

УДК 338.48

Федотова Ю.В.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії
Харківського національного університету міського господарства
імені О.М. Бекетова***Кравець О.М.***старший викладач кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету міського господарства
імені О.М. Бекетова*

Анімаційна діяльність: сутність, особливості та соціально-економічна ефективність

ANIMATIONS ACTIVITIES: NATURE, FEATURES AND SOCIAL AND ECONOMIC PERFORMANCE

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено зовнішні та внутрішні фактори впливу на специфіку організації дозвілля в сучасних реаліях. Визначено особливу роль анімації в процесі надання туристських послуг, охарактеризовано її сутність та типологію. Встановлено, що поряд з існуючими видами туристської анімації, такими як туристські маршрути, додаткові послуги в технологічних перервах, особливе значення належить готельній анімації. Здійснено порівняльний аналіз концепцій готельної анімації Туреччини та України. Запропоновано параметри соціально-економічної оцінки ефективності анімаційної діяльності.

Ключові слова: дозвілля, анімація, привабливість, економічна оцінка, мультиплікатор.

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы внешние и внутренние факторы влияния на специфику организации досуга в современных условиях. Подчеркнута особая роль анимации в процессе предоставления туристских услуг, охарактеризованы её сущность и типология. Определено, что наряду с существующими видами туристской анимации, такими как туристские маршруты, дополнительные услуги в технологических перерывах, особое значение приобретает гостиничная анимация. Представлен сравнительный анализ концепций гостиничной анимации Турции и Украины. Предложены параметры социально-экономической оценки эффективности анимационной деятельности.

Ключевые слова: досуг, анимация, привлекательность, экономическая оценка, мультипликатор.

ANNOTATION

External and internal factors, that influence the specificity of the organization of leisure in modern conditions, are analyzed. A special role of animation in the provision of tourism services is highlighted and its essence and typology is characterized. It was determined that in addition to the existing forms of the tourist animations, such as: hiking routes, additional services in the technological interruptions, particularly important role in hotel animation takes. The comparative analysis of the concepts of hospitality animation Turkey and Ukraine is provided. Parameters of the socio-economic assessment of the effectiveness of animation activities are offered.

Keywords: leisure, animation, attractiveness, economic evaluation, multiplier.

Постановка проблеми. Функціонування більшості країн світу сьогодні неможливо уявити без розвитку сфери туризму і, як наслідок, розширення соціально-економічних взаємозв'язків. Слід зауважити, що сфера надання туристських послуг на відміну від інших видів господарської діяльності має певні специфічні риси. Так,

головна роль належить туристу як споживачу, що за допомогою здійснення власних видатків визначає привабливість продукту. У підсумку це впливає на фінансовий результат діяльності організацій.

Одним з ефективних сучасних засобів впливу на вибір споживачем того чи іншого готелю є надання анімаційних послуг, які підкреслюють індивідуальний підхід до гостей із різними вимогами стосовно відпочинку.

Отже, анімація як особлива складова частина організації дозвілля виходить на новий рівень застосування, дає змогу використовувати її в різноманітних аспектах соціальної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ознайомлення з роботами дослідників проблем розвитку туристської галузі [1–6] дає змогу систематизувати уявлення щодо сутності анімаційної діяльності, її видів та існуючого зарубіжного та вітчизняного досвіду.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак потребує уваги визначення специфіки надання туристської послуги з урахуванням здійснення анімаційних заходів та визначення критеріїв оцінки ефективності анімаційної діяльності.

Мета статті полягає у дослідженні особливостей анімаційної діяльності, визначенні її характерних рис та систематизації методів оцінки соціально-економічної ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток нових технологій, прискорення темпу життя обумовило появу тенденції збільшення потреби сучасної людини в якісному і різноманітному відпочинку та рекреації. Однак вибір певного типу відпочинку обмежений дією групи факторів. Їх можна класифікувати на внутрішні і зовнішні.

