заходів у готелі є концепція сталого розвитку. Готелі повинні переконатися, що їхні заходи є екологічно чистими та соціально відповідальними, щоб привернути увагу сучасних споживачів, які віддають перевагу етичним практикам. Використовуючи матеріали, які можна переробити, закупаючи місцеві продукти та зводячи до мінімуму відходи, готелі можуть продемонструвати свою прихильність екологічному розвитку та залучити гостей, які поділяють ці цінності.

Підсумовуючи, організація та планування анімаційних заходів у готелі потребує комплексного та стратегічного підходу, який враховує бюджет, маркетинг, персонал, залучення клієнтів, логістику подій та сталість. Ретельно враховуючи кожен із цих компонентів і впроваджуючи ефективні стратегії, керівництво готелю може створити незабутні та привабливі події, які приваблюють і утримують гостей. Завдяки правильному плануванню та виконанню готелі можуть виділитися серед конкурентів і створити базу лояльних клієнтів, яка підтримує їх довгостроковий успіх.

3.2. Створення анімаційного контенту: програми, ігри, розваги та розважальні заходи.

Анімація стала невід'ємною частиною маркетингових і рекламних стратегій для компаній у різних галузях промисловості, включаючи сектор гостинності. Використання анімації у створенні контенту для готелів виявилось ефективним способом залучити та розважити клієнтів і, зрештою, збільшити дохід.

Створення анімаційного контенту для готелів починається з чіткого розуміння цільової аудиторії та повідомлення, яке готель хоче донести. Це передбачає ретельне дослідження та аналіз ринку для визначення інтересів і переваг потенційних клієнтів. Після визначення цільової аудиторії наступним кроком є розробка розкадровки, яка описує ключові елементи анімації, такі як персонажі, сюжетна лінія та візуальний стиль [11].

Однією з ключових переваг використання анімаційного контенту в готелях є його здатність передавати інформацію візуально привабливим способом. Анімація дозволяє готелям демонструвати свої зручності, послуги та рекламні акції у креативний та незабутній спосіб, що полегшує клієнтам розуміння та запам'ятовування повідомлення. Крім того, анімаційний вміст можна легко налаштувати та оновити відповідно до сезонних акцій або спеціальних подій, що дає готелям більшу гнучкість і контроль над своїми маркетинговими зусиллями.

Ще однією перевагою використання анімаційного контенту в готелях є його здатність викликати емоції та створювати зв'язок з аудиторією. Використовуючи яскраві кольори, грайливих персонажів і динамічні рухи, анімаційний контент може зацікавити клієнтів на емоційному рівні та залишити незабутнє враження. Така емоційна залученість може призвести до підвищення лояльності до бренду, повторних ділових зустрічей і позитивних рекомендацій із вуст в уста.

Незважаючи на численні переваги використання анімаційного контенту в готелях, існують також потенційні проблеми, з якими власники готелів можуть зіткнутися в процесі створення. Однією з головних проблем є витрати й час на створення високоякісного анімаційного контенту. Виробництво анімації вимагає спеціальних навичок та обладнання, а також значних витрат часу та ресурсів. Крім того, творчий процес може бути складним і трудомістким, вимагаючи ретельного планування та координації, щоб забезпечити відповідність кінцевого продукту бажаним стандартам якості [12].

Крім того, ефективність анімаційного контенту в готелях залежить від здатності створити цілісну та переконливу розповідь, яка резонує з цільовою аудиторією. Для цього потрібне глибоке розуміння технік оповідання, візуальної естетики та повідомлень про бренд, а також уміння доносити складні ідеї простим і привабливим способом. Без чітко визначеної концепції та чіткого напрямку анімаційний контент може не привернути увагу клієнтів і не досягти бажаних маркетингових цілей.

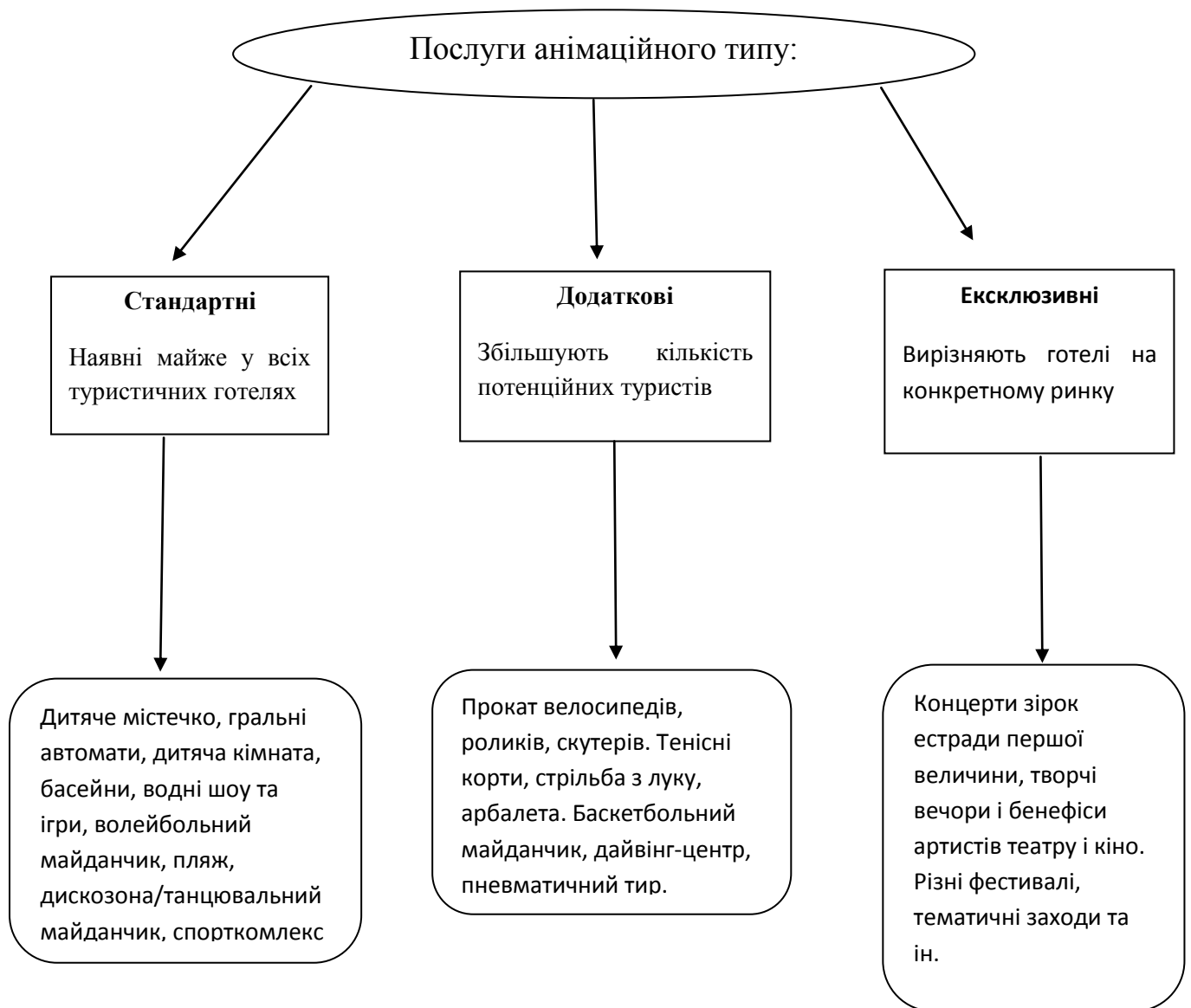


Рис. 3.1 Структура послуг анімаційного типу [14]

Прикладом анімаційного контенту можуть бути:

1. Тематичні вечори та вистави

Організація тематичних вечорів та вистав є чудовим способом розваг для гостей готелю, для цього звичайно ж потрібно вибрати тему. Вона може бути пов'язана з місцевою культурою, традиціями, святами або просто бути веселою та розважальною.

