МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ

УКРАЇНИ

КАФЕДРА ЗДОРОВ’Я, ФІТНЕСУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістра

за спеціальністю 017 Фізична культура і спорт

освітньою програмою «Фітнес та рекреація»

на тему:

**«ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ АНІМАТОРА НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ»**

 здобувачки вищої освіти

другого (магістерського) рівня

Тимошенко Аліни Анатоліївни

Науковий керівник: к.фіз.вих., доц., Воробйова Анастасія Володимирівна

Рецензент: д.пед.н., доц. Бабушко С.Р.

Рекомендовано до захисту на засіданні

кафедри (протокол № \_\_ від \_\_.\_\_.2022 р.)

Завідувач кафедри: д.фіз.вих., проф., Андрєєва О.В.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(підпис)

**КИЇВ-2022**

**ЗМІСТ**

ВСТУП…………………………………………………………………………… 4

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ АНІМАЦІЇ У СВІТІ 7

* 1. Теоретичні основи наукового розуміння сутності анімації та анімаційної діяльності……………………………………… 7
	2. Історія розвитку анімації у світі……………………………. 13
	3. Кадровий склад анімаційної служби………………..……… 16
	4. Права, обов’язки та вимоги до роботи аніматора у туристичній сфері………………………….………………… 19

Висновок до розділу 1……………………………………………… 24

РОЗДІЛ 2. МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ…………… 26

2.1. Методи досліджень………….………………………………… 26

2.1.1. Аналіз наукової та спеціальної літератури………… 26

2.1.2. Анкетування…………………………………………. 26

2.1.3. Психологічне тестування «Шкала темпераментів» … 27

2.1.4. Психологічне тестування «Дослідження креативності»………………………………………………… 27

2.1.6. Методи математико-статистичної обробки отриманих даних………………………………………………………… 28

2.2. Організація дослідження……………………………………… 28

РОЗДІЛ 3. СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ АНІМАТОРА……………………….………………………. 29

3.1. Професіограма аніматора: психологічні, фізичні та соціальні якості, необхідні для успішної діяльності………………… 29

3.1.1. Аналіз рівня мотивації аніматорів …………………… 29

3.1.2. Аналіз особливостей темпераменту аніматора……… 34

3.1.3. Аналіз рівня творчих здібностей аніматорів………… 37

3.2. Засоби та методи підвищення ефективності роботи аніматора…………………………………………………….. 40

Висновки до розділу 3……………………………………………. 45

ВИСНОВКИ……………………………………………………………………. 47

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ЛІТЕРАТУРИ……………………… 49

ДОДАТКИ……………………………………………………………….………. 54

**ВСТУП**

**Актуальність.** Сучасні умови техногенного середовища визначають підвищену необхідність відновлення фізичних і духовних сил, які людина витрачає в процесі трудової діяльності і щоденного спілкування. Саме рекреація як діяльність, напрямлена на реалізацію оздоровчих потреб, відновлення й розвиток фізичних і духовних сил людини, її розумове вдосконалення є тим критерієм індустрії гостинності, який сьогодні дуже швидко розвивається у світі [17, 48].

Анімаційні готельні послуги – це допоміжні послуги, що надаються відпочиваючим та дозволяють, поряд з добре організованими проживанням і харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку [6]. Вірно організована анімація не залишає туриста без необхідної уваги, він постійно зайнятий тим, що приносить йому задоволення, викликає позитивні емоції, формує чудовий настрій і породжує бажання вертатися до таких емоцій знову і знову [2].

Новий напрям туристичної діяльності – анімація – зараз набуває активного розвитку по всьому світі як цілком відповідний засіб у конкурентній боротьбі між подібними за рівнем сервісу й облаштуванням інтер’єрів готелями і туристичними комплексами. Це поняття вживається в багатьох сферах людської діяльності [29].

Сьогодні туристична анімація [30] стає дуже популярною в туризмі, що вважається найважливішим елементом туристичного продукту. На думку експертів [6, 29], включення анімаційних послуг до туристичних програм: культурноосвітніх, спортивних, розважальних, підвищує їх вартість, престиж та попит на ринку туристичних послуг.

Проблеми організації туристичної діяльності розкриваються у працях Т. Ткаченко [42], Ю. Федотова [44]. Різні аспекти анімаційної діяльності досліджували вчені: С. Байлик [6], О. Височило [10], Т. Власова [12], М. Гаранін [15], М. Журавльова [22], С. Килимистий [27], О. Кравець [29], Л. Курило [30] та ін.

Однак необхідно звернути увагу на визначення специфіки надання туристичних послуг з урахуванням здійснення анімаційної діяльності та визначення критеріїв оцінки ефективності анімаційної послуги як туристичної. Отже, актуальність обраної теми зумовлена потребою у дослідженні анімаційних послуг в туристичній діяльності та необхідності вдосконалення професійної майстерності аніматорів [4].

Проте, незважаючи на значний інтерес науковців до питань професійної підготовки майбутніх аніматорів, проблема підвищення їх ефективності у подальшому як у теоретичному, так і практичному аспектах є малодослідженою, що зумовлено, передусім, новітнім характером самого явища анімаційної діяльності, а також невизначеністю науково-методичних засад вдосконалення вже працюючих аніматорів.

**Мета дослідження** – аналіз розвитку анімаційних послуг в туризмі та обґрунтування способів підвищення ефективності роботи аніматора.

**Завдання дослідження:**

1. Розкрити теоретичні основи наукового розуміння сутності анімації та анімаційної діяльності.
2. Дослідити модель аніматора: психічні властивості особистості, креативні здібності та рівень мотивації.
3. Виділити та обґрунтувати способи підвищення ефективності роботи аніматора.
4. Розробити програму вдосконалення анімаційних здібностей з метою подальшого розвитку в даній сфері.

**Об'єкт дослідження:** анімаційна діяльність.

**Предмет дослідження:** засоби і методи підготовки та вдосконалення ефективності роботи аніматора.

**Методи дослідження:** аналіз науково-методичної літератури, анкетування з метою виявлення мотивації, психологічні тестування та методи математико-статистичної обробки отриманих даних.

**Практична значущість** полягає в можливості використання розробленої програми для центрів підготовки аніматорів, роботодавців та аніматорів як початкового рівня так і тих, що вже мають досвід роботи, яка може бути використана ними під час навчання і вдосконалення професійної майстерності.

**Наукова значущість** полягає у вдосконаленні навчальної програми зі спеціальності «Фітнес та рекреація» у закладах вищої освіти спортивного профілю.

**Організація дослідження.** Дослідження проводилося на базі Catamaran Resort Hotel. Контингент досліджуваних – анімаційна команда віком 20-35 років (11 осіб: 5 жінок, 6 чоловіків). Психологічні тестування проводилось на початку дослідження та включало методику спрямована на дослідження особливостей темпераменту людини та методику дослідження креативності. Результати психологічних тестувань лягли в основу розробленої програми вдосконалення анімаційних здібностей. Способи підвищення ефективності роботи аніматора були апробовані на респондентах.

**Структура та обсяг роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел літератури (54 джерела), 3 додатків, 5 таблиць і 8 рисунків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 68 сторінок. Основний зміст викладено на 47 сторінках.

**РОЗДІЛ 1**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ АНІМАТОРА**

* 1. **Теоретичні основи наукового розуміння сутності анімації та анімаційної діяльності**

В теперішніх умовах анімаційна діяльність посідає важливе місце в структурі комплексного якісного туристського обслуговування та відображає конкурентоспроможність та привабливість туристських послуг. Варто зауважити, що сфера надання туристичних послуг на противагу інших видів господарської діяльності має певні специфічні риси [34]. Дійсно, головна роль належить туристу як споживачу, який за допомогою здійснення власних витрат визначає привабливість продукту. Зрештою це впливає на матеріальний результат діяльності суб’єктів туристської діяльності. Одним з ефективних сучасних способів впливу на вибір споживачем певного місця відпочинку є надання анімаційних послуг, що підкреслюють індивідуальний підхід до гостей із різними побажаннями стосовно відпочинку [32].

Поняття "анімація" має латинське походження і має значення захоплення, натхнення, підвищення життєвих сил, залучення в активність. Термін "анімація" вперше з'явився на початку ХХ ст. у Франції через введення закону про створення різних асоціацій і трактувався як діяльність, що спрямовує на те, щоб провокувати і підсилювати живий інтерес до культури, художньої творчості [33].

Анімаційну діяльність слід розглядати як складну систему, структура якої являє собою процес, що протікає в певній галузі. Основні сучасні напрямки анімаційної діяльності представлені рекреаційною, педагогічною, соціально-культурною та музейною анімацією [35].

Різноманітність існуючих форм та програм анімаційної діяльності дозволяє розвести поняття «соціально-культурна анімація», «рекреаційна анімація» та «туристська анімація» [18].

Соціально-культурна анімація – це особливий вид соціально-культурної діяльності громадських груп та окремих індивідів, заснований на сучасних технологіях (соціально-педагогічних, психологічних, культурнотворчих та ін.), які забезпечують подолання соціального та культурного відчуження. Соціально-культурна анімація є однією з відносно молодих галузей прикладної соціальної психології та педагогіки, яку все частіше відзначають як педагогіку соціально-культурної діяльності [37, 38].

Анімація – це цілісний процес взаємодії аніматорів з людьми в рекреаційно-оздоровчій сфері на основі поєднання формального керівництва і неформального лідерства спеціаліста, який здійснює взаємодію [39, 50].

Унаслідок такої взаємодії забезпечуються рекреаційно-оздоровчі, культурно-творчі, освітні потреби та інтереси учасників цього процесу, утворюються умови для формування соціально активної особистості, яка може перетворювати навколишню дійсність і себе в ній [28].

Рекреаційна анімація – вид дозвільної діяльності, спрямованої на відновлення духовних та фізичних сил людини [13]. Програми, втілені з оздоровчими цілями, можуть проводитися як туристичними підприємствами з туристами та гостями, так і дозвільними установами з місцевими жителями, тому поняття «рекреаційна анімація» ширше, ніж поняття «туристична анімація» [36].

Туристська анімація тісно пов'язана з рекреаційною, оскільки головна роль анімаційних програм у готелях, туркомплексах та санаторіях полягає в оздоровленні туристів, відволіканні їх від щоденних турбот та у покращенні настрою, тобто у відновленні життєвих сил та енергії [8].

Туристська анімація – це різновид рекреаційної анімації, що здійснюється на туристичному підприємстві (туркомплексі, готелі), транспортному засобі (на круїзному теплоході, в поїзді, в автобусі та ін.) або в місці перебування туристів (на міській площі, в театрі або парку міста та ін.) для залучення туристів до різноманітних заходів через участь у спеціально розроблених програмах дозвілля. Туристська анімація – це туристична послуга, при якій турист залучається до активної дії. Туристська анімація поділяється на три основні типи, виходячи з важливості, пріоритетності та обсягу анімаційних програм у загальній програмі подорожі [23]:

1) анімаційні туристські маршрути – цільові туристичні подорожі задля однієї анімаційної програми, або безперервний анімаційний процес, розгорнутий у формі подорожі, зміни місця від однієї анімаційної послуги (програми) до іншої, які надаються у різних географічних точках;

2) додаткові анімаційні послуги у технологічних перервах – програми, призначені для «підтримки» основних туристичних послуг, обумовлених у туристському пакеті, та чинні в обставинах, обумовлених переїздами, затримками в дорозі та у випадках негоди (при організації спортивних та авторських турів, на пляжних курортах), а також у разі відсутності снігу на гірськолижних курортах та ін [47, 3];

3) готельна анімація – комплексна рекреаційна послуга, заснована на контактах тураніматора з туристом та спільної їх участі у розвагах, що пропонуються анімаційною програмою туркомплексу. Готельна анімація – поняття найбільш вузьке з трьох аналізованих, оскільки передбачає лише організацію дозвілля у місцях розміщення туристів (туркомплексах, готелях, турбазах та ін.) використовується в маркетинговій стратегії готелю як одна з основних привабливих послуг та має на меті підвищення якості надання послуг та рівня задоволеності туриста відпочинком [40, 49, 52].

Готельна анімація – це задоволення специфічних потреб у спілкуванні, русі, культурі, творчості, приємному проведенні часу, розвагах. Обсяг цих потреб дуже широкий, так як люди, які відправляються на відпочинок, вкладають у це поняття зовсім різний сенс. Для одних людей відпочинок – це подорож, для інших – це може бути читання книг, прогулянка лісом, риболовля і т. д. Відповідно до потреби та мотивації подорожей у практиці готельного обслуговування склалися певні види анімації, що задовольняють різні потреби туристів (відпочиваючих) [11, 53]:

* анімація у русі – задовольняє потребу людини сучасності в русі, що поєднується із задоволенням та гарними переживаннями;
* анімація через переживання – задовольняє потребу у відчутті чогось нового, невідомого, несподіваного при спілкуванні, відкриттях, а також при подоланні труднощів;
* анімація через спілкування – задовольняє потреби у спілкуванні з новими та цікавими людьми, у відкритті внутрішнього світу людей та пізнання себе шляхом спілкування;
* анімація через заспокоєння – задовольняє потребу людей у психологічному розвантаженні від повсякденної втоми через заспокоєння та контакт із природою;
* культурна анімація – задовольняє потребу людей у духовному розвитку особистості через заохочення до культурно-історичних пам’яток та сучасних еталонів культури країни, регіону, народу, нації [1];
* творча анімація – задовольняє потребу людини в творчості, демонстрації своїх творчих здібностей та встановлення контактів із близькими за духом людьми через спільну творчість [22].

