

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ  
УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА МУЗЕЙНО-  
ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Кафедра туристичного бізнесу**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему:**

**МОДЕРНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНОЇ ПРОГРАМИ У ГОТЕЛЯХ CLUB  
GRAND SIDE & CLUB GRAND AQUA**

здобувача вищої освіти

другого (магістерського) рівня

зі спеціальності 242 Туризм

освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

**БРЕСЛАВЕЦЬ ГАЛИНИ ВОЛОДИМИРІВНИ**

Допущено до захисту:  
завідувачка кафедри туристичного  
бізнесу,  
доктор культурології, доцент  
Науковий керівник:  
старший викладач, кандидат  
культурології

**БОЖКО  
ЛЮБОВ  
ДМИТРІВНА**

**ЯРІКО  
МИРОСЛАВА  
ОЛЕКСІЇВНА**

Харківська державна академія культури

Факультет: Соціальних комунікацій та музейно-туристичної діяльності

Кафедра: туристичного бізнесу

Освітньо-кваліфікаційний рівень: магістр

Спеціальність: 242 Туризм

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**  
**Завідувач кафедри**  
**Доцент Любов Божко**  
 “ ” . 2021  
 р.

## З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

### Бреславець Галини Володимирівни

Тема роботи: **«Модернізація анімаційної діяльності у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua (Modernization of animation activities in the Club Grand Side & Club Grand Aqua hotels)».**  
 керівник роботи – Яріко М.О. кандидат культурології, старший викладач кафедри туристичного бізнесу

затверджений засіданням кафедри, протокол № 3 від 13.09.2019 р.

2. Строк подання здобувачем роботи – грудень 2020 р.

3. Зміст дипломної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

**МОДЕРНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНОЇ ПРОГРАМИ У ГОТЕЛЯХ CLUB GRAND SIDE & CLUB GRAND AQUA**

**ВСТУП**

**РОЗДІЛ 1. ГОТЕЛІ CLUB GRAND SIDE & CLUB GRAND AQUA:**

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА**

Загальна характеристика діяльності групи готелів SEZER GROUP

1.1. Психографічна характеристика туристів

1.2. Система анімації у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua

**ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1**

**РОЗДІЛ 2. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМИ**

**АНІМАЦІЇ У ГОТЕЛЯХ CLUB GRAND SIDE & CLUB GRAND AQUA**

2.1. SWOT-аналіз анімаційної програми

2.2. Рекомендації для удосконалення анімаційної програми

2.3. Пропозиції щодо шляхів впровадження майстер-класів до анімаційної програми

**ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

**ДОДАТКИ**

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної Роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір та затвердження теми кваліфікаційної роботи	вересень 2019 р.	
2.	Виявлення та вивчення літератури з теми кваліфікаційної роботи	листопад-січень 2020 р.	
3.	Написання тексту I розділу кваліфікаційної роботи	лютий-березень	
4.	Написання тексту II розділу кваліфікаційної роботи	квітень-травень	
5.	Збір емпіричного матеріалу з теми дослідження, його опрацювання, опис	червень-серпень	
6.	Написання висновків, оформлення роботи, її передзахист на кафедрі	вересень-листопад	
7.	Підготовка презентації та захист кваліфікаційної роботи	грудень 2020 р. – січень 2021 р.	

Здобувачка

Керівник роботи

Бреславець Г.В.

Яріко М.О.

## РЕФЕРАТ

**Кваліфікаційна робота містить 87 с., 79 джерел, 12 додатків.**

Об'єктом дослідження є організація готельної діяльності в провінції Анталія (Туреччина) на прикладі групі готелів SEZER GROUP. Предметом дослідження є модернізація анімаційної діяльності у готелях Club Grand Side, Club Grand Aqua. Мета дослідження – на підставі аналізу діяльності готелів (особливо – пропонованих анімаційних послуг) та особливостей психографічної характеристики сучасних туристів розробити рекомендації з удосконалення анімаційної програми готелів Club Grand Side та Club Grand Aqua.

**Наукова новизна роботи** полягає насамперед в розробці принципів організації анімаційної програми, орієнтованої на потреби поколінь Y та Z. В основу покладено прагнення проводити час з користю та установку на саморозвиток, характерні для цих поколінь. Також вперше в туризмології було проаналізовано діяльність групи готелів SEZER GROUP та проведено SWOT–аналіз анімаційної діяльності названих готелів.

### **Практичне значення кваліфікаційної роботи:**

- розроблено програму анімаційних послуг, орієнтовану на покоління Y та Z;
- запропоновано програму розширення анімаційних послуг у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua.

Результати роботи можуть бути впроваджені у діяльність групи готелів SEZER GROUP, а також використані для удосконалення змісту навчальних дисциплін ОПП зі спеціальності 242 Туризм та 241 Готельно-ресторанна справа.

**Ключові слова:** анімаційна діяльність, маркетинг поколінь, майстер-клас, анімаційна програма.

## ABSTRACT

Qualification work contains 87 pages, 79 sources, 12 apps.

The object of the research is the organization of hotel activities in Antalya province (Turkey) on the example of the hotels SEZER GROUP.

The subject of the research is the modernization of animation activities in the hotels Club Grand Side & Club Grand Aqua.

The purpose of the research is to develop recommendations for improving the animation program of Club Grand side and Club Grand Aqua hotels based on the analysis of the activities of hotels (especial the animation services offered) and the features of the psychographic characteristics of modern tourists.

The scientific novelty of the work lies in the development of principles for organizing an animation program focused on the needs of Generations Y and Z. it is based on the desire to spend time usefully and the attitude to self-development characteristic of these generations. Also, for the first time in turismology, the activities of the SEZER GROUP of hotels were analyzed and a SWOT analysis of the animation activities of these hotels was conducted.

The practical significance of the qualification work:

— an animation service program focused on Generation Y and Z has been developed;

— a program to expand animation services in Club Grand side & Club Grand Aqua Hotels has been proposed.

The results of the work can be implemented in the activities of the hotel group SEZER GROUP, as well as used to improve the content of the EP academic disciplines in the specialty 242 Tourism and 241 Hotel and restaurant business.

Key words: animation activity, marketing of generations, master class, animation program.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ГОТЕЛІ CLUB GRAND SIDE & CLUB GRAND AQUA: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА.....	10
1.1. Загальна характеристика діяльності групи готелів SEZER GROUP.....	10
1.2. Психографічна характеристика туристів.....	12
1.3. Система анімації у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua.....	17
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	25
РОЗДІЛ 2. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМИ АНІМАЦІЇ У ГОТЕЛЯХ CLUB GRAND SIDE & CLUB GRAND AQUA....	27
2.1. SWOT-аналіз анімаційної програми.....	27
2.2. Рекомендації для удосконалення анімаційної програми.....	34
2.3. Пропозиції щодо шляхів впровадження майстер-класів до анімаційної програми.....	46
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	48
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	52
ДОДАТКИ.....	60

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Готелі Туреччини пропонують безліч цікавих програм, розваг та ідей для відпочинку. На перший погляд вони задовольнити всі потреби та бажання пересічного туриста. Більшість готелів пропонують анімаційні програми у вигляді конкурсів, змагань, ігор, проте програма часто не змінюється роками. Маркетологи ж відмічають, що для молодших поколінь часто необхідними є принципово нові підходи у розробці продукту та інша концепція відпочинку. Зокрема, однією з ознак поколінь Y та Z є бажання вчитися чомусь новому, спробувати себе у новій діяльності, створити щось незвичайне своїми руками та з користю провести свій вільний час. А оскільки в сучасному світі трендом є навчання та саморозвиток, тому звична нам спортивна анімація мала б доповнитись інтелектуальними іграми, майстер-класами, вивченням та використанням сучасних технологій тощо. Все це збільшить атракційність готелю серед молоді.

В даній роботі запропоновано рекомендації щодо удосконалення анімаційної програми у п'ятизіркових готелях Туреччини Club Grand Side & Club Grand Aqua.

*Об'єктом дослідження* є організація готельної діяльності в провінції Анталія (Туреччина) на прикладі групі готелів SEZER GROUP.

*Предметом дослідження* є модернізація анімаційної діяльності у готелях Club Grand Side, Club Grand Aqua.

*Мета дослідження:* на підставі аналізу діяльності готелів (а особливо – пропонованих анімаційних послуг) та особливостей психографічної характеристики сучасних туристів розробити рекомендації з удосконалення анімаційної програми готелів Club Grand Side та Club Grand Aqua.

*Задачі:*

— описати специфіку діяльності групи готелів SEZER GROUP;

- проаналізувати цільову аудиторію готелів, скласти психографічну характеристику гостей;
- описати систему анімації у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua;
- зробити SWOT аналіз наявної анімаційної програми;
- розробити рекомендації для удосконалення анімаційної програми.

*Огляд літератури:*

Організація анімаційних послуг в туризмі є темою досить добре дослідженою і вітчизняними вченими (Кравець О.М., Калініченко Л.Л., Байлик С.І., Соболев В.М. та ін.), і зарубіжними (Маг'яр М., Джеферсон М., Флоріч Т. та ін.). У центрі уваги науковців – теоретичні засади анімаційної діяльності, управління анімаційною діяльністю, анімаційні послуги у готелях та туристських комплексах тощо. Можна відмітити цікаву публікацію М. Гарагіна, присвячену менеджменту туристичної анімації в туристичних комплексах.

Водночас, є лише поодинокі публікації, присвячені особливостям розробки анімаційної програми, орієнтованої на молодь. Прикладом може бути стаття К. Вільямса про покоління Z: чого вони хочуть від свого перебування в готелі.

Щодо характеристики гостей готелів, то особливо варто відмітити доробок Тахіра Албайрака, який провів ґрунтовний аналіз туристів, які відвідують Сіде, Анталію – Туреччина (спостереження показують доцільність застосування цього аналізу і для опису гостей групи готелів SEZER GROUP).

*Методи дослідження.* Дослідження є насамперед практичним, у теоретичній площині ґрунтується на аксіологічному підході. У центрі уваги – потреби цільової аудиторії, зокрема проаналізовано екзистенційні потреби поколінь Y та Z, що викликало необхідність зосередитись на аналізі

аксіологічної складової бізнес-діяльності взагалі та анімаційної діяльності зокрема.

Дослідження виконувалось із застосуванням описового методу, аналізу, синтезу та узагальнення, моделювання, опитування, порівняння. У роботі також було використано SWOT-аналіз – один з основних інструментів стратегічного управління. Він оцінює в комплексі внутрішні і зовнішні чинники, що впливають на розвиток компанії, дає змогу сформувавши загальний перелік стратегій самого підприємства з урахуванням їхніх особливостей — адаптації до середовища або формування впливу на нього.

Емпірична складова ґрунтується на особистих спостереженнях автора, зроблених протягом двох років під час роботи у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua. Спостереження допомогло зрозуміти, чого саме не вистачає гостям готелю на відпочинку. Метод прогнозування було застосовано при розробці змін до анімаційної програми.

**Наукова новизна роботи** полягає насамперед на розробці принципів організації анімаційної програми, орієнтованої на потреби поколінь Y та Z. В основу покладено прагнення проводити час з користю та установку на саморозвиток, характерні для цих поколінь.

Також вперше в туризмології було проаналізовано діяльність групи готелів SEZER GROUP та проведено SWOT-аналіз анімаційної діяльності названих готелів.

#### **Практичне значення одержаних результатів:**

- розроблено програму анімаційних послуг, орієнтовану на покоління Y та Z;
- запропоновано програму розширення анімаційних послуг у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua.

Результати роботи можуть бути впроваджені у діяльність групи готелів SEZER GROUP, а також використані для удосконалення змісту навчальних дисциплін ОПП зі спеціальності 242 Туризм та 241 Готельно-ресторанна справа.



**Апробація результатів.** Основні положення і висновки магістерської роботи було апробовано на наукових конференціях: «Культура та інформаційне суспільство XXI століття» (Харків, 2018, 2019, 2020) та «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (Харків, 2019, 2020).

**Публікації.** Основні ідеї і положення магістерської роботи викладені у восьми наукових публікаціях.

**Структура магістерської роботи** зумовлена потребами досягнення мети та реалізації завдань дослідження. Робота складається зі вступу, двох розділів, п'яти підрозділів, висновків, списку використаної літератури та 12 додатків. Загальний обсяг роботи становить 86 сторінок. Список використаних джерел містить 79 найменувань (з них – 22 іноземними мовами).

## **РОЗДІЛ 1. ГОТЕЛІ CLUB GRAND SIDE & CLUB GRAND AQUA: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА**

### **1.1. Загальна характеристика діяльності групи готелів SEZER GROUP.**

Готелі Club Grand Side 5\* та Club Grand Aqua 5\* розташовані на Середземноморському узбережжі Анталійської Рів'єри Туреччини, в курортному містечку Чолакли району Манавгат, в 13 км від Сіде і в 55 км від аеропорту Анталії [62].

Площа території готелю Club Grand Side становить 72 000 м<sup>2</sup>, номерний фонд – 540 номерів.

Площа готелю Club Grand Aqua – 28 000 м<sup>2</sup>, номерний фонд – 234 номери.

Готелі сімейного типу з довгим піщаним пляжем, блакитним морем, природним садом, де насаджено різноманітні фруктові дерева, басейнами, аквапарком і парком розваг.

Харчування – all inclusive (все включено). Кухня італійська, інтернаціональна та місцева [60].

Сервіс у готелі:

Бізнес-сервіс: конференц зал, факс, Інтернет Wi-Fi.

Рецепція: заселення 14:00, виселення 12:00, стійка реєстрації працює цілодобово.

Транспорт: паркування, оренда авто.

Інші послуги: камера схову, обмін валют, прийом кредитних карт, сейф.

Готелі адаптовані для людей з інвалідністю [61].

Басейн: басейн критий, басейн відкритий, парасольки біля басейну, лежачки біля басейну, рушники.

Краса і здоров'я за окрему плату: SPA, лазня турецька (хамам), масаж, оздоровчий центр, перукарня, салон краси, сауна.

Розваги, дозвілля: анімація, жива музика, шоу програми, анімаційні шоу, аквапарк.

Спорт: більярд, боулінг, настільний теніс, волейбол, футбол, бочча, фітнес центр, зумба, степ аеробіка, зарядка, йога, водна аеробіка.

Розваги для дітей: анімація, басейн, ігровий майданчик, міні гольф, міні дискотека, міні клуб (4 – 12 років), підлітковий клуб (12 – 18 років), аквапарк.

Готелі знаходяться на березі моря біля власного пляжу. Корпуси готелів розташовані на відстані від 500 до 800 метрів від берега моря [62].

Послуги: піщано-гальковий пляж, лежачки, матраци, рушники, тент.

Готелі орієнтовані на: ділових людей, компанії друзів, літніх людей, сім'ї з дітьми.

Склад гостей змішаний: 80% приїжджають з Німеччини. 20% з Чехії, Польщі, Італії, Франції та Нідерландів.

Тип відпочинку: активний, SPA, діловий, лікувальний, молодіжний, пляжний.

Готелі Club Grand Side і Club Grand Aqua розташовані поруч і мають схожий спектр послуг. Вони відрізняються розмірами території. Club Grand Side має власний аквапарк та 4 ресторани, а Club Grand Aqua – амфітеатр. Гості готелів можуть вільно відвідувати всі заклади, які розташовані на обох територіях (наприклад, гості готелю Club Grand Aqua можуть ходити в аквапарк готелю Club Grand Side).

Адміністрація готелів активно взаємодіє із ЗМІ, часто проводяться конференції, готелі часто стають базою при проведенні танцювальних фестивалів (мають необхідне обладнання для репетицій танцювальних груп) та спортивних змагань (тренажерні зали для спортсменів та інвентар) тощо.

Готелі мають власний сайт – SEZER Group.com [74], сторінку на Facebook, Instagram, YouTube. Також представлені на Tripadvisor, HolidayCheck, Zoover.

Відгуки про готелі позитивні, деякі гості приїжджають по 2-3 рази на рік, адже на територіях є все необхідне для гарного відпочинку, аквапарк, ресторани, амфітеатр, міні-клуби, підліткові клуби, spa тощо.

Анімаційну команду зазвичай збирають анімаційні менеджери готелю, це можуть бути студенти з різних країн або вже знайомі менеджеру аніматори, діяльність і роботу яких, він бачив на власні очі. Всі проходять співбесіду на рівних правах. До всього персоналу однакові умови та критерії щодо виконання своїх обов'язків.

## **1.2. Психографічна характеристика туристів.**

У 2019 році Туреччині вдалося побити рекорд і прийняти понад 52 млн туристів [78], тим самим, вона, згідно з даними Всесвітньої туристської організації ООН (ЮНВТО), стала шостою найбільш відвідуваною країною світу і 14-ю країною з найвищим річним зростанням.

Більше половини відвідувань в країні припали на Стамбул – 15 млн і пляжно-історичну Анталію – 14,6 млн.

Річний дохід Туреччини від туризму в 2019 році, за даними турецького статистичного інституту (TurkStat), також досяг рекордно високого рівня – \$34,5 млрд, що на 17% більше, ніж у 2018 році [78].