До внутрішніх чинників належать: обмеження вільного часу в певних категоріях населення; нерозвинена інфраструктура та нестача кваліфікованих фахівців; низький рівень мотивації населення до соціально-продуктивного

дозвілля; недостатня інформованість громадян про функціонування сфери дозвілля та ін.

Зовнішні фактори враховують: соціальну напруженість; втрату традицій і духовної єдності поколінь; ціннісну нестабільність; перевагу споживацтва в соціальному та культурному житті [1].

Зміст туристського дозвілля включає:

- культурне споживання;
- самоосвіту;
- неформальне спілкування;
- культурно-творчі заняття;
- задоволення екологічних потреб (спілкування з флорою та фауною);
- фізкультурно-оздоровчі заняття; розважальну діяльність тощо.

Збереження та відновлення здоров'я людини (соматичного, фізичного, психічного, морального) під час туристського дозвілля досягається за допомогою організації готельної анімації.

В основі появи терміну «анімація» (від лат. *animatus* – «живий» і похідного фр. *animation* – «оживлення») лежить холистичний характер рекреаційної діяльності людини. Туристський термінологічний словник визначає термін «анімація» як комплекс із розробки та надання спеціальних програм проведення вільного часу, організації розваг і спортивного проведення дозвілля [2, с. 7–8].

Як стверджує Н.О. Максимовська [3], у розвитку досліджень анімації в контексті її виховного значення виділяють два етапи. Перший етап пов'язаний із моментом офіційного визнання анімації у Франції (друга половина ХХ ст.). Так, відзначає автор, після Другої світової війни анімація стає одним з інструментів подолання соціальної кризи. На цьому етапі формуються ґрунтовні наукові погляди стосовно сутності, особливостей та принципів анімаційної діяльності.

Другий етап бере свій початок у ХХІ ст. і характеризується розширенням напрямів використання анімаційної діяльності, використанням новітніх технологій у цій сфері. Автор наголошує, що цей етап пов'язаний із розглядом соціально-виховного аспекту анімації. Так, молодь засвоює цінності взаємодопомоги, спільного соціального буття, формує якості толерантності, альтруїзму, відповідальності за

спільну справу, має можливості проявити себе.

Таким чином, еволюція поглядів на анімацію дає змогу зробити висновок стосовно розгляду анімаційної діяльності як засобу подолання соціальних проблем.

Н.О. Максимовська підкреслює, що основними завданнями у сфері дозвілля є: подолання розмежування соціальних суб'єктів, розвиток їх самоактивності, посилення духовної складової у формах дозвілля, що можливе за допомогою анімаційної діяльності [4].

Таким чином, під час аналізу наукових поглядів щодо специфіки анімації очевидним є її виховний аспект.

Узагальнюючи результати теоретичного дослідження сутності анімації, зазначимо, що її характерними рисами є: 1) здійснення у вільний час; 2) наявність свободи вибору, добровільність, активність, ініціатива як однієї людини, так і різних соціальних груп; 3) обумовленість національно-етичними, регіональними особливостями і традиціями; 4) різноманітність видів на базі різності інтересів дорослих, молоді та дітей; 5) глибока індивідуальність; 6) гуманістичний, культурологічний, розвиваючий, оздоровчий і виховний характер [5, с. 9].

Різноманіття існуючих форм і програм анімаційної діяльності виокремлює поняття «рекреаційна анімація», «готельна анімація», «туристська анімація» (рис. 1).

У типології анімації важливе місце посідає готельна, оскільки застосування цього виду анімації в разі її успішності посилює позитивний економічний ефект діяльності готелю.

Вона спрямована на:

- 1) підвищення якості, розмаїтості і привабливості готельного продукту і туристських послуг;
- 2) підвищення якості обслуговування гостей;
- 3) збільшення кількості постійних гостей і попиту на готельний продукт за рахунок повторних звернень;
- 4) збільшення навантаження й підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази готельного підприємства;
- 5) створення позитивного іміджу і репутації організації;
- 6) зростання прибутковості та рентабельності діяльності організації в цілому.

