

DOI 10.31392/NPU-nc.series15.2020.6K(135).12  
УДК 338.487:379.825

**Войтович І.М.**  
кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри теорії фізичного виховання та рекреації,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

**Войтович В.М.**  
старший викладач кафедри теорії фізичного виховання та рекреації,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна,

**Петровіч В.В.**  
кандидат наук з фізичного виховання та спорту, доцент кафедри теорії спорту та фізичної культури,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

**Козіброцький С.П.**  
кандидат наук з фізичного виховання та спорту, доцент кафедри фізичного виховання та рекреації,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

### ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

Основним завдання анімації в туризмі є створення оптимальних умов для задоволення дозвіллевих та рекреаційних потреб клієнтів. Виконання цього завдання вимагає від організаторів пошуку нових форм та засобів анімаційних послуг, схем їх формування та реалізації, з врахуванням уподобань, віку, статі, соціальної приналежності клієнтів. Мета роботи полягає у обґрунтуванні особливостей створення анімаційного туристичного продукту та розробленні алгоритму формування даних послуг з врахуванням зовнішніх та внутрішніх факторів.

Процес формування та надання анімаційних послуг у сфері туризму передбачає: вміння класифікувати туристів, для правильного підбору анімаційних програм; отримання інформації про клієнтів на всіх етапах його обслуговування; наявність в запасі багатьох програм, розрахованих на різні категорії туристів; адекватний підбір кадрового та матеріально-технічного забезпечення; проведення анімаційної діяльності з акцентом на «повторного клієнта». Висновок. Розроблено схему формування анімаційних послуг у сфері туризму, яка опирається на першопричини необхідності соціуму у споживанні даного виду продукту, з врахуванням особливостей клієнтської бази.

**Ключові слова:** анімація, туризм, туристичний продукт, рекреація.

**Voitovych Iryna, Voitovych Vasyl, Petrovych Viktoriia, Kozibrotskyi Serhii. Organization of animation services in tourist sector.** The process of organizing and providing animation services in the tourism sector includes: the ability to classify tourists for the proper selection of animation programs; getting information about clients (physiological, psychological, social) at all stages of providing services (registration, settlement, communication with animators); possessing a variety of programs for different categories of tourists; ensuring the optimal staff recruitment and logistical support; organizing animation activities focusing on the returning clients.

It was determined that the process of preparing of the animation program goes through several stages. The first is the preparatory one aimed at elaborating the animation program according to the information about clients got from travel agency (taking into account the age, ethnic and other characteristics), adapting locations for program activities, providing necessary equipment and technical conditions. The second stage is the initial one designed for informing tourists about animation programs and their key features. The third stage is the meaningful one based on the very interactions between animators and tourists through involving them into animation activities. The goal of the fourth and the last stage is to carry out the analysis of animation programs in order to adjust and improve them. With animator being the last link in the chain of providing animation services, he appears to be responsible for cheering clients up and forming their positive attitude to make them return. He must demonstrate the high level of professional skills and have basic knowledge of psychology, pedagogy and rhetoric. Conclusion: The scheme for organizing animation services in the tourism sector has been elaborated based on the main reasons for the people's need to be provided with this kind of services and taking into consideration particularities of the customer base.

**Keywords:** animation, tourism, tourist product, recreation.

**Постановка проблеми.** Нині необхідність відновлення духовних і фізичних сил людини (після зосередженої або важкої трудової діяльності, щоденних побутових рутинних справ тощо) сприяє активному зростанню подорожей з рекреаційною метою. Обов'язковою умовою рекреаційної діяльності є її унікальність, незвичайність, несхожість на буденні справи, святковість, емоційне переключення, кардинальна зміна місця перебування, нове оточення та ін..

Анімація – це напрям туристичних послуг, метою якого є залучення клієнтів за допомогою організації їх вільного часу шляхом пропонування їм дозвіллевих програм. Останні розробляються та корегуються залежно від ряду чинників: віку і запитів клієнтів, наявності матеріально-технічної бази, природно-кліматичних умов, кадрового забезпечення тощо.