Інсайдери галузі пов'язують цей бум з диверсифікацією, розпочатою більше десяти років тому. За словами голови середземноморської асоціації готельєрів-туристів Еркана Ягчі: «Туреччина – це не тільки сонце, пісок і море. Хоча це поєднання, звичайно, є життєво важливим джерелом доходу. Але, я думаю, що у нас є ще багато чого запропонувати» [78]. Крім пляжів Туреччина активно пропонує культурні, оздоровчі та гастрономічні тури, а також круїзи. Одним з напрямків відповідей на виклики сучасності є адаптація інфраструктури до потреб людей поважного віку (що особливо актуально для туристів з Європи).

Вченим, доцентом Акденізького університету в Анталії, Туреччина, було проведено дослідження туристів з Німеччини, які відвідують Сіде, Анталію, Туреччина. Зокрема, він зосередився на розподілі німецьких туристів за їх мотивацією, описав основні характеристики виокремлених сегментів ринку, провів порівняння сприйняття якості послуг призначення різними сегментами ринку.

Задоволення клієнтів – це один з найважливіших факторів, що впливає на відвідування та прибутковість готелю, а отже обслуговування має бути на найвищому рівні. Однак на все більш конкурентному і фрагментованому ринку недостатньо виміряти загальне сприйняття якості обслуговування клієнтами. Органи призначення повинні окремо вимірювати сприйняття якості послуг в різних сегментах ринку [70].

Туристські мотивації досліджувалися вченими протягом багатьох років, оскільки виявлення мотивів є відправною точкою для розуміння туристської поведінки. Г. Данн ввів поняття «push and pull» факторів в дослідження туризму. Відповідаючи на питання: «що змушує туристів подорожувати?» він казав, що існує різниця між факторами «push» і «pull» [64].

Pull-чинники – це ті, які залучають туриста на даний курорт (наприклад, сонце, море і т.д.) і цінність яких бачиться в у складових подорожі, в той час як push-чинники відносяться до туриста як суб'єкта і мають справу з тими факторами, які спонукають його до подорожі (наприклад, втеча від буденності, ностальгія, втома тощо). Ця теорія передбачає, що люди подорожують бо їх підштовхують внутрішні і спонукають зовнішні сили [64]. Іншими словами, ці сили описують, як мотиваційні змінні підштовхують індивідів до прийняття рішення про подорож і як вони притягуються або притягуються областю призначення [79].

Починаючи з першої спроби Д. Кромптона [63], вчені запропонували безліч теорій, спрямованих на пояснення туристичної мотивації, таких як

підхід П. Пірса «Travel Career Ladder» [73], теорія факторів «push and pull» Г. Данна [64], теорія «optimal arousal» С. Ісо-Ахоли [65].

Серед них теорія факторів «push and pull» і теорія «optimal arousal» є найбільш подібними підходами вчених.

Теорія «optimal arousal» (наростання стимулювання) складається з двох основних мотиваційних вимірів: втечі (наприклад, «втеча від рутинного середовища») і пошуку (наприклад, «пошук внутрішніх винагород»). Крім того, обидва виміри мають особистісний (психологічний) і міжособистісний (соціальний) компоненти:

Мотиви.

#### 1. Пошук.

##### 1.1. Особистісний пошук.

1.1.1 Розповідати іншим про свої переживання.

1.1.2 Почуватись добре.

##### 1.2. Міжособистісний пошук.

1.2.1. Зближення з друзями, родиною.

1.2.2. Спілкування з новими людьми.

##### 1.3. Особистісна втеча.

1.3.1. Зміна звичного навколишнього середовища.

1.3.2. Зміна темпу повсякденного життя.

1.3.3. Подолання поганого настрою.

##### 1.4. Міжособистісна втеча.

1.4.1. Уникнення людей, які дратують.

1.4.2. Втеча від стресового соціального середовища.

1.4.3. Уникнення взаємодії з іншими людьми.

Надихнувшись теорією факторів «push and pull», Ісо-Ахола припустив, що особистісний пошук, особистісна втеча, міжособистісний пошук і міжособистісна втеча – це мотиви, які підштовхують людей до певної поведінки (тобто мотивація подорожі) [65].

Оскільки туристи мають багато різних мотиваційних факторів, ця конструкція широко використовується вченими і з метою сегментації ринку. Наприклад, Лі, Лі та Вікс [69], використовуючи мотивацію відвідувачів Всесвітньої культурної виставки 2000 року в Кореї, визначили чотири сегмента, які були названі «шукачі культури та сім'ї», «шукачі багатоцільового призначення», «шукачі втечі» та «шукачі подій». Вони виявили значні відмінності між цими групами.

В іншому дослідженні, проведеному Пак і Юн у 2009 році [72], дослідники довели, що сегментування ринку за мотивацією дозволяє як вченим, так і менеджерам краще визначати потреби і бажання відвідувачів і, отже, підвищувати задоволеність відвідувачів.

Щодо дослідження мотивів, якими керуються німецькі туристи Анталії, то Тахір Албайрак провів ґрунтовне опитування у співпраці з Асоціацією готельєрів Сіде-Манавгат (Side-TUDER), внаслідок чого мав можливість порівняти дані 41 підприємства індустрії розміщення в районі Сіде-Манавгат Анталії. Анкети залишались в номерах і заповнювались туристами добровільно. За чотири місяці було зібрано 878 анкет від німецьких туристів, що дозволило скласти демографічний профіль респондентів, проаналізувати мотиви учасників, на підставі цих даних провести сегментування ринку та узагальнити основні характеристики цих сегментів. У фіналі було проведено порівняння уявлень про якість послуг в різних сегментах ринку.

Як видно з додатку А (див. додаток А), більше половини респондентів були чоловіками (51,5%). Приблизно 30% респондентів були у віці від 41 до 50 років. Три чверті респондентів були подружніми парами з дитиною або без. 11 – 14 днів перебування були найкращим показником тривалості відпочинку. Майже 80% респондентів придбали свій відпочинок через турагентство. Цікаво, що 35,7% опитаних відвідали Туреччину чотири рази і більше.

Для отримання базових показників мотивації респондентів було проведено дослідницький факторний аналіз (див. додаток Б). Значення

показників знаходилися в діапазоні від 0,620 до 0,893. Ці вимірювання були названі відповідно до теорії Ісо-Ахоли як «особиста втеча», «міжособистісна втеча», «особистий пошук» і «міжособистісний пошук».

Найбільш важливою мотивацією для учасників був особистий пошук ( $m = 3,97$ ), наступною за нею – особиста втеча ( $m = 3,75$ ).

Для визначення сегментів ринку за допомогою їх мотивації був проведений ієрархічний кластерний аналіз (метод Уорда) з використанням засобів чотирьох мотиваційних вимірювань. В якості найбільш точного результату було знайдено рішення трьох сегментів. Ці кластери були названі як: «змотивовані», «егоцентричні» і «байдужі» відповідно до елементів мотивації, які вони складають. Рівні мотивації кожного сегмента були показані в додатку В (див. додаток В).

Як видно з додатку В, мотиви «особистісної втечі» та «особистісного пошуку» в кластері «егоцентричні» були вищими, ніж їхні мотиви «міжособистісної втечі» та «міжособистісного пошуку».

Всі рівні мотиваційних вимірювань в «змотивованому» сегменті були вищими, ніж в інших. У порівнянні з іншими сегментами, всі рівні мотивації «байдужого» сегмента були нижчими.

Демографічні та пов'язані з поїздками характеристики виявлених сегментів були наведені в додатку Г (див. додаток Г).

Більшість (53,2%) «егоцентричних» учасників були чоловіками. У «змотивованому» сегменті це співвідношення склало 46,8%. З числа «егоцентричних» респондентів тільки 4,0% були старші 61 року, в той час як це співвідношення становило 7,0% для «змотивованих» і 9,3% для «байдужих».

Подружня пара з дитиною – 46,4% від числа «змотивованих» учасників. Однак частка подружніх пар з дітьми склала 36,3% для «егоцентричних» і тільки 34,1% для «байдужих» учасників (див. додаток Г).



Частка респондентів, які віддають перевагу 1-7 днів відпочинку, склала 30,4% для «змотивованого» сегмента і лише 21,2% «байдужих» респондентів віддали перевагу 1-7 днів відпочинку. «Змотивовані» учасники, що побували в Туреччині 4 і більше разів, склали 38,6%, однак у «егоцентричних» і «байдужих» співвідношення склали 35,5% і 29,5% відповідно (див. додаток Г).

Для отримання вимірювань якості послуг призначення був проведений дослідницький факторний аналіз з використанням 25 елементів, які вимірюють якість послуг призначення. Для більш точного аналізу були вилучені 5 факторів, які пояснювали 65% загальної дисперсії – «здоров'я та гігієна», «шопінг», «інформація», «місцевий транспорт» та «розміщення». Факторні навантаження, пояснені дисперсії, достовірність та середні значення факторів наведені в додатку Г (див. додаток Г).

Для виявлення відмінностей у сприйнятті якості послуг кластерами був використаний дисперсійний аналіз.

Результати аналізу показали, що уявлення сегментів про якість послуг призначення суттєво відрізняються (див. додаток Д). В цілому, сприйняття якості обслуговування «змотивованого» сегмента було вище, ніж у інших, за винятком вимірювання «розміщення». Сприйняття «байдужого» сегмента було нижчим, ніж у «егоцентричного» і «змотивованого» сегментів.

Дослідження було зосереджено на німецьких туристах, які відвідують Сіде, Анталію, оскільки вони складають топовий ринок за кількістю туристів, що прибувають в країну. Для кращого розуміння потреб і бажань цього ринку, особливу увагу у дослідженні було приділено мотивації туристів.

Слід зазначити, що результати цього дослідження показали, що недостатньо сегментувати ринок тільки за допомогою змінної національності. Тому що відвідувачі, які приїжджають з однієї країни, можуть мати дуже різні мотивації, а значить, розроблена система анімації може бути використана не тільки на туристах з Німеччини, а й з інших країн.

### 1.3. Система анімації у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua.

Вище вже говорилося про те, основна цільова аудиторія готелів – туристи з Німеччини. Переважно це родини з маленькими дітьми або з підлітками та пари похилого віку – всі гості беруть участь у спортивних заходах та розважальних вечірніх конкурсах. Система анімації є досить добре розроблена, короткий її опис представлено на сайті готелю – SEZERGroup.com [74]. Основою є спортивні ігри на свіжому повітрі, в басейнах та на пляжі, доповнені анімаційними виставами, мюзиклами та розважальними шоу-програмами.

Щодо деталей, то анімація є досить типовою для турецький готелів. Насамперед, то ігри в басейні для дорослих. У кожному готелі по три басейни для дорослих (два знаходяться на відкритому просторі, третій в спа-центрі), також по одному басейну для дітей від 3-х років, де глибина не більше 1 м. За організацію анімації відповідає команда у складі шести чоловік. Серед основних занять: спортивні ігри, заняття спортом, ігри в басейні, інтелектуальні та пляжні розваги.

Перед початком анімаційна команда показує правильність виконання гри.

#### 1. Спіймай рибку.

Правила гри: 10 учасників 9 ложок (учасників може біти більше або менше). Гравці стоять біля басейну, відвернувшись. В цей час аніматор розкидає ложки по всьому басейну. Коли звучить команда «Почали» гравці пірнають і намагаються знайти ложку. Вибуває той учасник, котрий залишився без ложки. Гра закінчується, коли один з двох останніх учасників знайшов ложку.

#### 2. Ложковий дайвінг.

Правила гри: Командна гра. 1 аніматор розкидає по всьому басейну ложки. Представники з кожної команди пірнають і збирають ложки. Перемагає той гравець, який зібрав найбільшу кількість ложок. Гра

закінчується коли взяли участь всі гравці. Перемагає та команда, гравці якої назбирали найбільшу кількість ложок.

### 3. Футбол на серф-дощі.

Правила гри: Біля басейну стоять ворота для водного поло. Гравець стоячи на серф-дощі тримає футбольний м'яч. 1 аніматор, який тримає серф-дошку штовхає її з гравцем у напрямі воріт. Задача гравця потрапити у ворота, забивши гол ногами. Перемагає той учасник, який потрапив у ворота.

### 4. Баскетбол на серф-дощі.

Правила гри: Аніматор стоїть біля басейну і тримає обруч (кільце для баскетболу). Учасник стоїть на серф-дощі у басейні, тримаючи баскетбольний м'яч. 1 аніматор тримає серф-дошку і штовхає її з учасником у напрям кільця для баскетболу. Задача учасника втриматись на дощі і попасти м'ячем у кільце. Перемагає той учасник, який потрапив м'ячем у кільце.

### 5. Збий аніматора.

Правила гри: 1 аніматор стоїть на серф-дощі у басейні, 2 аніматори тримають дошку з різних сторін. Учасники стоять біля басейну з мокрими рушниками і по черзі кидають свій рушник у аніматора, який стоїть на серф-дощі. Задача учасника збити аніматора з дошки. Гра закінчується коли всі аніматори взяли участь у грі. Перемагає той, хто втримався на серф-дощі.

### 6. Збий гостя з серф-дошки.

Правила гри: 1 учасник стоїть на серф-дощі у басейні, 2 аніматори тримають дошку з різних сторін. Аніматори стоять біля басейну з мокрими рушниками і по черзі кидають свій рушник у гравця, який стоїть на серф-дощі. Задача аніматорів збити гравця з дошки. Гра закінчується коли всі бажаючі взяли участь у грі. Перемагає той, хто втримався на серф-дощі.

### 7. Дайвінг.

Правила гри: Задача учасників якомога довше проплисти під водою, не виниряючи. Кожен гравець залишається на місці, де він винирнув і чекає

поки інший гравець переб'є його рекорд. Перемагає той, хто проплив найбільшу відстань.

#### 8. Збери нудли.

Правила гри: Гравець лежачи на серф-дошці збирає розкидані по всьому басейну нудли для фітнесу, на що має 2 хвилини. На березі аніматор стоїть із секундоміром і слідкує за часом. Перемагає той учасник, який за певний час зібрав найбільшу кількість нудлів.

#### 9. Стрибки на серф-дошці.

Правила гри: Гравець стоїть на серф-дошці зі скакалкою. Два аніматори тримають дошку з різних сторін. Задача гравця якомога довше пострибати на скакалці. Біля басейну аніматор рахує кількість правильних стрибків (стрибки без скакалки не зараховуються). Перемагає той учасник, який прострибав на скакалці найбільшу кількість разів.

#### 10. Обруч на серф-дошці.

Правила гри: Гравець стоїть на серф-дошці у басейні з обручем. Два аніматори тримають дошку з різних сторін. Задача гравця якомога довше прокрутити обруч. Біля басейну аніматор рахує кількість обертів обруча. Перемагає той учасник, який прокрутив обруч найбільшу кількість разів.

#### 11. Серф – гребля.

Правила гри: Два учасники лежать на серф-дошці (один дивиться вліво, інший вправо). Аніматор знаходиться у басейні біля дошки по центру. Задача гравців перетягнути суперника на свою сторону.

#### 12. Гребля за допомогою надувних кіл.

Правила гри: Командна гра. 2 аніматори знаходяться у басейні на відстані. 2 гравці, сидячи на надувних колах мають обпливти аніматорів (кожного зі своєї команди) і повернувшись на берег, передати естафету іншому гравцю. Обов'язкова умова – гравець повинен пливати спиною, сидячи на надувному колі. Перемагає та команда, яка впоралась найшвидше.

### 13. Пловець.

Правила гри: Аніматор стоїть біля басейну з секундоміром і фіксує час. Гравці по черзі пливають до вказаного місця і повертаються назад. Перемагає той, хто проплив за короткий час.

### 14. Викинь м'ячик з відра.

Правила гри: Командна гра. У басейні стоять стільці (один за одним). Команди обирають капітана. На березі стоять 2 відра з м'ячиком для пін-понгу (в кожному відрі по одному м'ячику). У першого гравця в руках рушник. Він повинен намочити його в басейні сидячі на стільці і через верх передати наступному гравцеві. Другий гравець передає третьому, і так до останнього. Останній гравець – капітан, він повинен якомога сильніше вижати воду з рушника у відро з м'ячиком і передати назад рушник до першого гравця так, як і отримав (через верх). Задача учасників якомога швидше заповнити відро водою з рушника, щоб випав м'ячик. Перемагає та команда, в якій м'ячик з відра випаде першим.

В іграх в басейні зазвичай беруть участь 60 відсотків туристів. Переважно 18 – 55 років . Особливою увагою користуються такі ігри: бінго, «Кілер», водне поло, футбол, волейбол, пляжна бочка, естафетні ігри в басейні.