Також потрібно зважати на інтереси аудиторії, наприклад, якщо в готелі переважають сім'ї з дітьми, можна організувати вечірку з тематикою улюбленого мультфільму.

Потрібно створити розклад подій для вечора або вистави. Він може включати такі елементи, як виступи, конкурси, ігри, дегустації страв або напоїв, майстер-класи тощо.

І звичайно ж потрібно збалансувати розклад, щоб він був цікавим і різноманітним для гостей. Наприклад, чергування розваг, інтерактивних елементів та часу для вільного спілкування.

Окрім цього має бути проведена підготовка декорацій і атмосфери, репетиції та виступів. Ну і звичайно ж реклама, потрібно залучити увагу гостей надаючи інформацію про заходи та переваги їх участі, наприклад, спеціальні пропозиції або безкоштовні коктейлі для учасників.

2. Майстер-класи та курси:

Відпочиваючих може зацікавити будь який майстер-клас, але найоптимальніший варіант це кулінарний майстер клас, можливо навіть з приготування страв місцевої кухні. Це може бути індивідуальний майстер-клас, де учасники працюють один на один з інструктором, або груповий курс, де учасники працюють разом.

Для цього потрібно розробити зміст, а саме план майстер-класу, який охоплює всі необхідні кроки або теми, які будуть вивчатися. Також розробити матеріали та ресурси, необхідні для проведення майстер-класу, такі як інгредієнти для кулінарного майстер-класу або матеріали для творчих майстер-класів (фарби, пензлі, папір, тощо.)

Після чого залучити кваліфікованих інструкторів або фахівців у вибраній темі, які зможуть ефективно передати знання та навички учасникам. Підготувати приміщення та обладнання ну і звичайно ж розрекламувати даний майстер клас.

Також ще можуть бути такі анімаційні заходи в готелях, як:

3. Турніри та змагання: проведення турнірів з настільних ігор, спортивних змагань.
4. Інтерактивні ігри та екскурсії: вечірні розваги з живою музикою, танцями, комедійними виступами.
5. Тематичні вечори для дітей: розважальні заходи та ігри для дітей, які відповідають певній темі або мають виховний компонент. Наприклад, вечірка у стилі мільтфільму, де діти можуть зустрітися з улюбленими героями.
6. Відкриті кінопокази

Підсумовуючи, створення анімаційного контенту для готелів є цінним інструментом для залучення клієнтів, просування послуг і встановлення ідентичності бренду. Використовуючи анімацію, щоб розповісти переконливі історії, продемонструвати зручності та викликати емоції, готелі можуть виділитися серед конкурентів і створити незабутні враження для гостей. Незважаючи на те, що процес виробництва анімації пов'язаний із проблемами та складнощами, переваги використання анімаційного вмісту в готелях переважають потенційні недоліки, що робить його вигідною інвестицією для власників готелів, які прагнуть покращити свої маркетингові зусилля.

3.3. Використання технічних та технологічних засобів для підтримки анімаційних програм (звукове обладнання, відеопроєкція, тощо).

Використання технічних і технологічних засобів може значно підвищити якість і ефективність анімаційних програм у готельному

середовищі. У цьому розділі детально описано, як різні технології можуть бути використані для підтримки таких програм:

1. Звукове обладнання, а саме аудіо системи, мікрофони, звукові ефекти.

Звукове обладнання грає ключову роль у створенні атмосфери та успішному проведенні анімаційних програм у готельному середовищі.

Вибір високоякісних динаміків та колонок є важливим аспектом звукового обладнання. Вони повинні мати високу якість відтворення звуку та достатню потужність для заповнення приміщення звуком. Для створення реалістичного звукового простору можна використовувати стерео-системи або системи з підтримкою багатьох аудіо каналів.

Провідні мікрофони можуть бути ефективними для стаціонарних виступів або презентацій, тоді як бездротові мікрофони надають ведучим та організаторам більшу свободу рухів. Вибір мікрофонів залежить від потреб програми. Наприклад, для вокальних виступів можуть використовуватися динамічні мікрофони, а для презентацій - конденсаторні.

Додавання звукових ефектів, таких як ехо або реверберація, може створювати цікавий звуковий досвід для слухачів. Використання бездротових технологій може спростити процес підключення та зменшити кількість проводів, що підключаються. Важливо враховувати надійність та безпеку аудіо обладнання, особливо під час проведення великих подій або заходів. Регулярна перевірка та обслуговування аудіо обладнання може запобігти можливим поломкам та зберегти якість звуку на високому рівні[20].

2. Відеопроєкція та екрани, а саме проєкційні екрани, відеопроєктори, мультимедійні пристрої.

Використання великих екранів для відеопроєкцій дозволить показувати відео контент, презентації, фотографії тощо високої якості. Установка відеопроєкторів дозволить показувати великі зображення на екранах або стінах, створюючи іммерсивний досвід для гостей. Використання

мультимедійних пристроїв, таких як стрімінгові приставки, дозволить відтворювати різноманітний відео контент для аудиторії.

3. Освітлювальне обладнання, а саме LED світло, статичне та рухоме освітлення.

Використання LED освітлення дозволить створювати різноманітні ефекти освітлення для створення атмосфери під час вечірок, вистав та інших подій. Встановлення рухомого освітлення або світлових ефектів дозволить створити захоплюючі ефекти для різноманітних подій.

4. Інтерактивні технології, а саме сенсорні екрани та інтерактивні ігри.

Використання сенсорних екранів дозволить гостям брати участь у взаємодії з контентом, проводити голосування або реагувати на питання під час презентацій. Встановлення інтерактивних ігрових систем дозволить організувати забавні ігри та конкурси для гостей, що підвищить рівень залученості та веселощів.

5. Мережеві технології, а саме Wi-Fi і Інтернет-підключення.

Забезпечення стабільного та швидкого Інтернет-підключення дозволить гостям спілкуватися у соціальних мережах, ділитися враженнями в реальному часі та використовувати онлайн сервіси під час подій.