З місця споживача, метою анімації є забезпечення повноцінного відпочинку, відновлення фізичних та психічних сил відпочиваючого, усебічний розвиток духовного світу та творчих здібностей. Отже, завданнями анімації можуть бути: рекреація та розвиток фізичних і духовних сил людини; підвищення впевненості у власних силах; зняття стресу, який був накопичений за робочий період; відволікання від пасивних форм культурно-дозвільної діяльності; розкриття творчого потенціалу людини, задоволення духовних потреб [43,14].

Результати досліджень свідчать, що міжнародний досвід організації анімаційного сервісу, послуг розваг обумовлений в першу чергу збільшенням вільного часу у населення, таким чином йде процес якісного збільшення розважальних програм і послуг [21]. Найбільший розвиток організації вільного часу та розваг набули в США, Канаді, країнах Західної Європи (Німеччині, Франції, Данії, Бельгії, Нідерландах, Фінляндії). Туристичний анімаційний сервіс найбільш розвинений у курортних зонах, де він сприяє підвищенню захоплення туристичних подорожей та якості відпочинку. У курортних зонах усього світу існує чітке усвідомлення того, що особлива роль належить організації вільного часу відпочиваючих: ігровим заходам, активним змаганням, різним шоу і святам тощо. На Заході основною діяльністю анімаційного сфери є щоденні програми розваг, які містять асортимент безкоштовних послуг анімації для дорослих і дітей [24].

Готельна анімація – це туристична послуга, яка створена на особистих контактах аніматора з гостями готелю, на спільну участь їх у розвагах, які пропонуються анімаційною програмою готельного підприємства. Мета готельної анімації – реалізація нової філософії готельного обслуговування – підвищення якості послуг і рівня задоволеності туриста відпочинком тощо [16].

Готельна анімація – це один з ефективних засобів притягувати гостей в готель. Вона також впливає і на позитивну оцінку роботи готелю в цілому [9].

Таким чином, роль готельної анімації полягає в підвищенні якості, різноманітності та привабливості готельних послуг; збільшенні кількості постійних клієнтів і попиту на готельні послуги; підвищенні навантаження на матеріальну базу підприємства. Крім того готельна анімація сприяє підвищенню ефективності її використання, прибутковості та рентабельності готельної діяльності [19].

Для відпочиваючого потреба в розвазі посідає третє місце після смачної та різноманітної їжі, комфортабельної та затишної кімнати. Тому анімація туристської та готельної діяльності займає одне з головних місць у структурі готелю і є окремою службу, тісно пов'язану з іншими і має визначальне значення в забезпеченні успішного функціонування його на туристичному ринку [7].

Завдання анімаційної служби – постійний контакт із відпочиваючими, результат якого значною мірою впливає на загальний відгук про відпочинок. І саме через цей контакт готель може мати певний відсоток постійних клієнтів. Готелі, які прагнуть збільшити цей відсоток (зазвичай це сімейні готелі), намагаються не змінювати склад анімаційної команди, удосконалюючи їх роботу.

Крім безпосередньої роботи з туристами, аніматори можуть брати участь у рекламній діяльності туристичного комплексу: зніматись у роликах, оформляти буклети. Іноді службі анімації доручають проведення екскурсій готелем для інформаційних груп – представників туристичних фірм.

Наявність анімаційної служби свідчить про статус готелю. Адже для нормальної та успішної роботи анімаційної команди необхідно мати на його території просторий та комфортабельний амфітеатр, дитячий майданчик з усіма його атрибутами, басейни та інші спортивні споруди. Також потрібне постійне оновлення матеріальної бази – костюмів, декорацій, спортивного та ігрового інвентарю. Такі фінансові витрати не для кожного готелю, тому анімація присутня в основному тільки в структурі готелів чотирьох- та п'ятизіркових [41].

В останні роки все більша кількість туристичних комплексів прагнуть підняти свій рівень обслуговування за рахунок наявності в своїй структурі анімаційної команди. Якщо турист провів свій відпочинок весело і цікаво, він може заплющити очі на такі можливі недоліки, як незручності під час перельоту та розміщення, погана погода та відсутність на барі улюбленого соку.

Готельна анімація має свої особливості: готель або туркомплекс сам замислює, організовує та проводить готельну анімацію відповідно до інтересів споживачів, які вивчаються на основі анкетних опитувань та особистого контакту персоналу готелю з гостями. При цьому враховуються національність, вік, стать та інші особливості категорій та груп туристів. Готельна анімація створює відповідну гостинну, комфортну, дружню атмосферу у готелі; задовольняє потреби туристів у фізичному та духовному розвитку, емоційне збагачення через приємні почуття; має комплексний характер завдяки спеціальним програмам, що охоплюють всі види та форми анімації; дає можливість для гарного спілкування, приємних особистих та спільних переживань та для розваг. На постійних відвідувачів готелю у комп'ютерній базі даних служби прийому та розміщення ведеться досьє, яке постійно оновлюється. Крім того, в готелі, туркомплексі можливе залучення персоналу готелю до певних анімаційних програми, що надає їм особливий колорит і дружній, гостинний характер.

Роль готельної анімації для готелю, туркомплексу полягає у підвищенні ступеня задоволеності туриста обслуговуванням, комплексності та якості готельної послуги та як слідство – у розширенні активного туристичного сезону, підвищенні іміджу готелю, престижності професій сфери гостинності, що досягається професійною, інтелектуальною та ефективною роботою талановитих тураніматорів [20].

* 1. **Історія розвитку анімації у світі**

Форми культурно-дозвіллєвої діяльності взаємопов’язані із соціальноекономічними особливостями конкретної епохи, культурними традиціями певної країн, усталеною культурною інфраструктурою, історично виробленим менталітетом [35].

Періодизацію історії розвитку дозвілля можна провести в такий спосіб:

* культурно-дозвільна діяльність первісного періоду;
* культурно-дозвільна діяльність у період античності;
* культурно-дозвільна діяльність у Західній Європі до XVII ст.;
* святкова і розважальна культура XVIII – початку XX ст.;
* просвітницька культурно-дозвільна діяльність першої половини ХХ ст.;
* інформаційно-просвітницька культурно-дозвільна діяльність другої половини ХХ ст.;
* святкова та розважальна культура кінця ХХ – початку ХІХ ст.

Дослідники зацікавилися темою анімації в туризмі на межі ХХ – початку ХІХ ст., хоча саме поняття «анімація» існує ще з часів Стародавнього Риму [27].

За Н. О. Максимовською, у розвитку досліджень анімації в контексті її виховного значення виділяють два етапи [44].

Перший етап пов’язаний з моментом офіційного визнання анімації у Франції (друга половина ХХ ст.). Після Другої світової війни анімація стає одним із інструментів подолання соціальної кризи. Формуються ґрунтовні наукові погляди стосовно сутності, особливостей та принципів анімації. Другий етап почався у ХХІ ст. і характеризується розширенням напрямків використання анімаційної діяльності, використанням новітніх технологій у цій сфері [45]. Цей етап пов’язаний із розглядом соціально виховного аспекту анімації. Дійсно, молодь засвоює цінності взаємодопомоги, спільного соціального буття, формує якості толерантності, самопожертвуванням, відповідальності за спільну справу, має можливості проявити себе [51].

Схематично передумови виникнення туранімації наведено на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Передумови виникнення туристської анімації

Холістичний характер рекреаційної діяльності людини обумовив появу й терміну «анімація». У багатьох готельних підприємствах використовують – анімацію, як пожвавлення відпочинку й організацію безпосередніх вражень від особистої участі туристів в анімаційних заходах. Кінцевою метою туристичної анімації є задоволеність туриста відпочинком – його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. Саме в цьому полягають найважливіші рекреаційні функції туристської анімації [15].

Останнім часом великого розвитку досягла туристична анімація на Середземноморському узбережжі Туреччини, Іспанії і Франції.

Наприклад, у готелях Середземноморського узбережжя, симпатичні юнаки і дівчини із захопленням займаються розвагою гостей, які прибули на відпочинок з різних країн світу. Володіючи декількома іноземними мовами та маючи музичну, хореографічну або спортивну освіту, вони своєю працею створюють готелям високої категорії світову популярність. Під час відпочинку аніматори стають справжніми друзями гостей і чудовими вихователями для їхніх дітей. Удень вони – спортивні тренери, а ввечері – витівники в музичних шоу, на застіллях можуть чудово впоратися з роллю тамади, є першокласними партнерами в танцях на дискотеках.

 Термін «фахівець сфери дозвілля» охоплює різні концепції й характеризується у світовому просторі різноманітністю. В Італії, Іспанії, Франції фахівців розважальної сфери називають соціокультурними аніматорами, у Німеччині – соціальними працівниками, педагогами вільного часу, у США – терапевтами-рекреаторами, у Великобританії – соціальними працівниками [46].

У Франції визначення «аніматор» характеризується різноманіттям підходів [5]:

- професійний працівник соціально-виховної анімації, функції якого полягають у розвитку виховного, культурного й спортивного потенціалу людини;

- фахівець соціальної області, мета якого – задоволення потреб, побажань і прохань соціальних верств населення;

- агент культурної й суспільної діяльності, призначений підвищувати суспільну свідомість, покращувати життя громади та розвивати культурну демократію.

Освіту в галузі організації вільного часу можна отримати в навчальних закладах або на певних курсах при умові наявної вищої освіти й практичного досвіду соціально-культурної роботи [54].

Вагома частина навчального процесу в закордонних програмах належить практичному навчанню: наприклад, у Франції обсяг практичного навчання становить 55–65 % усього навчального процесу, у Великобританії – 50 %, в Італії – 40 %, у Німеччині – 35–40 %, у Бельгії – 30 %, у Польщі й Данії – 25 і 20 % відповідно.

Суттєвою складовою процесу професійної адаптації є практичне навчання, яке сприяє виявленню набутих у навчальному закладі знань, умінь і навичок з урахуванням умов самостійної діяльності студента та формує професійну готовність студента до вирішення реальних практичних завдань [35].

Не дивлячись на розбіжності в кадровій політиці закордонних держав, узагальнюючим є той факт, що в основі професійної підготовки фахівців соціально-культурної сфери лежить дві фундаментальних концепції: ідея професіоналізму та ідея прав людини.

Одним з шляхів відродження та стабілізації внутрішнього і в’їзного туризму в Україні сьогодні можна впевнено назвати розвиток рекреаційної анімації. Через те виникає гостра потреба в кваліфікованих аніматорах, підготовка яких базується на сучасній філософії відпочинку та на принципах активного захоплення. У зв'язку з цим, питання професійної підготовки спеціалістів-аніматорів досить актуальне для системи туристичної освіти в нашій країні [24].

* 1. **Кадровий склад анімаційної служби**

Організація служби анімації має забезпечувати оптимальну взаємодію всієї анімаційної команди: злагодженість, цілісність і координацію всіх її структурних елементів. Організація анімаційної діяльності як складова частина технологічного процесу потребує жорсткого дотримання професійної самостійності всіх фахівців і водночас всебічного розвитку їх активності й починання в рамках конкретних завдань своїх структурних підрозділів [25].

Анімаційну команду треба організовувати відповідно до потреб споживачів, що виявляються шляхом анкетування туристів, враховуючи досвід обслуговування гостей у сусідніх схожих готелях і туристичних комплексах. При цьому враховується традиційно сформований контингент туристів за місцем проживання, віросповіданням, національністю, віком, статтю тощо.

Роль анімаційної команди у створенні іміджу будь-якого засобу розміщення важко переоцінити. Саме аніматори створюють образ своєму підприємству, будують дружні стосунки з відпочиваючими, запрошують їх зустрітися тут знову. Анімаційна команда створює певну гостинну, комфортну, дружню атмосферу в готелі; задовольняє потреби туристів у фізичному і духовному розвитку, емоційному збагаченні через приємні почуття; має комплексний характер за рахунок спеціальних програм, які охоплюють всі види і форми анімації; сприяє створенню умов для приємного спілкування, особистих і спільних переживань та розваг.

Анімаційна послуга дає можливість залучити туриста до активної діяльності шляхом особистого контакту аніматора з туристом. Взаємодія відпочиваючого з аніматором здійснюється відповідно до заздалегідь розробленої програми. При цьому гість сам обирає ті заходи, які для нього є найбільш цікавими, від яких він отримає максимальні позитивні емоції [26].