Однак, питання пошуку нових форм та засобів анімаційних програм, схем формування та реалізації даних послуг нині залишається відкритим та актуальним і потребує подальшого вивчення й обговорення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значна увага в сучасних наукових доробках приділяється різноспрямованим аспектам організації анімації. Так, анімацію, як соціальне, соціо-культурне, педагогічне явище досліджували О. В. Андрєєва [1], С. І. Байлик [2], І. І. Булигіна та Н. І. Гараніна [3], Т. М. Лесіна [8], Г. В. Палаткіна, [10], Т. Н. Третьякова [11] й інші фахівці.

Науковці також висвітлюють різні аспекти анімації в рекреаційно-туристичній діяльності. С. М. Килимистий [7] вперше комплексно досліджував анімацію туризму як культурно-рекреаційну діяльність, С. І. Байлик [2] розкрив спортивно-оздоровчі аспекти готельної анімації, І. М. Войтович зі співавторами [5; 6] та О. І. Міхо [9] окреслили коло питань підготовки фахівців сфери туризму до організації анімаційної діяльності. Щоправда, єдиних підходів до сутності рекреаційно-туристської анімації, розробки і шляхів впровадження анімаційних програм в умовах сучасного українського туристичного бізнесу ще не визначено.

Підтримуємо думку Т. І. Власової [4], що з ростом доходу величина витрат на відпочинок збільшується. Туристська активність знаходиться також в прямій залежності від рівня освіти потенційних споживачів. Люди з середньою освітою більше воліють здійснювати розважальні поїздки. Люди з вищою освітою схильні до інтелектуального відпочинку. Звичайно, споживачів анімаційних послуг не можна чітко розділити за категоріями доходу, віку чи роду занять, можна зробити це лише умовно.

Для того, щоб догодити туристу, аніматори повинні про нього досить багато знати, тому що те, що можна запропонувати студентам, навряд чи може порадувати людей похилого віку, і ще й складність полягає в тому, що туристи приїжджають на відпочинок на короткий термін. Ми підтримуємо думку Н. І. Гараніна, І. І. Булигіна про те, що вихід з цієї ситуації все ж існує, якщо дотримуватися таких правил [3]:

- отримувати інформацію про туристів (вік, стать, національність, ступінь активності, улюблені види відпочинку) на всіх етапах його обслуговування (коли оформляє путівку, коли заселяється в готель, коли спілкується з аніматорами);
- знати і вміти класифікувати туристів, щоб правильно підібрати для них програму;
- мати в запасі багато програм, розрахованих на різні категорії туристів.

Разом з тим, аніматорам, які повинні планувати свої програми з урахуванням інтересів клієнтів, важливо вміти правильно класифікувати гостей і туристів, щоб скласти програми на будь-який смак.

**Мета роботи** полягає у обґрунтуванні особливостей створення туристичного продукту та на основі цього розроблення алгоритму формування анімаційних туристичних послуг з врахуванням різних зовнішніх та внутрішніх факторів.

#### **Завдання дослідження:**

1. Виявити та проаналізувати основи організації анімаційних послуг в туризмі та їх специфіку.
2. Визначити складові, які необхідні при організації туристичної анімації.
3. Розробити та описати схему формування анімаційних послуг у сфері туризму.

**Методи дослідження:** аналіз і синтез науково-методичних літератури, опрацювання інтернет-джерел, узагальнення експериментальних досліджень науковців і систематизація отриманих результатів (для виділення та аргументування основних аспектів організації та реалізації анімаційних туристичних послуг); метод теоретичного моделювання (для розробки схеми формування анімаційних послуг у сфері туризму).

**Виклад основного матеріалу.** Існують різні види класифікації туристів, найчастіше їх класифікують за: статтю, віком, рівнем доходів, освітою та соціальною приналежністю.

Враховуючи величезне значення анімаційної діяльності як для суспільства в цілому, так і для доходів туристичних комплексів та економіки туризму, їй слід приділити значну увагу.

