

Научная статья

УДК 379.857

DOI 10.18101/2304-4446-2022-4-109-118

АНИМАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

© **Старкова Ирина Ивановна**

кандидат социологических наук, доцент,
Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
irina-ivanovna.8@mail.ru

© **Кондрашова Евгения Владимировна**

кандидат технических наук, доцент,
Восточно-Сибирский государственный институт культуры
Россия, 670031, г. Улан-Удэ, ул. Терешковой, 1
con.evg@mail.ru

© **Мантатова Арюна Валерьяновна**

кандидат географических наук, доцент,
Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
arma_1@mail.ru

В условиях жесткой конкуренции на рынке туристических услуг невозможно представить санаторно-курортное учреждение без организации в ней анимационной деятельности. Благодаря анимации туристы получают положительные эмоции и стремятся вновь и вновь посетить именно то туристическое предприятие, где они уже были. Следовательно, можно утверждать, что анимация — это своеобразная форма рекламы, привлечения гостей и их знакомых, преследующая цель продвижения туристического продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности туристического бизнеса. Включение анимационных программ культурно-познавательного, спортивно-оздоровительного, зрелищно-развлекательного, спортивно-развлекательного, приключенческо-игрового характера в содержание туристских маршрутов и поездок, в работу туркомплексов повышает их престиж и востребованность на рынке туристических услуг.

Ключевые слова: анимация, анимационные программы, курорт, санаторий.

Для цитирования

Старкова И. И., Кондрашова Е. В., Мантатова А. В. Анимационные программы как фактор конкурентоспособности санаторно-курортных учреждений // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2022. № 4. С. 109–118.

Организованный отдых на курорте, в доме отдыха существенно отличается от туров в крупные туристические центры, где каждая программа предполагает большое количество информационной нагрузки при посещении музеев, аттракций, экскурсий. В оздоровительных учреждениях первая половина дня отводится на оздоровительные процедуры, а вторая — на отдых и досуг. Время, свободное

от сна, приема пищи и лечения, должен заполнить организованный досуг. В настоящее время в санаториях анимационная деятельность приобретает новые формы. Досуговые мероприятия разрабатываются и планируются с четкой ориентацией, прежде всего на разные возрастные группы: дети, подростки, молодежь, а также туристы от 24 до 35 лет, от 35 до 59 лет, от 60 и старше. Учитываются физические возможности, интеллектуальная подготовка, национальные особенности и традиции, язык и другие признаки, характерные для групп туристов. Особая задача стоит перед аниматорами в лечебных учреждениях, в которых анимационная программа должна согласовываться с лечением основных заболеваний, режимом процедур и способствовать благоприятному долечиванию отдыхающих. Поэтому цель анимации в санаторно-курортных организациях имеет специфику — способствовать полноценному восстановлению физических сил, не нарушая покой и не мешая отдыху. В связи с этим организация досуга отдыхающих, организация анимационного сервиса при курортных учреждениях — особая задача [1, 2].

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в условиях нарастающей конкурентной борьбы предприятиям санаторно-курортной сферы необходимо приумножать свои конкурентные преимущества, разрабатывать такие мероприятия, которые будут способствовать их росту.

С каждым годом в Республике Бурятия увеличивается спрос на туристические услуги. Приезжая на отдых и лечение, туристы желают использовать отдых в сочетании с большой культурно-просветительской деятельностью. Повышение качества анимационного обслуживания остается одной из важных задач в деятельности туристического предприятия и, в частности, курорта «Горячинск». Проведение данного исследования дает возможность повысить качество туристско-экскурсионного обслуживания с учетом интересов и предложений отдыхающих и персонала курорта.

Цель исследования: выявить интерес к организации анимационной деятельности на курорте «Горячинск» для того, чтобы в дальнейшем разработать анимационную программу с учетом интересов и потребностей отдыхающих и персонала и с учетом возможностей курорта.

Для достижения поставленной цели стояли следующие задачи:

- выяснить, устраивает ли отдыхающих в настоящее время анимационная деятельность на курорте;
- выяснить, будут ли пользоваться спросом у отдыхающих специальные анимационные программы;
- изучить пожелания и предложения отдыхающих, касающиеся организации анимационной деятельности на курорте;
- выяснить, что думает персонал курорта о развитии анимационной деятельности на курорте;
- выяснить у персонала курорта будут ли пользоваться спросом у отдыхающих анимационные программы;
- узнать у персонала, не будет ли мешать организация анимационной деятельности организованному лечению на курорте;
- изучить пожелания и предложения персонала курорта, касающиеся организации анимационной деятельности.