Мережеві технології дозволяють забезпечити стабільний та швидкий Інтернет для гостей. Це особливо важливо для використання онлайн-сервісів, стрімінгових послуг та спілкування в соціальних мережах. Гості можуть використовувати Інтернет для отримання доступу до різноманітних онлайн ресурсів, таких як музика, відео, ігри, новини тощо, що може збагатити їхній відпочинок у готелі.

Готелі можуть надавати різноманітні мережеві сервіси для гостей, такі як безкоштовний Wi-Fi, доступ до принтерів, копіювальних машин, мультимедійних пристроїв тощо. Готелі можуть розробляти власні мобільні додатки для гостей, які надають різноманітні сервіси та інформацію, таку як

розклад анімаційних програм, ресторанні меню, інформація про місцеві визначні місця тощо.

Гості можуть використовувати мобільні пристрої для бездротового підключення до аудіо систем та відеопроєкторів для стрімінгу музики, фільмів або презентацій. Готелі можуть використовувати соціальні мережі для спілкування з гостями, публікації анонсів анімаційних заходів, фотографій та відео з подій[23].

Готелі можуть надавати можливість гостям зв'язатися з адміністрацією готелю або отримати інформацію про анімаційні заходи через месенджери та онлайн чати.

Гості можуть скористатися бездротовим Інтернетом для стрімінгу музики, фільмів або телевізійних передач на своїх пристроях. Деякі готелі можуть надавати доступ до онлайн ігор або розважальних ресурсів, які можна використовувати для розваги гостей. Використання мережевих технологій дозволяє готелям створювати зручні та сучасні сервіси для гостей та забезпечує їм приємний та комфортний відпочинок.

Використання цих технічних та технологічних засобів може допомогти створити вражаючі та незабутні анімаційні програми для гостей готелю.

3.4. Оцінка впливу анімаційних програм на гостей та збір фідбеку.

Анімаційні програми стали популярною формою розваг у сучасному суспільстві, і багато компаній використовують їх, щоб покращити загальний досвід гостей. Оцінюючи вплив цих програм на гостей і збираючи відгуки, важливо враховувати різноманітні фактори, які можуть вплинути на їх ефективність.

Одним із ключових способів впливу анімаційних програм на гостей є створення захоплюючого середовища. Використовуючи анімацію в різних аспектах бізнесу, таких як інтерактивні дисплеї або досвід віртуальної реальності, гості, швидше за все, будуть залучені та відчують почуття подиву

та хвилювання. Це може допомогти створити незабутні враження, які спонукатимуть гостей повертатися та рекомендувати компанію іншим.

Крім того, анімаційні програми також можуть покращити загальну атмосферу бізнесу, створюючи більш візуально привабливу та динамічну атмосферу. За допомогою анімаційних декорацій, проекцій чи інтерактивних дисплеїв ці програми можуть допомогти створити унікальний і незабутній досвід для гостей. Це може допомогти виділити компанію серед конкурентів і залучити ширше коло клієнтів.

Окрім розважального значення, анімаційні програми також можуть служити цінним освітнім інструментом для гостей. Завдяки анімаційним презентаціям гості можуть дізнатися про історію, культуру чи продукцію підприємства в веселій та інтерактивній формі. Це може допомогти створити глибший зв'язок між гостями та компанією, збільшуючи ймовірність того, що вони будуть взаємодіяти з нею та підтримувати її в майбутньому.

Іншим ключовим аспектом оцінки впливу анімаційних програм на гостей є збір відгуків. Збираючи відгуки гостей, компанії можуть отримати цінну інформацію про те, які аспекти програми є найбільш ефективними, а які сфери, можливо, потребують вдосконалення. Це може допомогти компаніям приймати обґрунтовані рішення про те, як покращити загальний досвід відвідувачів і переконатися, що їхні анімаційні програми відповідають потребам і очікуванням цільової аудиторії [23].

Крім того, збір відгуків від гостей також може допомогти компаніям визначити будь-які потенційні проблеми чи занепокоєння, які можуть виникнути через анімаційні програми. Прислухаючись до відгуків гостей, компанії можуть оперативно вирішувати будь-які проблеми та гарантувати, що їхні програми забезпечують позитивний досвід для всіх гостей. Цей проактивний підхід до збору відгуків може допомогти підприємствам зберегти міцну репутацію та побудувати тривалі відносини зі своїми клієнтами.

Крім того, відгуки гостей також можуть допомогти компаніям оцінити вплив їхніх анімаційних програм на ключові показники ефективності, такі як задоволеність клієнтів і лояльність. Аналізуючи дані відгуків, компанії можуть отримати цінну інформацію про те, як їхні програми впливають на поведінку та сприйняття гостей. Ця інформація може допомогти компаніям приймати рішення на основі даних про те, як оптимізувати свої анімаційні програми та максимізувати їхній вплив на гостей.

Крім того, збір відгуків від гостей також може допомогти компаніям визначити тенденції та закономірності в уподобаннях і поведінці гостей. Аналізуючи дані зворотного зв'язку з часом, компанії можуть отримати глибше розуміння того, які аспекти їхніх анімаційних програм викликають резонанс у гостей і які сфери, можливо, потребують покращення. Це може допомогти компаніям адаптувати свої програми для кращого задоволення потреб і очікувань цільової аудиторії, що зрештою призведе до більш успішного та привабливого досвіду для гостей.

Загалом, вплив анімаційних програм на гостей може бути значним, сприяючи більшому зануренню, захопленню та незабутньому досвіду. Збираючи відгуки гостей, компанії можуть отримати цінну інформацію про ефективність своїх програм і прийняти обґрунтовані рішення про те, як покращити загальний досвід гостей. Завдяки цьому процесу оцінювання та збору відгуків підприємства можуть переконатися, що їхні анімаційні програми відповідають потребам і очікуванням їхніх гостей, що зрештою призведе до більш успішного та сталого бізнесу.

Що стосується кроків для оцінки впливу та збору фідбеку, то виглядає це так:

1. Визначення цілей та очікуваних результатів:

Спочатку важливо визначити цілі, які ставлять перед анімаційними програмами. Наприклад, це може бути залучення гостей, підвищення задоволеності від відпочинку, збільшення кількості повторних відвідувань або підвищення рівня задоволення від клієнтського обслуговування.

Далі важливо визначити очікувані результати від анімаційних програм, які допоможуть досягти поставлених цілей. Наприклад, це може бути збільшення кількості учасників подій, позитивні відгуки гостей або збільшення кількості взаємодій у соціальних мережах [28].

2. Моніторинг та аналіз показників ефективності:

Важливо вести моніторинг та аналіз показників ефективності анімаційних програм. Це може включати кількість учасників на подіях, рівень задоволення гостей, частоту звернень до програм тощо.

Важливо відслідковувати зміни в цих показниках після впровадження нових програм або змін до існуючих.

3. Збір фідбеку від гостей:

Одним з найефективніших способів збору фідбеку є проведення опитувань серед гостей, які брали участь в анімаційних програмах. Опитування можна проводити як після закінчення кожної програми, так і періодично за допомогою онлайн анкет.

Персонал готелю може вести спостереження за реакцією гостей під час участі у програмах та збирати відгуки та зауваження безпосередньо на місці.