Серед загальних занять для дорослих можна виокремити наступні:

#### 1. Бінго.

Правила гри: Кожен гравець купує картки бінго одну або кілька. Кожна картка являє собою прямокутник з трьома рядами клітин по 9 клітин в ряді. У п'яти клітинах кожного ряду випадковим чином розташовується п'ять чисел – в першому стовпці можуть бути числа від 1 до 9, у другому 10 – 19, потім 20 – 29 і т.д. до 80 – 90 (1 або 2 числа на стовпець). Таким чином, на картці всього 15 чисел. У грі беруть участь числа від 1 до 90, саме вони і можуть бути на картках. Гра зазвичай починається в певний час. У бінго запускається лототрон з якого дістаються кулі з номерами. Ведучий витягує кулю і

голосно оголошує число, яке зображено на кулі. Учасники гри повинні знайти на всіх своїх картках це число і відзначити його. У грі використовуються одноразові картки, так що відзначати цифри можна маркером або ручкою [41]. У Бінго гра частіше складається з трьох етапів – перший переможець оголошує «бінго!», зібравши всі п'ять чисел на одній лінії. Другий – на двох будь-яких лініях і головний переможець той, хто заповнив всю картку. Якщо кілька людей зібрали необхідну комбінацію одночасно, то призові діляться між ними порівну. За кожен етап учасник отримує приз [41]. Цільова аудиторія – гості готелю від 18 років.

2. Караоке – проводиться один раз на тиждень о 21:30. Брати участь можуть всі бажаючі, зазвичай це дорослі від 18 років. Забронувати улюблену композицію і отримати мікрофон можна у ведучого. На великому екрані з'являється текст пісні і гість починає співати. Той, хто отримає найвищу кількість балів за виконання – отримує звання «Найкращий голос готелю» та коктейль.

3. Пляжний волейбол – проводиться кожного дня на пляжі на площадці для волейболу два рази в день, об 11:00 та о 16:00. Грають всі бажаючі – чоловіки та жінки від 18 до 65 років.

4. Водне поло – проводиться кожного дня у басейні о 16:00. Участь беруть зазвичай чоловіки від 18

5. Дартс «Кілер».

Кілер – це спеціальна гра-змагання, в якій можуть брати участь два гравці і більше. Мета даної гри полягає в тому, щоб після її закінчення залишитися єдиним гравцем, у якого будуть бали на рахунку. Спочатку необхідно заробити певну кількість балів для того, щоб стати вбивцею, а після цього гравець має вибити всіх інших супротивників з цієї гри, при цьому, забираючи їх зароблені бали [42].

Так званий «вбивця» стартує з кидання одного дротика безпосередньо в яблучко мішені, але кожен гравець має право використовувати менш

пристосовану руку для кидка. Це означає те, що якщо гравець від природи правша, він обов'язково повинен метати свій перший дротик лівою рукою.

Гравець, який найбільш точно потрапить в яблучко мішені, має право робити перший хід. Потрібно запам'ятати ігровий номер кожного стрілка, який буде відповідати тому номеру, в який потрапив його перший дротик. Він буде відзначений на лічильній дошці виключно як стартова точка.

Необхідно відзначити, що при використанні своєї звичної руки для кидання, кожен гравець захоче стати так званим «кілером». Для того, щоб ним стати, він має вразити власний ігровий номер 5 разів. Всі потрібні і подвійні області будуть обов'язково зараховуватися, але не можна зробити більше 5 влучень поспіль в єдиний номер. Наприклад, якщо перший гравець вражає 4

рази номер 16, а потім не потрапляє в нього, то в сумі він отримає за 5 влучень в номер 16.

Досягнення почесного звання кілера, дає можливість постійно слідувати за ігровими номерами всіх суперників. За кожен такий ігровий номер всіх противників, який буде вражений, вони будуть втрачати 1 вигране раніше попадання. Наприклад, номер гравця під номером 2-2, і у нього в сумі 5 балів. При власному ході гравець номер 1 вражає двічі ігровий номер гравця під номером 2. Тепер гравець 2 не буде вважатися кілером. Після всього цього гравець 2 обов'язково повинен відновити свій статус кілера для того, щоб отримати якомога більше балів. Якщо ж цей гравець втратить свої бали, він автоматично виходить з гри. Відповідно, кілер, що залишився, буде переможцем [42].

## 6. Пляжна бочка.

Пляжна бочка дуже проста гра. Є мета і потрібно якомога швидше її досягти. Що ж робить бочку непередбачуваною та цікавою грою? Те, що можна виграти більшу частину гри і раптово програти в кінці, або ж навпаки. Нічого не вирішується допоки останній гравець не використає свою останню

кульку. Якщо гравець перекинув кульку попередника, або ж зіштовхнув її, то розташування всіх куль і рахунок різко зміниться.

Гравці:

Індивідуальні: 2 – 4 гравця.

Парні: 4 гравці (по 2 на команду).

Розподіл кульок:

2 гравця: 2 пари кульок підібраних за кольором на одного гравця.

3– 4 гравця: 1 пара кульок підібраних за кольором на одного гравця.

Пара: 1 пара кульок підібраних за кольором на одного гравця.

Мета: гравець або команда, яка докинула свою кульку до Джека (маленька кулька) виграє раунд і отримує бал за кожну кульку ближче, ніж кулька противника. Гравець або команда, які першими набрали 13 балів виграють гру.

Гра: на піску малюється коло шириною 5-8 метрів.

Як же визначитись хто кидає кульку першим? Той, хто проводить гру кидає Джека (маленьку кульку), наступні гравці по черзі кидають свої кульки, чия з кульок найближче опиниться біля Джека, той і буде розпочинати гру.

Рахунок: гравець або команда по черзі кидають кульки, які з кульок опиняться біля Джека найближче, той і перемагає. Гра закінчується, коли кульки закінчилися [58].

Гра проводиться на пляжі двічі на день о 10:00 та о 15:00. У грі приймають участь гості від 18 до 70 років.

7. Футбол – проводиться один раз на день о 17:00. Зазвичай участь беруть чоловіки від 18 років. Іноді батьки грають з дітьми.

8. Шалена річка – річка з потужним струмом води працює п'ять разів на тиждень о 12:00 та о 15:00. Перед запуском річки один аніматор розповідає про правила поведження під час спускання, видає рятувальні жилети та каски, допомагає зафіксувати їх. Другий аніматор знаходиться в кінцевій точці річки у воді, він ловить дітей з гірки, допомагає дорослим



вийти з води. Приймають участь ті, хто любить екстрим – діти до 10 років з батьками, підлітки та дорослі від 18 до 65 років.

9. Зарядка – кожного ранку о 10:00. Відвідують жінки від 18 років.

10. Водна аеробіка – проводиться кожного дня об 11:00 у басейні. Відвідують жінки від 18 років, зазвичай ті, хто не приходить на зарядку, бо вважають, що заняття у воді набагато ефективніші для схуднення.

11. Степ аеробіка – швидкий комплекс вправ за допомогою степів під швидку музику. Проводиться три рази на тиждень. Відвідують жінки від 18 до 50 років. Іноді на заняття приходять сімейні пари.

12. Zumba – це фітнес-програма, яка поєднує в собі латинську та міжнародну музику з активними танцювальними рухами. Процедури зумби включають інтервальні тренування-чергування швидких і повільних ритмів – допомагають поліпшити серцево-судинну систему.

Аеробні вправи можуть знизити ризик для здоров'я, допомагають підтримувати здорову вагу, тримати тіло в тонусі та дають гарний настрій [58].

Проводиться три рази на тиждень. Відвідують жінки від 18 до 65 років.

13. Настільні ігри: Skibbo, UNO, Phase 10, gammi, gummikub, доміно, шахмати, шашки.

Ігри для підліткового клубу (12– 18 років): дартс «Кілер», водне поло, пляжний волейбол, футбол, катання на банані, пейнтбол, настільні ігри, шалена річка, різноманітні настільні ігри.

Ігри для міні – клубу (4 – 12 років): розфарбуй футболку, розфарбуй картинку, виготовлення прикрас, кулінарний день, пригоди піратів, індійці, міні дискотека, міні гольф, настільні ігри, перегляд мультфільмів, аквагрим, аквапарк, вироби із солоного тіста.

Отже, асортимент анімаційних послуг у готелях досить різноманітний. Розваги є не тільки для малечі, а й для підлітків та дорослих. Більшість гостей полюбляють активні ігри і беруть у них участь, а решта приїжджають

на пасивний відпочинок – полежати на пляжі, поплавати на морі чи басейні, скуштувати різні смачні страви у ресторанах готелів.

### **Висновки до розділу 1.**

Готелі Club Grand Side & Club Grand Aqua розташовані на Середземноморському узбережжі Анталійської Рів'єри Туреччини, в курортному містечку Чолакли району Манавгат, в 13 км від Сіде. Інфраструктура готелів дозволяє забезпечити всі потреби туристів у форматі all inclusive.

У готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua переважна більшість туристів приїжджають з Німеччини – 80%, інші 20% – з Чехії, Польщі, Італії, Франції, Нідерландів, Туреччини. За складом – молоді пари, сім'ї з маленькими дітьми та підлітками, пари похилого віку.

Сучасні дослідження показують, що національність сьогодні є менш важливою засадою сегментування ринку готельних послуг, аніж мотивація туристів. Тож недостатнім є намагання удосконалення анімаційних послуг, виходячи з національної належності туристів, необхідним є залучення більш ґрунтовних досліджень чинників внутрішньої та зовнішньої мотивації.

Наразі система анімації у готелях є досить різноманітною. В готелях є міні-клуби для дітей дошкільного віку, є підліткові клуби та розваги для дорослих – ігри в басейні, караоке, конкурси, бінго тощо. Основою програми є спортивна анімація. В середньому за час відпочинку середній гість грає у 3-4 гри. Молодь надає перевагу спортивним та активним іграм, людям похилого віку до вподоби інтелектуальні конкурси, ранкова зарядка, пілатес, водна аеробіка. Діти дошкільного віку та підлітки беруть участь у всіх виставах, командних та спортивних іграх.

Водночас, анімаційна програма розрахована на тиждень, а гості часто зупиняються в готелях на термін 2-3 тижні. Якщо представники старших поколінь сприймають повторення анімації як символ постійності та

стабільності, то діти та підлітки після першого тижня (або першого заїзду) починають нудьгувати.

## РОЗДІЛ 2. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМИ АНІМАЦІЇ У ГОТЕЛЯХ CLUB GRAND SIDE & CLUB GRAND AQUA

### 2.1. SWOT-аналіз анімаційної програми.

SWOT-аналіз – детальний огляд підприємства, який допоможе виявити можливості розвитку, загрози, сильні та слабкі сторони, в даному випадку до уваги береться готель з власною анімаційною програмою. В подальшому його результати можуть використовуватись для вибору стратегій, які допоможуть підприємству розвиватися та залишатися на ринку [76]. SWOT-аналіз дозволяє побачити моменти, які можуть покращити або навпаки, погіршити стан розвитку підприємства.

Такий аналіз необхідно проводити і для анімаційної програми щоб переконатись, що все те, що пропонує анімація у готелі є безпечною та цікавою для гостей різного віку.

Ігри в басейні для дорослих:

Сильні сторони:

- активний відпочинок;
- анімаційна команда завжди демонструє правильність виконання гри та пояснює правила декілька разів;
- короткочасне заняття спортом;
- позитивний настрій у гостей та учасників;
- нові знайомства під час гри;
- подарунки переможцям у вигляді спеціальних коктейлів;
- різноманітність ігор;
- різний рівень складності ігор;
- допомагають розвинути швидкість, силу, наполегливість, логіку, витримку;
- ігри в басейні у спеку – це те, що потрібно гостям;

- тривають 20 хвилин;
- розігрують апетит у гостей, адже гра закінчується о 12:30, а обід починається з 13:00.

#### Слабкі сторони:

- невелика кількість бажаючих грати;
- не завжди безпечно;
- складність гри (наприклад стрибки на скакалці на дошці для серфінгу);
- холодна вода у басейні;
- поганий настрій у гостей;
- відсутність гостей біля басейну;
- зникнення бажаючих грати;
- відсутність гарної погоди;
- несправність інвентаря для ігор.

#### Загрози:

- гості обиратимуть інший готель для відпочинку;

#### Можливості:

- додати нові ігри;
- заздалегідь повідомляти гостей про гру в басейні (яка гра буде сьогодні);
- завжди намагатись ввічливо та із захопленням запрошувати гостей до гри;
- зробити ігри безпечнішими або не занадто складними.

Отже, зробивши аналіз ігор у басейні для дорослих, варто зазначити що все ж таки більше сильних сторін, ніж слабких. Загрози є, але їх можна уникнути, якщо передивитись всі ігри, їх безпечність та дотримання всіх правил. Завдяки можливостям можна поповнити цільову аудиторію для певних видів ігор.

Загальні розваги для дорослих.

### Сильні сторони:

- активний відпочинок;
- короткочасне заняття спортом;
- позитивний настрій у гостей та учасників;
- нові знайомства під час гри;
- різноманітність ігор;
- різний рівень складності ігор;
- допомагають розвинути швидкість, силу, наполегливість, логіку, витримку;
- оздоровлення (зарядка, водна аеробіка, степ аеробіка);
- можливість навчитись танцювати (Zumba).

### Слабкі сторони:

- не всім гостям подобаються розваги (наприклад: зарядку чи водну аеробіку зазвичай відвідують жінки, а в волейбол чи водне поло грають більшість чоловіків);
- невелика кількість бажаючих;
- не всі гості вміють грати в певні ігри і не мають бажання навчитись;
- відсутність цільової аудиторії для певної гри;
- незацікавленість гостей;
- неактуальність гри.

### Загрози:

- гості обиратимуть інший готель для відпочинку.

### Можливості:

- заохотити аудиторію до гри;
- додати нові, сучасні ігри;
- придбати новий інвентар для ігор (наприклад: нові м'ячі, гантелі для фітнесу, нові види настільних ігор);
- для караоке урізноманітнити асортимент пісень.

Таким чином, проаналізувавши загальні розваги для гостей можна сказати що є багато можливостей удосконалити існуючі ігри, щоб більше гостей на відпочинку приймали участь у різноманітних розвагах.

Ігри для підліткового клубу (12 – 18 років).

Сильні сторони:

- активний відпочинок;
- короткочасне заняття спортом;
- позитивний настрій учасників;
- нові знайомства під час гри;
- різноманітність ігор;
- різний рівень складності ігор;
- формування пам'яті та покращення пізнавальних навичок

(настільні ігри);

- зниження ризику розвитку психічних захворювань;
- прискорення відповідної реакції (настільні ігри);
- покращення рівня імунітету;
- зниження рівня стресу;
- покращення фізичних даних;
- виховання корисних навичок;
- робота в команді;
- виховання цілеспрямованості, витривалості, сміливості;
- виховання поваги до суперника;
- розвиток комунікативних здібностей;
- зміцнення імунітету за рахунок достатньої роботи всіх груп

м'язів;

- поліпшення координації, серцево-судинної та легеневої систем;
- підвищення гнучкості тіла.

Слабкі сторони:

- небезпечні ігри (пейнтбол, катання на банані);

- недбалість у доборі аніматорів;
- діти занудьгують;
- дитина не знайде спільну мову з аніматором і не буде з ним контактувати;

- діти ігнорують прохання та пропозиції аніматора;
- батьки незадоволені роботою аніматора;
- аніматор не знайде спільну мову з дитиною;

#### Загрози:

- можливість отримати травму під час спортивних ігор;
- сварки під час командних ігор;
- неактуальність гри;
- відсутність бажання грати;
- через те, що дитині не подобається анімаційна програма в готелі – батьки обиратимуть інший готель для відпочинку.

#### Можливості:

- додати більше ігор на логіку;
- квести;
- оновити інвентар для ігор;
- додати командних ігор.

Отже, аналізуючи ігри для підлітків слід зазначити що переважають все ж таки сильні сторони. Ці ігри підібрані саме за потребою.

Ігри для міні – клубу (4 – 12 років).

#### Сильні сторони:

- дитина вчиться спілкуватись та взаємодіяти з однолітками;
- контролює свою поведінку, дотримуючись правил гри;
- діти проявляють чудеса терплячості, наполегливості, дисциплінованості та розвивають кмітливість, вольові якості, етичні установки;
- дитина розвиває моторику рук;



- нові знайомства та дружні компанії;
- активні ігри ( «Пірати», «Індійці»);
- завдяки міні-диско дитина вчиться запам'ятовувати рухи танцю під різні мелодії – різні рухи;
- дитина більше часу проводить з однолітками, ніж з батьками, стає більш самостійною;
- велика кількість відвідувачів;
- настільні ігри розвивають логіку, витримку;
- вироби з різних намистин та солоного тіста виявляють в дитини творчу уяву, майстерність, відповідальність та мислення;
- дітки старшого віку допомагають молодшим.

#### Слабкі сторони:

- кожен тиждень програма ігор повторюється;
- не всі діти можуть довго знаходитись без батьків у міні-клубі;
- незацікавленість дітей у іграх;
- діти занудьгують;
- дитина не знайде спільну мову з аніматором і не буде з ним контактувати;
- діти ігнорують прохання та пропозиції аніматора;
- батьки незадоволені роботою аніматора;
- дитячі сварки в міні-клубі;
- аніматор може недогледіти за дітьми (наприклад на ігровому майданчику, дитина може впасти з гірки, отримати травму, або ж якась комаха вкусить і буде алергія);
- на прогулянці дитина може загубитись.

#### Загрози:

- через те, що дитині не сподобається анімаційна програма, батьки обиратимуть інший готель для відпочинку.