Метод исследования

В качестве метода было использовано анкетирование.

Место и время проведения исследования

Социологическое исследование было проведено на курорте «Горячинск», Прибайкальского района Республики Бурятия в апреле 2022 года. В течение трех дней отдыхающим и персоналу курорта «Горячинск» было предложено принять участие в исследовании.

Общая характеристика выборки:

С целью получения наиболее достоверной и точной информации респонденты были разделены на пять основных возрастных групп:

1. 18–25 лет
2. 26–35 лет
3. 36–45 лет
4. 46–55 лет
5. более 55 лет

Для наиболее достоверной информации был проведен опрос среди отдыхающих и персонала курорта «Горячинск».

Результаты анкетирования среди отдыхающих

Общее число опрошенных составило 31 человек: в 1-й группе 5, во 2-й группе 5, в 3-й группе 7, в 4-й группе 8 и в 5-й группе 6 человек.

В исследовании приняли участие: 52% — женщины, 48% — мужчины, 65% респондентов состоят в браке, 35% не состоят в браке, 80% — жители Республики Бурятия, 20% — приезжие из других регионов, 45% респондентов — работающие, 16% — работают и учатся, 14% — домохозяйства, 19% — пенсионеры, 6% респондентов учатся. Следует заметить, что опрошиваемые были люди разных возрастных категорий, социальных слоев и интересов, т. е. обычные посетители.

Данное исследование имеет задачи, анализ анкет отдыхающих позволит решить эти задачи путем анализа некоторых из вопросов.

Для того чтобы, учитывая мнение отдыхающих, в дальнейшем разработать анимационную программу, нам необходимо было узнать, в какое время года они предпочитают посещать курорт, поэтому мы добавили вопрос: «В какое время года Вы предпочитаете посещать (или больше всего хотите посетить) курорт «Горячинск»?»

Ответ респондентов на вопрос: «В какое время года Вы предпочитаете посещать (или больше всего хотите посетить) курорт «Горячинск»?»

Большинство отдыхающих (42%) ответили, что летом, также большое количество голосов было отдано за вариант «зимой» (30%), затем «осенью» (19%) и «весной» (9%). Безусловно, за вариант «летом» отдано наибольшее количество голосов, так как это время года в основном попадает на отпуск и это время года является наиболее благоприятным для отдыха и развлечений.

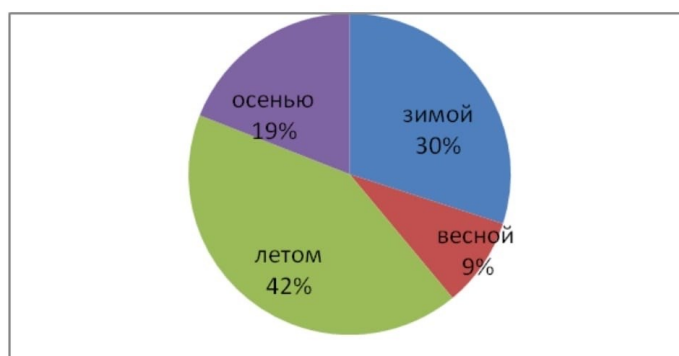


Рис. 1. Предпочтения респондентов по времени посещения

Также в анкете был вопрос: «Сколько дней Вы бы хотели провести на курорте «Горячинск»?»