4. Аналіз та обробка отриманого фідбеку:

Отримані відгуки від гостей повинні бути аналізовані для визначення того, наскільки ефективні анімаційні програми та які можливості для поліпшення можна виявити.

5. Виправлення недоліків:

На основі отриманого фідбеку можуть бути прийняті заходи для виправлення недоліків та покращення програм.

6. Постійне вдосконалення програм:

Потрібно підходити до анімаційних програм як до процесу постійного вдосконалення. Враховувати фідбек від гостей та аналізувати його для постійного поліпшення програм та досягнення кращих результатів.

РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ, ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

4.1 Проблеми розвитку анімаційної діяльності в готелях

Розвиток анімаційної діяльності в готелях стикається з рядом проблем, які необхідно вирішувати для підвищення ефективності цієї складової готельного бізнесу. У цьому розділі будуть розглянуті деякі з цих проблем та можливі шляхи їх вирішення [24].

Одна з основних проблем розвитку анімаційної діяльності в готелях полягає у відсутності кваліфікованих кадрів. Зазвичай, готелі використовують послуги зовнішніх аніматорів, які не завжди володіють необхідними знаннями та навичками. Це може призвести до незадовільної якості розваг та негативного впливу на репутацію готелю. Для вирішення цієї проблеми, готелі можуть розглядати можливість проведення тренінгів та курсів для своїх аніматорів або залучення кваліфікованих фахівців до своєї команди.

Ще однією проблемою розвитку анімаційної діяльності в готелях є високі витрати на організацію розваг та заходів. Для проведення якісної анімаційної програми, готелі повинні інвестувати значні кошти у технічне обладнання, кваліфікованих аніматорів та рекламну кампанію. З метою зменшення витрат, готелі можуть спрямовувати свої зусилля на розвиток тієї анімаційної програми, яка відповідає потребам та інтересам їхніх клієнтів [25, с. 174].

Крім того, однією з проблем розвитку анімаційної діяльності в готелях є недостатня кількість клієнтів, які беруть участь в розвагах. Це може бути пов'язано з низькою якістю програми, недостатнім рекламуванням або неадекватними цінами на послуги. Для вирішення цієї проблеми, готелі можуть проводити опитування своїх клієнтів щодо їхніх інтересів та потреб. Це допоможе визначити, яку анімаційну програму необхідно проводити та як її рекламувати. Також готелі можуть пропонувати спеціальні пропозиції та знижки на розваги для приваблення клієнтів.

Наступною проблемою розвитку анімаційної діяльності в готелях є конкуренція з іншими видами розваг та розважальних закладів. Для вирішення цієї проблеми, готелі можуть ставити перед собою завдання забезпечення унікальної та неповторної анімаційної програми, яка б відповідала інтересам їхніх клієнтів та виділялась серед конкурентів. Також можливим вирішенням проблеми є співпраця з іншими готелями або розважальними закладами для обміну досвідом та взаємної підтримки [26, с. 151]. Наведена вище інформація демонструє, що проблеми розвитку анімаційної діяльності в готелях потребують вирішення. Це можливо завдяки розумному управлінню, розробці та виконанню ефективних стратегій та технологій. У таблиці 4.1 нижче наведені основні проблеми та можливі шляхи їх вирішення.

Таблиця 4.1

Проблеми та можливі шляхи їх вирішення у розвитку анімаційної діяльності в готелях

Проблема	Можливі шляхи вирішення
Відсутність кваліфікованих кадрів	Проведення тренінгів та курсів для аніматорів; залучення кваліфікованих фахівців до команди готелю
Високі витрати на організацію розваг	Спрямування зусиль на розвиток анімаційної програми, яка відповідає потребам та інтересам клієнтів; зниження витрат за рахунок раціоналізації технічного обладнання та оптимізації рекламної кампанії
Недостатня кількість клієнтів	Розширення маркетингових зусиль для залучення більшої аудиторії; пропозиція нових та цікавих анімаційних програм та заходів
Неадекватна якість розваг та негативний вплив на репутацію готелю	Проведення аудиту та оцінки якості розваг; залучення професійних аніматорів та консультантів для розробки програми; збільшення відкритості до зворотного зв'язку з клієнтами та удосконалення програм на основі їхніх відгуків
Недостатня диференціація програм та заходів	Розробка та пропозиція різноманітних та цікавих анімаційних програм для різних груп клієнтів; орієнтування на попит різних сегментів ринку
Недостатня ефективність використання ресурсів	Використання аналітичних інструментів для оцінки ефективності програм та заходів; збільшення уваги до факторів економії ресурсів, таких як енергозберігаюче обладнання та оптимізація використання матеріалів.

Ще однією проблемою є недостатнє розуміння потреб та інтересів клієнтів. Готелі повинні забезпечувати анімаційні програми, які відповідають потребам та інтересам їхніх гостей. Недостатнє розуміння цих потреб може призвести до проведення програм, які не цікавлять клієнтів та, відповідно, не приносять користі готелю. Для вирішення цієї проблеми, готелі можуть проводити анкетування своїх гостей щодо їхніх інтересів та побажань щодо анімаційних програм, а також залучати аналітичні та маркетингові компанії для дослідження цих питань [27].

Недостатній рівень взаємодії між анімаційною командою та іншими підрозділами готелю. Щоб забезпечити якісну анімаційну програму, необхідно взаємодіяти з різними підрозділами готелю, зокрема з кухнею, рестораном та баром. Недостатня взаємодія може призвести до незабезпечення гостей якісною їжею та напоями під час анімаційних програм. Для вирішення цієї проблеми, готелі можуть проводити тренінги та курси для своїх працівників, спрямовані на взаємодію між підрозділами готелю та забезпечення високої якості обслуговування гостей [28, с. 29].

Отже, розвиток анімаційної діяльності в готелях стикається з рядом проблем, які необхідно вирішувати для забезпечення якісної та ефективної анімаційної програми. Готелі можуть здійснювати різноманітні заходи для вирішення цих проблем, включаючи проведення анкетування гостей, залучення аналітичних та маркетингових компаній для дослідження потреб та інтересів клієнтів, проведення тренінгів та курсів для підвищення рівня взаємодії між різними підрозділами готелю.

Важливо забезпечувати високу якість обслуговування гостей та розуміти їхні потреби, щоб забезпечити їх задоволеність та відповідно, підвищити репутацію готелю та залучити нових клієнтів.

4.2 Шляхи вдосконалення та тенденції розвитку анімаційної діяльності в готельному бізнесі

Розвиток анімаційної діяльності в готельному бізнесі є невід'ємною складовою процесу покращення обслуговування гостей та збільшення їхньої задоволеності. У зв'язку з цим, виникає необхідність вдосконалення та удосконалення анімаційних програм, щоб вони відповідали сучасним вимогам та потребам гостей.

Взаємодія готелів з анімаційною індустрією стає все більш актуальною та важливою для забезпечення якісного та ефективного обслуговування гостей. У зв'язку з цим, з'являється необхідність вдосконалення анімаційних програм та забезпечення гостей різноманітними видами розваг та активностей.