Можливості:

- в міні-клубі повинен працювати аніматор, який добре спілкується німецькою, англійською мовами (діти в цілому – німці, тому це необхідно);
- пильний догляд за дітьми;
- аніматор повинен любити дітей;
- якщо діти щось роблять неправильно, потрібно їм допомагати та пояснювати правила;
- якщо між дітьми виникла сварка, то необхідно вирішити цю проблему і допомогти дітям помиритись;
- не сварити дітей. (якщо дитина поводить себе не чемно, то слід зробити зауваження в ігровій формі, щоб вона зрозуміла, що так робити не можна);
- не відпускати дітей на ігровий майданчик без нагляду;
- під час нанесення аквагриму на обличчя дитини, бути обережним, щоб фарба не потрапила дитині в очі;
- додати нові ігри, які б більше впливали на розвиток дитини;
- можна показувати замість мультиків, цікаві розвиваючі передачі.

Отже, проведений SWOT-аналіз показав, що основні слабкі місця програми наступні:

1. Деякі ігри є небезпечними для здоров'я.
2. Недбалість у доборі аніматорів.
3. Деякі аніматори не знають мови дітей, діти можуть опинитись у небезпеці або ж не розумітимуть правил.
4. У міні-клубі кожен тиждень програма ігор повторюється.
5. Більшість ігор мають спортивний характер.
6. Незацікавленість гостей у анімаційній програмі.

Основні сильні місця:

1. Різноманітна програма для людей будь-якого віку.

2. Активний та привітливий персонал.
3. Нові знайомства під час гри.
4. Різний рівень складності ігор.
5. Ігри допомагають розвинути швидкість, силу, наполегливість, логіку, витримку.
6. Оздоровлення (зарядка, водна аеробіка, степ аеробіка).
7. Анімаційна команда завжди демонструє правильність виконання гри та пояснює правила декілька разів.

Тож, можливим і бажаним є внесення певних змін.

## **2.2. Рекомендації для удосконалення анімаційної програми.**

Сьогодні у суспільстві домінує думка, що мистецтво – то є чимось, що стосується лише інтелектуалів, а звичайним людям воно не потрібно. Набагато важливішими видаються наукові розробки, різноманітні винаходи, сучасні технології – все те, що створює ілюзію абсолютного знання, встановлення повного контролю людини над природою. Але якщо викреслити мистецтво з історії людства, то яким був би світ? Сірим, одноманітним, безрадіним, а люди були б більше схожі на роботів або тварин, яких цікавлять тільки природні потреби організму. Це чудово розуміли раніше – ще в епоху Античності. Арістотель надавав мистецтву важливого значення в розвитку людини, як особистості. Він писав: «Мистецтво – є не що інше, як творча здатність, керована справжнім розумом. Будь-яке мистецтво пов'язане з народженням, і його діяльність полягає в умінні спостерігати, як може створитися що-небудь з тих речей, які можуть бути і можуть не бути і початок яких в створюванні, а не в створеному. Мистецтво ж не відноситься ні до числа речей, існуючих або, які виникли за потребою, ні до числа існуючих за природою: вони мають початок в самих собі» [52].

«Арістотель розділяє всі мистецтва за видами в залежності від того, за допомогою чого, чому і як ведеться наслідування. Одні мистецтва

наслідують за допомогою звуків – музика і спів; гармонією і ритмом вони відтворюють свій предмет. Інші мистецтва фарбами і формами відтворюють дійсність. Це –пластичні мистецтва: живопис і ліплення. За допомогою ритмічних рухів тіла

відтворюється дійсність в танцях. Література досягає цього за допомогою слів і метрів» [52].

У Середньовіччя музика була складовою квадрівіуму, нарівні з арифметикою, геометрією та астрономією. І хоча в сучасному світі музика в школі найчастіше – то пуста формальність, проте кількість музичних субкультур говорить про те, що вона і сьогодні не втратила своєї актуальності. Мистецтвознавець М. Казінік в одному із своїх проєктів говорив: «Дайте мені час у прайм-тайм на телебаченні, я буду говорити про музику, а ви побачите, як зміниться країна» [16].

Мистецтво дає людині можливість бути собою, показати світу свій талант, свої емоції, почуття, душу. А тому і в освіті, і в готельній анімації варто звернути увагу на повернення до класики – ввести мистецтво до простору звичайної пересічної людини. Насамперед – через систему майстер-класів. В такому сенсі бізнес набуває ще й аксіологічного наповнення, як не парадоксально, але тим самим відповідаючи принципам Дао Тойота. З моменту заснування компанія Toyota робить внесок у розвиток суспільства за допомогою виробництва автомобілів. І місія підприємства – це не отримання прибутку, а цінний внесок у розвиток наступних поколінь [21].

Якщо у розвиток суспільства може вкладатись компанія, яка виробляє автомобілі, то тим більш – готель, який забезпечує рекреацію. Оскільки програма у готелях базується переважно на спортивних заходах та розвагах, доцільно ввести художні, кулінарні та інші майстер-класи, щоб зробити більш різноманітним активне дозвілля.

Пропонована система анімації має складатись з кількох блоків:

1. Майстер-класи з образотворчого мистецтва мають відкрити людині потребу у цінностях, і задовольнити потребу у пізнанні себе,

розкриття власного «Я», відновлення емоційного та духовного стану. Власне, мають стати поштовхом до розвитку, що у свою чергу відкриває людину на інших людей і навчає дивитись на світ та на зміни у світі з відкритим серцем.

Художні майстер-класи – мають певну тему, в якій розкриваються всі секрети та тонкощі обраного виду мистецтва. Вони дозволять досконало вивчити техніку та допоможуть оволодіти нею. Такі майстер-класи створені для людей, які хочуть навчитись передавати свої почуття та думки на аркуші паперу у красивому вигляді; намалювати гарну картину самостійно, втіливши всі свої емоції (див. додаток Е).

Мета введення: навчити гостей готелю певним технікам художнього мистецтва, допомогти їм провести час на відпочинку з користю.

#### Психологічний вплив

Творчі заняття допомагають формуватися людині, як особистості. Саме через творчість проявляється неповторна індивідуальність кожного. Діяльність, яка пов'язана з творчістю дає можливість відкривати нові сторони себе, поставати перед світом у всій красі, наповнювати внутрішній світ чимось естетичним, гарним, приємним та кольоровим. Завдяки творчим заняттям людина має можливість розкрити власне «Я» та втілити його не тільки у мистецьких творах, а й у своїх повсякденних справах.

Крім того, художнє мистецтво формує естетичні цінності особистості.

Необхідні матеріали: мольберти, стільці, ватмани, білий папір, фарби (залежить від обраної техніки живопису), прості олівці, ластика,

Скульптура – художня форма, де тверді або пластичні матеріали обробляються в тривимірні художні об'єкти. Конструкції можуть бути як окремими об'єктами, так і в рельєфах, на поверхнях або в середовищах, які охоплюють погляд глядача. Можна використовувати величезну різноманітність матеріалів, включаючи глину, пластилін, віск, камінь, метал, скло, дерево, гіпс тощо. Матеріали можуть бути вирізані, зліплені, змодельовані, ковани, з'єднані або сформовані іншим чином.

Майстер-клас по скульптурі – це чудова нагода відпочити та отримати нові знання з ліплення, можливість спробувати створити фігури з різних видів матеріалу своїми руками (див. додаток Е).

Мета введення: навчити гостей готелю незвичайному заняттю, яке допоможе провести вільний час з користю та можливо відкрити нові таланти.

Психологічний вплив: шляхом створення скульптури людина може передати свої емоції та відчуття, адже під час роботи вона передає матеріалу свою енергетику та натхнення, вдихає життя в своє творіння.

Естетичний вплив: створення скульптури своїми руками допомагає людині відкрити себе, свої можливості. За допомогою такого заняття розвивається естетичне почуття, людина сприймає цей світ по-іншому, не так як вона звикла. Заняття, пов'язані зі створенням чогось нового власними руками дозволяють їй відчувати себе особистістю, яка здатна щось змінити в цьому світі на краще.

Необхідні матеріали: пластилін, глина, картон, віск, спеціальні інструменти.

Гончарство – процес виготовлення предметів, посудин з глини та інших керамічних матеріалів, які обпалюють при високих температурах, щоб надати їм тверду, міцну форму. Гончарні вироби та кераміка були важливою частиною людської культури протягом тисячоліть. Вони відігравали велику роль у побуті та життєдіяльності наших предків. Це мистецтво, яке несе в собі багато таємниць та вікову історію (див. додаток Е).

Глина має досить різноманітний спектр природних барв — біла, зелена, кремова, червона, коричнева, темно-сіра тощо. Яскравості та незвичайності виробам надають керамічні фарби, які також мають безліч кольорів на будь-який смак [1].

Мета введення: формування ключових компетентностей особистості засобами гончарного мистецтва.

Психологічний вплив: гончарство – це найяскравіший засіб етнопедагогіки, який дозволяє під час роботи зануритись в історію, відчути

енергію та простір наших предків, побути наодинці з собою та своїми думками, адже кінцевий результат – це витвір емоційного стану душі та відображення внутрішнього світу людини. Бо кожен виріб – це унікальність, схожих бути не може.

Естетичний вплив: при взаємодії з глиною, людина висловлює свої переживання і вчиться управляти власним психоемоційним станом. Розминаючи або стискаючи глину, надаючи їй форму, можна отримати безліч додаткових бонусів:

- розвивається моторика рук і кінестетичні відчуття;
- пробуджується уява;
- набувається новий досвід і маса задоволення.

Необхідні матеріали: глина, гончарний круг, вода, фарби, пензлі.

Пропоновані майстер-класи розраховані для людей від 16 років – масляний живопис, пастельний живопис, батік, розпис хною тощо (див. додаток Е). А для діток віком від 5 років цікавими були б пісочна анімація та малювання світлом (див. додаток Е). Адже все це сприяє розвитку дітей та допомагає бачити світ інакше – через мистецтво.

## 2. Майстер-класи hand-made (див. додаток Є).

Якщо образотворче мистецтво вимагає від людини певних навичок і не всі можуть досягнути певний середній рівень, то майстер-класи з hand-made є більш доступними. І до того ж ідеально пасують до кінестетиків. Основні позитивні наслідки таких майстер-класів:

— Підтримка емоційного здоров'я. Бісероплетіння, миловаріння, виготовлення прикрас – переключають увагу людини з робочих і побутових проблем на творчі завдання. Зосередження на творчих завданнях допомагає відволіктися від негативних думок, що викликають стрес і занепокоєння. Ритм діяльності заспокоює сам по собі і дозволяє вийти з внутрішніх діалогів та суперечок. Саме такі майстер-класи будуть доречними на відпочинку у готелі, адже вони допоможуть провести час з користю, відкриють нові здібності людини, до того ж – по тому залишиться сувенір.

— Розвиток креативного мислення. Звичайно, більшість робитиме щось за певними взірцями, проте частина людей почне відходити від взірця, експериментувати з кольорами, матеріалами та формою. А таким чином, розум призвичаюється до пошуків нових шляхів деінде, не лише у рукоділлі. До того ж, розвиток моторики рук сприяє розвитку мозку і є частиною загальної терапії після травм, інсультів, а також є вкрай необхідним для дітей та людей похилого віку. Рукоділля тренує окомір, сприйняття пропорцій і розвиває художній смак.

— Створення унікального продукту. Одна з тенденцій сучасності – поєднання прагнення до буття унікальним з прагненням бути в тренді. Hand-made допомагає успішно вирішити цю складну задачу: робити аксесуари своїми руками – тренд сучасності, і кожна така річ буде унікальною.

— Розширення кругозору. Рукоділля стимулює постійно освоювати нові навички, прийоми, техніки, матеріал чи форму. Вчитися часто доводиться з іноземних журналів і відео в мережі, тож вивчення іноземних мов відбувається само по собі.

— Поява нових друзів та знайомих. Одна з проблем сучасності – брак живого спілкування. Hand-made дає можливість познайомитись з цікавими та творчими людьми [46].

Мета введення: навчити гостей різноманітним виробам своїми руками, допомогти розвинути витривалість та креативність.

Психологічний вплив: виготовлення прикрас своїми руками, праця з маленькими деталями дозволяє людині забути про стрес. Під час цього процесу вона концентрує увагу на клопіткій роботі та не думає про проблеми. Це дає змогу відпустити свої почуття та переживання, зробити красиву прикрасу для себе або для друзів. Це чудова нагода «зупинити час» та подумати про щось приємне.

Естетичний вплив: праця з маленькими деталями (бісер, нитки, мушлі тощо) добре розвиває моторику рук, вміння креативно мислити та надихає на



щось прекрасне. Створення прикрас власними руками розвиває в людині почуття особистості, адже вона робить унікальну річ, не схожу на інші.

Необхідні матеріали: бісер, ліска, нитки, булавки, проволока, спеціальні набори для створення слайму, мушлі, клей, блискітки, ювелірні гачки тощо.

Таким чином, рукоділля допомагає задовольнити багато потреб – це потреби в спілкуванні, саморозвиток, самовдосконалення через улюблену справу, самореалізація, комфорт, потреба в структуруванні вільного часу тощо.

Цільова аудиторія – насамперед дівчата та жінки.

### 3. Майстер-класи зі зброєю (див. додаток Ж).

Так само, як образотворче мистецтво, володіння зброєю свого часу було необхідною частиною освіти. Щоправда, у більшості культур – освіти саме чоловіків.

Сучасність часто не дає чоловікам можливості бути собою – хлопці часто ростуть без батька, а у школі більшість вчителів є жінками. Тож процес становлення ідентичності відбувається з ускладненнями. У вільний від навчання та роботи час хлопці та чоловіки часто або грають у комп'ютерні ігри, або відвідують тренажерну залу.

Майстер-класи з володіння зброєю задовольняють потреби другого та третього рівня піраміди потреб А. Маслоу: потреби у безпеці та соціалізації [71]. Робота зі зброєю навчає відчувати своє тіло, приймати свою слабкість та долати її, додасть впевненості в собі та своїх діях, відповідальності та точності. І до того ж робота зі зброєю дозволяє задовольнити потребу у спілкуванні з однодумцями, навчитись вирішувати конфлікти, йти на компроміси, ділитись переживаннями та проблемами з іншими працювати в команді [36].

Такі майстер-класи – це і відпочинок, і покращення фізичної форми, і спілкування з однодумцями, і викид негативних емоцій, і покращення настрою, і навчання новому.

Мета введення: навчити гостей поводитись з холодною зброєю; концентрації; точності; показати що зброя може бути не тільки предметом для вбивства, а й спортивним заняттям.

Психологічний вплив: майстер-класи зі зброєю допомагають випустити з людини негативну енергетику, адже коли ми кидаємо ножа, то випускаємо з ним усю злість, ненависть, невдоволення, проблеми тощо. У людини під час таких занять відбувається «перезавантаження» і вона відчуває себе набагато краще.

Естетичний вплив: зброя – це в першу чергу негативний предмет, який може поранити або вбити людину. На майстер-класі зброя буде продемонстрована з іншої сторони, як спосіб позбавлення негативу в душі людини. Зброя показана, як символ свободи та початку нового життя, свіжих думок та яскравих емоцій.

Необхідні матеріали: лук зі стрілами, металеві ножі, мішені.

Пропонується насамперед для підлітків та чоловіків.

#### 4. Кулінарні майстер-класи (див. додаток 3).

Кулінарія сьогодні – один з найпопулярніших трендів. Багато в чому завдяки доступності ресторанів, але більшою мірою – завдяки блогерам YouTube. Простір для творчості тут є досить широким, починаючи від втілення рецептів у життя (з різними варіаціями) і завершуючи оформленням готової страви. Вдало підібраний і розташований посуд із красиво оформленими та смачно приготовленими стравами створюють загальну позитивну для сприйняття композицію столу.

Говорячи про задоволення потреб людини, можна сказати, що кулінарія задовольняє не лише фізіологічні (первинні), а й естетичні, соціальні потреби. Адже приготування їжі – це довготривалий ланцюг з низкою процесів, де людина використовує мислення, креативні ідеї, фізичний труд, працює з кухонними приладами, тобто взаємодіє не лише з продуктами харчування.

У готелі буде запропоновано як традиційні кулінарні майстер-класи, так і майстер-класи з молекулярної кухні, де гості зможуть не тільки подивитись на процес взаємодії хімії з продуктами, а й самостійно спробувати створити міні-страви за допомогою професіоналів [19].

Також будуть і інші кулінарні майстер-класи, такі як: виготовлення шоколаду та карамелі в домашніх умовах, створення капкейків та макарон (популярні десерти), оформлення та створення презентацій і звичайно ж приготування суші та роллів.

Мета введення: навчити гостей готувати популярні страви швидко та смачно, показати як можна створювати незвичайні презентації для звичайних страв та правильно підбирати посуд, познайомити дітей і батьків з кулінарним мистецтвом, яке може бути цікавим і легким.

Необхідні матеріали: приміщення, де можна буде готувати (кухня), посуд, кухонний інвентар, інгредієнти для страв (для кожної страви різні інгредієнти), фартухи, гумові рукавички, тощо.