Количество дней, которые респонденты готовы провести на курорте «Горячинск»

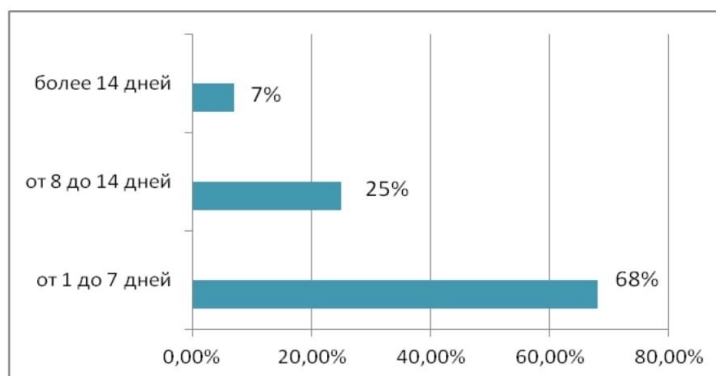


Рис. 2. Предпочтения респондентов по пребыванию на курорте

Оценки временных затрат, которые респонденты готовы провести на курорте «Горячинск», достаточно сдержанны, 68% опрошенных выбрали вариант ответа — 1–7 дней, 25% — 8–14 дней и 7% — более 14 дней. Здесь мы видим, что большинство респондентов хотели бы отдохнуть и полечиться на курорте не больше недели, наверное, это зависит и от финансовых возможностей респондентов. Отталкиваясь от пожеланий отдыхающих, следует разрабатывать программы не больше чем на неделю.

Вопрос «Как Вы считаете, необходимо ли развивать анимационную деятельность на курорте «Горячинск»?» показал, что 72% респондентов независимо от возрастной категории и места проживания считают, что на курорте необходимо развивать анимационную деятельность, 3% — не нужно развивать и 25% ответили, что им все равно. Также на вопрос: «Устраивает ли Вас анимационная деятельность на курорте «Горячинск»?» респонденты ответили: 64% — не устраивает, 16% — устраивает и 20% — им все равно. Отсюда следует вывод, что на курорте необходимо развивать анимационную деятельность, так как большинство

респондентов ответили, что это нужно и их не устраивает ее развитие на сегодняшний день.

Также в анкете был вопрос: «Предлагали ли Вам за время вашего пребывания какие-либо мероприятия, связанные с анимационной деятельностью? Если предлагали, то остались ли Вы довольны и что Вас не устроило?»

Ответы на этот вопрос были разные: 60 % респондентов ответили, что им ничего не предлагали, 10 % респондентов уклонились от вопроса, 30% ответили, что предлагали. 30 % из тех, кому предлагали, остались довольны, 70 % из них остались недовольны, мнения были разные — непрофессиональные кадры, мало развлечений, плохо организовано, мало народа, несовременно. Все это также говорит о том, что на курорте плохо развита анимационная деятельность.

Ответ респондентов на вопрос: «Если во время пребывания на курорте Вам предложили принять участие в специальной анимационной программе, Вы бы согласились?»

Таблица 1

Распределение ответов респондентов на предмет участия в анимационной программе

Варианты ответов	Возрастные категории				
	18-25	26-35	36-45	46-55	Более 55
Да	80%	80%	85%	50%	50%
Нет	20%	-	-	13%	34%
Мне это не интересно	-	20%	15%	37%	16%

Анализируя этот вопрос, мы видим, что большинство респондентов согласились бы принять участие в анимационной программе, но также здесь есть и такие люди, которые не согласились, это в основном респонденты преклонного возраста, видимо, это зависит от состояния их здоровья. Почти во всех возрастных категориях есть такие, которым это неинтересно. Все-таки большинство согласились принять участие, значит, на курорте будут востребованы анимационные программы и их нужно разрабатывать.

Составляя анкету, мы решили добавить вопрос: «Ваши пожелания и предложения, касающиеся организации анимационной деятельности», для того чтобы разработать программу с учетом интересов самих отдыхающих.

Здесь мнения разделились: представителям 1-й группы, т. е. 18–25 лет, конечно, больше интересны развлечения, они предлагают расширить культурную программу для молодежи, а также привлекать больше молодых специалистов. Представители 2-й группы, 26–35 лет, предлагают расширить программу экскурсий, больше развлекательных и спортивных программ, музыкального досуга, конкурсов, а также привлекать квалифицированных специалистов, т. е. какие-то музыкальные коллективы, ансамбли. Возрастная категория 36–45 предпочитает проводить отдых на природе, на свежем воздухе, а также предлагает расширять культурно-развлекательные программы, экскурсии, некоторые посетители приехали с детьми, поэтому было предложено проводить детские праздники. Представителей 46–55 лет больше, конечно, интересует спокойный и размеренный

отдых, им интересны экскурсии на природе, чтобы не было вреда здоровью, игры и конкурсы, связанные с развитием интеллекта. Группу возрастной категории более 55 лет, конечно, мало интересует ТЭД, но все-таки предложения были — побольше развлечений для пенсионеров, конкурсов, не связанных с большой физической нагрузкой, а также устраивать вечера на военную тематику, прогулки на свежем воздухе, ходьбу на лыжах с развлекательными элементами.