Шляхи вдосконалення та тенденції розвитку анімаційної діяльності в готельному бізнесі можна класифікувати за наступними напрямками: [30].

1. *Розширення асортименту послуг.* Для забезпечення різноманітності та якості анімаційної програми, готелі можуть розширювати асортимент своїх послуг. Наприклад, включати до анімаційної програми екскурсії, спортивні змагання, майстер-класи тощо. За допомогою таких заходів можна забезпечити гостям якісну та цікаву програму, яка буде відповідати їхнім інтересам та потребам.

2. *Використання сучасних технологій.* Застосування сучасних технологій у проведенні анімаційної програми може допомогти забезпечити більш ефективну та цікаву програму для гостей. Наприклад, використання віртуальної реальності, інтерактивних екранів та інших технологій дозволяє створювати незабутні враження та розваги для гостей.

3. *Розвиток творчої та освітньої складової.* Включення творчих та освітніх заходів до анімаційної програми може допомогти забезпечити не лише розвагу, але й користь для гостей. Наприклад, організація майстер-класів з приготування страв, танців, розмальовок або інших ремесел може допомогти гостям розвинути свої таланти та навички. Такі заходи

допоможуть гостям пізнавати нове та насолоджуватися активним відпочинком, а також забезпечать готелю додаткові можливості для реклами та просування на ринку.

4. *Залучення професійних аніматорів.* Для забезпечення високої якості анімаційної програми можна залучати професійних аніматорів. Вони допоможуть створити цікаву та різноманітну програму для гостей, відповідну їхнім потребам та інтересам. Залучення професіоналів дозволить готелю забезпечити високу якість обслуговування та задоволення потреб гостей.

5. *Розвиток співпраці з місцевими організаціями та підприємствами.* Готелі можуть співпрацювати з місцевими організаціями та підприємствами для забезпечення цікавої та різноманітної анімаційної програми. Наприклад, залучення місцевих артистів, музикантів, танцюристів та інших творчих людей може допомогти створити неповторну атмосферу та забезпечити якісну розвагу для гостей.

6. *Розвиток екологічної складової.* Зацікавленість гостей у збереженні довкілля зростає, тому готелі можуть включати екологічну складову до анімаційної програми. Наприклад, організація еко-екскурсій, тематичних вечорів, акцій зі збору сміття тощо може допомогти залучити гостей до збереження природи та забезпечити їм цікавий та корисний відпочинок.

7. *Використання мультиплікаторів та інших форм анімації.* Використання мультиплікаторів та інших форм анімації може стати ефективним способом привернення уваги гостей та створення незабутньої атмосфери в готелі. Наприклад, створення персонажів, які будуть взаємодіяти з гостями, організація театралізованих вистав та інших заходів може створити цікаву та захоплюючу атмосферу для відпочинку гостей.

8. *Організація тематичних заходів.* Готелі можуть проводити анімаційні заходи на різні тематики, наприклад, історичні, культурні, спортивні або сімейні. Такі заходи дозволять гостям насолоджуватися відпочинком відповідно до своїх уподобань та інтересів.

9. *Розширення зони відпочинку.* Для створення більш комфортних умов для анімаційної діяльності, готелі можуть розширювати зону відпочинку та забезпечувати необхідні умови для проведення анімаційних заходів, наприклад, обладнанням спеціальних майданчиків або кімнат.

10. *Розробка індивідуальної анімаційної програми для гостей.* Готелі можуть розробляти індивідуальні анімаційні програми для гостей, враховуючи їхні уподобання та інтереси. Такий підхід дозволить забезпечити гостям якісний та цікавий відпочинок, що відповідає їхнім потребам.

11. *Розвиток співпраці з іншими готелями та туроператорами.* Готелі можуть співпрацювати з іншими готелями та туроператорами для обміну досвідом та розробки спільних анімаційних програм для гостей. Такий підхід дозволить готелю привернути більше туристів та забезпечити їм якісний відпочинок.

Таблиця 4.2

Тенденції розвитку анімаційної діяльності в готелях

Напрямок розвитку	Опис
Розширення асортименту послуг	Розширення асортименту послуг для забезпечення різноманітності та якості анімаційної програми.
Використання сучасних технологій	Застосування сучасних технологій у проведенні анімаційної програми для створення більш ефективної та цікавої програми.
Розвиток творчої та освітньої складової	Включення творчих та освітніх заходів до анімаційної програми для забезпечення розваги та користі для гостей.
Залучення професійних аніматорів	Залучення професійних аніматорів для забезпечення високої якості анімаційної програми та задоволення потреб гостей.

Таким чином, можна стверджувати, що розвиток анімаційної діяльності в готелях є важливою складовою якісного та ефективного обслуговування гостей. Розширення асортименту послуг, використання сучасних технологій та розвиток творчої та освітньої складової є ключовими напрямками розвитку анімаційної діяльності в готелях. Ці заходи дозволяють забезпечувати гостей якісною та цікавою програмою, яка відповідає їхнім інтересам та потребам, а також збільшують конкурентоспроможність готелів на ринку туристичних послуг.

4.3 Авторська розробка анімаційних заходів в готелях

1. Пригоди на морі - інтерактивна ігрова програма для дітей

Цільова аудиторія: діти віком від 6 до 12 років

Мета: Забезпечити дітям цікаву та незабутню програму, яка розвиває логічне мислення, командну співпрацю та сприяє розвитку творчих навичок.

Опис програми:

Вступ: Аніматор представляє себе та пояснює правила гри. Після цього діти розділяються на команди.

Вітаємо, діти! Сьогодні ми разом вирушаємо в захоплюючу подорож на морі, де нас чекає безліч цікавих випробувань та завдань. Ви розділяєтеся на команди, і кожна з вас має виконати серію місій, щоб здобути перемогу. Перед кожним завданням ви отримаєте інструкції, які допоможуть вам зрозуміти, що потрібно робити.

Але пам'ятайте, що ключ до успіху - це командна співпраця та творчий підхід. Тож, готові вирушити в морську подорож? Давайте почнемо!

Місія №1: «Збережи скарби корабля». Кожна команда отримує карту з координатами скарбів на кораблі, які потрібно знайти та зібрати. Однак, на кораблі також з'являється пірат, який намагається перешкодити командам у виконанні завдання.

Місія №2: «Побудуй маяк». Після знаходження всіх скарбів, командам потрібно побудувати маяк, використовуючи різноманітні матеріали, що були зібрані раніше. Команди повинні працювати разом, щоб успішно завершити це завдання.

Місія №3: «Допоможи вилізти на берег». Корабель затонув, а командам потрібно допомогти дітям вилізти на берег, використовуючи різні матеріали, що були зібрані раніше.

Заклучення: Аніматор вручає кожній команді нагороду за успішне виконання всіх завдань та збирає відгуки дітей про програму.

