

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ  
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

**Кафедра спортивного туризму**

**Тимошенко Л. О.**

Лекція № 4

**АНІМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ЯК ЗАСІБ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ  
ТУРИСТІВ**

з навчальної дисципліни

**“Організація анімаційної діяльності”**

напрямок підготовки 24 „Сфера обслуговування”

спеціальність 242 „Туризм”

для студентів 3 курсу факультету туризму

ЛЬВІВ 2020

## План

1. Класифікація туристів. Особливості роботи з туристами різних категорій
2. Класифікація туристів за віком
3. Форми роботи з різними віковими групами туристів
4. Класифікація туристів за їх ставленням до проведення дозвілля
5. Анімаційні програми для родинного відпочинку

### **Класифікація туристів. Особливості роботи з туристами різних категорій**

Зацікавлення туристів залежать від багатьох чинників: віку, статі, національності, освітнього рівня, рівня доходів, професійних інтересів, хобі тощо.

Очевидно, що з покращенням матеріального, фінансового стану величина витрат на відпочинок може зростати. Чим вищим є дохід окремої родини, тим більше вона має можливостей для забезпечення більш якісного і цікавого відпочинку. Туристська активність також перебуває у прямій залежності від освітнього рівня споживача. Люди з середньою освітою переважно віддають перевагу розважальним поїздкам, з вищою освітою – схильні, більш схильні до більш інтелектуального відпочинку. Природно, зрозуміло, що споживачів анімаційних послуг важко класифікувати чітко за ознаками їх матеріального стану, віку, статі, професійних здібностей і зацікавлень, це можна зробити лише досить умовно. Наприклад, окремі працівники можуть мати достатньо високі доходи, але їх відпочинкові потреби різко відрізнятимуться від таких же потреб адміністративних працівників чи крупних бізнесменів. Проте аніматорам, які мають планувати свої програми з урахуванням інтересів клієнтів, важливо вміти правильно класифікувати гостей і туристів, щоб укласти анімаційні програми для будь-яких категорій людей.

Для того, щоб догодити туристові, аніматори повинні про нього багато знати. Те, що в анімаційній програмі можна запропонувати туристові-студенту, не завжди сприйматиметься людьми похилого віку, а те, що

призначене для туриста-екстремала, не завжди сподобається тим, хто віддає перевагу пляжному відпочинку. Туристи приїжджають на відпочинок на короткий строк, впродовж якого про них багато не дізнаєшся, але вихід з цієї ситуації завжди знайдеться, якщо:

- отримувати інформацію про туристів (вік, стать, національність, рівень активності, любимі види відпочинку) на всіх етапах їх обслуговування (при оформленні путівки, поселенні у готель і при спілкуванні з аніматорами);
- вміти класифікувати туристів і мотиви їх подорожей, щоб правильно підібрати анімаційну програму;
- мати „під рукою” багато програм, розрахованих на різні категорії туристів і їх інтереси.

Існують і застосовуються різні види класифікації туристів. Найбільш часто зустрічається – за такими критеріями як стать, вік, рівень доходів, освітній рівень, етнічна чи національна приналежність.

**Класифікація туристів за віком.** При проектуванні програм відпочинку тураніматори повинні враховувати вікові особливості груп відпочиваючих:

- 0-2 роки – інфанти (грудні діти);
- 3-8 роки – дошкільнята;
- 9-18 роки – підлітки школярі;
- 18-25 років – молодь, студенти;
- 26-64 роки – дорослі люди;
- 65 років і старші – люди похилого віку, пенсіонери.

У готелях проводять час молоді люди (школярі, студенти, спортивні команди). Це дуже активний контингент і головне для них – провести відпочинок максимально весело і активно. І анімаційна команда, проводячи свої заходи, реалізуючи анімаційну програму, у першу чергу звертає увагу на таку категорію туристів.