Для відпочиваючого потреба в розвазі посідає третє місце після смачної та різноманітної їжі, комфортабельної та затишної кімнати. Тому анімація туристської та готельної діяльності посідає одне з головних місць у структурі готелю і є окремою службу, тісно пов'язану з іншими і має визначальне значення в забезпеченні успішного функціонування його на туристичному ринку.

Структура і кадровий склад служби туристичного комплексу залежать від його величини і типу, функціонального значення і складу технічних анімаційних систем, географічного розташування, концепції і програм анімації, а також від інших чинників.

У свою чергу формування ефективної організаційної структури анімаційного менеджменту є одним з найважливіших завдань головного менеджера анімації туристичного комплексу [31]. Залежно від його величини можливі різні організаційні структури анімаційної служби – відділи. Найбільш поширена структура анімаційної служби готелю приведена на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Структура анімаційної служби готельного підприємства.

Функціональні обов'язки фахівців:

* головний менеджер анімаційної служби – керівник анімаційної команди;
* художній керівник (організатор-аніматор, менеджер шоу-відділу) – автор і організатор денних і вечірніх шоу-програм. Відповідальний за якість виконання цих заходів;
* хореограф забезпечує танцювальну підготовку учасників денних танцювальних програм і вечірніх шоу-програм;
* шеф-аніматор (спортивний інструктор, менеджер міні-клубу) відповідає за якість роботи аніматорів, які підкоряються безпосередньо йому;
* костюмер забезпечує учасників анімаційної програми костюмами;
* шеф спортивної анімації (спортивний інструктор) – відповідальний за складання і проведення спортивних програм, під його керівництвом спортивні аніматори;
* аніматори – виконавці анімаційних програм.

Окрім безпосередньої роботи з туристами, анімаційна команда може приймати участь у рекламній діяльності туристського комплексу: зніматись у роликах, оформляти буклети. Іноді анімаційній службі доручають проведення екскурсій готелем для інформаційних груп – представників туристських фірм.

* 1. **Права, обов’язки та вимоги до роботи аніматора у туристичній сфері**

Щоб підтримувати високий стандарт обслуговування, готелю потрібно добре освічені, талановиті, чесні та дисципліновані аніматори, які одержують задоволення від своєї роботи. Аніматори задають настрій відпочиваючим, вони найбільше контактують із гостями, відіграють ключову роль у заходах із гостями, є рупором розважальних програм, відповідальні за задоволення, радості, дружбу та активність гостей.

Максимальну відповідність професійним вимогам фахівця складає модель фахівця – відбиття обсягу й структури професійних і соціально-психологічних якостей, знань, вмінь, що в сукупності складає його узагальнену характеристику як члена суспільства [15].

Структура моделі фахівця містить такі компоненти:

1) професіограмма – опис науково обґрунтованих психологічних норм і вимог до видів професійної діяльності і якостям особистості фахівця, які дозволяють йому ефективно виконувати вимоги професії, одержувати необхідний для суспільства продукт і разом із тим створюють умови для розвитку особистості самого працівника;

2) професійно-посадові вимоги – опис конкретного змісту діяльності фахівця, що визначає, що і як він повинен робити для вирішення професійних завдань в умовах конкретної посади. Тут же наводиться мінімум професійних умінь, якими має володіти фахівець для забезпечення необхідного рівня професійної діяльності;

3) кваліфікаційний профіль – сполучення необхідних видів професійної діяльності й ступеня їхньої кваліфікації, кваліфікаційні розряди для оплати.

Професіограмма складається з:

1) працеграмми – опису праці в професії, у якому вказується призначення професії, предмет праці, засобу праці, умови праці, продукт праці, можливі рівні професіоналізму й кваліфікаційні розряди в цій професії, категорії і їх оплата, права й обов’язки представника цієї професії, позитивний вплив цієї професії на людину, негативний бік професії та ін.;

2) психограмми – опису праці людини в професії (психологічні якості, бажані для ефективного виконання професійної діяльності, спілкування, професійного росту, подолання екстремальних ситуацій у праці). У психограмі вказують мотиви, мету, завдання, потреби, інтереси, відносини, ціннісні орієнтації людини, психологічні позиції, професійні домагання, професійна самооцінка, самоусвідомлення себе як професіонала, задоволеність людини працею, його процесом і результатом, професійні здатності, професійна навченість, відкритість до професійного росту, професійне мислення, психологічні протипоказання та інше.

Працеграмма професії тураніматора наведена у таблиці 1.1 [15].

*Таблиця 1.1*

**Працеграмма професії аніматора в туризмі**

|  |  |
| --- | --- |
| Складовіпрацеграмми | Опис праці тураніматора |
| 1 | 2 |
| Призначення професії, їїроль у суспільстві | організація дозвілля, створення й реалізація дозвіллєвих програм |
| Поширеність професії(установи, характерні для професії) | готелі, туристичні комплекси, табори відпочинку, , бюро подорожей і екскурсій, станції юних туристів, туристичні клуби і т. д. |
| Предмет праці | людина (гість, турист) |

*Продовження табл. 1.1*

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | 2 |
| Засоби праці | комп’ютери з банком типових сценаріїв, програм; спеціальне устаткування (для спортивного туризму, видовищних заходів тощо) |
| Умови праці | психологічна й соціальна безпека, наявність сприятливого мікроклімату в професійному середовищі в залежності від напрямків діяльності (протягом екскурсій, у приміщенні, на транспорті, на відкритих майданчиках і т.д.) |
| Організація праці | складання й реалізація розважальних програм і заходів, створення концепцій типових сценаріїв і програм |
| Продукт (результат) праці | індивідуальні або групові програми відпочинку, які повністю задовольняють запити споживача |
| Можливі рівні професіоналізму | 1-й рівень – функціонери анімаційних заходів(екскурсоводи, груповоди, провідники, інструктори по видах спортивного туризму, методисти й тому подібне). Проводять заходи, заплановані в програмі;2-й рівень – організатори туристичних заходів (зльотів, походів, екскурсій, поїздок і інше). Складають сценарії проведення заходів, планують комплекс послуг, пов’язаних із ними;3-й рівень – менеджери-фахівці. Здійснюють управління анімаційною діяльністю туристичного підприємства, складають комплексні анімаційні програми |
| Права | соціальні гарантії оплати праці й відпустки, що планується на міжсезоння |
| Обов’язки | дотримання професійних етичних норм, виконання посадових функціональних обов’язків. Відповідальність за життя й здоров’я людей під час проведення заходів |
| Позитивний впливпрофесії | можуть бути повною мірою реалізовані творчі йорганізаторські здатності, комунікативні потреби |

Професійно-посадові вимоги до тураніматора в залежності від посади та з вказанням заробітної плати наведені в таблиці 1.2.

*Таблиця 1.2*

**Професійно-посадові вимоги до аніматора**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Посада | Обов’язки | Заробітна плата, дол. США |
| 1 | 2 | 3 |
| Ді-джей(sound andlight) | здійснення й контроль музичного супроводу денних і вечірніх заходів, налагодження системи освітлення сцени або дискотеки | від 700+ |
| Хореограф | навчання усієї команди аніматорів та танцюристів запланованим танцювальним сезонним шоу, постановкамта театралізованим програмам для дорослих та дітей. Навчання особливостям сценічної майстерності. Підбір костюмів відповідно до запланованих заходів. Інколи проведення танцювальних занять для туристів (зумба,беллі денс курс, степ-аеробіка, латіна денс курс, хіп-хоп тощо) | 800–1000(за наявностідосвіду, можливостістворюватинові, оригінальнітанці й шоу –1200) |
| Аніматор-танцюрист | танцювальна група аніматорів, що складається з 6–12 чол. й виконує репертуар, розрахований на чотири танцювальніпрограми, 20–30 різних за стилем танців, плейбеків, імітацій відомих мюзиклів. Проведення вечірніх програм, танцювальних курсів для туристів, клубного танку готелю.Активна участь у вечорах з живою музикою та дискотеках готелю | 600–700 |
| Спортивнийаніматор | організація змагань із футболу, волейболу, пляжного волейболу, бочі, стрільби з гвинтівки або з луку, водне поло, дартс, настільний теніс, міні-гольф, також(переважно дівчатами) проведення занять із ранкової гімнастики, аква-аеробіки у басейні або у морі, танцювальних курсів (орієнталь, степ, зумба тощо) | 600(без досвідуроботи –450–550) |
| Аніматорміні-клубу | робота з дітьми 4–12 років. Проведення змагань, ігор, малювання, рукоділля, навчання простим танцювальнимрухам і проведення міні-диско кожного вечору, проведення раз на два тижні міні плейбек-шоу (дитяче шоу танців і пісень). Можливе також проведення курсу з плавання або дитячої йоги | від 350(без досвідуроботи – 300) |

*Продовження табл. 1.2*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| Шеф спорт-анімації /Шеф міні-клубу | усе вищенаведене для посад спорт-аніматор і аніматор міні-клубу (у разі необхідності). Контроль проведення усіх заходів. Ведення статистики участі туристів у анімаційнихзаходах. Контроль наявності та справності інвентарю. Контроль здійснення плану, наданого менеджером анімації. Звіти щодо роботи команди | 800–1200 |
| Анімаційнийменеджер | організація та планування усіх заходів, розробка послідовності програм на день, на тиждень, на місяць, на сезон. Узгодження їх із генеральним менеджером готелю. Проведення зібрань із персоналом, стимулювання й заохочування їх до потрібного рівня роботи. Співпраця зменеджерами інших відділів готелю щодо реалізації анімаційних заходів. Контроль за виконанням усіх намічених планів. Аналіз звітів від шефу анімації, формування стратегічних і тактичних завдань для команди | 2000–4000і більше |

Майстерність фахівця-аніматора виявляється в таких уміннях [37]:

* скласти цікаву, оригінальну анімаційну програму, що відповідає запитам туристів;
* привернути увагу до нестандартної анімаційної програми, зацікавити й захопити туриста, зберегти його увагу до закінчення дії;
* враховувати вікові, психологічні, емоційні, духовні, етнічні, релігійні й національні особливості відпочиваючих і на основі цього забезпечувати диференційований підхід до кожного туриста;
* будувати взаємини з підлеглими й відпочиваючими на гуманній і демократичній основі;
* не губитися у важких і несподіваних ситуаціях; поєднувати теоретичну й практичну діяльність;
* грамотно використовувати досвід анімаційної діяльності; урізноманітнювати конкурсні програми, анімаційні заняття, уникаючи шаблона й повторення в їх підготовці, організації й проведенні.

**Висновок до розділу 1**

Анімаційна діяльність – цілісний процес взаємодії аніматорів з людьми в розважальній сфері на основі поєднання формального керівництва і неформального лідерства спеціаліста, який здійснює взаємодію.

У результаті такої взаємодії задовольняються рекреаційно-оздоровчі, культурно-творчі, освітні потреби та інтереси учасників даного процесу, створюються умови для формування соціально активної особистості, здатної до перетворення навколишньої дійсності і себе в ній.

Значення готельної анімації для готелю, туркомплексу полягає у підвищенні ступеня задоволеності туриста обслуговуванням, комплексності та якості готельної послуги та як слідство – у підвищенні іміджу готелю, розширенні активного туристичного сезону, у підвищенні престижності професій сфери гостинності, що досягається професійною, інтелектуальною ефективною роботою талановитих туристичних аніматорів.

Не дивлячись на розбіжності в кадровій політиці інших держав, узагальнюючим є той факт, що в основі професійної підготовки фахівців соціально-культурної сфери лежить дві фундаментальних концепції: ідея професіоналізму та ідея прав людини.

Анімаційну службу треба організовувати відповідно до попиту споживачів, що виявляється шляхом анкетування туристів, з урахуванням досвіду обслуговування гостей у сусідніх схожих готелях і туристичних комплексах. При цьому береться до уваги традиційно сформований контингент туристів за місцем проживання, віросповіданням, національністю, віком, статтю тощо.

Структура і кадровий склад служби туристичного комплексу залежать від його величини і типу, функціонального значення і складу технічних анімаційних систем, географічного розташування, концепції і програм анімації, а також від інших чинників.

Окрім безпосередньої роботи з туристами, анімаційна команда може приймати участь у рекламній діяльності туристського комплексу: зніматись у роликах, оформлювати буклети. Іноді анімаційній службі доручають проведення екскурсій готелем для інформаційних груп – представників туристських фірм.

Щоб підтримувати високий стандарт обслуговування, готелю потрібно добре освічені, талановиті, чесні та дисципліновані аніматори, які одержують задоволення від своєї роботи. Аніматори задають настрій відпочиваючим, вони найбільше контактують із гостями, відіграють ключову роль у заходах із гостями, є рупором розважальних програм, відповідальні за задоволення, радості, дружбу та активність гостей.