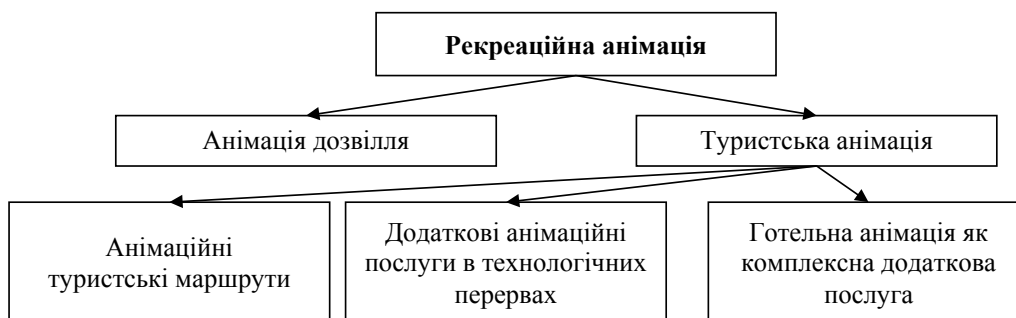


Рис. 1. Типологія анімації [2]

Для ефективної реалізації готельної анімації потрібні такі складники: 1) концепція готельної анімаційної діяльності з набором типових анімаційних програм і методик їх адаптації до реальних груп і персоналій; 2) кваліфіковані аніматори, які здатні втілити концепцію, програми і методики у життя, а також персонал, задіяний у процесі обслуговування гостей; 3) матеріально-технічна база для проведення спортивно-оздоровчих і розважальних занять (рис. 2).

Варто підкреслити, що в концепції анімації особливо важливу роль відіграє кваліфікація аніматорів.

У літературі представлені критерії, згідно з якими оцінюються ефективність співробітника служби анімації:

1) рівень знань (знання, отримані під час навчання у навчальному закладі і в результаті підвищення кваліфікації);

2) практичні навички (які не стосуються безпосередніх посадових обов'язків, наприклад володіння автомобілем);

3) відповідна фізична форма;

4) енергійність;

5) стресостійкість;

6) репутація [6].

Так, у Туреччині існують такі вимоги стосовно навичок та вмінь аніматора:

- більшість складу команди володіє трьома і більше іноземними мовами, що спрощує і покращує контакт і взаєморозуміння між аніматором і гостем;

- креативний і нестандартний підхід методистів і хореографів до створення заходів з урахуванням індивідуальних потреб гостей готелю;

- у складі команди – професійні спортсмени та танцюристи;

- дружня атмосфера в колективі протягом усього робочого часу за рахунок грамотного керівництва професійного анімаційного менеджера (зустрічі поза роботою для команди).

Натомість аніматорам готелів України необхідні:

- наявність гарної фізичної форми;

- володіння українською, російською, англійською мовами;

- наявність відповідних особистісних якостей (комунікабельності, доброзичливості, гостинності, дисциплінованості, стресостійкості тощо);

- спілкування з гостями виключно в робочий час.

У результаті порівняння критеріїв Туреччини та України формується висновок: підхід до вибору аніматорів Туреччини спрямований на всебічне врахування специфіки роботи з будь-яким контингентом гостей готелю.

Зроблений висновок підтверджує і порівняльна характеристика набору типових анімаційних послуг у провідних готелях Туреччини та України, яка представлена в табл. 1.

Проблема утримання клієнтів сьогодні стає переважаючою для багатьох засобів розміщення. Згідно з правилом Парето, 80% прибутку компанія одержує від 20% постійних клієнтів. Критерієм якості сервісу можуть є повторні звернення клієнтів і звернення за рекомендацією. Готельний бізнес завжди буде залежати від якості сервісу. За даними західних аналітиків, створення системи роботи з постійними клієнтами дає змогу підвищити число повторних продажів не менш чим на 15%. Встановлення довгострокових відносин із клієнтами формує прихильність споживача до компанії, тим самим сприяючи збільшенню прибутків. Відповідно до західних досліджень, підвищення лояльності покупців на 5% може збільшити прибуток на 50–75% [5, с. 15–16]. У зв'язку з такою залежністю виникає проблема оцінки ефективності анімаційних заходів.

