

УДК 640.41:379.8.339

Н. В. Терещук, С. В. Тимчук**СУЧАСНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ І ПРОЦЕС АНІМАЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

У статті розглянуто процес вдосконалення якості послуги на підприємствах гостинності за допомогою анімаційної діяльності. Анімацію розглянуто як цілу галузь в готельному обслуговуванні, складова частина всього сервісу, якісного сервісу готелю. В роботі також окреслені напрямки удосконалення обслуговування в готельних підприємствах шляхом впровадження в їхню діяльність анімаційних послуг.

Основною метою даної статті є аналіз чинників, що мають вплив на розвиток анімаційного обслуговування, розкрити головні функції та напрямки анімаційного обслуговування та знайти можливі нововведення у практику готельної індустрії анімаційних програм, застосовуючи досвід провідних готельних підприємств та зарубіжних країн.

Проблема забезпечення якості продукції наразі є дуже актуальною, оскільки від того, як прогресивно іде її реалізація, залежить багато в розвитку певної галузі. Проте, говорячи про головні показники якості, а також можливі проблеми, що можуть виникати з випуском якісної послуги, то вони є індивідуальними для закладів готельно-ресторанного бізнесу та індустрії гостинності в цілому. Зараз в усьому світі став активно використовуватися зовсім новий напрямок – анімація: вона займає важливу нішу в розвитку туризму загалом та є досить актуальною для ефективного функціонування підприємств гостинності. Організація анімації є основною частиною діяльності готельного підприємства, що виражає його високий ступінь професіоналізму.

Розглядаючи анімаційне обслуговування в готелях, можна зробити висновок про те, що в сучасному світі в умовах жорсткої конкуренції на ринку туристичних послуг неможливо уявити готельний комплекс без організації в ньому анімаційної діяльності. Для того, щоб гості закладу готельно-ресторанного бізнесу різних національностей, різного віку, статків і можливостей (фізичних, інтелектуальних і т. д.) залишалися задоволені, програми анімації повинні вдосконалюватися і змінюватися протягом усього сезону за змістом, інтенсивністю, часом проведення і за іншими параметрами для повторного повернення відвідувачів до закладу гостинності.

Ключові слова: *якість, анімація, індустрія гостинності, аніматор, готель, обслуговування.*

Постановка проблеми та її актуальність. В останнє десятиліття в Україні стрімкими темпами йде розвиток туристичної галузі: відкриваються нові форми готельної індустрії, туроператорські і турагентські фірми, екскурсійні бюро, підприємства з виробництва сувенірів, інформаційні та рекламні служби. Проблема забезпечення якості продукції наразі є дуже актуальною, оскільки від того, як прогресивно іде її реалізація, залежить багато в розвитку певної галузі. Проте, говорячи про головні показники якості, а також можливі проблеми, що можуть виникати з випуском якісної послуги, то вони є індивідуальними для закладів готельно-ресторанного бізнесу та індустрії гостинності в цілому. Зараз в усьому світі став активно використовуватися зовсім новий напрямок – анімація, яка займає важливу нішу в розвитку туризму загалом, та є досить актуальною для ефективного функціонування підприємств гостинності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні проблематика статті достатньо досліджена і результати досліджень знайшли своє відображення в наукових працях таких авторів, як Т. І. Власова (2010), О. Р. Жаворонкова (2015), С. Н. Морева (2020), А. П. Шелест (2011), Є. Є. Яценко (2013) та інші.

Мета статті. Основною метою даної статті є аналіз чинників, що мають вплив на розвиток анімаційного обслуговування, розкрити головні функції та напрямки анімаційного обслуговування та знайти можливі нововведення у практику готельної індустрії анімаційних програм, застосовуючи досвід провідних готельних підприємств та зарубіжних країн.

Викладення основного матеріалу дослідження. В останні роки в організації дозвілля спостерігаються значні перевероти. Це зумовлено рядом чинників: впровадженням в діяльність наших готелів іноземних прикладів розвитку готельного бізнесу та нових технологій індустрії розваг; посиленням культурно-освітнього рівня населення; зміною структури використання вільного часу.

Для досягнення нових вершин в сфері гостинності залучають анімаційне обслуговування відвідувачів, на що впливає широкий спектр зовнішніх та внутрішніх факторів, які наведені на рисунку 1.