Отже, у загальних рисах сутність стратегії професійної підготовки аніматорів така:

* підготовка фахівців з огляду на потреб турпідприємств;
* розроблення нових навчальних курсів, які забезпечують якість підготовки фахівців;
* використання в процесі навчання нових освітніх технологій;
* збільшення кількості практичних занять, стажувань (зокрема і закордонних) для відпрацювання на практиці навичок розроблення і реалізації анімаційних програм для різних категорій відпочиваючих.

Для ефективної реалізації анімаційної діяльності потрібні три складові:

1. концепція готельної анімаційної діяльності з наявністю бази типових анімаційних програм і сценаріїв, методик їх адаптації до реальних споживчих груп і персоналій;
2. матеріально-технічна база для організації та проведення спортивно-оздоровчих і розважальних заходів;
3. кваліфіковані кадри – талановиті аніматори, які здатні втілити концепцію, програми і методики у життя, і обслуговуючий персонал.

**РОЗДІЛ 2**

**МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ**

**2.1. Методи досліджень**

Для вирішення поставлених завдань використовувалися такі методи:

1. Аналіз наукової та спеціальної літератури;
2. Анкетування;
3. Психологічне тестування «Шкала темпераментів»;
4. Психологічне тестування «Дослідження креативності»;
5. Методи математико-статистичної обробки отриманих даних.

**2.1.1. Аналіз наукової та спеціальної літератури**

Аналізувалися теоретичні праці фахівців з питань теоретико-методичних передумови шляхів підвищення ефективності роботи аніматора: а ) теоретичні основи наукового розуміння сутності анімації та анімаційної діяльності; б) кадровий склад анімаційної служби; в) права, обов’язки та вимоги до роботи аніматора у туристичній сфері тощо. Всього було проаналізовано 54 літературних джерела, серед них: автореферати, дисертації, журнальні статті, методичні рекомендації, збірники наукових праць, навчальні посібники та ін. Аналіз наукової та спеціальної літератури дозволив вивчити стан питання, визначити мету дослідження і поставити конкретні завдання.

**2.1.2. Анкетування**

Метою анкетування було виявлення рівня мотивації у досвідчених аніматорів. Анкета (додаток А) містила питання про мотиви при виборі професії, мотивацію продовжувати працювати в даній сфері діяльності, пріоритетність умов роботи, про якості для успішної роботи аніматора та причини зміни місця роботи у досвідчених аніматорів.

В анкетуванні прийняли участь 11 респондентів – аніматори Catamaran Resort Hotel. Серед яких є аніматори зі стажем більше 10 років.

**2.1.3. Психологічне тестування «Шкала темпераментів»**

Аналіз особливостей темпераменту людини проводився за методикою Л. Терстоуна (в адаптації Хойновського) «Шкала темпераментів». Ця шкала використана в дослідженнях особливостей рис особистості і включає в себе питання, що стосуються схильностей, звичок і інтересів людини. Виділені Л. Терстоуном фактори, які визначалися в наслідок тестування: активність, фізична активність, імпульсивність, лідерство, врівноваженість, товариськість і рефлексивність.

У тестуванні прийняли участь 11 аніматорів Catamaran Resort Hotel. Серед яких є аніматори зі стажем більше 10 років.

Всі респонденти в залежності від посади були розподілені на три групи:

- перша група – спортивні аніматори (n = 6);

- друга група – дитячі аніматори (n = 3);

- третя група – керівництво (менеджер та шеф анімації) (n = 2).

Текст опитувальника і реєстраційний бланк представлені ​​в додатку Б.

**2.1.4. Психологічне тестування «Дослідження креативності»**

Психологічне тестування проводилося на початку педагогічного експерименту на базі Catamaran Resort Hotel у Туреччині. У дослідженнях брали участь 11 аніматорів віком 20-35 років (11 осіб: 5 жінок, 6 чоловіків). Метою даного психологічного тестування було визначення рівня творчих здібностей аніматорів та побудова психологічного креативного профілю, рефлексуючи креативний компонент образу “Я-реальний” і уявлення про образ “Я-ідеальний”. Порівняння двох образів креативності “Я-реальний” і “Я-ідеальний” дозволив визначити креативний резерв і творчий потенціал анімаційної команди. У дослідженні виділяються наступні критерії креативності: творче мислення (М), допитливість (Д), оригінальність (О), уява (У), інтуїція (І), емоційність та емпатія (Е), почуття гумору (Г) і творче ставлення до професії (П). Досліджуваним пропонувалося самостійно оцінити свої особистісні якості, відповідаючи на питання опитувальника, який представлений в додатку В.

**2.1.5. Методи математико-статистичної обробки отриманих даних**

Статистичний матеріал, отриманий в результаті досліджень, піддавався обробці за допомогою традиційних методів математичної статистики. За допомогою використання програмного забезпечення (“Microsoft” – “Excel для Windows XP) визначались: середнє арифметичне, стандартні помилки середньої величини та ранжування, що дало змогу спостерігати за динамікою даних та їх відсотковим співвідношенням. При оцінці статистичних гіпотез виходили з 5% рівня вірогідності, яка забезпечує необхідну точність у психологічних дослідженнях. При проведенні аналізу керувалися загальними положеннями, викладеними в посібниках з математичної статистики.

**2.2. Організація дослідження**

Дослідження проводилися в три етапи, відповідно до поставлених завдань.

**На першому етапі** (квітень 2022 року) вивчалася науково-методична література, відповідно до поставлених завдань, підбиралися методи досліджень.

**Другий етап** (травень - червень 2022 року) включав розробку форми анкети для аніматорів з метою виявлення рівня мотивації.

**На третьому етапі** (липень 2022 року - вересень 2022 року) проводилося анкетне опитування тренерів, психологічні тестування з участю 11 аніматорів віком 20-35 років.

**На четвертому заключному етапі** (жовтень - листопад 2022 року) виконувалася статистична обробка отриманих даних і їх аналіз, написання кваліфікаційної роботи в цілому та підготовка до її захисту.

**РОЗДІЛ 3**

**СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ АНІМАТОРА**

**3.1. Професіограма аніматора: психологічні, фізичні та соціальні якості, необхідні для успішної діяльності**

**3.1.1. Аналіз рівня мотивації аніматорів**

З метою виявлення рівня мотивації аніматорів була розроблена анкета, що містила питання про мотиви при виборі професії, мотивацію продовжувати працювати в даній сфері діяльності, пріоритетність умов роботи, про якості для успішної роботи аніматора та причини зміни місця роботи у досвідчених аніматорів.

В анкетуванні прийняли участь 11 респондентів – аніматори Catamaran Resort Hotel. Середній вік опитуваних склав 30 років з яких 54,5% чоловіки, а 45,5% ─ жінки. В анкетному опитуванні прийняли участь аніматори зі стажем роботи до 5 років (54,5%) та зі стажем роботи 10 років і більше (45,5%). Респондентами були менеджер і шеф анімації, спортивні аніматори (*n* = 5), дитячі аніматори (*n* = 3) та хореограф. Більшість аніматорів отримали диплом в сфері освіти пов’язаний з анімаційною діяльністю (готельно-ресторанний бізнес, фізичне виховання, педагогіка та хореографія). Лише 27,2% респондентів працюють не за спеціальністю.

За допомогою анкетного опитування було виявлено, що при виборі професії аніматора основними мотивами були (рис.3.1):

- можливість працювати закордоном (32%);

- задоволення, яке приносить робота (24%);

- практика іноземної мови (16%);

- можливість спілкування з різними людьми (12%);

- можливість навчитися новому (8%) та інше (8%).

Рис. 3.1. Мотиви респондентів при виборі професії аніматора (*n* = 11)

Для більшості респондентів мотивацією продовжувати працювати в даній сфері діяльності була можливість працювати закордоном (23 %) і задоволення, яке приносить роботи (20 %). Для деяких респондентів мотивацією було практика іноземної мови (10 %) та сімейні обставини (10 %). Трохи менший відсоток респондентів обрали зручний графік роботи (7 %), можливість спілкування з різними людьми (7 %), можливість навчитися новому (7 %) і шанобливе ставлення з боку керівників (7 %). Найменшою мотивацією була заробітна плата (3 %), доброзичлива атмосфера в колективі (3 %) і комфортні умови проживання (3 %) (рис. 3.2).

Рис. 3.2. Мотивація аніматорів продовжувати працювати в даній сфері діяльності (*n* = 11)

Аніматорам пропонувалося визначити пріоритетність наявності даних умов роботи (табл. 3.1.). Щодо першого місця думки респондентів розділилися: відповідність заробітної плати професійному рівню та результатам роботи працівників (27,3%), шанобливе ставлення з боку керівництва (27,3%), доброзичлива атмосфера у колективі (27,3%). На друге більшість аніматорів поставили доброзичливу атмосферу у колективі (45,5%). На останні місця аніматори поставили відповідність заробітної плати професійному рівню та результатам роботи працівників та зручний графік роботи.

*Таблиця 3.1*

**Пріоритетність наявності умов роботи аніматорів**

|  |  |
| --- | --- |
| **Умови роботи** | ***Ранг*** |
| Шанобливе ставлення з боку керівництва | I |
| Доброзичлива атмосфера у колективі | II |
| Комфортні умови проживання | III |
| Відповідність заробітної плати професійному рівню та результатам роботи працівників | IV |
| Зручний графік роботи | V |

На думку респондентів важливими якостями для успішної роботи аніматора є (рис. 3.3): комунікативність (13%) і дружелюбність (13%). Також аніматори відмітили активність (10%) та креативність (10%). Трохи менший відсоток відзначили екстровертність (9%) та багатозадачність (9%). Деякі аніматори вважають важливими якостями енергійність (7%), відповідальність (7) і працелюбність (7%). Рідше відмічають пунктуальність (5%), життєрадісність (4%) та артистичність (4%).

Рис. 3.3. Важливі якості для успішної роботи аніматора (*n* = 11)

На рис. 3.4 представлені дані анкетного опитування тренерів щодо причин, через які досвідчені аніматори найчастіше змінюють місце роботи. Найбільш розповсюдженими причинами, на думку респондентів, є низька заробітна плата (23%) та неповага з боку керівництва (23%). У багатьох з’являються інші життєві перспективи (18%). Часто причиною може бути конфлікти в команді (12%). Деякі респонденти вважають емоційне вигорання (9%) та неможливість подальшого кар’єрного зростання (9%). Рідше аніматори прагнуть стабільної роботи (6%).

Рис. 3.4. Причини, через які досвідчені аніматори найчастіше змінюють місце роботи (*n* = 11)

Таким чином, можна зробити висновок що знайти нових аніматорів не важко. Людям цікава дана сфера діяльності і для більшості головним мотивом є можливість працювати закордоном. Набагато важче утримати досвідчених аніматорів на одному місці роботи.

За результатами анкетного опитування були виявлені пріоритетні умови роботи для аніматорів. Респонденти відмітили: відповідність заробітної плати професійному рівню та результатам роботи працівників, шанобливе ставлення з боку керівництва і доброзичливу атмосферу в колективі. Додатково проаналізувавши кількість робочих годин та відповідність заробітної плати результатам роботи працівників у спортивній та дитячій анімації, можна зробити висновок що саме через меншу кількість робочих годин в дитячій анімації і однакову заробітну плату виникають конфлікти в команді. Необхідно слідкувати за відповідністю заробітної плати до кількості робочих годин, щоб уникати даних ситуацій. Жінки також відмітили, що для них є важливими комфортні умови проживання, тому на це теж слід звернути увагу роботодавцям.

На думку респондентів важливими якостями для успішної роботи аніматора є: комунікативність, активність, креативність та багатозадачність. Для виявлення наявності даних якостей роботодавці можуть запропонувати пройти психологічний тест представлений в додатку Б. Даний тест допоможе виявити наявність даних якостей, що буде додатковими критерієм при відборі у команду.

За результатами анкетного опитування було виявлено, що найбільш розповсюдженими причинами, через які досвідчені аніматори найчастіше змінюють місце роботи є низька заробітна плата та неповага з боку керівництва. Щоб уникнути даної проблеми, ми рекомендуємо давати можливість аніматорам заробляти додаткові кошти. Це можуть бути диско тури, які популярні серед молоді або гра у бінго, яку дуже люблять європейці, у дитячому клубі можна продавати футболки, які діти будуть самі розмальовувати і тд. Можливість заробляти додаткові кошти буде стимулювати аніматорів до більш активного спілкування з туристами і допоможе ефективніше виконувати свою роботу.

**3.1.2. Аналіз особливостей темпераменту аніматора**

Аналіз особливостей темпераменту аніматора показав, що високий ступінь активності у спортивних аніматорів (32,3 бали), середній – у дитячих аніматорів (21,3 бали) і низький у керівників (12 балів) (рис. 3.5). Це свідчить про те, що спортивні аніматори більш активні, вони зазвичай швидко працюють, навіть якщо немає необхідності поспішати; швидко рухаються, нетерплячі, навіть якщо потрібно зберігати спокій; постійно в дії, схильні до поспішності. Як правило, багато говорять, ходять, пишуть.