Важливий правильний підбір кваліфікованого персоналу в службу анімації, підготовка різноманітних анімаційних програм, з врахуванням контингенту туристів та відповідне матеріально-технічне забезпечення.

Організація відпочинку, дозвілля і розваг є одним з ефективних засобів привабливості, підвищення іміджу та повторного залучення гостей до готелю чи відпочинкового комплексу. Вона впливає і на позитивну оцінку роботи готелю в цілому. Це додаткові послуги, мета яких створити клієнту позитивні емоції, відчути задоволення від відпочинку і бажання приїхати в цей готель ще раз [4].

Згідно досліджень І.І. Булигіної зі співавторами [3], для відпочиваючих потреба в розвазі стоїть на третьому місці після смачної і різноманітної їжі, комфортабельної і затишної кімнати. Тому анімація готельної діяльності займає одне з головних місць в структурі готелю і являє собою окрему службу, яка пов'язана з іншими, є визначальним значенням в забезпеченні успішного функціонування його на ринку послуг.

Загалом, при першопочатках організації анімаційних послуг потрібно зрозуміти, що хоче клієнт, що сприяло цьому і що ви можете запропонувати йому. Отже, передумовами виникнення туристської анімації в її сучасному розумінні полягають в негативних наслідках індустріалізації та урбанізації (рис. 1).

Наслідком швидкого технічного розвитку є наявність в повсякденному житті різних приладів, монотонність праці, фізична і психічна стомлюваність, брак часу і сил на творчість і улюблену справу, екологічне забруднення.

Урбанізація також створила різні негативні наслідки: підвищена щільність населення, збільшення життєвого навантаження, втома від міського поспіху тощо [4].

Реакцією на ці негативні наслідки є бажання виїхати з міста на чисту природу, доторкнутися до духовних цінностей людства (історії, культури, мистецтва), урізноманітнити життєві враження, усунути фізичну і психічну втому, пізнати нове, нових людей, знайти себе і проявити в спілкуванні, побути серед своїх рідних в обстановці відпочинку та розваг без щоденних побутових турбот.

І як наслідок цього – підвищений попит на такі туристські послуги як різні види спортивно-самодіяльного туризму, хобі-тури, екологічні та природо орієнтовані тури, екскурсійно-розважальні маршрути, спортивно-розважальні та лікувально-відновлювальні послуги.

При формуванні анімаційних програм, як туристичного продукту потрібно зібрати та чітко проаналізувати бажання та можливості потенційних клієнтів, з врахуванням їх віку, статі, хобі, національності, приналежності до певної соціальної групи, статусності тощо.