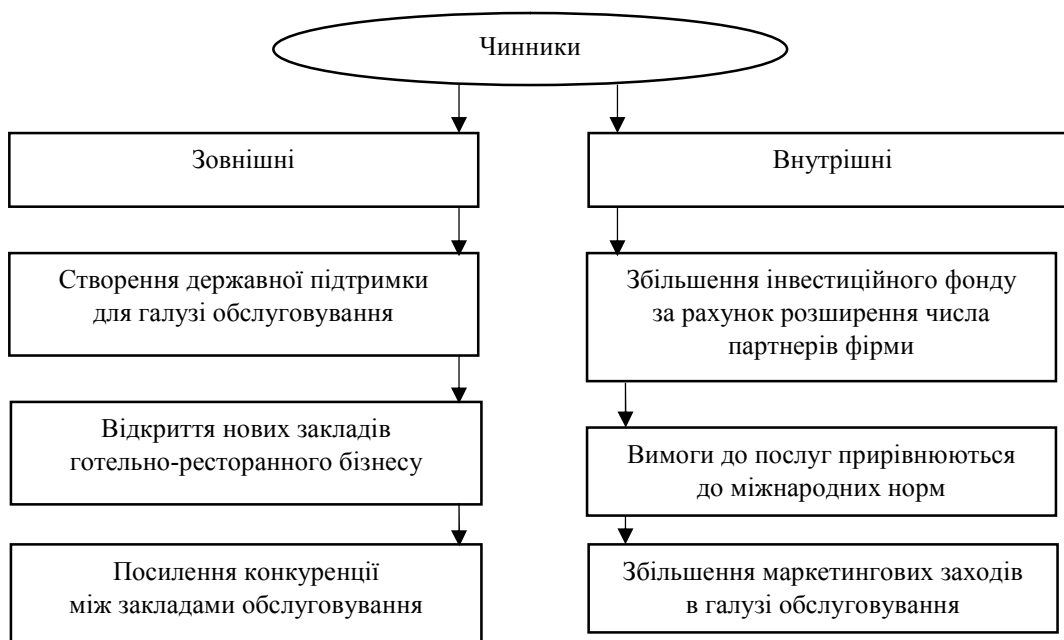


Рисунок 1 – Спектр факторів впливу на анімаційні послуги при обслуговуванні відвідувачів

Людина, потенційний споживач послуг готельної індустрії, яка вибирає місце проведення своєї відпустки, безумовно, ставить перед собою першочергову задачу не забути провести час, відновити свої сили, перезавантажитися, отримати позитивні емоції, покращити настрій.

Організація анімації є основною частиною діяльності готельного підприємства, що виражає його високий ступінь професіоналізму. Анімація готельної діяльності займає одне з головних місць в структурі готелю і являє собою окрему службу, тісно пов'язану з іншими. Анімація – це ціла галузь в готельному обслуговуванні, складова частина всього сервісу готелю.

Анімаційне обслуговування являє собою комплекс розважальних заходів, які базуються, в першу чергу, на особистих відносинах аніматора з відвідувачами та їх

спільною участю в організованих програмах підприємства готельного господарства. Реалізація філософії готельного обслуговування полягає в збільшенні та покращенні якості наданих послуг і рівня задоволеності гостя відпочинком.

Готельна анімація вносить вагомий внесок у виконання умов позитивного перетворення потреб гостя в його задоволений стан. Це досягається зусиллями і майстерною роботою аніматорів. Щоденне спілкування туристів з аніматорами та участь їх в анімаційних заходах формують для них комфортне середовище в закладі гостинності. Анімаційні програми являють собою план проведення туристських, спортивно-оздоровчих, культурно-пізнавальних і любительських занять. Протягом всього періоду перебування туриста в готелі анімаційні програми повинні забезпечити йому повну задоволеність від перебування у закладі гостинності (Котлер, 2010).

Готельне анімаційне обслуговування – це ключовий елемент у готельному бізнесі за непередбачуваних ситуацій.

Для якісного анімаційного обслуговування необхідні такі головні умови:

- анімаційні заходи повинні бути розроблені для кожної групи індивідуально, враховуючи вік, стать, віросповідання, тощо;
- аніматори відповідають за якісне анімаційне обслуговування;
- заклад готельно-ресторанного бізнесу має забезпечити відділ анімації гідним матеріально-технічним устаткуванням для ефективного обслуговування відвідувачів.