Молодих людей умовно можна розподілити на дві вікові категорії: від 18 до 24 років і від 25 до 34 років. Ці категорії людей мають значну рухливу здатність і вплив, бо є найбільш масовими. Через те, що вони є

наймасовішою групою, то можна визначити комплексні тенденції у цьому сегменті - порівняно пізніє одруження, поява у родині першої дитини, невелике домашнє господарство, важливість кар'єри для обох дорослих членів сім'ї.

З урахуванням усього цього можна правильно підібрати форми роботи з ними, найбільш продуктивно поєднувати активний і пасивний відпочинок, зробити відпочинок цікавим і повноцінним.

У міжсезоння і зимовий період готель відвідують, тут поселяються люди похилого віку, пенсіонери. Для них це найсприятливіший період, коли сонце вже не пече так сильно, як влітку. Для цієї категорії туристів анімаційна програма пропонує різноманітні інтелектуальні ігри і нескладні спортивні змагання.

Спостерігається світова тенденція кількісного зростання груп людей похилого віку (60-65 років і старші). Ці групи іноді називають ринком людей зрілого віку, пенсійного віку, похилого віку чи третього віку. Цей сегмент ринку має вивчатися менеджерами анімації, бо він поступово зростає і є не менш важливим, ніж інші сегменти туристського ринку.

З позиції ставлення різних вікових категорій до туризму і подорожей розрізняють чотири основні підгрупи: група людей у віці від 55 до 64 років; від 65 до 74 років; від 75 до 84 років і від 85 років і старші. Вікова група людей від 55 до 64 років характеризується наявністю більших вільних грошових коштів, невеликих домогосподарств і вільна від матеріальних витрат на освіту, виховання і утримання дітей. Люди від 65 до 74 років вважаються активними пенсіонерами. Це важливий сегмент туристичного ринку. Третю групу складають люди у віці від 75 до 84 років. У порівнянні з першою групою вони не такі активні, частіше всього не схильні до тривалих подорожей. Четверту групу складають люди у віці 85 років і старші. Тур комплекси не бачать перспективи, потенціалу даного сегменту ринку. Проте необхідно знати, якими анімаційними програмами можна зацікавити дану вікову категорію.

Потрібно пам'ятати, що хоча пенсіонери мають багато вільного часу, який вони могли б витратити на подорожі, однак вони обмежені у обсягах грошових коштів на ці подорожі. Окремі пенсіонери все ще працюють і витрачати кошти на подорожі. Такі вікові групи можуть стати споживачами недорогих товарів і послуг, тому доцільно пропонувати для них спеціальні пільги, скидки на розміщення і харчування, пільгові тарифи на транспорті.

Люди похилого віку переважно не люблять, коли їм нагадують про їх вік. Отже, анімаційні програми повинні враховувати і цей фактор. Їх спосіб життя, проведення вільного часу дозволяє подорожувати у будь-який проміжок часу року і довше, на відміну від молодих груп населення. Отже, доцільно організовувати агресивні рекламні кампанії для стимулювання попиту цієї групи населення, особливо у період недовантаження туристичних підприємств і в міжсезоння.

**Класифікація за етнічною приналежністю.** Під час проектування анімаційних програм для представників різних націй і народів доцільно враховувати їх етнічну приналежність і бути особливо уважними, знати їх традиції з проведення дозвілля.

**Класифікація за статевою ознакою.** Різні програми можна пропонувати туристам за статевою ознакою. Можуть бути розроблені чисто чоловічі і чисто жіночі дозвіллієві програми.

### **Форми роботи з різними віковими групами туристів**

Під час організації анімації, враховуючи особливості різних вікових категорій туристів, можна пропонувати такі форми дозвіллієвої діяльності:

Дітям дошкільного віку (активним, зацікавленим, непосидючим), головним типом діяльності яких є гра, можна запропонувати ігротеки, казкові подорожі, конкурси малюнків, цікаві прогулянки.