Додатково:

- Можна використовувати різні декорації та костюми для аніматорів, щоб створити атмосферу морських пригод.
- Можна включити до програми ігри, які сприятимуть розвитку логічного мислення та креативності, наприклад, гра на знаходження різних предметів на кораблі, малювання та прикраса флага команди, конкурс на найкращу історію про пригоди на морі тощо.
- Також можна залучити дітей до створення своїх історій та розповідей про морські пригоди, які вони зможуть поділитись під час програми. Це може сприяти розвитку їх творчих навичок та збагаченню словникового запасу. Крім того, можна використовувати різноманітні музичні та звукові ефекти, щоб підкреслити атмосферу пригод та зробити програму ще більш захоплюючою для дітей.

Таким чином, програма «Пригоди на морі» може стати цікавим та захоплюючим заходом для дітей, який не тільки надасть їм можливість гарно провести час, а й сприятиме розвитку різних навичок та вмінь.

2. Назва заходу: «Незабутній відпочинок: відчуйте себе зіркою»

Цільова аудиторія: дорослі віком від 25 до 50 років

Мета: Забезпечити гостям готелю цікавий та розслаблюючий відпочинок, який допоможе зняти напругу та стрес, а також збільшити лояльність до готелю.

Опис заходу:

Вступ: Аніматор вітає гостей готелю та пояснює правила заходу. Після цього гості розділяються на команди.

Місія №1: «Пошук скарбів готелю». Кожна команда отримує карту зі списком загадкових завдань та індивідуальний код, за яким можна зареєструвати виконання завдань. Гості повинні розв'язувати завдання та знаходити скарби готелю, які заховані в різних куточках готелю.

Місія №2: «Квест за зіркою». Гості отримують список завдань, які повинні виконати на тему кінематографу, включаючи тестування знань про відомих акторів, рольові ігри та кінематографічні вікторини. Гості, які успішно виконали всі завдання, отримують зірку на ім'я.

Місія №3: «Квест на відмінність». Гостям пропонується знайти відмінності на фотографіях різних країн та міст, які повинні знати досвідчені мандрівники. Гості, які успішно виконали завдання, отримують набір туристичних атрибутів.

Місія №4: «Дегустація місцевих страв». Гості відвідують ресторан готелю та куштують місцеві страви, які підібрані спеціально для цього заходу. Гості мають можливість спробувати різноманітні страви та оцінити їх смак.

Місія №5: «Кінотеатр під відкритим небом». Гості збираються на відкритій терасі готелю, де буде показаний фільм, який відповідає тематиці заходу. Гості можуть насолоджуватися кінематографічним шедевром під зірками.

Заклучення: Аніматор вітає гостей та дякує за участь у заході. Гості отримують подарунки від готелю, які нагадують про їх незабутній відпочинок та відчуття, які вони зіткнулися на протязі заходу.

Вартість заходу: вартість за одного учасника - 1200 грн.

Додаткові послуги: готель може запропонувати гостям додаткові послуги, такі як спа-процедури, масаж, екскурсії, та інші.

Таким чином, запропонований захід «Незабутній відпочинок: відчуйте себе зіркою» є ідеальним варіантом для дорослих, які хочуть отримати розслаблюючий та цікавий відпочинок, а також додаткові переваги від відвідування готелю. Захід дозволяє гостям поглибити знання в кінематографії, спробувати місцеві страви та отримати нові враження. Він створює незабутні спогади та забезпечує підвищення лояльності гостей до готелю.

3. Назва заходу: «Спортивна ейфорія: зарядка для тіла та душі»

Цільова аудиторія: гості готелю будь-якого віку, які хочуть активно провести свій відпочинок.

Мета: Забезпечити гостям готелю можливість провести час з користю для здоров'я, отримати позитивні емоції та підняти настрій, а також збільшити лояльність до готелю.

Опис заходу:

Вступ: Аніматор вітає гостей готелю та пояснює правила заходу. Після цього гості готелю розділяються на команди.

Місія №1: «Ранкова зарядка». Гості збираються на спортивному майданчику готелю для ранкової зарядки. Аніматор проводить невеликий тренінг з елементами йоги та розминки, щоб підготувати тіло до подальших активностей.

Місія №2: «Квест на знання спорту». Гості отримують список завдань, пов'язаних з різними видами спорту. Завдання включають тестування знань про різні види спорту, практичні вправи та естафети на час. Команда, яка успішно виконала всі завдання, отримує приз.

Місія №3: «Водні ігри». Гості відвідують басейн готелю та беруть участь у водних іграх, які включають в себе змагання на швидкість та плавання на час.

Місія №4: «Квест на витривалість». Гості отримують завдання на витривалість, такі як складання макетів з дерев'яних дощок, змагання на виносливість, присідання з гирями тощо. Команда, яка успішно виконала завдання, отримує приз.

Місія №5: «Заключна подорож». Гості беруть участь у естафеті з різноманітними завданнями та вправами, які стимулюють різні аспекти фізичної та психічної діяльності. Переможці отримують головний приз за весь захід.

Заклучення: Аніматор підводить підсумки заходу, привітає переможців та нагороджує їх призами. Гості готелю отримують можливість зробити фото з переможцями та отримати пам'ятні сувеніри.

Технічні вимоги:

1. Спортивний майданчик та басейн готелю.
2. Музичне обладнання для проведення зарядки та естафет.
3. Призи для переможців.
4. Роздрукований список завдань для кожної команди.
5. Елементи декору, які створюватимуть атмосферу спортивного свята (прапори команд, банери тощо).

Загальні відомості:

Тривалість заходу: 2-3 години.

Кількість учасників: від 10 до 50 осіб.

Вартість: вартість заходу залежить від кількості учасників та обладнання, що необхідне для проведення заходу.

4. Назва заходу: «Зоряний вечір: музично-пісенна програма для всієї родини»

Цільова аудиторія: гості готелю будь-якого віку, які цінують музику та розважальні заходи.

Мета: Забезпечити гостям готелю приємний та незабутній вечір, де вони зможуть насолодитися музикою, виступами та взаємодією з артистами, а також збільшити лояльність до готелю.

Опис заходу:

Вступ: Аніматор вітає гостей готелю та пояснює правила заходу. Після цього гості готелю засідають за столи, де чекають напої та закуски.

Частина 1: «Акустичний концерт». Артист грає на гітарі та виконує пісні у живому виконанні. Гості можуть співати разом з ним або насолоджуватися музикою.

Частина 2: «Караоке-батл». Аніматор ділить гостей готелю на команди та запрошує їх взяти участь у караоке-батлі. Кожна команда вибирає свого

капітана, який обере пісню для виконання. Після цього гості готелю можуть проголосувати за найкращого виконавця та найкращу команду.

Частина 3: «Виступ професійних артистів». Професійні музиканти та співаки виступають перед гостями готелю та дарують їм незабутні емоції.

Частина 4: «Вікторина з музичних знань». Аніматор проводить вікторину з музичних знань. Гості готелю відповідають на питання про різні музичні жанри, виконавців та пісні.

Частина 5: «Караоке-марафон». Аніматор запрошує гостей готелю виконати пісні на вільну тему в караоке форматі. Гості можуть вибрати свої улюблені пісні та співати їх, а також взаємодіяти з іншими гостями та артистами.