Рис. 3.5. Особливості темпераменту аніматорів за методикою Л. Терстоуна (в адаптації Хойновського) “Шкала темпераментів” (*n* = 11):

перша група – спортивні аніматори;

друга група – дитячі аніматори;

третя група – керівники (менеджер та шеф анімації)

За фактором фізичної активності високий ступінь знову показали спортивні аніматори (30,5 балів), середній – дитячі (24,3 бали) і низький – керівники (17,5 балів). Спортивні аніматори – фізично бадьорі індивіди, займаються спортом, люблять роботу, особливо на повітрі та таку, що вимагає м’язових зусиль. Віддають перевагу будь-якій фізичній активності, що супроводжується великими енергетичними затратами.

Що до фактора імпульсивності, то середній ступінь у спортивних аніматорів (28,3 бали), і низький у дитячих аніматорів (18,3 бали) та керівників (17, 5 балів). Низький ступінь свідчить про повільне прийняття рішень, важкий перехід від однієї задачі до іншої, обмірковування подальших дій.

За фактором лідерства високий ступінь показали спортивні аніматори (31 бал), середній – керівники (21 бал) і низький у дитячих аніматорів (15,3 бали). Це може свідчити про те, що спортивні аніматори схильні керувати іншими людьми, брати на себе відповідальність, ініціативні – хоча не є керівниками – охоче виступають публічно та організують усякі товариські заходи.

Ступінь врівноваженості у кожної групи низький, однак керівники (19 балів) більш схильні проявляти незворушливий, рівний настрій та зберігати спокій у критичні моменти ніж спортивні (16,8 бали) та дитячі (15,3) аніматори. Низький ступінь врівноваженості свідчить про важке зосередження у несприятливих умовах і продовження перерваної незакінченої роботи.

Товариськість для аніматорів – це одна з ключових якостей, яка має бути добре виражена. За цим фактором у спортивних аніматорів (27,3 бали) та керівників (20,5 балів) середній ступінь, а у дитячих аніматорів низький ступінь(19 балів). Це свідчить про те, що спортивні аніматори люблять перебувати у компаніях, легко заводять знайомства (хоча за результатами опитування виявлено, що у повсякденному житті більшості важко заводити нові знайомства), поступливі, доброзичливі, схильні до співпраці та приємні у спілкуванні.

За фактором рефлексивності середній ступінь показали спортивні аніматори (22,3 бали) та керівники (22 бали), у дитячих аніматорів низький ступінь рефлексивності (15,3 бали). Цей фактор свідчить про схильність до роздумів, відання переваги теоретичній діяльності, часті зайняття самоспостереженням, праці на самоті, віддають перевагу плануванню, ніж реалізації наміченого.

Таким чином, проведені дослідження показали особливості темпераменту аніматорів і допомогли виявити на що саме слід звернути увагу і які якості необхідно пропрацювати. Крім того дану методику можуть використовувати роботодавці при найманні на роботу, щоб зібрати команду, яка необхідна відповідному готелю. Поряд з цим, таке психологічне тестування можуть проходити майбутні аніматори, які хочуть перевірити чи підходить дана професія їм і чи готові вони до труднощів, які можуть виникнути.

**3.1.3. Аналіз рівня творчих здібностей аніматорів**

Метою психологічного тестування було визначення рівня творчих здібностей аніматорів та побудова психологічного креативного профілю, рефлексуючи креативний компонент образу “Я-реальний” і уявлення про образ “Я-ідеальний”. У дослідженнях брали участь 11 аніматорів віком 20-35 років (11 осіб: 5 жінок, 6 чоловіків).

Результати дослідження креативності відображені в таблиці 3.2.

*Таблиця 3.2*

**Рівень креативності аніматорів**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Індекс | Креативні якості | “Я-реальний”, балів | “Я-ідеальний”, балів |
| 1 | М | Творче мислення | 5,8 | 7,5 |
| 2 | Д | Допитливість | 6,7 | 6,6 |
| 3 | О | Оригінальність | 6,3 | 7,9 |
| 4 | У | Уява | 7,3 | 7,7 |
| 5 | І | Інтуїція | 6,2 | 7,3 |
| 6 | Е | Емоційність, емпатія | 7,0 | 5,4 |
| 7 | Г | Почуття гумору | 6,8 | 8,4 |
| 8 | П | Творче ставлення до професії | 4,8 | 7,1 |

За результатами тестування виявлено, що творче мислення у аніматорів проявляється менше ніж вони того хотіли б (на 1,7 балів), тому над розвитком даної якості можна попрацювати. Під час опитування було виявлено, що аніматори продумають наслідки прийнятого рішення, обмірковують варіанти вирішення важких проблем, перш ніж зробити вибір найбільш продуктивного, роздумують про причини успіхів та невдач у своїй творчій діяльності та достовірно відновлюють по випадкових деталях цілісний результат.

Допитливість – це та якість, яка має бути в успішного аніматора. За результатами тестування виявлено, що для аніматорів важливо постійно пізнавати щось нове і розвиватися (різниця між реальним та ідеальним уявленням 0,1 бал). Тож якщо підтримувати цю зацікавленість і дати їм можливість на подальший розвиток, то можна уникнути проблеми професійного вигорання, що допоможе готелю зберегти досвідчену команду.

Що до оригінальності, то з цією якістю також можна попрацювати і розвинути. Показники реального нижчі від уявного на 1,6 бали, що свідчить про бажання вдосконалити дану креативну якість. У процесі опитування було виявлено, що аніматори вміють оригінально вдосконалювати різні речі, імпровізувати при необхідності та їм цікаві люди з нестандартними поглядами.

Уява в аніматорів добре розвинена (різниця між реальним та ідеальним уявленням 0,4 бал), вони можуть розповідати казки дітям, вигадувати щось, мріяти і фантазувати. Дана креативна якість є необхідною не тільки дитячим аніматорам, але і всім іншим для того щоб мати можливість відволікти туристів від оточуючих проблем і урізноманітнити їх життя.

 Високий рівень інтуїції дає можливість аніматору зрозуміти на які теми можна спілкуватися з певним туристом, а на які не слід. Крім того інтуїція дозволяє виявити інтереси відпочиваючих для побудови анімаційної програми. За результатами тестування виявлено, що у аніматорів непогано розвинена інтуїція, але вони хотіли би її ще покращити на 1,1 бал.

Що до емоційності та емпатії, даний показник розвинений у аніматорів більше ніж вони того хотіли б на 1,6 бали. Це свідчить про те, що вони співпереживають людям більше, ніж хочуть. Емпатія має бути присутня у кожної людини, але якщо занадто переживати почуття інших, це може негативно відобразитися на власному здоров’ї та самопочутті. Відповідно, як наслідок, це буде впливати на якість роботи. Важливо знайти баланс, де аніматор буде співпереживати іншим, якщо це необхідно, і не буде при цьому шкодити власному здоров’ю.

Почуття гумору – це одна з ключових креативних якостей аніматора. За результатами тестування було виявлено, що аніматори хотіли б покращити рівень даного показника на 1,6 бали, що допомогло б їм полегшити спілкування з гостями і зробити шоу програми більш цікавими і веселими.

Що до творчого ставлення до професії, то рівень даної креативної якості нижче середнього (різниця між реальним та ідеальним уявленням 2,3 бали), що свідчить про те, що для більшості аніматорів творчість не є необхідною умовою для роботи. Але, якщо взяти до уваги, що середній вік опитаних аніматорів 30 років і більшість із них знаходяться у відносинах, то це пояснює результат даного тестування. Можна сказати, що для більшості даних аніматорів у пріоритеті є побудова міцного фінансового фундаменту і планування сім’ї, ніж творчий розвиток, хоча вони і не проти розвиватися.

Таким чином, проведені дослідження креативності показали рівень творчих здібностей особистості аніматорів і допомогли побудувати психологічний профіль креативності «Я-реальний» і «Я-ідеальний» (рис. 3.6).

Рис. 3.6 Психологічний профіль креативності анімаційної команди Catamaran Resert Hotel (n = 11)

Реальне та ідеальне уявлення про креативність та творчі схильності виконує функцію регулятора самооцінки та рефлексії. Проте слід враховувати, що в усіх людей різне ідеальне уявлення про свої творчі можливості і вони часто бувають завищеними або заниженими. Дана проблема є предметом обговорення її з психологом у процесі психологічного консультування з метою психокорекції особистості.

Застосовувати дану методику необхідно паралельно з проективними методиками та професійним наглядом за процесом розвитку креативності в творчих формах діяльності. Діагностика креативності має, в основному, орієнтовний розвідувальний характер. Справжній прояв креативності відбувається в процесі продуктивної діяльності, коли по мірі включення в творчий процес і залучення до творчої діяльності людини поступово відбуваються психокорекція та самокорекція, в ході яких розкривається та розвивається креативний потенціал особистості.

**3.2. Засоби та методи підвищення ефективності роботи аніматора**

На основі теоретичного аналізу та результатів психологічних тестувань нами розроблена орієнтовна програма підвищення кваліфікації аніматора. Дана програма може використовуватися як для спортивних аніматорів, так і для дитячих аніматорів з будь-яким досвідом роботи.

Розроблена програма підвищення кваліфікації аніматора була розрахована на 3 дні по 6 годин. Підвищення рівня кваліфікації слід проводити 1 раз на рік в період міжсезоння, а саме лютий-березень, коли потік відпочиваючих невеликий. Необхідно щорічно проводити підвищення рівня кваліфікації для того, щоб слідкувати за трендами і вміти зацікавити туристів до рекреаційно-оздоровчої діяльності.

Кожне заняття починалося з теоретичного блоку, який включав лекції про новітні тенденції та підготовлював до практичних занять. Наступним був практичний блок, який включав вправи для розвитку креативних якостей та професійних компетентностей. Вправи виконувалися самостійно, у парах або у групах. Дані вправи аніматори також практикувати з туристами для урізноманітнення занять та введення чогось нового. Закінчувалося заняття підведенням підсумків, обговоренням результатів роботи, труднощів під час занять, а також можливостей застосування набутого досвіду у житті. Розроблена програма підвищення кваліфікації аніматора представлена в табл. 3.3.

**Програма підвищення кваліфікації аніматора з метою розвитку креативних здібностей та професійних компетентностей**

*Завдання програми:*

1. Сприяти підвищенню ефективності роботи аніматора за допомогою використання інноваційних засобів.
2. Сприяти впровадженню фітнес-трендів в анімаційну діяльність.
3. Сприяти розвитку креативних якостей.

***Параметри занять:***

1. тривалість програми – 3 дні по 6 годин;
2. співвідношення цільових блоків – теоретичний (25%), практичний (65%), заключний (10%);
3. необхідний інвентар: проектор, ноутбук.

Перший день програми підвищення кваліфікації (табл. 3.3.) був спрямований вирішення конфліктних ситуацій, розвиток навичок швидкого прийняття рішень у стресових ситуаціях та концентрацію уваги. Проводилася вступна лекція про професію аніматора, які ситуації можуть виникнути у спілкуванні з туристами і як їх вирішити.

На практичних заходах проводилися рольові ігри, де аніматори змінювали точку зору і ставали на місце туристів і висловлювали свої проблеми, які треба було вирішити. Дану вправу проводили в парах та групах, в залежності від ситуації, яку аніматори відіграють. Також розглядалися різні стресові ситуації, де аніматору треба було прийняти рішення, як її вирішити. У кожного аніматора була своя стресова ситуація, вирішення якої він демонстрував. Завдання виконувалось в парах або в групі, після чого всі ситуації обговорювались та аналізувались. Крім того проводився квест по приміщенню, де аніматори ділилися на дві команди і виконували завдання. Квест складався з 10 станцій, на яких аніматори отримували завдання, після виконання якого вони отримували підказку з місцем знаходження наступної станції. Завдання включали вправи для мозку, креативні та ті, що вимагають швидкого вирішення проблеми. Квест виконувався на швидкість, яка команда перша виконала всі завдання та й перемогла.

*Таблиця 3.3*

**Структура програми підвищення кваліфікації аніматора з метою розвитку креативних здібностей та професійних компетентностей**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Якість | Теоретичний блок | Практичний блок |
| заходи | час | заходи | час |
| 1 день |
| Імпульсивність | Вступна лекція з фото та відео презентаціями про анімацію, види туристів і рішення конфліктних ситуацій  | 1,5 год | - рольові ігри;- «Стресові ситуації»;- квест завдання | 30 хв30 хв1 год |
| Врівноваженість | - вправи для мозку- mind-body- медитація | 30 хв1 год30 хв |
| 2 день |
| Товариськість | Лекція з фото та відео презентаціями про розвиток комунікативних здібностей і почуття гумору | 1,5 год | - рольові ігри- «Дві зони»- «У чужому взутті» | 30 хв30 хв1 год |
| Почуття гумору | - гра «Асоціації»«Оригінальна назва»- гра «Капелюх» | 30 хв30 хв1 год |
| 3 день |
| Оригінальність | Лекція з фото та відео презентаціями про нові тренди у фітнесі | 1,5 год | - «10 способів»- «Три «якщо»»- Брейнштормінг  | 30 хв30 хв1 год |
| Творче мислення | - «Домалюй картину»- «10 ідей»- Створення колажу команди | 30 хв30 хв1 год |

Практичний блок для розвитку врівноваженості (див. табл. 3.3) включав вправи для концентрації уваги, так як за результатами тестування було виявлено, що аніматорам важко концентрувати уваги у ситуаціях які не сприяють цьому. На початку даного практичного блоку виконувалися вправи для мазку, такі як:

- кольоровий текст (назвати колір слова, а не те що там написано);

- таблиця Шульте (назвати цифри у порядку зростання фокусуючи погляд на кожній цифрі і потім у зворотному напрямку);

- жести (одна рука показує знак миру, а інша ок, потім навпаки).