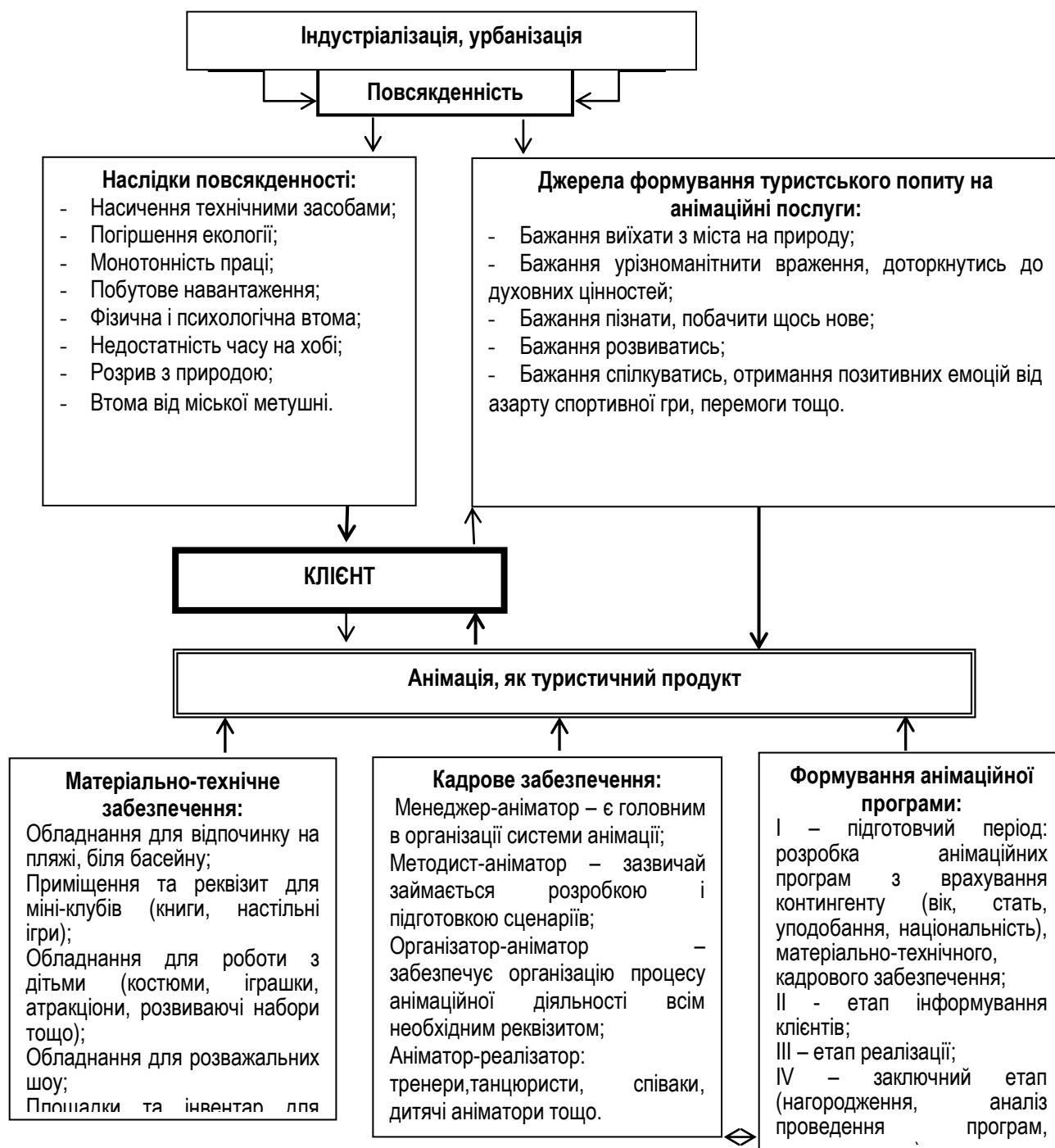


Рис. 1. Схема формування анімаційних послуг у сфері туризму

Розроблені анімаційні програми повинні опиратись на матеріально-технічні можливості і можуть включати: обладнання для відпочинку на пляжі чи біля басейну, приміщення та реквізит для міні-клубів (книги, настільні ігри), обладнання для роботи з дітьми (костюми, іграшки, атракціони, розвиваючі набори, подарунки тощо), обладнання для розважальних шоу, площадки та інвентар для організації спортивних заходів тощо [9].

Процес анімаційних послуг має забезпечуватись висококваліфікованими кадрами, які повинні володіти такими якостями, як комунікабельність, інтелігентність, добродушність, терплячість, відповідальність, кмітливність, винахідливість, почуття гумору, знання іноземних мови. Крім того, вони повинні володіти основами психології, педагогіки, риторики.

Крім того, узагальнивши роботи низки науковців [2; 4; 10] та власні дослідження щодо підготовки та проведення тієї чи іншої анімаційної програми ми виділили кілька етапів цього процесу.

Перший етап повинен включати: визначення цілей і завдань; аналіз існуючих анімаційних програм; вибір місця і часу проведення; проектування анімаційної програми з урахуванням вікових, етнічних та інших особливостей споживачів даної послуги; підбір або створення сценаріїв анімаційних заходів, включених у програму; складання кошторису витрат на реалізацію програми; підбір творчих колективів та розподіл обов'язків усередині анімаційних команд; технічна

підготовка (підбір чи закупівля інвентарю, виготовлення декорацій, костюмів, реквізиту і т. ін.); установку звуко-світлової апаратури, інших технічних засобів, оформлення сцени та ін.; проведення репетицій, вивчення правил ігор; проведення рекламної компанії намічених анімаційних заходів [4; 10].