Что касается организации анимационной деятельности на курорте, при составлении анкеты было интересно узнать, какие виды туризма, экскурсии предпочитают те или иные возрастные группы, для того чтобы в дальнейшей программе учесть пожелания отдыхающих.

Так, мы добавили вопрос: «Какие виды туризма были бы для вас наиболее привлекательны?»

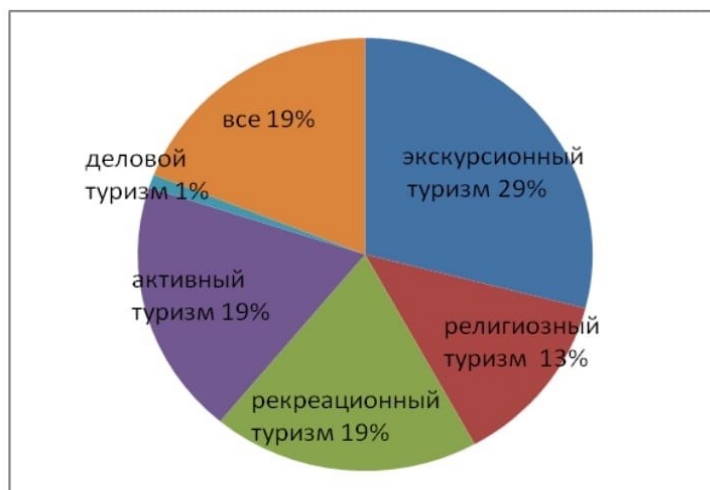


Рис. 3. Заинтересованность в различных видах туризма среди отдыхающих на курорте «Горячинск»

На рис. 3 видно, что наиболее привлекательным видом среди отдыхающих был признан экскурсионный туризм (29%), рекреационный (19%) и активный (19%) виды туризма также будут пользоваться спросом, религиозный туризм (13%) тоже привлекателен для определенного количества людей. Что касается делового туризма (1%), его выбрал только 1 человек. Все виды туризма (19%) были интересны некоторым отдыхающим. Отсутствие спроса на виды туризма в качестве причины не отметил никто.

На вопрос «Какие экскурсии вам интересны?» отдыхающие ответили следующим образом.

Большинство респондентов (45%) отдали предпочтение историческим экскурсиям, 29% — природоведческим, что также было более предпочтительным, 16% респондентов заинтересованы экологическими экскурсиями, а производственно-экономические, литературные, искусствоведческие и архитектурно-градостроительные мало заинтересовали респондентов.

В целом можно отметить, что на курорте слабо развита анимационная деятельность, это не устраивает отдыхающих, поскольку интерес к ее организации

безусловно есть. Отсюда следует вывод, что нужно развивать анимационную деятельность и разрабатывать программы для отдыхающих с целью повышения спроса на курорт «Горячинск» для оздоровления, восстановления физических и духовных сил.

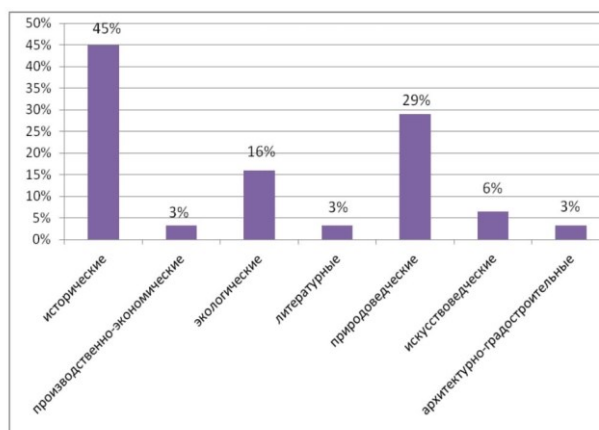


Рис. 4. Наиболее привлекательные экскурсии для отдыхающих на курорте «Горячинск»

Результаты анкетирования персонала курорта

Общее число опрошенных составило 16 человек.