Наступним завданням даного блоку було тренування mind-body, де аніматорам треба було прислухатися до власного тіла, відчувати його та контролювати. Останньою вправою в цьому блоці була медитація, де аніматори вчились концентрувати увагу на собі і своїх думках. Кожен день закінчувався підведенням підсумків, обговоренням результатів роботи, труднощів під час виконання вправ, а також можливостей застосування набутого досвіду.

Другий день програми підвищення кваліфікації був спрямований на розвиток комунікативних здібностей, товариськості та почуття гумору. У теоретичній частині проводилася лекція з використанням фото та відео презентацій на дану тему.

Практичний блок знову починався з рольових ігор, де аніматори ставали на місце колеги і виконували їх роботу. Наприклад спортивний аніматор грав дитячого, а дитячий відігравав роль туриста. Наступна вправ називається «Дві зони» - це практична вправа, де аніматору треба було написати в одну колонку групи людей, з якими йому легко спілкуватися, і в іншу – з ким важко. Наприклад легко з дітьми віком 4-14 років та дорослими, які займаються спортом, а важко з людьми похилого віку і дівчатами віком 15-20 років. Дана вправа допомагає зрозуміти з якою категорією людей тобі легше працювати і на кому слід робити акцент у спілкуванні. Наступна вправа називається «У чужому взутті», де по фотографії необхідно дізнатися ким працює зображена людина, що вона відчуває, чим цікавиться тощо. Ця вправа також добре розвиває інтуїцію.

Вправи спрямовані на розвиток почуття гумору починалися із вправи на асоціації, де аніматорам треба було по черзі називати асоціацію яку викликає попереднє слово, потім завдання ускладнювалось і треба було називати асоціації на певну літру. У наступній вправі треба було придумати оригінальну та смішну назву до зображення, що сприяло розвитку уяви та почуття гумору. У кінці практичної частини проводилася гра «Капелюх», де аніматори писали по 5 слів на окремих листках і кидали їх в капелюх. Після чого всі слова змішувались і треба було їх пояснювати: у першому турі словами, другому – показуючи, а третьому – лише одним словом. Дана гра допомагає розширити словниковий запас та сприяє створенню нових асоціацій.

Третій день навчання починався з лекції про нові фітнес тренди та види діяльності, це сприяло осучасненню анімаційної команди і керівників ти сприяло впровадженню нових видів діяльності для наступного літнього сезону.

Практична частина була спрямована на розвиток креативних здібностей, таких як оригінальність та творче мислення. У першій вправі аніматорам треба було придумати 10 способів використання будь-якого предмету. Наступна вправа називається «Три «якщо»». Для неї береться будь-що (предмет, система, ситуація) і ставлять три запитання:

1. Що трапилось якщо би я змінив це?

2. Що я змінив би чи покращив у даному об’єкті, якщо хотів би його використати через 10 років?

3. Що я б зробив, якби в мене була інвестиція в мільйон доларів, що б вдосконалити це?

Дана вправа також гарно розвиває творче мислення і допомагає придумати нові оригінальні ідеї. Наступна вправа була брейнштормінг — це процес колективного пошуку рішення для конкретного завдання. При цьому враховуються будь-які думки й ідеї — від тривіальних до новітніх. Деякі з них далі перетворюються в нові рішення. Головне завдання методу — вийти за рамки звичного мислення.

У практичній частині творчого мислення треба було домалювати картину спочатку свою, а потім одну загальну. На загальній картині малювали по черзі додававши лише по одній фігурі, або лінії за раз, аніматори бачили картину лише коли заходили малювати і не мали можливості спілкуватися один з одним. Під час наступної вправи аніматори писали по 10 ідей, які можна впровадити після чого всі ідеї аналізувалися і найкращі ми демонстрували менеджеру анімації для впровадження. Також аніматори створили колаж команди, що сприяло розвитку креативності та зближенню колективу.

Отже, розроблена програма сприяла розвитку креативних здібностей та особистісних якостей, укріпила взаємовідносини в команді і проінформувала про сучасні тенденції, що сприяло ефективності роботи аніматора.

**Висновки до розділу 3**

За допомогою анкетного опитування були виявлені мотиви при виборі професії, мотивацію продовжувати працювати в даній сфері діяльності, пріоритетність умов роботи, про якості для успішної роботи аніматора та причини зміни місця роботи у досвідчених аніматорів. Це дало можливість дослідити рівень мотивації аніматорів.

У результаті психологічних тестувань були досліджені особливості рис особистості та креативні здібності аніматорів. Дані методики можуть використовувати роботодавці при найманні на роботу, щоб зібрати команду, яка необхідна відповідному готелю. Поряд з цим, такі психологічні тестування можуть проходити майбутні аніматори, які хочуть перевірити чи підходить дана професія їм і чи готові вони до труднощів, які можуть виникнути. Дослідження креативності дало можливість побудувати психологічних профіль креативності «Я-реальний» і «Я-ідеальний» анімаційної команди.

Психологічні тестування допомогли виявити, які якості потребують подальшого розвитку на що ми і зробили акцент при підготовці програми підвищення кваліфікації аніматора. Дана програма була розроблена для розвитку таких якостей як: імпульсивність (швидкість прийняття рішень), врівноваженість (концентрація уваги), товариськість, почуття гумору, оригінальність і творче мислення.

Програма підвищення кваліфікації була розрахована на 3 дні по 6 годин і складалася з трьох блоків у кожному занятті. Спочатку проходила теоретична частина з лекційним матеріалом і презентаціями. Практичний блок включав різні ігрові та практичні вправ, спрямовані на розвиток певної якості. У заключній частині проводилося підведення підсумків і обговорення результатів роботи.

Дана програма сприяла розвитку креативних здібностей та особистісних якостей, укріпила взаємовідносини в команді і проінформувала про сучасні тенденції, що сприяло ефективності роботи аніматора.

**ВИСНОВКИ**

1. Аналіз спеціальної науково-методичної літератури показав, що для того щоб підтримувати високий стандарт обслуговування, готелю потрібно добре освічені, талановиті, чесні та дисципліновані аніматори, які одержують задоволення від своєї роботи. Аніматори задають настрій відпочиваючим, вони найбільше контактують із гостями, відіграють ключову роль у заходах із гостями. Для ефективної діяльності анімаційної команди потрібні три складові: концепція готельної анімаційної діяльності, матеріально-технічна база і кваліфіковані кадри – талановиті аніматори, які спроможні втілити концепцію, програми і методики у життя.
2. У результаті анкетного опитування було виявлено, що при виборі професії аніматора основними мотивами були можливість працювати закордоном (32%) і задоволення, яке приносить робота (24%). Ці ж пункти для більшості були мотивацією продовжувати працювати в даній сфері. Думки респондентів щодо пріоритетності наявності даних умов роботи розділилися, але в середньому на перше місце вони поставили – ставлення з боку керівництва, на друге – атмосферу у колективі, на третє – умови проживання, на четверте – заробітну плату і на п’яте – графік роботи. На думку респондентів важливими якостями для успішної роботи аніматора є: комунікативність (13%) і дружелюбність (13%). Також аніматори відмітили активність (10%) та креативність (10%). Найбільш розповсюдженими причинами, через які досвідчені аніматори найчастіше змінюють місце роботи є низька заробітна плата (23%) та неповага з боку керівництва (23%). У багатьох з’являються інші життєві перспективи (18%).
3. Аналіз особливостей темпераменту людини проводився за методикою Л. Терстоуна (в адаптації Хойновського) «Шкала темпераментів». Психологічне тестування показало, що у спортивних аніматорів на високому рівні розвинені активність, фізична активність та лідерські якості. Всі інші показники були на вище за середньому або середньому рівні. У кожної групи ступінь врівноваженості був середній, тож ми вирішили зробити акцент на розвитку даної якості. Також ми обрали імпульсивність і товариськість так як лише у спортивних аніматорів були показники вище середнього, інші групи мали середній ступінь. Розвиток цих трьох якостей ми включили в програму підвищення кваліфікації аніматора.
4. Дослідження креативності дозволило визначити рівень творчих здібностей аніматорів та побудувати психологічний креативний профіль «Я-реальний» і «Я-ідеальний». За результатами тестування було виявлено, які креативні якості потребують вдосконалення, а саме: творче мислення, оригінальність і почуття гумору. Розвиток цих креативних якостей ми включили в програму підвищення кваліфікації аніматора.
5. На основі теоретичного аналізу та результатів психологічних тестувань нами розроблена орієнтовна програма підвищення кваліфікації аніматора. Дана програма може використовуватися як для спортивних аніматорів, так і для дитячих аніматорів з будь-яким досвідом роботи. Розроблена програма підвищення кваліфікації аніматора була розрахована на 3 дні по 6 годин. Підвищення рівня кваліфікації слід проводити 1 раз на рік для того, щоб слідкувати за трендами і вміти зацікавити туристів до рекреаційно-оздоровчої діяльності.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Перс, 2006. 236 с.
2. Агеєва І.С. Можливості використання анімаційних програм в туризмі. Молодий вчений, 2012;6:123-125.
3. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Соціальні технології. Кіровоград: ІСКМ, 2004. Ч. 1. 104 с.
4. Алексеева О. В. Событийный туризм и ивент-менеджмент. М.: Российское предпринимательство, 2011;6, вып. 2 (186):167–172.
5. Байлик С.И. Введение в анимацию гостеприимства: Учеб. пособие. Харьков: «Прапор», 2006. 160 с.
6. Байлик С.І. Кравець, О.М. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2008. 197 с.
7. Бочелюк В.Й., Бочелюк В.В. Дозвіллєзнавство: навч. посіб. К.: Центр навч. л-ри, 2006. 208 с.
8. Булыгина И.И., Гаранин Я.И. Об анимационной деятельности в туристских и спортивно-оздоровительных учреждениях. Теория и практика физической культуры, 2000;11:26-29.
9. Ведмідь Н.І., Мельниченко С.В. Організація дозвілля туристів: навч. посіб. К.: КНТЕУ, 2008. 85 с.
10. Височило О.М. Щербакова Н.О. Менеджмент в анімаційній діяльності. Вісник [Національного транспортного університету]. 2015;26(1):268-271.
11. Віндюк А.В. Роль дисципліни «Організація спортивної анімації» у професійній підготовці майбутніх спеціалістів готельно-курортної справи. Вісник ЛНУ ім. Т. Г. Шевченка: Педагогічні науки. 2009;10(173):5–9.
12. Власова Т.И. Шарухин А.П., Панов Н.И. Анимационный менеджмент в туризме : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. Москва: Академия, 2010. 320 с.
13. Вороніна Г.Б. Анімація, анімаційна діяльність: сутність понять. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. 2012; Т. 25 (64) № 3:49–55.
14. Гальперина Т.Н. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации: учебное пособие. Российская международная академия туризма. М.: Советский спорт, 2006. 168 с.
15. Гаранин Н.И. Булыгина И.Н. Менеджмент туристской и гостиничной анимации: учеб. пособие. М.: Советский спорт, 2004. 128 с.
16. Головко О.М. Організація готельного господарства. К.: Кондор, 2011. 408 с.
17. Грачева О.Ю. и др. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. 276 с.
18. Гречишкина Е.А. Анимационная деятельность в туризме и гостеприимстве: электронный учебно-методический комплекс; УО "Полесский государственный университет". Пинск: ПолесГУ, 2016. 161 с.
19. Гришнова А.А. Экономика труда и социально-трудовые отношения: учебник. М.: Знание-Пресс, 2009. 390 с.
20. Дмитрук Ю.В., Щур Ю.В. Спортивно-оздоровчий туризм: навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2008. 280 с.
21. Єрошенков І.Н. Культурно-дозвіллєва діяльність в сучасних умовах. М.: НГІК, 1994. 69 с.
22. Журавлева М.М. Анимация в рекреации и туристской деятельности: курс лекций. Иркутск: ООО “Мегапринт”, 2011. 135 с.
23. Ільїна Є.Н. Туроперейтинг: організація діяльності. Посібник. М., 2005. 480 с.
24. Ільтьо Т.І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015;6:174-178.
25. Казьмина Е.Г., Черненко В.И. Организационные особенности подготовки менеджеров спортивного туризма и путешествий на современном этапе. Проблемы и перспективы социального и спортивно-оздоровительного туризма: сборник научных статей и материалов Международной научно-практической. М.: РГУФКСМиТ, МосгорСЮТур, 2012. С.19-20.
26. Кайдалова Л.Г., Пляка Л.В. Психологія спілкування: навч. посібник. Харків: НФаУ, 2011. 132 с.
27. Килимистий С.М. Анімація в туризмі: навч. посібник. Київ: Видавництво ФПУ, 2007. 188 с.
28. Ковальова Н. Технологія проектування рекреаційно-оздоровчої діяльності старшокласників. Теорія і методика фіз. виховання і спорту, 2012;2:29–34.
29. Кравець О.М., Байлик С.І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 335 с.
30. Курило Л.В. Теория и практика туристской анимации в 2 т: Т. 1. Теоретические основы туристской анимации. М.: Советский спорт, 2006. 180 с.
31. Лавров Ф.Н. Профессиональна подготовка менеджеров-аниматоров в образовательных учреждениях туристического профиля: Автореф. канд. дис. М., 2000. 19 с.
32. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.
33. Міхо О.І. Анімація в рекреації та туризмі: Словник-довідник. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 224 с.
34. Петранівський В.Л., Рутинський М.Й. Туристичне краєзнавство: Навч. посіб. К.: Знання, 2006. 550 с.
35. Петрова І.В. Дозвілля в зарубіжних країнах: підручник. К.: Кондор, 2005. 408 с.
36. Плотникова В.С. Роль анимационной деятельности в формировании здорового образа жизни подростков и молодежи. Здоровье в школы! Петрозаводск: КГПА, 2010. С. 222–227.
37. Приезжева Е.М. Социально-культурная анимация в туризме: учебно-метод. пособие. М.: РИБ «Турист», 2003. 120 с.
38. Пядушкина И. И. Анимация в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2011. 192 с.
39. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. К.: Видавничий Дім "Слово", 2006. 372 с.
40. Стафійчук В.І. Рекреалогія: навч. посібник. Київ: Альтерпрес, 2006. 264 с.
41. Стеченко Д.М. Наукова парадигма регіоналізації туризму. Наук, вісник Чернівецького торг.-екон. інституту КНТЕУ. Чернівці: АНТ Лтд, 2005;3:152-156.
42. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. Київ: Вид-во КНТЕУ, 2009. 463 с.
43. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие для вузов. М.: Академия, 2008. 135 с.
44. Федотова Ю.В., Кравець О.М. Анімаційна діяльність: сутність, особливості та соціально економічна ефективність. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016;11:530–534.
45. Черниш І.В., Маховка В.М. Особливості використання віртуальних та інтерактивних технологій в сфері туризму. Business processes in tourism: coll. monograph = Бізнес-процеси у туризмі : кол. моногр. Poznan: Wydawnictwo Naukowe, 2019. P. 128-138.
46. Шульга І.І. Педагогічна анімація на практиці соціального виховання. Шкільні технології. 2006;3:134–136.
47. Шумович А.В. Великолепные мероприятия: Технология и практика eventmanagement. 3-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 336 с.
48. Ярошенко Н.Н. Социально-культурная анимация. Москва: МГУКИ, 2010. 126 с.
49. Evans D., McKee J. Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. John Wiley & Sons, 2010. 408 p.
50. Goldblatt J. Special Events: Event Leadership for a New World. New York: John Wiley and Sons, Ltd, 2004. 528 р.
51. Gunelius S. 30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread the Word About Your Business. McGrawHill, 2010. 272 p.
52. Lesidrenska S., Dicke P. Social-Media Platforms and Its Effect on Digital Marketing Activities. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012;1:44-52.
53. Maslow A.H., Frager R. Motivation and Personality. New York: Harper and Row, 1987. 293 p.
54. Stelzner M. Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses. Social media examiner, 2012. 42 р.