Як зазначає Т.І. Власова, «головною відмінністю туризму порівняно з іншими видами економічної діяльності є той факт, що основною ланкою не є виробник, а в якості споживача виступає турист» [6]. Мета розвитку туризму на регіональному рівні – це збільшення доходів регіонального бюджету від туризму. Своєю чергою, критеріями ефективності є: мінімізація фінансових коштів, матеріальних, інформаційних і трудових ресурсів на одиницю туристського продукту та збільшення кількості робочих місць.

На думку автора, важливим критерієм, який визначає здатність туристського ресурсу приносити прибуток, є аттрактивність, тобто привабливість для потенційного туриста.

Економічна оцінка цього параметру може бути здійснена за допомогою розрахунку коефіцієнта обсягу надання туристських послуг:

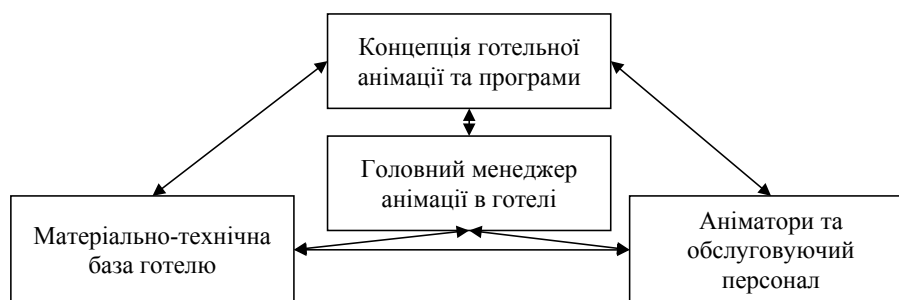


Рис. 2. Складники готельної анімаційної діяльності [2, с. 14]

$$Q_{\text{послуг}} = \Delta Q_{\text{послуг}} \div C, \quad (1)$$

де $Q_{\text{послуг}}$ – коефіцієнт обсягу надання туристських послуг;

$\Delta Q_{\text{послуг}}$ – приріст обсягу надання туристських послуг порівняно з аналогічним показником минулого періоду, грошових одиниць;

C – витрати на надання туристських послуг у звітному періоді, грошових одиниць.

Для оцінки ефективності типово застосовують розрахунок мультиплікатора. Зважаючи на

це, визначення доцільності анімаційних заходів та наявної концепції анімації, пропонуємо використати наступний коефіцієнт:

$$M = \frac{\Delta TR}{\Delta VCA}, \quad (2)$$

де M – мультиплікатор,

ΔTR – приріст валового доходу закладу;

ΔVCA – приріст частини змінних витрат підприємства, що спрямовані на здійснення анімаційних заходів.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика набору анімаційних послуг у готелях України та Туреччини

