

грама Green Key є одним із п'яти її проектів і забезпечує неупереджене та незалежне оцінювання.

Для отримання «зеленого ключа» готель повинен дотримуватися низки вимог щодо питань екологічного менеджменту, моніторингу та економного споживання електроенергії, водних ресурсів, сортування, переробки й утилізації відходів, участі у соціальному житті міста. Значною перевагою еко-сертифікації Green Key є наявність критеріїв, спрямованих на екологічне навчання, формування дружньої до довкілля свідомості гостей, працівників і постачальників готелю.

Серед засобів розміщення України, які отримали еко-сертифікат Green Key є такі: м. Київ – «Redisson Blu Hotel Kiev», Maison Blanche; Rus Accord Hotel; Баккара Арт-готель; м. Львів – Reikartz Dworzec Lviv; Reikartz Medievale Lviv; Дністер Прем'єр Готель; місто Миколаїв – Reikartz Рівер Миколаїв; м. Запоріжжя – Reikartz Запоріжжя; м. Дніпро – Reikartz Дніпро; м. Харків – Reikartz Харків.

Безумовно, велика кількість гостей обирають готель орієнтуючись на місце його розташування, зручність, обслуговування, наявну інфраструктуру, але реалізація екологічних ініціатив є додатковою конкурентною перевагою.

## **АНІМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ В ТУРИЗМІ**

*Альошина Т.С.*

*Науковий керівник – Александрова С.А., канд. пед. наук, доцент*

Поняття «анімація» вперше з'явилося на початку ХХ ст. у Франції й етимологічно походить від латинського «anima» – вітер, повітря, душа та animatus – одухотворення), означає насагу, стимулювання життєвих сил, залучення до активності.

Туризм – це активний, тимчасовий виїзд особи в інше місце, країну для відпочинку, в оздоровчих цілях або з іншою метою. Забезпечення туристу комфортних умов є головним завданням анімаційного обслуговування.

Анімація – це своєрідна послуга, яка має на меті підвищення якості обслуговування; це своєрідна форма реклами, повторного залучення гостей і їх знайомих, яка має на меті просування туристичного продукту на ринку з метою підвищення прибутковості туристичного бізнесу.

Туристська анімація за критерієм важливості, пріоритетності та обсягу анімаційних програм у загальній програмі подорожі поділяється на три основних типи:

1. Анімаційні туристські маршрути – цільові туристичні поїздки заради однієї анімаційної програми, або безперервний анімаційний процес, розгорнутий у просторі у формі подорожі, переїзду від однієї анімаційної послуги до іншої, що здійснюються в різних географічних точках.

2. Додаткові анімаційні послуги – анімаційні програми, призначені для «підтримки» основних туристських послуг (в технологічних перервах, обумовлених переїздами, затримками в дорозі, у випадку негоди тощо).

3. Готельна анімація – комплексна рекреаційна готельна послуга, заснована на особистих контактах аніматора з туристом, на спільній участі аніматора і туриста в розвагах, які запропоновані анімаційною програмою туркомплексу, яка має на меті реалізацію сучасної філософії готельного обслуговування, підвищення якості обслуговування, рівня задоволеності туриста відпочинком.

Якісні й різноманітні анімаційні програми, що поєднують в собі всі види анімації і які втілюються в житті висококваліфікованим персоналом анімаційної команди, сприяють поліпшенню іміджу підприємства, надають йому конкурентні переваги і забезпечують повторне звернення споживача у майбутньому.

## **ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

***Полетаєва В.Р.***

*Науковий керівник – Александрова С.А., канд. пед. наук, доцент*

Туризм відіграє одну з головних ролей у світовій економіці, ця галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки стане найбільш важливим її сектором. В Україні сектор туризму також є одним з найбільш перспективних і дієвих інструментів розвитку національної економіки.

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає в створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

Політичні та соціально-економічні зміни неоднозначно вплинули на тенденції розвитку національного туризму у цілому та діяльність туристичних підприємств. Вихід з національного туристичного ринку кримської дестинації підвищив активність попиту туристів у південній частині материкової України в прибережній зоні Чорного моря (Мико-