Підліткам-школярам поряд з перерахованими формами можна пропонувати і інші. Діти цього віку відрізняються достатньою активністю,

вимогливістю по відношенню не лише до себе, але й до оточуючих їх людей. Коло зацікавлень підлітків є надзвичайно широким. Це вік романтики і мрій, тому для даної категорії туристів особливо привабливими є походи, романтичні зустрічі і подорожі. Чим насиченішою є діяльність підлітків, тим більше вона їм подобається. Їм можна пропонувати екскурсії і розмови, спортивні змагання і змагання юних туристів, конкурси і дискотеки, живі газети і вікторини, естафети, лицарські турніри, свята тощо.

Для молоді програми дещо змінюються. До цього віку юнаки і дівчата стають фізично зрілими, формуються їх характер і світогляд. Головними видами діяльності цього періоду є навчання і продуктивна праця, котрі вимагають значного напруження сил. У програму проведення дозвілля для цієї вікової категорії доцільно включати: КВНи, вечори і дискотеки, аукціони, ярмарки і театральні вистави, шоу, спартакіади, олімпіади і дискусії, походи, а також ігри по типу телевізійних: „Що? Де? Коли?“, „Поле чудес“, „Розумники і розумниці“, „Колесо історії“ тощо.

На туристичному ринку найбільш активними є дві групи молодого населення: молоді одинаки і молоді родини без дітей. Більшість одинаків – це молоді люди, не обтяжені витратами і турботами на виховання і навчання дітей, що віддають перевагу витраті власних коштів на відпочинок, подорожі, обіди у ресторанах і веселе життя. Одинакам властивими є, як правило, високий рівень освіти, прагнення до успіху у професійній діяльності, підвищені вимоги до комфорту і якості життя, індивідуалізм. Вони багато уваги приділяють організації власного вільного часу, прагнучи повною мірою насолоджуватися життям. Молоді одинокі люди більше подорожують у порівнянні зі своїми ровесниками, що одружені, і з людьми середнього віку. Вони віддають перевагу активному відпочинку за межами своєї країни чи регіону проживання і використовують для цього послуги авіаційного транспорту.

Для людей середнього віку, працездатних, що прагнуть відпочити від щоденної роботи, підійдуть найбільш спокійні заходи: світські салони і

конкурси (краси, гумору, пісні тощо), літературні вечори, творчі вечори, банкети, презентації і концерти.

Для людей похилого віку, котрим усе частіше хочеться пригадати власні молоді роки і все, що з цим асоціюється, не погано було б запропонувати такі форми проведення дозвілля, як вечорниці, вечори старовинної музики, вечори романсу, вечори спогадів. У цьому віці накопичений значний життєвий досвід, навички, якими люди старшого віку прагнуть поділитися з молоддю, тому доцільним є запропонувати їм показати свою майстерність, наприклад, на виставках сувенірів.

Пропоновані гостям види і форми дозвілля мають бути психологічно виправданими. Людям, що займаються роботою зі значними фізичними навантаженнями, корисним буде відпочинок, що позбавляє від напруги, втоми, стресових станів. Для тих, хто веде сидячий спосіб життя, страждає від гіподинамії, потрібен на дозвіллі активізація і зарядка. Крім того, людина повинна отримувати від відпочинку і моральне задоволення. Тому для того щоб правильно скласти програму відпочинку, потрібно точно знати, якому способу проведення відпочинку віддає перевагу клієнт.