Зазначимо, що в концепції анімаційного обслуговування важливу роль відіграє кваліфікована анімаційна команда. Наведемо основні критерії, згідно яких, на нашу думку, необхідно оцінювати роботу співробітника анімаційної служби:

- рівень досвідченості;
- практичний досвід;
- гарна фізична підготовка, охайний вигляд та спеціалізована форма;
- всебічна розвиненість та комунікабельність;
- вміння вирішувати нестандартні ситуації;
- репутація (Власова, 2010).

Державний і соціальний ефект від анімаційної діяльності в галузі обслуговування виражається в величезних прибутках для готельно-ресторанних фірм, де використовується анімація і визначається ступенем задоволення гостей закладу в результаті ефективного анімаційного обслуговування, що складається з наступних значень:

- економії часу і зменшення витрат на відновлення духовних і фізичних сил;
- зменшення непрацевдатності;
- збільшення доходу через покращення продуктивності праці.

Загальна програма анімації готельного підприємства готуватися таким чином, щоб анімаційні заходи за своєю структурою були різноманітні. Вибір конкретних форм анімаційної діяльності готелю залежить від матеріально-технічної бази і наявності інфраструктури, контингенту відпочиваючих і рівня професійної підготовки працівників анімаційної служби (Морева, 2020).

Найбільш традиційними напрямками в організації анімаційної діяльності готельних підприємств є спортивно-оздоровча, культурно-пізнавальна, видовищно-розважальна робота. Особлива роль в організації анімаційних програм в готелях приділяється активним спортивним заняттям, ігровим заходам, анімації для дітей, різноманітним шоу і святкам.

Важливим напрямком в готельній анімації є спортивно-оздоровчі заходи. Для цього напрямку особливе значення мають матеріально-технічна база готелю, її інфраструктура та природні ресурси, оскільки для організації спортивних програм анімації необхідний цілий спортивно-оздоровчий комплекс, що дозволяє їх

здійснювати. Загалом, повинні бути створені всі умови для організації активного оздоровчого відпочинку. Програми, що розробляються для любителів активного відпочинку, дуже різноманітні за формою і змістом. Традиційними формами організації спортивно-оздоровчих програм є різні походи, зleti, змагання, піші, лижні, велосипедні прогулянки.

Особливе значення в комплексі анімаційних заходів, спрямованих на розвагу туристів, приділяється всіляким спортивним змаганням, іграм, конкурсам. Тут може бути використано все, що набуто і створено людством у цій галузі на даний момент. На сьогоднішній день в готельній анімації застосовується одна з сучасних форм організації ігрової анімаційної діяльності – сюжетна анімація. Сюжетна анімація використовує традиційні види і жанри художньої творчості як основні методи «пожвавлення і одухотворення» спілкування між людьми. Саме це дозволяє визнати її сьогодні альтернативним напрямком розвитку анімаційної діяльності в готелях.

Сюжетна анімація в Україні виникла нещодавно. Ігри та розваги стали головною частиною цього анімаційного жанру. Сьогодні сюжетна анімація виглядає як вид з спеціальних заходів організаційного обслуговування при проведенні вільного часу не тільки в готельних комплексах, а так само в великих корпоративних колективах. Цей новий напрямок покликаний «вдихнути душу» в педагогіку і структуру будь-якої гри.

Поряд із сюжетною анімацією відпочиваючим пропонують тимбілдинг, сюжетно-динамічні та рольові ігри, естафети, екстремальні пригоди, веселі, оригінальні, стилізовані спортивні програми, які мають на меті познайомити і здружити учасників, прищепити їм почуття єдиної команди, сприяють прояву творчого потенціалу кожного учасника.

Тімбілдинг (від англ. Team building – «командоутворення») – це програми з організації і проведення командних тренінгів, корпоративних свят та ігор з елементами командної групи, пригодницьких тренінгів. Як правило, ця сучасна форма анімації застосовується в організації відпочинку для корпоративних гостей.