Відвідати кулінарні майстер класи зможуть всі бажаючі, а ось на майстер-клас з виготовлення шоколаду та карамелі батьки зможуть прийти з маленькими дітьми.

##### 5. Танцювальні майстер-класи (див. додаток І).

«Історія танцю починається разом з історією людської цивілізації. То є один з найкращих засобів відновлення психологічної рівноваги, фізичного відпочинку, налагодження відносин з іншими. Часто танець передбачає контакт з партнером, зазвичай партнером протилежної статі. Можна говорити про невербальний діалог на рівні тіла» [35].

В сучасному суспільстві активно просувається культ здорового і красивого тіла. Танець допомагає перемкнути увагу з самого тіла на естетику рухів та відчуттів.

«Танець як психотерапія. Танець являє собою діалог, комунікацію. Людина спілкується на трьох рівнях – з самим собою, з іншою людиною або групою, з навколишнім світом. Існує навіть особлива професія –

танцетерапевт. Він дозволяє людині навчитися взаємодіяти з собою та з іншими. Створює умови, в яких людина може почати спілкуватися з оточенням. Танцюючий усвідомлює і аналізує всі рухи танцетерапевта і інших учасників групи, тим самим починає краще розуміти себе і оточуючих. І користь танцю в тому, що можна зрозуміти причину болю, з'ясувати приводи появи дискомфорту» [35].

Танець вчить розуміти себе, входить у діалог з самим собою. Людина здатна висловити всю повноту своїх почуттів за допомогою мови тіла. Тут у нагоді приходять імпровізація. Під час імпровізації танцюючі показують свої емоції, сни і фантазії тільки в русі. Так можна ефективно досліджувати всі приховані емоційні особливості кожної людини. Ясніше видно і приховані психологічні ресурси. Ключ до повноцінної особистості – це набуття себе, самопізнання.

У готелі можна запропонувати майстер-класи з різноманітних видів танцю, починаючи з повільного віденського вальсу, пристрасного танго та пасодоблю, і закінчуючи швидкими сучасними танцями, такими як шаффл, тектонік тощо. Сьогодні молоде покоління не відчуває нестачі в спілкуванні з протилежною статтю. Проте спілкування часто відбувається на вербальному рівні або ж у віртуальному світі. Танець допомагає зрозуміти, що насправді відбувається у комунікації – відчути і себе, і іншого.

Мета введення: познайомити гостей з різноманітними видами танців, допомогти обрати свій стиль. Навчити підлітків сучасним рухам, які знадобляться їм для дискотек або вечірок. Розпалити вогонь пристрасті у пар, які втомились від буденності та побуту.

Необхідні матеріали: танцювальний майданчик, музика для різних видів танцю.

У готелі пропонуються танцювальні майстер-класи для всіх бажаючих жінок, пар, підлітків з 12 років.

6. Майстер-класи краси (див. додаток І).

Кожна жінка до певного віку вже визначилась з власним образом. Проте часто не йдеться про те, що макіяж справді їй пасує. Тож майстер-класи, присвячені догляду за собою допоможуть переглянути певні уявлення про себе та свою красу. А впевненість у власній привабливості дає віру в себе і приваблює оточуючих.

Безкоштовний майстер-клас з різних видів макіяжу на відпочинку у готелі дає можливість зробити певний перегляд власних установок та уявлень. Майстри візажу та макіяжу розкажуть як правильно підбирати косметику для різних типів шкіри, підкажуть як краще комбінувати кольори тіней з помадою та одягом, навчать створювати неперевершені образи на кожен день та багато іншого.

Майстер-клас з видів макіяжу буде корисним для жінок, дівчаток віком від 14 років, адже саме в цьому віці вони намагаються гарно виглядати, щоб привернути увагу хлопців.

Але, лише макіяжу недостатньо для завершеного образу, потрібно зробити ще неймовірну зачіску. Довге волосся завжди було приводом для гордості дівчат, але не завжди це зручно і практично. Сьогодні існує велика кількість навчальних відео про створення зачісок. Але стандартний набір зачісок не відрізняється особливою різноманітністю і оригінальністю, так як це зазвичай накручене волосся за допомогою різноманітних приладів, хвостики, зібране волосся, тому пропонується майстер-клас із плетіння різних видів косичок, адже де ще знайдеться час навчитися такій цікавій справі, як не на відпочинку.

Творчий процес створення зачісок знаходиться в близькій спорідненості з творчістю в будь-якому іншому виді людської діяльності. Створення нових видів зачісок порівнюють з мистецтвом скульптора. Адже зачіска це теж скульптура, вона сприяє створенню художнього образу для кожної людини. При моделюванні зачіски перукар-модельєр, перш за все, з'ясовує її функціональність і естетичне призначення, тобто умови її використання.

Залежно від цього творчий процес в кожному випадку буде мати особливості, оскільки призначення зачіски та умови її використання диктує її форму. Розкриття форми зачіски і є художнім завданням, що стоїть перед перукарем-модельєром. Робота модельєра при індивідуальному моделюванні це робота з кожною людиною окремо, тому що перукар, перш за все, намагається виявити художній образ конкретної людини [44].

Мета введення: познайомити юних дівчат з мистецтвом макіяжу та зачісок, допомогти комбінувати види макіяжу з одягом, навчити правильно підбирати відтінки тіней та помади, показати різні види плетіння кіс, які можна створювати вдома, не витрачаючи кошти на перукарні.

Необхідні матеріали: декоративна косметика, щіточки для макіяжу, фіксатори для макіяжу, розчіски, резинки, лак для волосся тощо.

Майстер-клас з плетіння різних видів кіс пропонується для жінок та дівчат віком від 12 років. Але за бажанням у таких майстер-класах можуть брати участь і чоловіки.

Окремо варто запропонувати дещо змінити підхід до пошуку аніматорів.

Спеціалістів для майстер-класів потрібно шукати у спеціальних навчальних закладах, наприклад скульпторів, художників – у художніх майстернях, школах, коледжах; для кулінарних майстер-класів – у ресторанах, кулінарних школах; для майстер-класів краси – у салонах краси, перукарнях, професійних школах візажу, макіяжу. Це можуть бути люди з різних країн, але обов'язкові умови – мати право та бажання навчати інших, ділитися своїми знаннями та вміннями, бути майстром своєї справи, знати іноземні мови (залежить від національності гостей у готелях), бути доброзичливим та комунікабельним.

Таким чином, за допомогою різноманітних майстер-класів можна збільшити кількість туристів у готелях. Не всі туристи приїжджають на пасивний відпочинок, більшість навпаки намагаються пізнати щось нове; навчитись тому, на що раніше не вистачало часу; відкрити нові таланти або

здібності. Така система удосконалень анімаційної програми є досить вдалою, адже туристам буде цікаво спробувати себе у різних напрямках та створити щось незвичайне своїми руками.

Майстер-класи розраховані для людей будь-якого віку, адже вони будуть цікаві та корисні як для дітей, підлітків, так і для дорослих. В деяких майстер-класах діти можуть брати участь з батьками.

На кожен день відпочинку планується новий майстер-клас. Він займе не більше двох годин та залишить тільки гарні спогади та знання.

Проводити майстер-класи будуть спеціалісти та майстри свого діла, які займаються певним видом діяльності достатньо часу, знають багато технік та мають право навчати інших.

### **2.3. Пропозиції щодо шляхів впровадження майстер-класів до анімаційної програми.**

Для проведення різноманітних майстер-класів у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua необхідно набрати майстрів, які б змогли на високому рівні виконувати свою роботу. Вони повинні володіти англійською мовою, а також німецькою, адже переважна більшість гостей готелю (80%) з Німеччини; добре знатися на своїй справі; бути ввічливими, комунікабельними, дисциплінованими та відповідальними.

Пошуки фахівців необхідного рівня можна розпочати за кількома напрямками:

1. Колаборації з творчими центрами різних країн світу. Бажаючі митці зможуть працювати декілька годин на день у готелях. Заробітна плата буде нараховуватись за кількість відпрацьованого часу за місяць або ж за кількість проведених майстер-класів за місяць. Проживання та харчування у готелі за рахунок готелю.

Колаборації можна здійснювати з такими центрами: Kinder ART <https://kinderart.com/>, Kinder Art <https://www.kinderart-kitas.de/en/en-job-openings/>, Kidz Art <https://www.kidzart.com/become-a-franchise/>, The school

district of CLAYTON <https://www.claytonschools.net/Page/14030>, Kunstschule <https://www.kunstschuleberlin.de/>, Студія Танцю «Pantera Dance Studio» <https://www.dance-lviv.com/contacts.html>, Танцювальна студія «One Life» <https://one-life.lviv.ua/kontakti>, Арт студія «Художня майстерня Борисенко» <http://www.studia.kiev.ua/>, Art Resonance Studio <http://artresonancestudio.com/>, Творчий центр ARTOS <https://artos.kiev.ua/>, Школа танців для дорослих «Гранд-Дует» <http://grand-duet.com.ua/dance-school/for-adults> тощо.

2. Студенти-практиканти. Студенти з культурних, творчих, кулінарних, художніх університетів зможуть проходити практику за своєю спеціальністю у готелях. Заробітна плата буде за рахунок чайових та бонусів за кількість проведених майстер-класів. За бажанням студенти зможуть відпрацювати весь сезон, або ж декілька місяців. Проживання та харчування у готелі за рахунок готелю.

Заклади, з якими можна співпрацювати: Academy of fine art <https://academy-of-fine-art.com/>, KEYSTONE bachelorstudies <https://www.bachelorstudies.com/Bachelor/Tourism/Germany/>, Universität Hamburg <https://www.uni-hamburg.de/>, Hochschule für Künste, Bremen <https://www.hfk2020.de/>, University of Europe for Applied Sciences <https://www.btk-fh.de/de/>, Erlenbach Art School <https://vonerlenbach-kunstschule.de/>, Харківська державна академія культури <https://ic.ac.kharkov.ua/>, Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського <http://num.kharkiv.ua/>, Харківська державна академія дизайну і мистецтв <https://ksada.org/>, Київський національний університет культури і мистецтв <http://knukim.edu.ua/>, Київський університет культури <https://kuk.edu.ua/>, Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені М. Бойчука <https://kdidpamid.edu.ua/academy/>, АРТ академія сучасного мистецтва ім. Сальвадора Далі <https://mixmd.edu.ua/>, Львівська національна академія мистецтв <https://lnam.edu.ua/uk/>, Національна академія керівників кадрів культури і мистецтв <https://nakkkim.edu.ua/> тощо.



3. Волонтери. Люди, які люблять займатись творчістю, кулінарією, мають навичками зі створення зачісок або ж макіяжу, володіють технікою hand-made тощо, зможуть працювати в готелях, проводячи майстер-класи за своєю тематикою. Заробітна плата буде за рахунок чайових та бонусів за проведення майстер-класів. Проживання та харчування у готелі за рахунок готелю.

Проживання у готелі для персоналу.

Кімнати є для двох або трьох персон. Розташовані у будинках для гостей на останньому п'ятому поверсі. В кімнаті: 2 або 3 ліжка, кондиціонер, шафа або великі тумби для одягу, дзеркало, 2 або 3 стільці, журнальний столик. Також в кожній кімнаті знаходиться туалет, душова кабіна, умивальник, поличка для рушників, дозатор для мила та дзеркало.

У покоївок можна самостійно брати постільну білизну, рушники, туалетний папір та воду. Прибирати в своїх кімнатах потрібно самостійно, у покоївки можна взяти пілосос або швабру.

Харчування.

Персонал харчується в ресторані разом з гостями. Персонал має окремий стіл. Харчування типу all inclusive.

Проїзд:

За умови наявності рекомендацій від керівника анімаційної команди готель купуватиме аніматору квитки в обидві сторони (але якщо працівник хоче покинути роботу раніше, аніж домовлено, то він сам купуватиме квиток додому).

За умови відсутності рекомендацій квитки до Туреччини оплачує сам аніматор, а квитки додому – у залежності від якості його роботи.

Якщо аніматора запрошують повторно, квитки купує готель.

## **Висновки розділу 2.**

Для готелів проведення SWOT-аналізу є необхідним, аби вчасно побачити свої слабкі сторони та підсилити їх; виправити всі помилки та

удосконалити готельні програми; щоб не втратити клієнтів, а навпаки збільшити їх кількість.

Проведений аналіз системи анімаційних послуг показав, що основні слабкі місця програми наступні:

- деякі аніматори не знають мови дітей, діти можуть опинитись у небезпеці або ж не розумітимуть правил (гості готелю переважно з Німеччини і діти говорять німецькою, а деякі аніматори спілкуються англійською, тому в міні-клубі повинен працювати той, хто вільно володіє німецькою);
- у міні-клубі кожен тиждень програма ігор повторюється (деякі родини приїжджають на 2-3 тижні, так як програма кожного тижню однакова, діти не завжди хочуть відвідувати міні-клуб);
- більшість ігор мають спортивний характер (участь приймають гості від 18 до 55 років – це 60% відпочиваючих;
- незацікавленість гостей у анімаційній програмі (20% гостей приїжджають відпочити від буденності, відвідати цікаві екскурсії та провести час на пляжі, тому їм не цікаво приймати участь в анімаційних конкурсах, вони просто насолоджуються атмосферою).

Оскільки акцент поточної анімаційної програми зроблено на старші покоління, які цінують відсутність змін, постійність, передбачуваність, то доцільним є залишити програму, орієнтовану на людей старшого віку без змін або з незначними змінами, натомість програму, орієнтовану на дітей та підлітків наповнити за рахунок художніх, кулінарних та ін. майстер-класів, щоб зробити дозвілля більш цікавим та різноманітним.

Різноманітні майстер-класи заохотять туристів повертатися в готелі знову і знову, вже з друзями та знайомими. Адже не всі туристи люблять пасивний відпочинок. У сучасному світі стає актуальним навчання та саморозвиток. Більшість прагнуть дізнатись щось новеньке та навчитись тому, на що раніше не вистачало часу, знайти себе та відкрити нові таланти.

Майстер-класи не займають багато часу, майстри за короткий час навчають корисним речам, які залишають лише позитивні враження та емоції. Вони призначені для людей будь-якого віку, є майстер-класи для дітей, для пар, а також для дітей з батьками.

## ВИСНОВКИ

Сучасний світ характеризується швидкими темпами науково-технічного прогресу, який викликає і соціальні зміни. У свою чергу це вимагає змін у сфері обслуговування.

Група готелів SEZER GROUP (Club Grand Side & Club Grand Aqua виникла у 2000 р. на Середземноморському узбережжі в курортному містечку Чолакли району Манавгат, в 13 км від Сіде. Цільова аудиторія готелів – німці (80%), решта – туристи інших національностей (поляки, голландці, італійці, турки).

Маркетингова діяльність є досить різноплановою: керівництво готелів активно взаємодіють із ЗМІ, часто проводять конференції, беруть участь у танцювальних фестивалях (мають необхідне обладнання для репетицій танцювальних груп), спортивних змаганнях (тренажерні зали для спортсменів та інвентар) тощо.

Психографічний аналіз відвідувачів показав, що мотивація туристів мало різниться залежно від національності, але принципово – залежно від віку. Зокрема, якщо представників старших поколінь анімаційна програма готелів влаштовує повністю, то діти та молодь відверто нудьгують (а це означає, що вони оберуть інший готель або формат відпочинку, коли стануть економічно самостійними від батьків).

Загалом, система анімації у готелях Club Grand Side & Club Grand Aqua є досить різноманітною – існують пропозиції для туристів усіх вікових категорій. Анімаційну команду зазвичай збирають анімаційні менеджери готелю, це можуть бути студенти з різних країн або вже знайомі менеджеру аніматори, діяльність і роботу яких, він бачив і знає.

Проведений SWOT-аналіз показав, що основні слабкі місця програми анімації наступні: переважно спортивний характер анімації, повторюваність одних та тих самих ігор щотижня, можлива ситуація, коли дитячий аніматор не володіє мовою туристів (що може призвести до небезпечних ситуацій).

Тож, бажаним напрямком модернізації анімаційної діяльності готелів є введення майстер-класів, орієнтованих на саморозвиток та навчання (художні та кулінарні майстер-класи, танці, пісочна анімація, створення зачісок та макіяжу), що зробить дозвілля більш різноманітним як для молоді, так і для людей старшого віку. Пропоновані майстер-класи різножанрові, різноманітні, активні, скеровані на створення нового та прекрасного власноруч. Для їх організації можливим є налагодження колаборації з відповідними підприємствами Німеччини та інших країн (насамперед – Італії, Польщі, Нідерландів).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонович Є. А. Естетичне виховання підлітків засобами народного образотворчого мистецтва : автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.01 / Є. А. Антонович. – Івано-Франківськ, 1997. – 24 с.
2. Бісероплетіння. URL: <https://www.sites.google.com/site/originalnirecisvoiemirukami/biseropletinna> (дата звернення: 20.05.2020).
3. Бреславець Г. В. Маркетингові стратегії готелів для досягнення успіху. Культура та інформаційне суспільство XXI століття: зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 26-27 листопада 2020 р. Харків, 2020. с. 120.
4. Бреславець Г. В. Найоригінальніші готелі світу. Культура та інформаційне суспільство XXI століття: зб. тез доп. всеукр. наук.-теор. конф. мол. учених, м. Харків, 26-27 квітня 2018 р. Харків, 2018. с. 333.
5. Бреславець Г. В. Психографічна сегментація туристів готельного комплексу Club Grand Side 5\*/Club Grand Aqua5\*. Культура та інформаційне суспільство XXI століття: зб. тез доп. всеукр. наук.-теор. конф. мол. учених, м. Харків, 23-24 квітня 2020 р. Харків, 2020. с. 256.
6. Бреславець Г. В. Технології, які змінять туризм у майбутньому. Культура та інформаційне суспільство XXI століття: зб. тез доп. всеукр. наук.-теор. конф. мол. учених, м. Харків, 18-19 квітня 2019 р. Харків, 2019. с. 382.
7. Бреславець Г. В., Козлов М. С. Анімація — нова мова туризму. Культура та інформаційне суспільство XXI століття: зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 21-22 листопада 2019 р. Харків, 2019. с. 106.
8. Бреславець Г. В., Козлов М. С. Квест-екскурсія як інструмент соціально-психологічної адаптації дітей. Культура та інформаційне суспільство XXI століття: зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 26-27 листопада 2020 р. Харків, 2020. с.100.