### **Класифікація туристів за їх ставленням до проведення дозвілля**

Туристи за їх ставленням до проведення дозвілля поділяють на кілька типів особистості:

1. Перший тип – ініціативні туристи, які заздалегідь планують як робочі дні, так і дні відпустки, тому усі ідеї про організацію відпочинку виходитимуть від них. Головне завдання тураніматора у роботі з такими туристами – вміння вислухати і виконати практично готову програму, „підіграти” ініціативним туристам. Тут потрібна імпровізація і в деяких випадках перехоплення ініціативи.
2. Другий тип – ділові люди, котрі у повсякденному житті позбавленні дозвілля і навіть свій власний вільний час прагнуть витратити з

максимальною користю для власної справи. Частіше за все це бізнесмени, менеджери, представники наукової і технічної інтелігенції. Такий тип туристів віддає перевагу або такому відпочинку, який дає їм можливість вдосконалюватися (ділові ігри, наукові дискусії тощо), або спокійний відпочинок, який дає їм можливість розслабитися, відпочити від шаленого темпу життя (рибальство, полювання, виїзд на природу тощо).

3. Третій тип – „вузькоспеціалізовані” туристи, що мають одне захоплення у житті (колекціонування, конструювання, моделювання, в’язання тощо). Цій справі вони присвячують весь свій вільний час, тому більш за все для них підходить клубний відпочинок. Саме у клубі за інтересами такий турист отримає найбільше моральне задоволення
4. Четвертий тип – активні туристи, що віддають перевагу під час дозвілля більше рухатися (грати у спортивні ігри, брати участь у змаганнях і різних заходах). Працювати з такими туристами – лише задоволення, бо вони підтримають будь-яку ініціативу. Програму для таких туристів потрібно складати з розрахунком на максимальну рухливу активність туристів.
5. П’ятий тип – пасивні туристи, схильні до домашніх форм проведення вільного часу (читання художньої літератури, перегляд телепрограм, багатогодинний відпочинок на пляжі). Такі туристи годинами можуть сидіти перед телевізором чи читати книжки. Для такого типу туристів підійде програма, до якої включені ігри на пляжі, вечірні шоу і відеотека.
6. Шостий тип – непереборні скептики. На жаль, зустрічається і такий тип туристів. Це найбільш складна категорія людей. Їх дуже важко чимось зацікавити, проте за наявності різноманітних анімаційних програм і вони зможуть знайти собі розвагу.

Тураніматори при проектуванні відпочинкових програм повинні знати і враховувати особливості кожного типу особистості.



## Анімаційні програми для родинного відпочинку

Гостями готелів можуть бути як чоловіки, так і жінки. При цьому плануванням відпочинку у будь-якій родині, як правило, займаються жінки, тому зацікавити жіночу половину особливо важливо.

З кожним роком сучасні жінки стають все більш важливим сегментом туристичного ринку, бо вони мають достатні доходи, роботу, що раніше виконували лише чоловіки, а, як наслідок, і більшу потребу в повноцінному і якісному відпочинку. Дами стараються активно займатися різного роду гімнастикою. Чоловіків же більше захоплюють різні спортивні змагання (футбол, настільний теніс) чи інтелектуальні (шахи).

Особливу вагу потрібно приділяти сімейному відпочинку, котрий виконує відновлювальну функцію сім'ї, тобто має на меті відновлення і підтримання здоров'я, задоволення різних духовних потреб. Сімейні туристи відвідують готелі у будь-яку пору року. Сімейні пари (люди у віці 35 до 54 років) віддають перевагу витрачання коштів на подорожі і розваги. Більшість людей цього віку мають хорошу освіту. Пріоритетним для них є самовдосконалення. Отримання нової інформації вони вважають засобом розширення кругозору. Задоволення потреб цієї групи клієнтів – важливий фактор для подальшого успішного розвитку туристичного комплексу.

Часто батьки виїжджають відпочивати разом з дітьми дошкільного і молодшого шкільного віку. Значний наплив сімейних туристів припадає на літній період і канікулярний період. І тут для аніматора головним завданням є максимально зайняти, зацікавити дитину, для того щоб дати батькам можливість спокійно відпочити, не піклуючись про безпеку дитини. Для цього у готелях створюють дитячі клуби, де працюють аніматори, що володіють усіма необхідними мовами, мають педагогічну освіту чи досвід роботи з дітьми. В дитячих клубах передбачена власна анімаційна програма, що займає дітей з ранку до вечора. Після обіду, перед вечірнім шоу для них можуть проводити спеціальні дитячі дискотеки.