Протягом *другого* етапу слід інформувати туристів, гостей готелю про наявність та зміст анімаційних програм для різних груп і категорій туристів; встановити контакт з гостями, провести запис на різні анімаційні програми.

*Третій* етап – найбільш відповідальний, який передбачає безпосереднє проведення анімаційної програми, де необхідно поєднати зусилля всіх задіяних аніматорів і вирішити поставлені завдання.

*Четвертий* етап – заключний, в ході якого відбувається прощання з гостями, аналіз проведених програм, анкетування туристів з подальшим аналізом, робота над удосконаленням програми.

Таким чином, реалізація анімаційного проекту значним чином залежить від професійної майстерності виконавця (при плануванні та організації), яке визначається умінням знаходити найбільш оптимальні, прийнятні способи впливу на особистість туриста, задоволення його потреб та інтересів на основі застосування універсальних, придатних для різних практичних та психологічних умов методів та засобів дозвілдової діяльності та їх комбінацій.

**Висновок.** Результатом нашої наукової роботи стало створення схеми формування анімаційних послуг у сфері туризму, яка опирається на першопричини необхідності соціуму у споживанні продукту даного виду послуг через фізичне, розумове, психологічне перенавантаження, з метою набуття позитивних емоцій тощо.

Визначено, що при підготовці туристських анімаційних програм враховуються багато особливостей, що дозволяють провести програму найцікавіше, а саме: вік туристів (діти, школярі, молодь, люди зрілого віку, третього віку, комбіновані (сімейні) групи); стать; чисельність (індивідуальна, групова, масова); активність участі туристів (активна, пасивна); національність туристів.

**Перспективи подальших досліджень** полягають у вивченні аспектів формування анімаційних програм та підготовці кадрів окремо для різних категорій клієнтів з врахуванням їх потреб, уподобань та з метою залучення даних осіб до постійної клієнтської бази.

#### Література

1. Андреева О.В. Технология разработки рекреационно-оздоровчих программ у літньому оздоровчому таборі // Слобожанський науково-спортивний вісник / О.В.Андреева, А.В. Гакман. – 2011. – № 4. – С. 216-220.
2. Байлик С.І., Кравець О.М. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 197 с.
3. Булыгина И.И. Современный подход к организации туранимационной деятельности и подготовке специалистов. // Проблемы социального управления: межвузовский научный сборник / И.И. Булыгина, Н.И. Гаранин, Л.В.Соколова. – Вып.2. – Саратов: СГСЭУ, 2001. – С. 22-26.
4. Власова, Т. И. Анимационный менеджмент в туризме [Текст] : учеб. пособие для вузов по спец. «Туризм», «Соц.-культ. сервис и туризм» / Т. И. Власова, А. П. Шарухин, Н. И. Панов. – М. : Академия, 2010. – 316 с.
5. Войтович И. Н. Организация профильного обучения физической культуре (модуль “Туризм”) / И. Н. Войтович // Здоровье для всех : науч.-практ. журн. Полес. гос. ун-та Республики Беларусь / гл. ред. К. К. Шебеко. – 2014. – № 2. – С. 30-40.
6. Войтович І.М., Войтович В.М., Мацкевич Н.М. (2018). Рекреаційний туризм у процесі підготовки майбутніх фахівців галузі фізичної культури та здоров'я. Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві, (3 (43), 3-11. <https://doi.org/10.29038/2220-7481-2018-03-03-11>.
7. Килимистий С. М. Класифікація видів анімаційної діяльності в туризмі // Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство / С. М. Килимистий, 2015. – Вип.ІІ(5). – С.77-83.
8. Лесина Т.М. Соціально-педагогічні умови стимулювання майбутніх соціальних педагогів до анімаційної діяльності : Дис... канд. наук: 13.00.05 «Соціальна педагогіка». – 2009. – 253 с
9. Міхо О.І. Підготовка фахівців сфери туризму до організації анімаційної діяльності // Практика сучасного туризму: соціальна та економічна ефективність / О.І. Міхо. – К.: КУТЕП, 2009. – 488 с.
10. Палаткина, Г. В. Молодежный туризм [Текст] : учеб. пособие по специальности «Орг. работы с молодежью» / Г. В. Палаткина. – М. [и др.] : КноРус [и др.], 2016. – 206 с.
11. Третьякова, Т. Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. пособие для вузов по специальности «Соц.-культур. сервис и туризм» / Т. Н. Третьякова. – М.: Академия, 2008. – 269 с.