В исследовании приняли участие: 56% — женщины, 44% — мужчины, возраст от 18 до 55 лет. Большинство респондентов имеют общий стаж работы на курорте — от 2 до 12 лет. Среди опрошенных были врачи, медсестры, экономисты, бухгалтеры, работники клуба, системный администратор, водитель, инженер. Следует отметить, что опрашиваемые были разных возрастных категорий и профессий.

Для решения поставленных задач необходимо было проанализировать некоторые вопросы анкеты для персонала курорта. Например:

«Как вы считаете, необходимо ли развивать на курорте Горячинск анимационную деятельность?» (рис. 5)

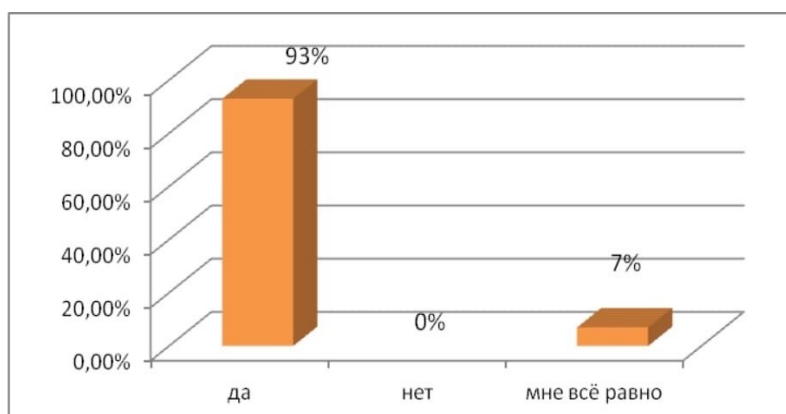


Рис. 5. Необходимость развития анимационной деятельности на курорте «Горячинск» по мнению персонала курорта

Исходя из рис. 5 процент тех, кто думает, что на курорте нужно развивать анимацию, достаточно высок (93%), процент тех, кто думает, что не нужно развивать, вообще нет, и только 1 человек ответил, что ему все равно. Отсюда следует вывод, что персоналу, работающему на курорте, небезразлично, как на курорте развивается анимационная деятельность, независимо от их профессии. А на вопрос «Устраивает ли вас в настоящее время анимационная деятельность на курорте Горячинск?» процент тех, кого не устраивает (75%), также превышал процент тех, кого устраивает (25%).

На вопрос «Как вы думаете, что нужно для того, чтобы на курорте лучше развивалась анимационная деятельность?» большинство респондентов ответили, что нужно привлекать квалифицированных специалистов (50%), 37% — нужно развивать инфраструктуру, 13% — заключать договоры с фирмами туристско-экскурсионного обслуживания. Руководству курорта нужно больше приглашать квалифицированных специалистов в области туризма и развивать инфраструктуру.

Для того чтобы разрабатывать различные анимационные программы, необходимо знать мнение некоторых специалистов курорта. Поэтому в анкету добавлен вопрос «Как вы думаете, будут ли пользоваться спросом у отдыхающих различные анимационные программы?». Все опрошиваемые, т. е. 100%, ответили положительно. По их мнению, программы будут пользоваться спросом среди отдыхающих. И на вопрос «Как вы думаете, не будет ли мешать организация анимационной деятельности лечению на курорте Горячинск?» 87 % опрошенных ответили отрицательно, т. е. не будет мешать, и всего 13% ответили положительно, т. е. будет мешать. Отсюда следует вывод, что персонал положительно относится к организации анимационной деятельности на курорте и это совсем не помешает лечению отдыхающих, наоборот, восстановит их психологическое и эмоциональное состояние.

Так же, как и в анкете для отдыхающих, в анкету для персонала добавлен вопрос «Каковы ваши предложения, касающиеся организации анимационной деятельности на курорте?». Респонденты, как и сотрудники курорта, конечно же, желают признания курорта не только в России. Мнения были разными: привлекать специалистов, развивать инфраструктуру, продвигать рекламу, выделять больше денег, чтобы организация анимационной деятельности не мешала лечению отдыхающих, уделять больше внимания туризму и экскурсиям, пропагандировать здоровый образ жизни путем организации анимационной деятельности на курорте. Все это, по их мнению, будет способствовать признанию курорта на мировом и российском рынке и, конечно же, оздоровлению отдыхающих.