Для визначення повноцінності відпочинку використовують два основні критерії: обсяг вільного часу для родинного відпочинку, другий – зміст відпочинку. Обидва показники визначаються рівнем розвитку духовного світу батьків, фінансовими можливостями родини, а також їх стилем життя. Тому важливо, щоб родина мала можливість вивільнити час для спільного дозвілля.

Зміст сімейного дозвілля визначається зацікавленнями членів родини. У сім'ї, де всі захоплюються туризмом чи є поціновувачами театру, простіше організувати спільне дозвілля, ніж у тій, де у вільний час тато, наприклад, зайнятий рибальством, мама - в'язанням, син – катанням на роликах. Проте ззовні різні інтереси і потреби дітей і дорослих можна об'єднати і реалізувати під час спільного відпочинку.

### **Рекомендована література**

1. Гаранин Н. И., Булыгина И. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. – Москва : Советский спорт, 2004.
2. Гальперина Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации: Учебное пособие / Т.И. Гальперина; Российская международная академия туризма. – Москва : Советский спорт, 2006. – 168 с.
3. Заневський І. П. Стан фізичної придатності студентів спеціальності «Туризм» / Заневський І. П., Лабарткава К. В. // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф., (26–27 листопада 2020 р.) – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020. – С. 376–379.
4. Об анимационной деятельности в туристических и спортивно-оздоровительных учреждениях/ И.И. Булыгина, Российская международная академия туризма. – Москва, 2004.
5. Петрова І. О. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручник. – К.Б Кондор, 2005. – 408 с.
6. Оздоровчий туризм : анот. бібліогр. покажч. [Електронний ресурс] / уклад. Ірина Свістельник. – Львів : [б. в.], 2017. – 21 с. – Режим

доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/6146>

7. Тимошенко Л. Анімація в рекреаційній і туристичній діяльності / Лідія Тимошенко, Лариса Ільків // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. (23–24 квітня 2020 р., м. Львів). – Львів, 2020. – С. 32–34.

8. Тимошенко Л. О. Туризм у формуванні здоров'я особистості як інтегрована медико-педагогічна проблема / Тимошенко Л. О., Лабарткава К. В. // Науковий часопис Нац. пед. ун-ту імені М. П. Драгоманова. Серія 15, Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт) : [зб. наук. пр.]. – Київ, 2011. – Вип. 13. – С. 618 – 621.

9. Тимошенко Л. Спортивно-туристська анімація як складник професійної підготовки студентів до роботи у сфері спортивно-оздоровчого туризму / Л. Тимошенко, К. Лабарткава, А. Кухтій // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 листопада 2020 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. – С. 394–396.

10. Холявка В. З. Розвиток туристичної діяльності на Львівщині / В. З. Холявка, М. І. Філь // Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 10-річчю ф-ту міжнар. туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету (30–31 березня 2017р.). – Запоріжжя, 2017. – Т. 1. – С. 387–389.

11. Integration of Partial Least Squares Path Modeling for Sustainable Tourism Development / N. Pavlenchyk, S. Mekhovych, O. Bohoslavets, Y. Opanashchuk, V. Hotra, I. Gayvoronska // International Journal of Recent Technology and Engineering. – 2019. – Vol. 8, is. 2. – P. 4309–4312.

12. Pavlenchyk N. Concerning the Problems of Reforming the Tourism Sphere in Ukraine / Nataliia Pavlenchyk // // Using sports, culture, and social studies as means to rediscover lost values : abstract book of 6<sup>th</sup> International Conference on Science, Culture, and Sport (25–27 April 2018). – Lviv, 2018. – P. 302.