9. Бреславець Г. В., Мандао М. Ш. Ефективне управління готелем: критерії успіху. Культура та інформаційне суспільство XXI століття: зб. тез доп. всеукр. наук.-теор. конф. мол. учених, м. Харків, 18-19 квітня 2019. Харків, 2019 р. с. 377.

10. Бреславець Г.В., Мандао М. Ш. Переваги франчайзингу в туризмі. Культура та інформаційне суспільство XXI століття : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 26-27 листопада 2020 р. Харків, 2020. с. 107.

11. Виготовлення різьблених свічок. URL: [http://www.parta.com.ua/ukr/master\\_class/view/1295/](http://www.parta.com.ua/ukr/master_class/view/1295/) (дата звернення: 20.05.2020).

12. Віденський вальс. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/vidensky-vals.html> (дата звернення: 20.05.2020).

13. Графіка. URL: <https://sites.google.com/site/obrazotvorcemistectvotagrafika/grafika> (дата звернення: 20.05.2020).

14. Живопис. URL: <https://school.smilestudio.kiev.ua/zhyvopys/> (дата звернення: 20.05.2020).

15. Індивідуальний майстер-клас з виготовлення карамелі. URL: <https://go-go.ua/ua/karamelny-master-klass.html> (дата звернення: 20.05.2020).

16. Казиник М. Видео «О смысле жизни». URL: [https://www.youtube.com/watch?v=F6hWIVbk&ab\\_channel=%D0%9C%D0%B8%D1%85%D0%B0%D0%B8%D0%BB%D0%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BA](https://www.youtube.com/watch?v=F6hWIVbk&ab_channel=%D0%9C%D0%B8%D1%85%D0%B0%D0%B8%D0%BB%D0%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BA) (дата звернення: 17.12.2020).

17. Клубні танці. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/club-dance.html> (дата звернення: 20.05.2020)

18. Косички: види і техніка їх виконання. URL: <http://bezlichporad.in.ua/kosychky-vydy-i-tehnika-yih-vykonannya.html> (дата звернення: 18.05.2020).
19. Кулінарія як мистецтво. URL: <http://food.bsshop.in.ua/kulinariya-yak-mistetstvo/> (дата звернення: 05.12.2020).
20. Кулінарний майстер-клас молекулярної кухні. URL: <https://go-go.ua/ua/master-klass/kulinar/molekulyarna-kuhniya.html> (дата звернення: 20.05.2020).
21. Лайкер Д. Дао Toyota: 14 принципів менеджмента ведущей компании мира. URL: <http://maxima-library.org/opds/b/323073?format=read> (дата звернення: 17.12.2020).
22. Латина. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/latina-dance.html> (дата звернення: 20.05.2020)
23. Локарева Г. В. Соціально-педагогічна реабілітація засобами інформаційної системи творів мистецтва / Г. В. Локарева // Вісник Запорізького національного університету: Педагогічні науки. – 2013, № 3(21). с. 179-189.
24. Майстер-клас з гончарства. URL: <https://royal-present.com.ua/lviv/mayster-klas-z-goncharstva-71/> (дата звернення: 20.05.2020).
25. Майстер-клас з макіяжу від візажиста. URL: <http://xvatit.com.ua/makiyazh/2241-majster-klas-z-makiyazhu-vid-vizazhista.html> (дата звернення: 18.05.2020).
26. Майстер-клас з писанкарства. URL: <http://etno-selo.com.ua/ua/maisterni-i-maister-klassy/master-klassy-2/pysankarstvo> (дата звернення: 20.05.2020).
27. Майстер-клас з плетіння фенічок. URL: <https://kharkov.detivgorode.ua/knigarnya-3/braslet-druzhbi-majster-klas-z-pletinnya-fenichok-dityacha-subota/> (дата звернення: 20.05.2020).



28. Майстер-клас з приготування капкейків і макаронів. URL: <https://relax.com.ua/uk/majster-klasi-v-kiyevi/majster-klas-z-prigotuvannya-kapkejkov-i-makaroniv/> (дата звернення: 20.05.2020).
29. Майстер-клас з приготування суші. URL: <https://onedeal.com.ua/shop/maserklass/majster-klas-z-prygotuvannya-sushi/> (дата звернення: 20.05.2020).
30. Майстер-клас малювання світлом. URL: <https://go-go.ua/ua/master-klasse/hudozhestvo/master-klasse-risovaniya-svetom.html> (дата звернення: 20.05.2020).
31. Майстер-клас скульптури. URL: <https://go-go.ua/ua/mk-skulptury.html> (дата звернення: 20.05.2020).
32. Майстер-класи для дітей у Києві: 27 найбільш захопливих варіантів. URL: [https://ua.igotoworld.com/ua/article/1269\\_maister-klasi-dlja-ditei-v-kiyevi.htm](https://ua.igotoworld.com/ua/article/1269_maister-klasi-dlja-ditei-v-kiyevi.htm) (дата звернення: 20.05.2020).
33. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей ВНЗ/За ред. д.е.н., проф., заслуженого діяча науки і техніки України Ф.Ф.Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704 с.
34. Найкращі рецепти виготовлення мила своїми руками. URL: <https://www.epochtimes.com.ua/krasa-ta-zdorovya/naykrashchi-recepty-vygotovlennya-myla-svoymy-rukamy-125165> (дата звернення: 20.05.2020).
35. О потребности человека танцевать и о пользе танца. URL: <https://constructor.ru/zdorovie/polza-tanca.html> (дата звернення: 07.12.2020).
36. Основные потребности человека. Классификация потребностей по Маслоу. URL: <https://prodawez.ru/marketing/klassifikaziya-potrebnostey.html> (дата звернення: 28.11.2020).
37. Пасодобль. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/pasadobl.html> (дата звернення: 20.05.2020).
38. Пастельний живопис. URL: <https://lihtaryk.com.ua/pastel-en/> (дата звернення: 20.05.2020).

39. Пісочна терапія: суть та завдання. Яку пісочницю та пісок обрати для заняття. URL: <https://inkluzia.com.ua/pisochna-terapiya-sut-ta-zavdannya.-pisochna-animatsiya.-kinetichniy-pisok.-yaku-pisochnitsu-ta-pisok-obrati-dlya-zanyattya/> (дата звернення: 20.05.2020).

40. Поделки из ракушек: простой мастер-класс изготовления красивых и стильных игрушек и украшений (100 фото). URL: <https://tytmaster.ru/podelki-iz-rakushek/> (дата звернення: 20.05.2020).

41. Правила игры бинго на 90 шаров (лото). URL: [http://bingo1.onlinecasinosrus.com/bingo90\\_rules.htm](http://bingo1.onlinecasinosrus.com/bingo90_rules.htm) (дата звернення 10.03.2020).

42. Правила игры в Киллера. URL: <http://darts.org.ua/rules/pravila-igry-v-killera.html> (дата звернення: 05.03.2020).

43. Правильная техника метания ножей. URL: <https://nozhik.online/tehnika-metaniya-nozhej/> (дата звернення: 20.05.2020).

44. Процесс моделирования. Этапы моделирования. URL: [https://www.rsvpu.ru/contents/ucheb\\_posobie/modelirovanie\\_pricheski/theory/7.html](https://www.rsvpu.ru/contents/ucheb_posobie/modelirovanie_pricheski/theory/7.html) (дата звернення: 07.12.2020).

45. Психология красоты: как макияж влияет на жизнь? URL: <https://psychologyjournal.ru/stories/zhenshchiny/psikhologiya-krasoty/> (дата звернення: 07.12.2020).

46. Пять причин заняться рукоделием: зачем это нужно в современном мире? URL: <https://ajourgarden.com/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/why-do-handmade/> (дата звернення: 28.11.2020).

47. Розпис хною на тілі. URL: <http://newsdaily.com.ua/krasa/kosmetika/xna/5866-rozpis-xnoyu-na-tili.html> (дата звернення: 20.05.2020).

48. Румба. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/rumba.html> (дата звернення: 20.05.2020).

49. Сучасний танець. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/suchasniy-tanec.html> (дата звернення: 20.05.2020).
50. Танго. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/tango.html> (дата звернення: 20.05.2020).
51. Тектонік. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/tectonik.html> (дата звернення: 20.05.2020).
52. Учение Аристотеля об искусстве и поэзии. URL: <http://www.sno.pro1.ru/lib/radzig/116.htm> (дата звернення: 17.12.2020).
53. Хіп-хоп. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/hip-hop.html> (дата звернення: 20.05.2020).
54. Шафл. URL: <https://www.kolibri.co.ua/index.php/shuffle.html> (дата звернення: 20.05.2020).
55. Що слід враховувати при виборі готелю? URL: [https://taor.com.ua/library/34\\_chomu-strilba-z-luka-ce-bilshe-nizh-rozvaaha](https://taor.com.ua/library/34_chomu-strilba-z-luka-ce-bilshe-nizh-rozvaaha) (дата звернення: 20.05.2020).
56. Що таке слайм: рецепти виготовлення слайму в домашніх умовах. URL: <https://znaj.ua/society/294145-shcho-take-slaym-recepti-vigotovlennya-slaymu-v-domashnih-umovah> (дата звернення: 20.05.2020).
57. Як загортати подарунки? URL: <https://yakszrobiti.ru/insha/kultura-i-suspilstvo/29386-jak-zagortati-podarunki.html> (дата звернення: 20.05.2020).
58. Beach bocce. URL: <https://beachandgamestogo.com/beach-bocce-rules/> (дата звернення: 18.10.2020).
59. Club Grand Aqua Hotel 5\*. URL: <https://www.tury.ru/hotel/id/114488-club-grand-aqua-hotel-cholakli-manavgat-turkey> (дата звернення: 05.03.2020).
60. Club Grand Aqua. URL: <http://sezergroup.com/TR/Club-Grand-Aqua/> (дата звернення: 09.03.2020).
61. Club Grand Side 5\*. URL: <https://tury.ru/hotel/id/5148-club-grand-side-cholakli-manavgat-turkey> (дата звернення: 06.03.2020)

62. Club Grand Side. URL: <http://sezergroup.com/EN/Club-Grand-Side/> (дата звернення: 09.03.2020).
63. Crompton J. L. Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, vol. 6, no. 4, October/December 1979, pp. 408-424.
64. Dann, G.M. (1981) Tourism motivations: an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2): 189–219.
65. Iso-Ahola, S.E. (1982) Towards a social psychology theory of tourism motivation. *Annals of Tourism Research*, 9: 256–262.
66. I've heard friends talk about Zumba. What does it involve, and is it an effective workout? URL: <https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/fitness/expert-answers/zumba/faq-20057883> (дата звернення: 18.10.2020)
67. Kim, S.S., Lee, C., Klenosky, D.B. (2003) The influence of push and pull factors at Koreannational parks. *Tourism Management*, 24 (2): 169–180.
68. Lee, C., Lee, T. (2001) World culture expo segment characteristics. *Annals of Tourism Research*, 28(3): 812-816.
69. Lee, C.K., Lee, Y.K., Wicks, B.E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25: 61-70.
70. Market segmentation by motivation: A Study on German Tourists Visiting Side, Antalya-Turkey. URL: [https://www.researchgate.net/publication/305493132\\_MARKET\\_SEGMENTATION\\_BY\\_MOTIVATION\\_A\\_Study\\_on\\_German\\_Tourists\\_Visiting\\_Side\\_Antalya-TURKEY](https://www.researchgate.net/publication/305493132_MARKET_SEGMENTATION_BY_MOTIVATION_A_Study_on_German_Tourists_Visiting_Side_Antalya-TURKEY) (дата звернення: 21.05.2020) .
71. Maslow's Hierarchy of Needs. URL: <https://www.simplypsychology.org/maslow.html> (дата звернення: 17.12.2020).
72. Park, D.B., Yoon, Y.S. (2009) Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30: 99-108.

73. Pearce, P.L. (1991) —Fundamentals of tourist motivation. || In Fundamentals of Tourism Motivation, edited by D. G. Pearce and R. W. Butler. London: Routledge, pp. 113-134.

74. SEZER Group. URL: <http://sezergroup.com/> (дата звернення: 20.05.2020).

75. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник/За ред. Л. В. Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005.–301 с. – (Вища освіта XXI ст.).

76. SWOT-аналіз як основний інструмент стратегічного управління, його переваги і недоліки. URL: [http://www.rusnauka.com/3\\_SND\\_2010/Economics/58123.doc.htm](http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58123.doc.htm) (дата звернення: 09.03.2020).

77. The 5 Levels of Maslow's Hierarchy of Needs. URL: <https://www.verywellmind.com/what-is-maslows-hierarchy-of-needs-4136760> (дата звернення: 17.12.2020).

78. Turkey named world's 6th most favorite tourism destination in 2019. URL: <https://www.dailysabah.com/business/2020/02/11/turkey-named-worlds-6th-most-favorite-tourism-destination-in-2019> (дата звернення: 18.05.2020)

79. Uysal, M. and Hagan, L.A. (1993), «Motivations of pleasure travel and tourism», in Khan, M.,Olsen, M. and Var, T. (Eds), VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism, Van NostrandReinhold, New York, NY, pp. 798-810.

## ДОДАТКИ

Додаток А.

## ПРОФІЛЬ РЕСПОНДЕНТІВ [70].

Атрибут		Частота	%
Стать	Чоловіча	450	51.5
	Жіноча	424	48.5
Вікова група	20 і менше	69	7.9
	20 – 30	190	21.7
	31 – 40	198	22.6
	41 – 50	262	29.9
	51 – 60	98	11.2
	60 і більше	58	6.6
	Супутник у подорожі	Друзі та родичі	157
Колеги		14	1.6
Пара з дитиною		322	37.9
Пара без дитини		317	37.3
Самотній		39	4.6
Вид придбання подорожі	Туристичне агентство	696	79.3
	Інтернет	150	17.1
	Телебачення	15	1.7
	Пряме бронювання готелю	2	0.2
	Інше	11	1.3
Середня тривалість перебування	1 – 7 днів	239	28.0
	8 – 10 днів	178	20.8
	11 – 14 днів	405	47.4
	15 днів і більше	32	3.7
Кількість візитів до Туреччини	Один візит	218	27.0
	Два візити	196	24.3
	Три візити	104	12.9
	Чотири візити і більше	288	35.7

## МОТИВАЦІЯ ТУРИСТІВ [70].

	Особиста втеча	Міжособистісна втеча	Особистий пошук	Міжособис- тисний пошук
Зміна звичного навколишнього середовища	.0893			
Зміна темпу повсякденного життя	.0873			
Уникнення людей, які дратують		.861		
Втеча від стресового соціального середовища		.707		
Уникнення взаємодії з іншими людьми		.795		
Почуватись добре			.843	
Пошук нових вражень самостійно			.620	
Знаходитись з людьми зі схожими інтересами				.824
Зближення з друзями, родиною				.687
Спілкування з новими людьми				.806
Пояснення дисперсії (%)	17.248	20.475	12.923	22.582
Достовірність	0.801	0.754	0.479	0.750
Значення	3.75	2.60	3.79	3.14

## Додаток В.

	«Змотивовані» (N = 186)	«Егоцентричні» (N=377)	«Байдужі» (N=172)
Особистісна втеча	4.20	4.08	2.54
Міжособистісна втеча	4.09	2.19	1.82
Особистісний пошук	4.30	4.09	3.34
Міжособистісний пошук	3.93	3.16	2.32

РЕЗУЛЬТАТИ СЕГМЕНТНОГО АНАЛІЗУ [70].