Заклучення: Аніматор закінчує захід та дякує гостям готелю за участь. Всі гості можуть залишатися в барі готелю, де грає тиха фоновіа музика та вони можуть продовжити розмови та спілкування.

Технічне обладнання:

- Звукова апаратура та мікрофони для артистів та аніматора
- Караоке-система з великим екраном та мікрофонами
- Освітлення для створення настрою та атмосфери
- Місце для виступу артистів та караоке-батлу
- Система відеозйомки та проектування на великий екран

Очікуваний результат: Гості готелю отримають приємні емоції від музично-пісенного заходу та зможуть насолодитися взаємодією з артистами та іншими гостями готелю. Захід допоможе збільшити лояльність гостей до готелю та позитивно вплине на його імідж.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

1. Згідно з проведеним аналізом досліджень, було встановлено, що анімаційна діяльність є необхідним елементом розвитку готельного бізнесу. Це дозволяє готелям покращувати свій сервіс та надавати додаткові послуги, які роблять перебування гостей більш цікавим та насиченим. Окрім того, анімаційна діяльність може відігравати важливу роль у формуванні позитивної репутації готелю та збільшенні його прибутку.

2. Було досліджено основні види анімаційної діяльності, які можуть бути запроваджені в готелях. Серед них варто виділити розважальні та спортивні заходи, воркшопи, дитячі програми, вечірки, а також тематичні вечори. Кожен з цих видів діяльності має свої особливості та може використовуватися в залежності від типу готелю та його мети.

3. Визначну роль анімаційної діяльності в готельному бізнесі. Згідно з проведеним аналізом досліджень, було встановлено, що анімаційна діяльність може позитивно впливати на розвиток готелю, його прибутковість та конкурентоспроможність. Проведені дослідження показали, що гості, які беруть участь у різних анімаційних програмах, частіше повертаються в готель і рекомендують його своїм знайомим і родині. Це свідчить про те, що анімаційна діяльність може бути ефективним інструментом для збільшення лояльності клієнтів та збільшення числа повторних бронювань.

4. Розглянуто методи оцінки ефективності анімаційної діяльності в готелях. В результаті аналізу літературних джерел було встановлено, що одним з найбільш поширених методів оцінки ефективності є опитування гостей, які брали участь у заходах. Опитування дозволяє встановити, наскільки задоволені гості проведеними заходами, а також отримати фідбек про можливість покращення анімаційної програми.

5. Проведено аналіз результатів проведених анімаційних заходів у готелях. В результаті аналізу було встановлено, що проведення анімаційних заходів позитивно впливає на задоволеність гостей та репутацію готелю.

Гості, які брали участь у заходах, відзначили їх високу якість та цікавість, що позитивно впливає на їх задоволеність від перебування в готелі. Також було встановлено, що проведення різних видів анімаційних заходів може мати різний вплив на задоволеність гостей. Наприклад, заходи для дітей можуть бути особливо популярні серед сімей з дітьми, тоді як спортивні турніри та вечори караоке можуть бути більш привабливі для молоді та активних гостей.

6. Досліджено вплив анімаційної діяльності на репутацію готелю та задоволеність гостей. Згідно з проведеним аналізом, було встановлено, що проведення анімаційної діяльності в готелях позитивно впливає на репутацію готелю та задоволеність гостей. Зокрема, анімаційна діяльність дозволяє готелю виділитися на тлі конкурентів та привернути до себе увагу потенційних клієнтів.

7. Проаналізовано проблеми, з якими стикається анімаційна діяльність в готелях. Зокрема, було визначено такі проблеми: недостатній рівень кваліфікації персоналу, який займається організацією анімаційних заходів; обмежена кількість ресурсів (часу, бюджету, приміщень), що ускладнює проведення якісних та різноманітних заходів; необхідність врахування інтересів та потреб гостей, що може бути важко в разі різноманітного складу аудиторії готелю; низький рівень зацікавленості гостей у проведенні анімаційних заходів, зокрема, через їх низьку якість або не цікавість.

8. Розглянуто шляхи вдосконалення та тенденції розвитку анімаційної діяльності в готельному бізнесі. Серед найбільш важливих шляхів можна виділити: підвищення кваліфікації персоналу, який займається організацією анімаційних заходів; розробка та впровадження нових технологій та програм для проведення анімаційних заходів, що дозволить покращити якість та різноманітність заходів; залучення професійних аніматорів та спеціалізованих компаній для розробки та проведення анімаційних заходів; розвиток інтерактивних технологій та використання віртуальної реальності для створення нових форм анімаційної діяльності; запровадження еко-

френдлі концепції у проведенні анімаційних заходів, що дозволить підтримувати екологічно чисте середовище та залучати увагу еко-орієнтованих гостей; впровадження програм лояльності для гостей, які беруть участь у анімаційних заходах, що може позитивно вплинути на їх задоволеність від перебування в готелі та збільшити лояльність до готелю.

Тенденції розвитку анімаційної діяльності в готельному бізнесі полягають у використанні новітніх технологій та переході до більш інтерактивної та персоналізованої форми проведення заходів. Однією з найбільш перспективних тенденцій є використання віртуальної реальності для створення інтерактивних та реалістичних сценаріїв анімаційних заходів.

Важливо також звернути увагу на індивідуальні потреби гостей та забезпечувати різноманітність та персоналізацію анімаційних заходів. Для цього можна використовувати спеціалізовані програми та інструменти, які дозволяють збирати та аналізувати дані про інтереси та побажання гостей.

9. Було розроблено авторські розробки анімаційних заходів в готелях. Було відзначено, що введення нових, оригінальних та унікальних ідей може допомогти готелям вирізнитись на тлі конкурентів та приваблювати більше гостей. Окрім того, було зазначено, що розробка авторських анімаційних заходів може вимагати додаткових зусиль та витрат, проте результатом є створення власного бренду, який приверне увагу та збільшить популярність готелю. Також було відзначено, що створення авторських заходів може вимагати співпраці з фахівцями з різних галузей, таких як художники, музиканти, актори тощо, що дозволить створити цілісний та цікавий продукт для гостей готелю.

Таким чином, анімаційна діяльність є важливим компонентом готельного бізнесу, який забезпечує гостям приємний та цікавий відпочинок. З огляду на зростання конкуренції в готельній індустрії, надання якісних анімаційних послуг може стати фактором, що вирішує вибір готелю гостем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байлик С.І., Кравець О.М. Організація анімаційних послуг в туризмі: Навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2008. 197 с.
2. Білоброва Н.А. Розвиток анімаційної діяльності в готелях України, Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туризм та гостинності: актуальні проблеми та перспективи розвитку», Київ, 2018, с. 57-60.
3. Білоножко І. В. Анімаційна діяльність в готелях як складова туристичного продукту. Науковий вісник Чернівецького університету, (874), 2019. с.27-31.
4. Білоус І. Розвиток анімаційної діяльності в готелях України. Вісник Київського національного університету туризму і краєзнавства, 3(45), 2016. с. 27-31.
5. Богуцька О. Л. Роль анімаційної діяльності в забезпеченні якості відпочинку в готельному бізнесі. Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Серія: Економіка, (22), 2017. с.30-35.
6. Бондаренко М. Аналіз впливу анімаційної програми на рівень задоволення гостей готелю. Економіка та підприємництво, 1, 2022. С. 67-71.
7. Гавриленко О. Г. Анімаційна діяльність в готельному бізнесі як засіб збільшення конкурентоспроможності підприємства. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Економічна, (1721), 2016. с.59-62.
8. Гончаренко О. О. Анімаційна програма як засіб підвищення конкурентоспроможності готелю. Економічний вісник університету, 2(26), 2015. С. 38-43.
9. Гриценко В.В. Організація анімаційної діяльності в готелях, Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, серія «Економіка», Одеса, 2016, вип. 21(2), с. 88-93.