Таким образом, с точки зрения персонала курорта, анимационная деятельность на курорте слабо развита и ее необходимо развивать путем привлечения профессиональных кадров и развития инфраструктуры. По мнению персонала, независимо от их профессии и возрастной категории интерес к анимационным программам будет пользоваться спросом среди отдыхающих.

Исходя из анализа двух анкет можно сделать следующий вывод: по мнению отдыхающих и персонала курорта, их не устраивает организация анимационной деятельности на курорте, они считают, что ее необходимо развивать.

Анимационные программы для отдыхающих в любом туристском предприятии важны, поэтому их разработка будет способствовать оздоровлению путем спортивных, туристических, культурных мероприятий. По мнению отдыхающих,

они будут совсем не против, если им предложат такие программы. И персонал курорта считает, что программы будут пользоваться спросом среди отдыхающих и совсем не помешают их организованному лечению.

Большинство курортов ориентировано на туристов, которые хотят не только восстановить здоровье, но и надеются на максимально комфортные условия для отдыха, создание атмосферы праздника. И одна из основных задач курорта заключается в том, чтобы турист вновь посетил это место.

Предпосылкой создания курортной анимации является желание гостя выехать из города на природу, прикоснуться к духовным ценностям (истории, культуре, искусству), разнообразить впечатления, устранить физическую и психическую усталость, познать новое, найти людей для общения, побыть с родными в обстановке отдыха и развлечений.

Курорт «Горячинск» располагает разнообразными рекреационными ресурсами. Это уникальный природный комплекс оз. Байкал, минеральные источники, лечебные грязи, лесные массивы, многочисленные достопримечательные объекты природы, памятники истории, археологии и материальной культуры, в целом располагает благоприятными климатическими условиями для развития анимационно-досугового сервиса.

Литература

1. Сайдуллаев С. З. Анимационные программы в семейных отелях // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 8. С. 106–108. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/animatsionnye-programmy-v-semeynyh-otelyah> (дата обращения: 15.09.2022). Текст: электронный.

2. Анимация в России. URL: <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/node/7948>. (дата обращения: 15.09.2022). Текст: электронный.

Статья поступила в редакцию 15.09.2022; одобрена после рецензирования 01.11.2022; принята к публикации 01.11.2022.

ANIMATION PROGRAMS AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF HEALTH RESORT INSTITUTIONS

Irina I. Starkova

Cand. Sci. (Sociol.), A/Prof.,
Dorzhi Banzarov Buryat State University
24a Smolina St., Ulan-Ude 670000, Russia
irina-ivanovna.8@mail.ru

Evgenia V. Kondrashova

Cand. Sci. (Engineering), A/Prof.,
East-Siberian State Institute of Culture
1 Tereshkovoy St., Ulan-Ude 670031, Russia
con.evg@mail.ru

Aryuna V. Mantatova

Cand. Sci. (Geogr.), A/Prof.,
Dorzhi Banzarov Buryat State University
24a Smolina St., Ulan-Ude 670000, Russia
arma_1@mail.ru

Abstract. In the conditions of fierce competition in the market of tourist services, it is hard to imagine a health resort institution without animation services. This kind of entertainment allows tourists to get fun, so they want to visit the same tourist enterprise where they have already been again and again. Therefore, it can be argued that animation is a kind of advertising attracting guests and their acquaintances, and aimed at promoting a tourist product on the market to increase the profitability and tourism business. Inclusion of animation programs of cultural and educational, sports and recreation, entertainment, adventure and gaming nature in the content of tourist routes and trips, in the work of tourist complexes increases their prestige and demand in the market of tourist services.

Keywords: animation, animation programs, resort, sanatorium.

For citation

Starkova I. I., Kondrashova E. V., Mantatova A. V. Animation Programs as a Factor of Competitiveness of Health Resort Institutions. *Bulletin of Buryat State University. Economy and Management*. 2022; 4: 109–118 (In Russ.).

The article was submitted 15.09.2022; approved after reviewing 01.11.2022; accepted for publication 01.11.2022.