#### References

1. Voitovych, I., Voitovych, V., & Matskevych, N. (2018). Rekreatsiyni turizm u protsesi pidhotovky maibutnih fakhivtsiv haluzi fizychnoi kultury ta zdorovia. [Recreational Tourism In The Process Of Future Specialists Education In The Field Of Physical Culture And Health]. *Fizychnе vykhovannia, sport i kultura zdorovia u suchasnomu suspilstvi* [Physical Education, Sport and Health Culture in Modern Society], 3 (43), 3-11. <https://doi.org/10.29038/2220-7481-2018-03-03-11> [in Ukraine].
2. Adrieieva O.V., Hakman A.V. (2011). Tekhnolohiia rozrobky rekreatsiino-ozdorovchykh prohram u litnomu ozdorovchomu tabori [Technology of recreational and health activities in the summer camp outwork]. *Slobozhanskyi naukovopartyvnyi visnyk* [Slobozhanskyi Herald of Science and Sport]. № 4. 216-220. [in Ukraine].
3. Bailyk S.I., Kravets O.M. Orhanizatsiia animatsiinykh posluh v turizmi [Organization of animation services in tourism]: Navch. posibnyk. – Kharkiv: KhNAMH, 2008. 197 s. [in Ukraine].
4. Bulyigina I.I., Garanin N.I., Sokolova L.V. (2001). Sovremennyiy podhod k organizatsii turanimatsionnoy deyatel'nosti i podgotovke spetsialistov [The modern approach to the organization of touristic and animation activities and training specialists.]. *Problemyi sotsial'nogo upravleniya* [Problems of social management: interuniversity scientific collection] : mezhvuzovskiy nauchnyiy sbornik. Vyip.2. Saratov: SGSEU. 22-26. [in Russia]



5. Vlasova T.I., Sharuhin A.P., Panov N.I. (2010). Animatsionnyiy menedzhment v turizme [Animation management in tourism] : ucheb. posobie dlya vuzov po spets. «Turizm», «Sots.-kult. servis i turizm». Moskva : Akademiya. 316 s. [in Russia]
6. Voytovich I.N. (2014). Organizatsiya profilnogo obucheniya fizicheskoy kulture (modul "Turizm") [Organization of specialized training in physical culture (module "Tourism")]. *Zdorove dlya vseh* [Health for everybody] : nauch.-prakt. zhurn. Poles. gos. un-ta Respubliki Belarus / gl. red. K. K. Shebeko. № 2. 30-40. [in Belarus]
7. Klymystyi S. M. (2015). Klasyfikatsiia vydiv animatsiinoi diialnosti v turyzmi [Classification of Animation Activity Types in Tourism]. *Mizhnarodnyi visnyk: kulturolohiia, filolohiia, muzykoznavstvo*. [International journal: Culturology. Philology. Musicology.]. Vyp.II (5). 77-83. [in Ukraine].
8. Lesyna T.M. (2009). Sotsialno-pedahohichni umovy stymuliuвання maibutnikh sotsialnykh pedahohiv do animatsiinoi diialnosti [Social and Pedagogical Conditions of the Future Social Pedagogues' Motivation to Engage in the Animation Activity]: Dys... kand. nauk ((Dissertation of the candidate of sciences): 13.00.05 «Sotsialna pedahohika». 253 s. [in Ukraine].
9. Mikho O.I. (2009). Pidhotovka fakhivtsiv sfery turyzmu do orhanizatsii animatsiinoi diialnosti [Preparation of specialists in the field of tourism for the organization of animation activities]. *Praktyka suchasnoho turyzmu: sotsialna ta ekonomichna efektyvnist* [The practice of modern tourism: social and economic efficiency]: materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Kyiv, 14 zhovtnia 2008 r.). Kyiv: KUTEP. 488 s. [in Ukraine]
10. Palatkina, G. V. (2016). Molodezhnyi turizm [Youth tourism] : ucheb. posobie po spetsialnosti «Org. roboty i s molodezhyu». Moskva. [i dr.] : KnoRus [i dr.]. 206 s. [in Russia]
11. Tretyakova, T. N. (2008). Animatsionnaya deyatel'nost v sotsialno-kulturnom servise i turizme [Animation activities in social and cultural services and tourism] : ucheb. posobie dlya vuzov po spetsialnosti «Sots.-kultur. servis i turizm». Moskva : Akademiya. 269 s. [in Russia]