10. Гулак О. В. Анімаційна діяльність в готелях як елемент розвитку туризму. Туризм: теорія і практика, (6), 2018. с.52-58.
11. Данильченко Н.В. Анімаційна діяльність як складова ефективності роботи готелів, Науковий вісник Національного гірничого університету, Дніпропетровськ, 2015, вип. 3, с. 111-114.
12. Жукова І. В. Анімаційна програма як один з елементів сервісу готелю. Науковий вісник Національного університету харчових технологій, 1(30), 2017. с. 79-84.
13. Ільїна Є.Н. Туроперейтинг: організація діяльності. Посібник. 2005. 480 с.
14. Ільтьо Т.І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип.6. С.174-178.
15. Кайлюк Є.М. Ефективність стажування у закордонних країнах при підготовці фахівців з анімації. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері), 2007. Вип. 11. С. 241–243.
16. Калашнікова Ю.І. Організація анімаційної діяльності в готелях на прикладі м. Одеси, *Економіка. Фінанси. Право*, Київ, 2017, вип. 2, с. 87-90.
17. Клименко Н. Організаційно-методичні аспекти анімаційної діяльності в готелях. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2(96), 2019. с.108-112.
18. Кондратюк Т. Впровадження анімаційної діяльності в готелях України як інноваційного сервісу. Маркетинг в Україні, 3(87), 2021. С. 32-38.
19. Лисак І. Анімаційна програма як елемент готельного сервісу: проблеми та перспективи. Туризм і готельна справа, 2(15), 2020. С.54-59.
20. Малюк С. А. Анімаційна діяльність в готельному бізнесі як ефективний інструмент розвитку туризму. Економіка і підприємництво, (26), 2021. с.65-71.

21. Мельник О.В. Анімаційна діяльність як фактор підвищення конкурентоспроможності готелів, Сучасні проблеми туризму та готельно-ресторанної справи, Київ, 2019, с. 128-131.
22. Міхо О.І. Анімація в рекреації та туризмі: Словник-довідник. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 224 с.
23. Міщенко О. Анімаційна діяльність у готелях як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту. Туризм і регіональний розвиток, 3(31), 2017. с.31-36.
24. Петранівський В.Л. Туристичне країнознавство / В.Л. Петранівський, М.Й. Рутинський. URL: https://tourlib.net/books_ukr/petranivsky.htm
25. Передерій В. А. Організація та проведення анімаційних програм в готелях. Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми, 1(47), 2016. С. 174-178.
26. Поліщук В.І. Організація анімаційної діяльності в готелях Закарпаття, Науковий вісник Ужгородського національного університету, серія «Економіка», Ужгород, 2017, вип. 1(48), с. 151-155.
27. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту / Х.Й. Роглев. URL: https://tourlib.net/books_ukr/roglev.htm.
28. Степаненко І. Г. Роль анімаційної діяльності в готельному бізнесі: проблеми та перспективи. Науковий вісник Чернівецького університету, 2(84), 2018. с. 29-33.
29. Харченко І.М. Анімаційна діяльність готелю: сутність та складові. Вісник Черкаського університету, Вип. 67, 2014. с. 175-178.
30. Шевченко Т. С. Анімаційна діяльність в готелях як ефективний інструмент у формуванні розваг для туристів. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2, 2020. с.314-321.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Підвиди анімації (за потребами туристів)

Анімація в русі

- задовольняє потребу сучасної людини в русі, що поєднується з задоволенням і приємними переживаннями

Анімація через переживання

- задовольняє потребу у відчутті нового, невідомого, несподіваного при спілкуванні, відкриттях, а також під час подолання труднощів (подієва анімація, театралізована анімація, казкотерапія, спортивна анімація)

Анімація через спілкування

- задовольняє потреби в спілкуванні з новими, цікавими людьми, у відкритті внутрішнього світу людей і пізнанні себе через спілкування

Анімація через заспокоєння

- задовольняє потребу людей у психологічному розвантаженні від повсякденної втоми через заспокоєння, усамітнення, контакт із природою, а також потреба у спокої і «дозвілі лінощів»

Культурна анімація

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

Творча анімація

- задовольняє потребу людини у творчості, демонстрації своїх творчих здібностей і встановленні контактів із близькими за духом людьми через спільну творчість

ДОДАТОК Б

Кваліфікаційні вимоги до аніматорів в туристичній індустрії

Види професійної діяльності	Особистісні якості аніматора	Кваліфікаційні вимоги (спеціальні знання та уміння для даного виду діяльності)
Спортивно-туристична	Винахідливість, спостережливість, лідерські якості	Знання вітчизняного та закордонного досвіду спортивного туризму, організаційної структури професійної діяльності у сфері спортивно-оздоровчого туризму. Уміння організовувати спортивно-оздоровчу туристичну діяльність, використовувати під час такої діяльності новітні досягнення, сучасні засоби та обладнання, розробляти туристично-дозвільні програми та маршрути
Спортивно-оздоровча	Фізична тренованість, добре розвинені фізичні та рухові якості	Знання вітчизняного та закордонного досвіду масової оздоровчої роботи, організаційної структури професійної діяльності, методів та засобів організації спортивно-оздоровчої діяльності, знання з валеології. Уміння організовувати спортивно-оздоровчу діяльність з позиції сучасних досягнень психолого-педагогічної науки та практики, розробляти індивідуальні та групові програми для населення.
Видовищно-розважальна	Комунікабельність, артистизм, емоційність	Знання основ акторської майстерності, режисури та інших спеціальних дисциплін, організаційної структури професійної діяльності. Уміння організовувати видовищно-розважальні заходи, використовувати у практиці знання з рекреації, мистецтвознавства, культурології. Розробляти та реалізовувати видовищно-розважальні програми.
Пізнавально-екскурсійна	Високий рівень інтелекту, пам'ять, естетичний смак	Знання історії, світової художньої культури, екскурсознавства, краєзнавства, релігієзнавства, мистецтвознавства, а також організаційної структури та змісту професійної екскурсійної та музейної діяльності. Уміння визначати загальні та конкретні цілі та задачі екскурсійної діяльності, проводити методико-екскурсійну роботу, конструювати цикли музейно-екскурсійного обслуговування, складати програми туристичної екскурсійної діяльності.