## ХАРАКТЕРИСТИКА СЕГМЕНТІВ [70].

		«Змотивовані» (N = 186) %	«Егоцентричні» (N=377) %	«Байдужі» (N=172) %
Стать	Чоловіча	46.8	53.2	49.7
	Жіноча	53.2	46.8	50.3
Вікова група	20 і менше	9.7	8.0	7.6
	20 – 30	21.5	22.7	26.7
	31 – 40	23.7	24.0	15.7
	41 – 50	28.0	32.0	32.6
	51 – 60	10.2	9.3	8.1
	61 і більше	7.0	4.0	9.3
Супутник у подорожі	Друзі та родичі	17.1	20.1	15.0
	Колеги	1.1	1.6	1.2
	Пара з дитиною	46.4	36.3	34.1
	Пара без дитини	31.5	37.4	44.9
	Самотній	3.9	4.7	4.8
Вид придбання подорожі	Туристичне агентство	76.9	78.0	84.3
	Інтернет	21.5	18.0	12.8
	Телебачення	1.1	2.1	1.2
	Пряме бронювання готелю	0	0	1.2
	Інше	0.5	1.9	0.6
Середня тривалість перебування	1 – 7 днів	30.4	29.1	21.2
	8 – 10 днів	19.9	20.9	21.2
	11 – 14 днів	44.8	47.6	52.4
	15 днів і більше	5.0	2.4	5.3
Кількість візитів до Туреччини	Один візит	26.3	26.3	27.1
	Два візити	22.8	24.9	27.1
	Три візити	12.3	13.3	16.3
	Чотири візити і більше	38.6	35.5	29.5

## РЕЗУЛЬТАТИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ [70].

	«Здоров'я та гігієна»	«Шопінг»	«Інформація»	«Місцевий транспорт»	«Розміщення»
Загальна екологічна чистота	.685				
Чистота об'єктів харчування та напоїв	.776				
Якість їжі в барах та ресторанах	.593				
Чистота громадських туалетів	.690				
Методи роботи крамарів по залученню покупців		.738			
Ставлення власників магазинів до туристів		.767			
Чесність власників магазинів		.825			
Загальний рівень цін на продукцію		.617			
Цінові наклейки або етикетки на продукцію		.618			
Послуги з обміну валюти			.724		
Послуги бюро туристичної інформації			.693		
Можливості отримати карти, брошури, про регіон			.774		
Інформативні знаки і символи			.664		
Пошук органів влади для подання скарг або отримання інформації			.510		
Комфорт місцевих транспортних				.808	

засобів					
Періодичність надання транспортних послуг				.796	
Спільність транспортної системи				.830	
Ставлення місцевих водіїв				.770	
Загальна чистота готелю					.810
Якість їжі та напоїв в готелі					.860
Ставлення персоналу готелю					.835
Пояснення дисперсії (%)	12.24	14.76	13.10	14.44	12.14
Достовірність	.773	.835	.812	.882	.906
Значення	3.55	3.20	3.58	3.63	4.03

Додаток Д.

ВІДМІННОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ПРИЗНАЧЕННЯ В  
СЕГМЕНТАХ [70].

	«Змотивовані» (N = 186)	«Егоцентричні» (N=377)	«Байдужі» (N=172)	p
«Здоров'я та гігієна»	3.82 (.78)	3.47 (.70)	3.36 (.69)	0.000
«Шопінг»	3.53 (.99)	3.11 (.75)	2.84 (.83)	0.000
«Інформація»	3.86 (.71)	3.50 (.62)	3.29 (.64)	0.000
«Місцевий транспорт»	3.89 (.89)	3.55 (.78)	3.49 (.79)	0.000
«Розміщення»	4.13 (1.06)	3.96 (1.12)	4.04 (1.01)	0.215

## ХУДОЖНІ МАЙСТЕР-КЛАСИ

### **Майстер-клас масляного живопису.**

Масляний живопис – одна з мальовничих технік, яка використовує фарби з рослинною олією в якості основної сполучної речовини. Олійні фарби дозволяють легко правити живопис на полотні. Це дає можливість створювати чудові картини навіть новачкам.

Заняття схожі на практичні уроки в художній академії: викладач пояснює, дає підказки, але нічого не робить за вас. Його завдання – навчити методом спроб і помилок. Ви зможете написати картину для себе або в подарунок, навіть якщо в останній раз малювали в садочку. Немає нічого неможливого! Під час роботи з олією ви не лише отримуєте новий творчий досвід, але й відпочиваєте та оновлюєтесь психологічно [14].

### **Майстер-клас з батіку.**

Батік – це ручне нанесення малюнка на тканину. Техніка виконання полягає в тому, що певні ділянки тканини покриваються спеціальною речовиною, яка не дозволяє фарбувати тканину в місцях його нанесення. За способом нанесення художники в студії працюють методом холодного батіку.

При холодному способі в якості резерву використовуються спеціальні речовини гумового походження. В цьому випадку нанесений малюнок виходить більш витонченим і об'ємним. Техніки батіку використовують не тільки при написанні полотен, але і при створенні малюнків на одязі [14].

### **Майстер-клас з пастельного живопису.**

Пастельний живопис – один з найкращих видів живопису для початківців. Пастеллю можна намалювати практично що завгодно: квіти пастеллю, натюрморти, пейзажі, людей, міські пейзажі пастеллю теж виходять відмінно. Малюнки сухою пастеллю важливо закріпити в кінці роботи спеціальним закріплювачем. Якщо правильно закріпити пастель на папері, то вона не буде сипатися так інтенсивно як без закріплення. Тим не

менш, важливо розуміти, що малюнок сухою пастеллю вимагає дбайливого ставлення та щоб повісити його в інтер'єрі потрібно зробити раму зі склом. Картини, намальовані пастеллю під склом, здатні зберігати всі свої властивості протягом багатьох років.

Заняття з малювання пастеллю для початківців побудовані таким чином, щоб за один майстер-клас намалювати картину сухою пастеллю на пастельноому папері, спробувати різні прийоми роботи з матеріалом і дізнатися особливості роботи пастеллю [38].

### **Майстер-клас «Графіка олівцем».**

У графічному малюнку художник може обмежитися тільки лінійними контурами, може заповнити їх усередині й одержати силует, може за допомогою ліній створити ілюзію об'єму, а може доповнити малюнок кольором. Отже, графіка — це будь-який малюнок: етюд, ескіз, замальовка для майбутньої картини, гравюри та візерунки, малюнки літер і багато чого іншого.

У графіці художники створюють зображення за допомогою ліній, світлотіні та кольорових плям. Величезне значення має також колір фону, на якому малюють чи друкують графічне зображення. Графіка і живопис дуже схожі, навіть кольорів у графічному малюнку, який виконано пастеллю або кольоровими олівцями, може бути анітрохи не менше, ніж на живописному полотні.

Найбільш звичні для нас графічні малюнки, створені з ліній і плям,— чорних на білому фоні або білих на чорному. Образотворча мова графіки дуже проста і стримана, але ми знаємо, що часом декількома влучними словами можна описати ситуацію краще, ніж під час довгої і нудної розповіді. Графіка — «наймовчазніший» з усіх видів образотворчого мистецтва [13].

### **Майстер-клас розпису хною.**

Хна може застосовуватися не тільки як засіб для фарбування волосся і брів. Нею роблять приголомшливі розпису по тілу, звані мехенді. Малюнок хною в сучасному світі носить назву біотату, менді, механді, менді.

Зручність татуювання хною в тому, що вони робляться на час і залишаються на шкірі максимум на кілька тижнів. Процедура створення візерунка абсолютно безболісна.

Хна, якою робиться розпис, представлена у вигляді дрібного порошку. Рослина, з якого його одержують, називають хинним деревом. Листя дерева збирають, висушують і подрібнюють. Склад відрізняється медичними показниками: допомагає зняти роздратування і загоїти дрібні рани. Фарбувальний склад абсолютно нешкідливий, він не проникає вглиб тканин, а тільки забарвлює поверхню шкірного покриву. Прикрасити візерунком можна абсолютно будь-яку частину свого тіла, все залежить тільки від фантазії і бажання малювати.

Красиві малюнки в кожній країні несуть свій сенс. Жінки в європейських країнах за допомогою мехенді підкреслюють свою сексуальність, надають собі якусь загадковість [47].

### **Майстер-клас малювання світлом.**

Малювання світлом – це нова течія в образотворчому мистецтві, яка користується великою популярністю на сьогоднішній день. Дана техніка надає можливість створити необмежену кількість шедевральних картин. Заняття з малювання світлом проходять в групах до 6 осіб під керівництвом досвідченого педагога. Він перед початком занять обов'язково проводить короткий 10 хвилинний інструктаж, розповідає про основні техніки малювання світлових картин, видає спеціальні ліхтарики.

За 60 хвилин, а саме стільки триває одне заняття, кожен учасник має можливість створити необмежену кількість чудових малюнків, ознайомиться з усіма можливими техніками малювання і отримати море позитивних емоцій [30].

### **Майстер-клас з писанкарства.**

Учасники майстер-класу з писанкарства зможуть дізнатися про зміст закодованих символів, пізнати регіональні особливості писанкового розпису та навчатися розписувати писанки, використовуючи традиційні орнаменти. Обираючи зразок писанки, кожен з учасників творить свій витвір мистецтва, по-своєму унікальний, адже це перша власноруч виготовлена писанка.

Такі заняття дають реальну можливість доторкнутися до своєї народної культури. Це чудова нагода подивитися один на одного по-новому: батькам на творчі здібності своїх дітей, дітям пізнати щось нове в своєму житті, або, навіть, започаткувати в собі нові творчі завдатки, колегам поспілкуватися у неформальному творчому просторі [26].

### **Майстер-клас з пісочної анімації.**

Пісок – це надзвичайно цікавий і загадковий матеріал. Він здатний знімати нервову напругу, покращувати настрій, викликати найбагатші асоціації. Гра з піском захоплює і дорослих, і дітей. За допомогою таких ігор можна виразити свої відчуття та переживання. Не потрібно спеціальних навичок щоб працювати з цим матеріалом, оскільки всім дітям він знайомий і зрозумілий.

Для пісочної анімації найкраще підійде дуже дрібний та сухий пісок. Мокрий стане в пригоді, коли захочеться зліпити об'ємні фігури чи будівлі. Також в цьому випадку можна використовувати кінетичний пісок. Особливість кінетичного піску в тому, що він дуже приємний на дотик, не липне до рук та одягу, легко вичищається з будь-яких поверхонь і не залишає слідів. А щоб заняття стали ще цікавішими та захоплюючими можна працювати з кольоровим піском [39].

### **Майстер-клас з гончарства.**

Глина – це дивовижний природній матеріал, який притягує не лише погляд. У багатьох людей виникає бажання узяти глину до рук, відчутти особливу пластичність, теплоту цього матеріалу. Ліплення глини – прадавня майстерність зі своїми секретами.



Майстер-клас гончарної справи допоможе дізнатись ази гончарного ремесла. Всі бажаючі зможуть не лише спостерігати роботу майстра, але і сісти за гончарне коло, та створити унікальну річ своїми руками [24].

### **Майстер-клас скульптури.**

Скульптурна ліплення завжди була прекрасним засобом для відпочинку душі і тіла, за допомогою якого можна піти від суєти і повсякденних турбот. Саме з цією метою було створено майстер-клас скульптури. В процесі заняття, кожен учасник зі шматка мокрої і безформної глини зможе створити неперевершену скульптуру, яка буде радувати його протягом тривалого часу і тим самим підніме самооцінку і навчить долати будь-які життєві труднощі. Проходить майстер-клас під керівництвом досвідченого викладача.

В процесі заняття кожен учасник зможе розслабитися, дізнається нове і незвідане раніше про властивості глини, отримає незабутні емоції та враження. При цьому викладач гарантує індивідуальний підхід до кожного учасника [31].

## МАЙСТЕР-КЛАСИ HAND-MADE

### **Майстер-клас створення різьблених свічок.**

Різьблені свічки виготовляються за технологією майстрів XVI століття, що творили в стилі Бароко. Кожна свічка вирізається в ручну, саме це надає їй особливий шарм і оригінальність.

Різьблені свічки ручної роботи виготовляються з пластового косметичного парафіну. Кожна свічка унікальна.

При виробництві різьблених свічок візерунок вирізається зовні, а при горінні створюється надзвичайний ефект світіння старовинного ліхтарика. Вогонь просвічується через віконця (найбільш тонкі місця заготівлі).

Різьблена свічка буде гарним подарунком для друзів, родини. Особливо якщо вона буде виготовлена власними руками [11].

### **Майстер-клас з миловаріння.**

Миловаріння можна назвати і мистецтвом, і приємним проведенням часу. У цьому процесі різні комбінації інгредієнтів дозволяють створювати найнеймовірніші мила ручної роботи, які збагачені вітамінами, мінералами і корисними оліями.

За своєю суттю миловаріння — це комбінування рослинних або тваринних жирів із сильним лугом. Процес, названий омиленням, являє собою хімічну реакцію між цими двома елементами.

Мило незвичайної форми, виготовлене своїми руками – це гарний подарунок для рідних та друзів [34].

### **Виготовлення прикрас з мушлі.**

Побувавши на морі всі везуть додому красиві мушлі, які просто будуть лежати на полиці або як декор у горщиках з квітами. Але чому б не зробити подарунок для себе, який постійно буде нагадувати про гарний відпочинок, тепло, сонце?

Прикраси з мушлі – актуальне заняття сьогодення. Адже це не потребує великих коштів та часу. Мушлі можна використовувати для створення сережок, кольє, браслетів тощо.

Майстер-клас допоможе дізнатись як правильно обирати мушлі, як потрібно обробляти їх, робити отвори, аби мушля лишилась цілою, якими засобами можна покривати мушлю, аби вона не втратила свій первинний вигляд.

Прикраси з мушлі – це чудовий подарунок для себе, для мами, бабусі, подруг [40].

### **Майстер-клас з бісероплетіння.**

Спостерігаючи за світськими леді та показами мод, ми вкотре можемо переконатися в тому, що бісер неабияк цінується. Модельєри представляють велику кількість вечірніх та повсякденних суконь, вишитих бісером. Із нього можна зробити не лише вбрання, прикраси, а й картину, елементи домашнього інтер'єру або якісь гарненькі дрібнички.

Сьогодні у придбанні бісеру немає жодної перешкоди. Це можна зробити в будь-якому місці з продажу фурнітури. Перед нами розкривається неабияке різноманіття кольорів, форм та розмірів. Прозорі, блискучі, матові, двоколірні, пастельні та яскраві кольори. Тож, зайшовши до крамниці, кожен охочий може вибрати потрібне. До того ж, покупцю представлений різний спектр цін, які, звичайно, залежать від якості товару. Що вища ціна, то краща якість. Саме від неї часто залежить наскільки вдалим вийде результат кропіткої праці.

Бісероплетіння цікаве не лише дорослим людям, а й дітям. Навчання навіть корисне для дітей дошкільного віку. Робота з бісером розвиває дрібну моторику рук, що позитивно впливає на психомоторні функції дитини, виховує художній смак, розвиває уяву й сприяє естетичному самовираженню особистості.

Техніка виконання робіт доступна кожному охочому оволодіти цим видом мистецтва. Варто лише сісти й розпочати роботу, як невдовзі око

милуватиме ваш власний витвір. Посеред багатьох технік кожен знайде ту єдину, до якої буде звертатись неодноразово [2].

### **Майстер-клас з плетіння фенічок.**

Історія цих стрічок бере початок із традицій індіанців Центральної Америки. Згідно з ними, одержувач браслета повинен був носити його, поки шнурки не зношувалися і браслет не спадав із руки природно. Ідея полягала в тому, що друг вкладає працю в те, аби виготовити браслет, а одержувач відплачує тим, що вшановує його роботу. Зняття браслета до його природного зношування означало, що дружба пішла на спад. За іншим варіантом традиції, одержувач має право на одне бажання. Після того, як браслет природно зношується, бажання здійснюється.

В новітній час популярність цих браслетів поширилася завдяки хіпі, серед яких фенічки циркулювали дуже широко, фактично практика обміну давала «юридичні» підстави для загального братерства хіпі. Їх також використовували замість каблучок: тоді браслети плели однаковими і дарували одне одному.

Сьогодні дарування браслета дружби має велике сентиментальне значення, оскільки показує другові, що він чи вона є особливим для того, хто дарує браслет. Існує багато різних варіантів виконання цих браслетів, що залежить від особистих смаків. Вони є популярними серед людей різної статі та віку [27].

### **Майстер-клас з виготовлення слайму.**

Слайм (він же лизун) вперше побачив світ завдяки компанії Mattel ще в далекому 1976 році. Являє собою слайм желеподібну в'язку субстанцію, яка має властивості неньютонівської рідини.

Слайми стали настільки популярними по ряду сукупних причин:

- це яскраві й недорогі іграшки;
- коли ними грають (мнуть) – одночасно заспокоюють свої нерви, а підліткам сьогодні це дуже необхідно. Дорослим, до речі, теж не завадить іноді такого роду медитація-антистрес;

- слайм можна зробити будь-якого кольору і додати туди блискітки і аромати, так би мовити, висловити свою індивідуальність;
- слайми маленькі і легко поміщаються в кишенях і рюкзаках, їх зручно брати з собою куди завгодно, і вони завжди під рукою.

На майстер-класі ви навчитесь робити слайми різних форм, різного кольору та різного аромату [56].

### **Майстер-клас з обгортки подарунків.**

Отримувати подарунки завжди приємно, але ще краще – дарувати. Вигадати сюрприз, придбати що-небудь цікаве в магазині або зробити самостійно, скласти урочисту промову – милі клопоти, що доставляють величезне задоволення.