**ДОДАТКИ**

Додаток А

**АНКЕТА**

*Шановний респондент! Дане анкетне опитування проводиться з метою виявлення рівня мотивації аніматорів. Будь ласка, уважно прочитайте питання та надайде свою відповідь. Заздалегідь дуже вдячні Вам за участь в анкетуванні.*

П.І.Б. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Вік \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Стать \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Стаж роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Посада \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ступінь освіти (підкреслити необхідне): студент, неповна вища, бакалавр, магістр

Сфера освіти: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Які були основні мотиви при виборі професії аніматора (можна обрати декілька варіантів)?

* заробітна плата;
* режим роботи;
* перспектива зростання та побудови кар’єри;
* можливість спілкування з різними людьми;
* можливість працювати закордоном;
* можливість навчитися новому;
* практика іноземної мови;
* задоволення, яке приносить робота;
* ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Що мотивувало вас продовжувати працювати в даній сфері діяльності (можна обрати декілька варіантів)?

* заробітна плата;
* зручний графік роботи;
* перспектива зростання та побудови кар’єри;
* можливість спілкування з різними людьми;
* можливість працювати закордоном;
* можливість навчитися новому;
* практика іноземної мови;
* задоволення, яке приносить робота;
* доброзичлива атмосфера в колективі;
* шанобливе ставлення з боку курівників;
* комфортні умови проживання.
* ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Вкажіть в порядку зниження значущості для вас даних умов роботи

(1 – найбільш значуще, 5 – найменш значуще):

* відповідність заробітної плати професійному рівню та результатам роботи працівниками;
* зручний графік роботи;
* шанобливе ставлення з боку керівництва;
* доброзичлива атмосфера у колективі;
* комфортні умови проживання.

4. Які якості вважаєте важливими для успішної роботи аніматора (оберіть 5 варіантів)?

* активність
* артистизм
* багатозадачність
* відповідальність
* дружелюбність
* екстравертованість
* енергійність
* життєрадісність
* комунікативність
* креативність
* працелюбність
* пунктуальність

5. Чому досвідчені аніматори найчастіше змінюють місце роботи?

* емоційне вигорання;
* інші життєві перспективи;
* неможливість подальшого кар’єрного зростання;
* прагнення стабільної роботи;
* низька заробітна плата;
* конфлікти в команді;
* неповага з боку керівництва;
* ваш варіант\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Дякуємо за співпрацю!*

Дата

Підпис

Додаток Б

**“Шкала темпераментів” Л. Терстоуна (в адаптації Хойновського)**

1. Чи подобалися Вам в дитинстві ігри, що вимагають великої рухливості?
2. Чи любите Ви займатись у вільний час фізичною роботою?
3. Чи часто Ви розповідаєте жарти, щоб розвеселити інших?
4. Чи важко Вам виступати з промовою перед великою групою людей?
5. Чи легко змінюється Ваш настрій під впливом інших людей?
6. Чи часто Ви зустрічаєтеся зі своїми друзями вечорами?
7. Чи часто Ви включаєте в свою роботу нові ідеї?
8. Чи часто Ви в розмові з іншими жестикулюєте руками, головою?
9. Чи грали Ви колись за власним бажанням у футбол?
10. Чи любите Ви розважатися в компанії весело та безтурботно?
11. Чи часто ви є організатором будь-яких колективних заходів?
12. Чи можете Ви відпочивати в галасливій компанії?
13. Чи є їжа, яку Ви не любите?
14. Чи часто Ви буваєте замислені?
15. Зазвичай Ви працюєте швидко й енергійно?
16. Чи отримуєте Ви задоволення від роботи з використанням технічних інструментів?
17. Чи любите Ви бути присутнім у місцях, де щось відбувається?
18. Чи любите Ви керувати на зборах?
19. Чи часто Ви помічаєте за собою деякі особливості, які перешкоджають Вам прийняти рішення?
20. Чи легко Ви знайомитеся з новими людьми (випадковими)?
21. Чи любите Ви роботу, що вимагає терпіння й старанності?
22. Якщо Ви уявите себе за кермом автомобіля, подобалася б Вам швидка їзда?
23. Чи любите Ви роботу, що вимагає фізичних зусиль?
24. Чи охоче Ви веселите й пожвавлюєте компанію?
25. Чи любите Ви роботу, що вимагає багато розмов з іншими людьми?
26. Чи залишаєтеся Ви зазвичай стриманим і спокійним, коли інші втрачають голову?
27. Чи легко Ви домагаєтеся дружби й довіри?
28. Чи любите Ви займатися теоретичними проблемами?
29. Як Ви вважаєте, чи швидко Ви зазвичай справляєтеся зі своїми проблемами?
30. Чи часто Ви займаєтеся спортом?
31. Чи любите Ви ризикувати для отримання задоволення від ризику?
32. Чи любите Ви роботу, в якій треба багато говорити?
33. Чи можете Ви займатися при включеному радіоприймачі?
34. Чи думаєте Ви, що Вас часто вважають неприємним, холодним?
35. Чи були Ви серйозною дитиною?
36. Чи часто Ви поспішаєте?
37. Чи вправно Ви користуєтеся інструментами?
38. Чи любите Ви часті зміни або розмаїтість?
39. Чи любите Ви бути лідером у заходах із друзями?
40. Чи часто Ви переходите від печалі до радості і від радості до смутку без поважної причини?
41. Чи любите Ви роботу, яка потребує багатьох контактів з людьми?
42. Чи віддаєте Ви перевагу при вирішенні важливої проблеми самостійно поміркувати, ніж порадитися з іншими?
43. Чи вважаєте Ви, що у Вас є звичка щось крутити в руках?
44. Чи захоплювало Вас коли-небудь полювання?
45. Чи любите Ви роботу, в якій треба змагатися з іншими?
46. Чи любите Ви, щоб на Вас звертали увагу?
47. Чи можете Ви творчо працювати в умовах, які не сприяють зосередженню?
48. Чи любите Ви відзначати річниці, дні народження та інше?
49. Чи любите Ви роботу, яка вимагає великої акуратності?
50. Чи вважають Вас спокійною людиною?
51. Чи часто Ви відчуваєте потребу в русі й фізичному навантаженні?
52. Чи вважають Вас безтурботною людиною?
53. Чи любите Ви виступати з новими проектами, ідеями?
54. Чи буває, що Ви несподівано відчуваєте сильний голод?
55. Чи вважаєте Ви себе малодоступною людиною для інших?
56. Чи віддаєте Ви перевагу роботі на самоті?
57. Чи часто Ви чекаєте, щоб Ваші проблеми вирішилися самі?
58. Чи любите Ви показувати свою перевагу в силі над іншими?
59. Чи любите Ви роботу, в якій часто змінюється характер діяльності?
60. Під час товариських заходів чи віддаєте Ви перевагу триматися осторонь?
61. Чи часто Вас дратують повсякденні дрібниці?
62. Чи інші люди залюбки з Вами відверті?
63. Чи любите Ви роботу, при якій треба багато читати?
64. Чи Ви розмовляєте повільніше, ніж інші люди?
65. Чи Ви були в дитинстві членом команди з волейболу або баскетболу?
66. Чи маєте Ви зазвичай на все готову відповідь?
67. Чи охоче Ви підтримуєте нові проекти?
68. Чи втрачаєте Ви апетит, коли щось виводить Вас з рівноваги?
69. Чи любите Ви бути членом різних організацій, секцій, федерацій?
70. Чи любите Ви впроваджувати нові методи роботи?
71. Чи швидко Ви їсте, навіть коли у Вас багато часу?
72. Чи любите Ви рубати дрова?
73. Чи кричите Ви зазвичай разом з іншими, коли дивитеся змагання?
74. В небезпечній, складній ситуації чи схильні Ви брати ініціативу в свої руки?
75. Чи дратує Вас, коли Вам заважають, а треба зосередитися?
76. Чи відчуваєте Ви себе вільно у великій компанії?
77. Коли Ви були дитиною, чи часто Ви грали один?
78. Зазвичай чи швидко Ви працюєте?
79. Чи були Ви капітаном спортивної команди?
80. Чи часто Ви задоволені собою та оточуючими?
81. Чи любите Ви говорити тости і виступати з промовою?
82. Чи легко Ви відновлює перервану роботу?
83. Зазвичай чи відверті Ви з незнайомими?
84. Чи любите Ви розповідати людям про те, що з Вами трапилось?
85. Чи любите Ви повільну роботу, що вимагає розмірковування?
86. Хотіли б Ви займатися боксом?
87. Чи пригадуєте Ви зазвичай одразу прізвище людини, яку Ви зустріли?
88. Чи трапляється Вам вносити нові пропозиції на зборах?
89. Чи хвилюєтеся Ви зазвичай, коли роботу треба виконати в строк?
90. Чи висловлюєтеся Ви звичайно в розмові без труднощів?
91. Чи любите Ви винаходити нове обладнання та методи роботи?
92. Чи надаєте Ви перевагу зробити щось самому, ніж чекати, поки це зроблять інші?
93. Чи приносить Вам задоволення змагатися з кимось?
94. Чи любите Ви швидку й різноманітну роботу?
95. Чи легко Вам віддати наказ іншим?
96. Чи часто Ви буваєте нетерплячі?
97. Чи багато часу зазвичай необхідно іншим, щоб з Вами познайомитися?
98. Чи любите Ви працювати в спокійному й тихому місці?
99. Чи розмовляєте Ви зазвичай голосніше за інших?
100. Хотіли б Ви їздити верхи заради задоволення?
101. Чи встаєте Ви вранці з ліжка швидко й енергійно?
102. Чи часто Ви вичікуєте та віддаєте ініціативу іншим?
103. Чи вважають Вас інші оптимістом?
104. Чи часто Ви сумуєте в компанії?
105. Чи часто Ви вважаєте, що книги більш цікаві, ніж люди?
106. Чи любите Ви роботу, що вимагає руху?
107. Чи справляєтеся Ви зазвичай швидко з ремонтом?
108. Чи швидко Ви зазвичай приймаєте рішення?
109. Чи уникаєте Ви виступати з промовою?
110. Чи швидко Ви прокидаєтесь?
111. Чи любите Ви проводити вільний час в компанії?
112. Чи любите Ви аналізувати свої вчинки?
113. Чи часто Ви працюєте повільно, не поспішаючи?
114. Чи любите Ви проводити свій вільний час на повітрі?
115. Чи були Ви в молодості організатором сміливих вчинків?
116. Чи буває так, що Ви в компанії розмовляєте одночасно з кількома людьми?
117. Чи буває так, що Ви говорите не замислюючись, а потім шкодуєте про це?
118. Чи часто Ви відчуваєте бажання залишитися на самоті?
119. Чи надаєте Ви перевагу черпати знання з книг, ніж із життя?
120. Чи ходите Ви зазвичай швидше за інших?
121. Чи любите Ви іноді відчувати втому від фізичної роботи?
122. Чи часто Ви відчуваєте, що у Вас надлишок енергії?
123. Чи траплялося Вам у дитинстві бути лідером в іграх?
124. Чи легко інші люди впливають на Вас?
125. Чи охоче Ви працюєте в колективі?
126. Чи віддаєте Ви перевагу ввечері залишатися на самоті, ніж перебувати в компанії?
127. Чи швидко Ви зазвичай одягаєтеся?
128. Чи часто у Вас холодні руки й ноги?
129. Чи легко Ви приймаєте рішення?
130. Зазвичай Ви без великих коливань приймаєте рішення?
131. Чи Ви зазвичай засмучуєтеся перед від’їздом?
132. Чи любите Ви, коли Вас відвідують під час хвороби?
133. Чи любите Ви залишатися зі своїми думками наодинці?
134. Чи швидко Ви пишете?
135. Чи охоче б Ви займалися роботою в саду?
136. Чи довго Ви зазвичай переживаєте що-небудь?
137. Чи любите Ви роботу, що вимагає Вашого впливу на інших?
138. Чи засмучує Вас можливість невдачі?
139. Чи були Ви в дитинстві несміливим?
140. Чи любите Ви мати багато друзів?