Назва анімаційних заходів	Назва анімаційних заходів	Набір готельних анімаційних послуг
Культурно-розважальна програма	<ul style="list-style-type: none"> – жива музика; – курси вивчення турецької мови; – караоке; – концерти; – шоу-програми; – конкурси, змагання; – вікторини; – лотереї з цінними призами тощо 	<ul style="list-style-type: none"> – жива музика; – екскурсії; – караоке; – конкурси, змагання; – концерти
Спортивно-оздоровчі заходи (Sport activities)	<ul style="list-style-type: none"> – ранкова гімнастика; – футбол; – слизький футбол; – волейбол; – баскетбол; – міні-гольф; – великий теніс; – настільний теніс; – йога; – пілатес; – зумба-фітнес; – аквааеробіка; – водне поло; – боча; – дартс; – стрільба з луку або з рушниці 	<ul style="list-style-type: none"> – гімнастика для жайворінок; – футбол; – волейбол; – баскетбол; – настільний теніс; – аквааеробіка тощо
Спортивні конкурси	<ol style="list-style-type: none"> 1) рухливі ігри в басейні; 2) рухливі ігри біля басейну; 3) Спортландія; 4) квести; 5) конкурси: <ul style="list-style-type: none"> – на кращого плавця; – на кращого бігуна; – на кращий стрибок у басейн; – на кращого танцівника; – на реакцію, увагу і т.д. 	<ul style="list-style-type: none"> – естафети; – конкурси
Дитяча анімація – міні-клуб	дозовані заходи з урахуванням особливостей дитячого організму (фізичні вправи, цікаві ігри, прикладні заняття, які не перенавантажують дітей, але розвивають їх) із професійними дитячими педагогами й тренерами	цікаві й повчальні ігри, розвиваючі фізичні вправи
Підліткова анімація (Teen animation)	анімаційна програма, розроблена з урахуванням інтересів і характерів підлітків, подібна до дорослої	<ul style="list-style-type: none"> – футбол; – волейбол; – водне поло; – курс із хіп-хопу
Вечірні програми (Night activities)	<ul style="list-style-type: none"> – танець готелю; – танцювальні, театральні, комедійні постановки, що виконуються на сцені з участю анімаційної команди; – шоу професійних танцювальних, фольклорних і сучасних напрямів; – гостьові шоу (гест-шоу); – цирк, акробатичні шоу; – дискотека, вечірки на пляжі/території готелю – саду, біля басейну (Гала-вечір, «Турецька ніч» і т.д.) 	<ul style="list-style-type: none"> – перегляд кінофільмів; – дискотека

Джерело: розроблено О.М. Кравець

Мультиплікатор дає змогу визначити, скільки грошових одиниць валового доходу отримує установа в результаті спрямування 1 грн. витрат на фінансування анімаційних заходів.

Отже, для аналізу економічної ефективності анімаційної діяльності пропонується визначення мультиплікатору, а також коефіцієнта обсягу надання туристських послуг; а соціальної – можливість вирішення соціальних проблемних питань, набуття необхідних морально-етичних правил поведінки людини в соціумі.

Висновки. Зміна ритму життя сучасної людини на користь зменшення вільного часу, з одного боку, та зниження рівня купівельної спроможності – з іншого, потребує пошуку варіантів відпочинку, які дають змогу задовольнити потреби людей із різним рівнем бюджету.

Ефективність надання туристської послуги безпосередньо залежить від її суб'єктивної оцінки споживачем, тобто можливості задоволення його індивідуальної корисності. Індивідуалізація підходів до потреб окремого споживача неможлива без організації дозвілля шляхом упровадження анімаційних заходів. У літературі визначено такі соціальні аспекти анімаційної діяльності, як: подолання соціальної кризи; засвоєння цінностей взаємодопомоги, спільного соціального буття; формування якості толерантності, альтруїзму, відповідальності за спільну

справу. Оцінка економічної ефективності передбачає розрахунок коефіцієнтів співвідношення доходу та витрат на організацію анімаційних заходів і потребує подальших досліджень, які б дали змогу відобразити специфіку здійснення такого виду заходів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ільтьо Т.І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському та світовому ринках / Т.І. Ільтьо [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/35.pdf>.
2. Гаранин Н.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации : [учеб. пособ.] / Н.И. Гаранин, И.Н. Булыгина. – М. : Советский спорт, 2004. – 128 с.
3. Максимовська Н.О. Анімація в сучасних зарубіжних дослідженнях: соціально-виховний аспект / Н.О. Максимовська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v41/35.pdf>.
4. Максимовська Н.О. Анімація дозвілля як засіб соціального розвитку особистості в соціумі, що глобалізується / Н.О. Максимовська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v35/35-3-3.pdf>.
5. Байлик С.І. Організація анімаційних послуг у туризмі : [навч. посіб.] / С.І. Байлик, О.М. Кравець. – Харків : ХНАМГ, 2009. – 197 с.
6. Власова Т.И. Анимационный менеджмент в туризме : [учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед.] / Т.И. Власова, А.П. Шарухин, Н.И. Панов. – М. : Академия, 2010. – 320 с.