Підібрати подарунок – це половина справи, потрібно знати, як його правильно вручити. Важливу роль в даному процесі відіграє обгортка. Правда полягає в тому, що отримати хороший подарунок, загорнутий в красиву обгортку, набагато приємніше, ніж розкривати звичайну картонну коробку. Обгортка прикрашає подарунок, перетворюючи його на справжній сюрприз.

На майстер-класі можна навчитись не тільки правильно та цікаво обгортати подарунки будь-якої складності, а й власноруч виготовляти коробки для них [57].

## МАЙСТЕР-КЛАСИ ДЛЯ СПРАВЖНІХ ЧОЛОВІКІВ

### **Стрільба з лука.**

Лук – один з найдавніших видів зброї, який наші предки використовували для захисту, видобутку їжі та воєн.

Сьогодні стрільба з лука – це не просто незвичайна розвага, а й цілком конкретні переваги:

- Заняття розвивають м'язи рук, а особливо – трицепси. Зміцнюються і розвиваються грудні м'язи.
- Зміцнюються м'язи спини, покращується постава. Також це профілактика сутулості і цілого ряду захворювань чи порушень хребта.
- Навантаження розподіляється по всьому організму та також приходиться на литкові м'язи, стегна та прес. Саме тому лучники завжди підтягнуті, стрункі та в тонусі.
- Постійні тренування розвивають реакцію, уважність, витривалість, координацію.
- Стрільба з лука допомагає відволіктися від проблем, зосередитися на цілі, не відволікатися на дрібниці. Вона тренує витримку і спокій.
- Тренування корисні для зору, так як постійне фокусування на мішені і стрілі – відмінне тренування для очей.
- Також заняття добре позначаються на стані нервової системи.
- Стрільба особливо корисна для дітей з активно зростаючим і країнам, що розвиваються організмом і для всіх, хто страждає від сидячого способу життя. Це досить м'яка, але ефективна і комплексне тренування для тіла.
- Невелика зарядка і розминка перед тренуванням допоможе закріпити результат [55].

### **Метання ножів.**

Техніка метання ножів може бути спортивною, безоборотною, вільного стилю. Новачкам оптимально підійде перший варіант, тому що він вважається простим і легко здійсненним. Відстань до мішені новачкові – 3 метри, поступово воно збільшується і досягає 4-5 метрів. Важливо навчитися правильно стояти і розташовувати тіло / кінцівки під час кидка, наприклад, метання ножа «через голову» може стати початковим етапом навчання [43].

Метати ножі можна і вдома, і на природі, але із суворим дотриманням правил безпеки. Причому, не тільки для самого новачка, але і оточуючих людей.

## КУЛІНАРНІ МАЙСТЕР-КЛАСИ

### **Майстер-клас шоколатьє.**

Майстер-клас з шоколаду – це не тільки корисно та пізнавально, а ще й смачно. Адже за півтори години діти або дорослі, зможуть дізнатися купу цікавого про улюблений продукт, власноруч приготувати солодкі смаколики та поласувати ними. Батьки можуть брати участь у цьому дійстві разом з дітьми [32].

### **Майстер-клас з виготовлення карамелі.**

У дорослому житті так рідко трапляються моменти, які можна сміливо назвати безтурботними і по-справжньому щасливими, як в дитинстві. Ще раз випробувати ті хвилини щастя можна на нашому майстер-класі з виготовлення карамелі, який дозволить провести 40 незабутніх хвилин у атмосфері гармонії та веселощів. Таке заняття стане чудовим уроком і для батьків, які хочуть побалувати своїх малюків і зробити їх день яскравіше в прямому сенсі цього слова.

У ХХІ столітті полиці магазинів переповнені неякісними продуктами, які, в кращому випадку, будуть виготовлені з синтетичних речовин, а в гіршому – взагалі зіпсовані і не придатні для вживання, особливо що стосується солодошів. Майстер-клас з виготовлення карамельних льодяників передбачає використання виключно натуральних компонентів, які ні в якому разі не зашкодять дитині. Це також стосується ароматизаторів та барвників, які мають природне походження [15].

### **Майстер-клас з приготування суші.**

Суші набули всесвітню популярність і вже важко уявити людину, яка жодного разу не спробувала цю японську їжу. Традиції їх приготування беруть свій початок, ще з IV століття до н.е. З початку свого існування їх використовували, як спосіб приготування і зберігання риби. У сучасному світі, японська кухня – це справжній тренд.



Суші – здорова низькокалорійна їжа. Вони не мають ніяких шкідливих складових, а інгредієнти можна знайти на полицях супермаркету.

Для багатьох приготування суші – справжнє таїнство. Здається, цей процес досить складний, але якщо знати деякі тонкощі – можна створити ідеальні суші [29].

### **Майстер-клас молекулярної кухні.**

Багато молодих і навіть досвідчених кулінарів хочуть удосконалювати свої навички і вміння на кухні. Хтось шукає нові рецепти, а хтось бажає навчитися новим методикам, наприклад такого виду як «Молекулярна кухня». Це абсолютно новий рівень готування, яким користуються виключно шеф-кухарі найкращих ресторанів в усьому світі. Кухарі змінюють властивості продуктів, ділячи їх на молекули, як результат – виходить нові страви різних форм і смаків.

Шеф, який проводить майстер-клас відкриє багато тонкощів і секрети готування молекулярної кухні. Тільки уявіть, як за допомогою звичайних продуктів, можна створити диво, що захоплює дух. Кухар приготує блюдо, зроблене за допомогою молекулярної кухні, і кожен бажаючий зможе спробувати на практиці створити свій маленький шедевр [20].

### **Майстер-клас приготування капкейків і макарон.**

Макарони і капкейкі займають особливе місце серед популярних десертів. Поширюючись по всьому світу, вони миттєво завоювали любов мільйонів ласунів. Може здатися, що приготування легких і повітряних десертів – нереально складний процес, доступний лише обраним. Але чи так це насправді?

Капкейки – це цілий торт в мініатюрі. Це безмежні можливості для самовираження як для кухарів, так і для дизайнерів. Вони відрізняються смаками, квітами і оформленням, дозволяючи з легкістю втілювати будь-які задуми. Капкейки – найкращий доказ того, що справжня краса ховається в простоті.

Макарони – вишуканий французький десерт з багатою і насиченою історією. Сьогодні це культове блюдо, улюблене практично всіма і кожним за красу, легкість і ніжність.

Приготування макаронів – кропіткий і делікатний процес, що вимагає акуратності й уваги [28].

## ТАНЦЮВАЛЬНІ МАЙСТЕР-КЛАСИ

### **Віденський вальс.**

Віденський вальс входить до п'ятірки танців європейської програми бальних танців, і це значить що це – танець з довгою історією, чіткими правилами і традиціями.

Танець дуже м'який, всі рухи вишукані і елегантні, за виконанням дуже приємно спостерігати з боку так і брати участь в ньому. Віденський вальс дарує відчуття легкості, ширяння над землею.

Жоден інший танець не зможе закрутити вашу голову так, як це відбувається, коли ви танцюєте віденський вальс. Неймовірно граціозний, величний і хвилюючий танець став улюбленцем не тільки на європейських балах, але і на сучасних танцювальних майданчиках [12].

### **Танго.**

Батьківщина танго – Аргентина, часи перших згадок про нього – початок XIX століття. Спочатку його танцювали нащадки африканців, що проживають в Буенос-Айресі. До кінця XIX століття танець був всього лише одним з багатьох, які танцювали в бідних громадах, але вже на початку XX століття танго виходить на суд широкої публіки.

Перша хвиля розвитку танго припала на 1930-1950 роки, коли змученим світовою війною та всесвітньої депресією людям треба було якось продовжувати жити і танцювати. Танго з властивою йому трагічністю дуже підходив по духу до цих часів.

Танго входить в європейську змагальну програму. Цей підвид танго, «бальне танго» начисто позбавлений імпровізації, всі рухи – починаючи від основних кроків і закінчуючи поворотом і нахилом голови – стандартизовані і для одержання більш високого класу танцюристи повинні їм чітко слідувати. Інші ж підвиди танго більш схильні до імпровізації і різноманітності, можуть включати елементи з інших стилів – наприклад, вальсу [50].

### **Румба.**

Румба – один з самих запальних латиноамериканських танців. Історія його починається в ХІХ столітті на Кубі, звідки мігрує в Сполучені Штати Америки і звідти – на весь світ.

Отже, румба – швидкий парний танець, основними елементами якого є прогресивний крок і різкі повороти партнерки, перекидання її з однієї руки на іншу.

Румба входить в десятку бальних танців змагальної програми, але цей варіант сильно відрізняється від фольклорного – занадто суворі правила, танець стандартизований [48].

### **Пасодобль.**

З іспанської мови пасодобль перекладається як «подвійний крок». Завдання танцю – імітація такого улюбленого іспанцями розваги, як корида.

Особливістю пасодобля є те, що позиція корпусу – з високо піднятими грудьми, плечі широкі і опущені вниз, голова жорстко фіксована, в деяких рухах нахилена вперед і вниз. Весь танець, починаючи від постановки корпусу і закінчуючи рухами, інтерпретує битву матадора з биком.

Пасодобль – швидкий танець з різкими кроками і поворотами. Виповнюється під таку ж музику, під яку матадор виходить на арену. Може виконуватися не тільки в парі, але і сольо, і в групі [37].

### **Шаффл.**

Шаффл – один з наймолодших танців у світі. Зародився він у вісімдесятих роках в Австралії, на самій зорі розвитку електронної музики. Виконавці шаффл називають себе шаффлерами, а танцювальні рухи шаффл – шаффлінгом («волочити»).

Основні рухи танцю – ковзання вліво-вправо, вперед-назад а також за трикутною схемою. Шаффлер може імітувати біг, стоячи на місці, переміщатися з ноги на ногу, також є такі рухи як прокручування, ковзання і удари ногою.

В останні роки шафл отримав широке поширення завдяки соціальним мережам, в яких люди об'єднуються в групи за інтересами [54].

### **Тектонік.**

Одне з самих молодих танцювальних напрямків – тектонік. Виник він у 2000 році, тому танець іноді називають «танцем ХХІ століття».

Але самі танцюристи стверджують, що такого стилю немає, і що танцюють вони electro dance. Можливо, вони і мають рацію, адже тектонік – торгова назва марки «Tecktonik Killer». Власне кажучи, на вечірках цієї фірми він і був виконаний в перший раз.

Основне навантаження в танці припадає на руки, що рухаються дуже швидко. Руки часто захоплюють голову, а ноги, як правило, не рухаються з місця, тільки коліна енергійно зводяться і розводяться в різні боки і робиться акцент на ритмічні рухи тазом вгору-вниз [51].

### **Латина.**

Гаряче південне сонце, піщаний пляж, море що пестить ступні ніг – все це ніяк не розташовує до спокійних, розмірених танців зі строгими канонами та правилами. Ця атмосфера для жаркого флірту, розкутої сексуальності, вираженої в танці.

Саме тому батьківщина такого напрямку як латина – жаркі африканські та латиноамериканські країни, де всі жінки сексуально привабливі а чоловіки – гарячі мачо.

Основні елементи латини – спекотна сексуальна хода, спокушаючі обертання стегнами, помаху руками і, звичайно ж, полум'яний погляд партнерів один на одного [22].

### **Сучасний танець.**

У своєму місці і в свій час кожен танець можна назвати сучасним. А в цей час, коли розвиваються танці, що виконуються під електронну музику і відроджуються латиноамериканські танці, і зовсім складно виділити один сучасний танцювальний стиль.

Дуже важливе значення розвитку сучасних танців грає всевітня павутина Інтернет, такі сайти, як Youtube.com, а також безліч соціальних мереж.

Сучасний танець відрізняється швидким ритмом, різкістю рухів, яскравістю емоцій – від яскраво-експресивних до тьмяно-депресивних – в залежності від настрою окремо взятого танцюриста і стану справ у світі (швидкість поширення інформації завдяки засобам масової інформації дуже впливає на це).

Танцюють сучасні танці на вулицях, в клубах і на естраді, сольо, в парі і в групі [49].

### **Hip-hop.**

Hip-Hop не міг би існувати в тому вигляді, в якому ми його знаємо без існування афроамериканської реп-культури. Танець зародився в самому значному районі Нью-Йорка – Гарлемі, звідти швидко перекочував спочатку в дешеві клуби, потім почав набувати професійний блиск.

Дуже хороший поштовх для розвитку культури hip-hop дала участь в різних рекламних проектах – аж надто нове віяння відрізнялося від існуючих тоді, аж надто сильно воно привертало увагу людей.

Рухи танцю Hip-hop не обмежуються рамками, це означає, що рухатися можуть і руки, і ноги, і все тіло. Раніше Hip-hop був трохи різким, навіть грубим стилем танцю. Але в даний час спостерігається тенденція до переходу до більш м'яким і пластичним рухам, проте база все одно залишається колишньою. До базовим рухам необхідно додавати свою унікальність, фантазію, тільки в цьому випадку танець буде виглядати по-справжньому «крутим» [53].

## МАЙСТЕР-КЛАСИ КРАСИ

### **Майстер-клас з різних видів макіяжу.**

Виділяють три основних види макіяжу: денний, вечірній і весільний.

Кожна жінка бажає виглядати бажаною, красивою і найкращою. Щоб завжди бути на найвищому рівні, ми доглядаємо за своїм волоссям, підбираємо стильний одяг, проводимо цілий ряд необхідних процедур. Однією з складових чудового образу, звичайно ж, є макіяж. Щоб досягти максимально вдалого результату, необхідно володіти технікою нанесення макіяжу і знати деякі секрети.

Майстер-клас допоможе пізнати секрети відтінків для кожного виду макіяжу, підбір кольорів під різний стиль одягу та навчить кожну дівчину виглядати бездоганно [25].

### **Майстер-клас з плетіння косичок.**

Коса – це досить універсальна і практична зачіска, улюблена багатьма дівчатами.

На сьогодні існує безліч видів кіс, які відрізняються не тільки за своїм зовнішнім виглядом, але і за складністю плетіння. Причому це можуть бути косички, з якими можна ходити кілька тижнів, а також повсякденні зачіски.

Різновидів плетіння сьогодні досить багато, щоб вибрати ту чи іншу техніку для кожного випадку. Найпростіші варіанти підійдуть для щоденного стилю, роботи, подорожі. А ось більш складні техніки стануть справжньою родзинкою образу на урочистих заходах або побаченні.

Види косичок.

Дреди – це цілеспрямовано сплутані пасма, які можуть бути різної товщини і довжини. Саме плетіння дредів може бути різним.

Перший метод полягає в розділенні волосся на квадратики і зачісування їх проти зростання в напрямку до коренів. А потім волоски, які випали з квадратиків, вплітаються в пасма за допомогою гачка. Отримані прядки натирають спеціальним воском, щоб вони добре трималися [18].

Другий спосіб – це просте скручування пасм і закріплення їх на кінці резинкою. Результат також закріплюється воском.

Зізі – це вже готові тонкі косички швидкого плетіння. Вони можуть бути прямими, гофрованими, хвилястими і спіральними. Перевагою такого плетіння є те, що воно підходить тонкому негустому волоссю.

Товщина зізі досягає всього 3 мм, вони кріпляться до натурального заплетеного волосся. Тому на їх плетіння займає 2 - 4 години в залежності від швидкості роботи майстра і початкової довжини волосся. До того ж колір зізі може бути будь-яким, так як їх плетіння передбачає перекриття справжнього кольору волосся [18].

Французька коса – цю техніку плетіння люблять модні подіуми, часто використовують знаменитості, та й прості дівчата. Коса в французькому стилі виглядає дуже ніжно, робиться легко і не зіпсує навіть ділової образ. У неї є кілька видів плетіння, які можна підбирати під випадок.

Спершу потрібно задати початок коси, це три рівних по товщині локонів, як для самих стандартних технік. Далі плетіння також нагадує просту косу, але замість того, щоб плести локони строго по довжині, вони йдуть по колу голови. При плетиві кожного нового ряду, прядки підбираються від сусідніх локонів, щоб вийшов ефект вінка, або бічний косички. Залежно від бажання, можна плести її туго або слабо, від цього буде залежати більш суворий або романтичний вид зачіски [18].

Колосок – друга назва – «риб'ячий хвіст». Спочатку волосся зачісується назад аби зробити проділ. Потім, за бажанням робиться хвіст, або ж, можна відразу приступати до створення зачіски. З боків, трохи вище скронь, відокремлюються по одному локону. Один локон накидається на інший, і в міру просування вниз по боках також захоплюються окремі прядки. Тримати таку косу потрібно в натяжку, і додаватись прядки повинні однакової товщини, щоб зачіска вийшла акуратною [18].

Коса з 4 пасм – використовується 4 пасма, які плетуться між собою по черзі. Для зручності створення цієї коси в одну руку береться за два пасма, і



починають схрещуватися між собою перша з другої, третя з четвертою. На завершення схрещуються між собою пасма, які знаходяться в середині. Таким чином плетіння йде по всій довжині волосся, після чого можна закріпити кінці красивою резинкою або міцної шпилькою [18].