Реєстраційний бланк

П.І.Б.(повністю) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата обстеження \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Вік \_\_\_\_\_\_\_ Стать: чол./жін. (підкреслити)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 |
| 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 |
| 51 | 52 | 53 | 54 | 55 | 56 | 57 | 58 | 59 | 60 |
| 61 | 62 | 63 | 64 | 65 | 66 | 67 | 68 | 69 | 70 |
| 71 | 72 | 73 | 74 | 75 | 76 | 77 | 78 | 79 | 80 |
| 81 | 82 | 83 | 84 | 85 | 86 | 87 | 88 | 89 | 90 |
| 91 | 92 | 93 | 94 | 95 | 96 | 97 | 98 | 99 | 100 |
| 101 | 102 | 103 | 104 | 105 | 106 | 107 | 108 | 109 | 110 |
| 111 | 112 | 113 | 114 | 115 | 116 | 117 | 118 | 119 | 120 |
| 121 | 122 | 123 | 124 | 125 | 126 | 127 | 128 | 129 | 130 |
| 131 | 132 | 133 | 134 | 135 | 136 | 137 | 138 | 139 | 140 |

Додаток В

**Методика дослідження креативності**

1. Чи замислюєтеся Ви, які причини змушують Вас створювати що-небудь нове?
2. Чи бувають у Вас неприємності через власну цікавість?
3. Чи виникає у Вас бажання оригінально вдосконалити добру річ?
4. Чи мрієте Ви стати популярним, створивши що-небудь соціально нове?
5. У ситуаціях ризику Ви довіряєте інтуїції?
6. Ви вважаєте, що в конфліктних ситуаціях можливо уникнути емоційних переживань?
7. Чи відповідаєте Ви жартом, якщо Вас розігрують?
8. Якщо випаде нагода, Ви зміните роботу на більш оплачувану, але менш творчу?
9. Ви продумуєте наслідки прийнятого Вами рішення?
10. Пізнання нового перестає бути цікавим для Вас, якщо воно пов’язане з ризиком?
11. Чи доводилося Вам вдало використовувати речі не за призначенням?
12. Чи буває так, що коли Ви розповідаєте про який-небудь справжній випадок, то вдаєтеся до вигаданих подробиць?
13. В екстремальних ситуаціях Ви частіше прислухаєтеся до голосу розуму, ніж до інтуїції?
14. Доставляє Вам емоційне задоволення процес творчої діяльності?
15. Чи любите Ви жартувати і сміятися над собою?
16. Чи були Ви винахідником чогось нового у сфері діяльності, яка Вас цікавить?
17. Чи стомлює Вас робота, яка вимагає творчого мислення в нестандартних ситуаціях?
18. Чи відзначають оточуючі, що Ви в усе вникаєте?
19. Чи є Ваше захоплення рідкісним?
20. Чи буває, що у Вас виникають незвичайні образи, пов’язані з реальними подіями?
21. Ви іноді передчуваєте, хто дзвонить Вам по телефону, ще не знявши слухавку?
22. Чи байдужі Ви до негативних проявів емоцій чужих дітей?
23. Чи смієтеся Ви над своїми невдачами?
24. Чи відвідували б Ви заради нових знань спеціальні заняття, навіть якщо це пов’язано з незручностями?
25. Чи достатньо для Вас дрібної деталі, натяку на проблему, щоб захопитися її розробленням?
26. На філософські дитячі питання Ви знайшли відповіді у зрілому віці?
27. Чи відчуваєте Ви втрату інтересу до оригінальних, ризикованих пропозицій Ваших партнерів по роботі?
28. Чи фантазуєте Ви зараз на тему, як би Ви жили в іншому місті або в іншому сторіччі?
29. Вам важко передбачити наслідки майбутньої події?
30. Ви відчуваєте емоційний підйом і натхнення на початку нової справи?
31. Чи буває так, що Ви заздалегідь готували жарт чи жартівливі історії з метою розвеселити компанію?
32. Чи втомлюють Вас несподіванки у професійній діяльності, які вимагають нових виходів з ситуації, що створилася?
33. Ви обмірковуєте варіанти вирішення важких проблем, перш ніж зробити вибір найбільш продуктивного?
34. Коли Ви довго не пізнаєте чогось нового, Вас мучить відчуття незадоволеності?
35. Ви любите роботу, яка вимагає кмітливості, навіть якщо вона пов’язана з труднощами реалізації?
36. Стикаючись з незвичайними проблемами, Ви передбачаєте перспективи їх вирішення?
37. Чи снився Вам коли-небудь сон, який передбачив події, що потім сталися?
38. Чи співчуваєте Ви людям, які не досягли бажаного результату в творчості?
39. Чи використовуєте Ви гумор для виходу зі скрутних ситуацій?
40. Ви вибирали професію з урахуванням своїх творчих можливостей?
41. Вам важко продумати багато негативних наслідків конфліктної проблеми?
42. Чи зможете Ви ризикнути кар’єрою заради пізнання нового?
43. Чи будете Ви займатися створенням чогось незвичайного, якщо це пов’язано з якимись труднощами?
44. Вам важко уявити незнайоме місце, в яке Ви прагнете потрапити?
45. Чи траплялося так, що Ви згадали про людину, з якою давно не зустрічалися, а потім раптом несподівано він подзвонив або написав Вам листа?
46. Чи співчуваєте Ви обдуреній людині?
47. Чи буває так, що Ви самі придумуєте анекдоти та смішні історії?
48. Якщо Ви втратите можливість працювати, то життя для Вас втратить інтерес?
49. Чи ґрунтовно Ви продумуєте всі етапи своєї творчої діяльності?
50. Чи хочеться Вам деколи розібрати річ, для того щоб дізнатися, як вона працює?
51. Ви імпровізуєте в процесі реалізації вже розробленого плану дії?
52. Ви вигадуйте казки дітям?
53. Чи буває так, що Ви з якихось незрозумілих причин не довіряєте деяким людям?
54. Ви схильні сильно переживати, якщо Вас обдурили?
55. Чи дратує Вас жарт, виражений у формі іронії?
56. Ви відчуваєте, що Ваша професія дозволить поліпшити навколишній світ?
57. Чи думаєте Ви, які таємні причини сховані в творчій діяльності людини?
58. Чи цікавить Вас, як живуть сусіди?
59. Чи надаєте Ви перевагу спілкуванню з людьми з незвичайними поглядами?
60. Чи фантазували Ви коли-небудь про те, що можна було б зробити, отримавши спадок?
61. Вам важко визначити характер людини з першого погляду?
62. Ви співчуваєте жебракам?
63. Чи вважають Вас оточуючи дотепною людиною?
64. У Вашій професійній творчості було багато невдач?
65. Ви роздумуєте про причини успіхів та невдач у своїй творчій діяльності?
66. Якщо Ви зустрічаєте незрозуміле нове слово, то дізнаєтеся про його зміст у довідниках?
67. Чи цікавлять Вас люди, які дотримуються тільки традиційних поглядів на життя?
68. Чи пишете Ви вірші?
69. Дивлячись на знайому людину, Вам важко передбачити, як складеться її життя?
70. Ви рідко висловлюєте свої емоції при вуличних скандалах?
71. Чи важко Вам з гумором вийти зі скрутної ситуації?
72. Чи можете Ви в своїй роботі піти на ризик, якщо шанси на успіх не гарантовані?
73. Чи достовірно Ви відновлюєте по випадкових деталях цілісний результат?
74. Чи намагалися Ви простежити генеалогічне древо життя?
75. Якщо б Ваші знайомі знали, про що Ви мрієте, то вважали б Вас диваком?
76. Вам важко уявити себе в старості?
77. Чи буває так, що Ви побоюєтеся йти на зустріч із незнайомою людиною через інтуїтивне занепокоєння?
78. Спостерігаючи драматичну подію в житті людей, чи відчуваєте Ви, що це відбувалося з Вами?
79. Чи надаєте Ви перевагу комедії серед інших жанрів?
80. Чи обов’язково творчість повинна супроводжувати професійну діяльність?

Реєстраційний бланк

П.І.Б. (повністю) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата обстеження \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Вік \_\_\_\_\_\_\_ Стать: чол./жін. (підкреслити)

Посада (підрозділ) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Образ Я-реальний | Образ Я-ідеальний |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| 6 |  |  |
| 7 |  |  |
| 8 |  |  |
| 9 |  |  |
| 10 |  |  |
| 11 |  |  |
| 12 |  |  |
| 13 |  |  |
| 14 |  |  |
| 15 |  |  |
| 16 |  |  |
| 17 |  |  |
| 18 |  |  |
| 19 |  |  |
| 20 |  |  |
| 21 |  |  |
| №з/п | Образ Я-реальний | Образ Я-ідеальний |
| 41 |  |  |
| 42 |  |  |
| 43 |  |  |
| 44 |  |  |
| 45 |  |  |
| 46 |  |  |
| 47 |  |  |
| 48 |  |  |
| 49 |  |  |
| 50 |  |  |
| 51 |  |  |
| 52 |  |  |
| 53 |  |  |
| 54 |  |  |
| 55 |  |  |
| 56 |  |  |
| 57 |  |  |
| 58 |  |  |
| 59 |  |  |
| 60 |  |  |
| 61 |  |  |
| 22 |  |  |
| 23 |  |  |
| 24 |  |  |
| 25 |  |  |
| 26 |  |  |
| 27 |  |  |
| 28 |  |  |
| 29 |  |  |
| 30 |  |  |
| 31 |  |  |
| 32 |  |  |
| 33 |  |  |
| 34 |  |  |
| 35 |  |  |
| 36 |  |  |
| 37 |  |  |
| 38 |  |  |
| 39 |  |  |
| 40 |  |  |
| 62 |  |  |
| 63 |  |  |
| 64 |  |  |
| 65 |  |  |
| 66 |  |  |
| 67 |  |  |
| 68 |  |  |
| 69 |  |  |
| 70 |  |  |
| 71 |  |  |
| 72 |  |  |
| 73 |  |  |
| 74 |  |  |
| 75 |  |  |
| 76 |  |  |
| 77 |  |  |
| 78 |  |  |
| 79 |  |  |
| 80 |  |  |