DOI 10.31392/NPU-nc.series15.2020.6K(135).13

УДК: 796.015.6-057.876

**Герасименко С.Ю.**  
*кандидат педагогічних наук, доцент,*  
**завідувач кафедри теорії та методики фізичного виховання,**  
**Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, м. Дрогобич**  
**Adam Podolski**  
**Ks. dr hab. prof. UR Uniwersytet Rzeszowski, m. Rzeszow**  
**Жигульова Е.О.**  
*кандидат біологічних наук, доцент,*  
**завідувач кафедри фізичної реабілітації та медико-біологічних основ фізичного виховання,**  
**Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, м. Кам'янець-Подільський**

### ОЦІНКА РІВНЯ ФІЗИЧНОЇ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ ДІВЧАТ 9–10-Х КЛАСІВ

Фізичну працездатність визначали за допомогою індексу Руфф'є за результатами реакції серцево-судинної системи на навантаження, яка передбачає його розподіл на п'ять рівнів: високий ( $\leq 3$ ); добрий (4–6); середній (7–9); задовільний (10–14); поганий ( $\geq 15$ ).

Аналіз отриманих даних свідчить про те, що серед обстежуваних дівчат 9-х класів 8,97% мають поганий рівень фізичної працездатності, задовільний – 62,86%, середній рівень – 17,01% та добрий – 11,16%, серед дівчат 10-х класів поганий рівень фізичної працездатності мають 11,21% школярки, задовільний – 65,76%, середній рівень – 14,29% та добрий – 8,74%. Важливо відмітити, що серед дівчат 9–10-х не було виявлено тих, чия працездатність можна характеризувати як високу.

Середньостатистичні значення індексу Руфф'є свідчать про те, що дівчата 9–10-х класів мають задовільний рівень фізичної працездатності, що доводить необхідність пошуку шляхів її підвищення засобами фізичного виховання у школярів під час навчальної діяльності.

**Ключові слова:** дівчата 9–10-х класів, рівень, фізична працездатність, індекс Руфф'є.

**Gerasymenko S.Y., Adam Podolski., Zhygulova E.O. Estimation of physical performance (capacity) of 9<sup>th</sup> & 10<sup>th</sup> grade girls.** The article defines the physical performance (capacity) level of 9<sup>th</sup> & 10<sup>th</sup> grade girls. Physical performance (capacity) was estimated dueto Ruffieindex according to cardiovascular system response to exertion, which provides distribution on five levels:

- high ( $\leq 3$ );
- good (4-6);
- moderate (7-9);
- satisfactory (10-14);
- poor ( $\geq 15$ ).

The analysis of the obtained data shows that among the surveyed 9<sup>th</sup> grade girls 8.97% have a poor level of physical performance, satisfactory – 62.86%, average level – 17.01% and good – 11.16%, among girls 10 grade 11.21% of schoolgirls have a poor level of physical performance, 65.76% are satisfactory, 14.29% are average and 8.74% – are good.

Average values of Ruffieindex manifest that both 9<sup>th</sup> & 10<sup>th</sup> grade girls possessa satisfactory level of physical