Основами культурно-дозвільної анімації в готелях є: загальний підхід до обслуговування відвідувачів, де хід заходу визначається сценарієм. До головних форм організації обслуговування таких заходів відносять:

- карнавал – народне гуляння вуличного дійства, такі як паради, маскаради;
- раут – зустріч людей, що не допускають танці;
- банкет – щедре частування людей;
- містерія – театралізована постановка п'єси релігійного змісту;
- раус – захід перед відвідуванням презентацій, культурних та дозвіллевих програм;
- церемонія – культовий побожний (державний) акт, який проводиться в строгому порядку (церемонії);
- шоу-вистава, масове видовище.

Команда аніматорів повинна мати великий набір анімаційних програм, сценаріїв різних заходів, які проводяться протягом багатьох років, і стають традиційними заходами. Тут важливо вносити різноманітність і оригінальність в проведення будь-якого анімаційного заходу. Отже, кожен рік команда аніматорів повинна створювати нові форми анімаційних шоу.

Сьогодні однією з сучасних найяскравіших форм проведення вечірніх шоу є мюзикли. При реалізації шоу-мюзиклу гості можуть бути пасивними глядачами, а можуть стати і безпосередніми виконавцями основних ролей мюзиклу, а аніматори наповнювати дійство яскравими ефектними номерами. Здійснити постановку мюзиклу можливо без будь-якої попередньої підготовки навчаючи учасників, що робить шоу ще цікавішим. Крім самого мюзиклу, проведений захід може бути насичений великою

кількістю веселих, азартних і динамічних конкурсів, тематично пов'язаних з ідеєю шоу. Проведення такого шоу мюзиклу можна приурочити до якого-небудь свята, відкриття або закриття сезону. Організатори докладають усіх зусиль, щоб вечір пройшов якнайкраще і після нього залишилися тільки найкращі та приємні спогади.

Великою популярністю серед відпочиваючих користуються різноманітні конкурсні програми, які команді аніматорів необхідно постійно вдосконалювати і знаходити все більш цікаві і нові форми їх проведення.

Головне завдання анімаційної служби – постійний контакт з відпочиваючими, результат якого впливає на загальний відгук гостей про роботу готелю.

Емоційна складова сприйняття послуг готелю формується посередництвом анімаційної діяльності і перевершує за значенням логічну складову. Крім роботи з відпочиваючими, анімаційна служба показала свій вплив на просування готельного продукту, формування переваг гостей. Типологія анімаційних послуг показана в таблиці 1.

Таблиця 1 – Види анімаційної діяльності

Назва	Характеристика
В русі	Задовольняє потребу в руховій активності
Через переживання	Ґрунтується на відчутті чогось несподіваного
Через спілкування	Потреба в пізнанні нової інформації
Через заспокоєння	Потреба у психологічному розвантаженні
Культурна анімація	Задовольняє потребу в розвитку особистості
Творча анімація	Встановлення контактів між людьми, близькими за духом, через творчість

У кожного гостя, що приїжджає в готель, є свої цілі. Завдання аніматора – вгадати бажання і можливості кожного гостя і створити дружню атмосферу.

Готельна анімація як послуга створюється для кожного сегмента, а іноді і гостя індивідуально, носить інноваційний характер і має велике значення: підвищує ступінь задоволеності гостя, формує прихильність до конкретного готелю, збільшує дохід підприємства, його конкурентоспроможність (таблиця 2).

Надання послуг – це цілий процес, при здійсненні якого важливо активну участь покупців, тому нововведення повинні вирішувати існуючі проблеми цих покупців, або демонструвати істотні вигоди (Жаворонкова, 2015).

Таблиця 2 – Типи клієнтів у сфері аніматорства

№ п/п	Найменування	Дії аніматорів
1	Туристи, які заздалегідь планують свій відпочинок.	Вислухати гостя і підіграти йому.
2	Ділові люди, які намагаються витратити свій вільний час з користю.	Необхідне дозвілля, яке допоможе самовдосконалюватися або спокійний відпочинок, дати можливість відпочити.
3	Вузькоспеціалізовані туристи, мають якесь одне захоплення.	Необхідний відпочинок в клубах за інтересами.
4	Активні туристи, які хочуть якомога більше рухатися.	Програма повинна бути складена з розрахунком максимальної рухової активності.
5	Пасивні туристи, схильні до домашнього відпочинку.	Програма, в яку включені гри на пляжі, відеотека тощо.
6	Скептики і буркотуни.	Необхідна різноманітність програми.

Організація свят – це важливий момент в створенні анімаційного обслуговування, де основне – виділити головні деталі, що характерні саме для такого свята, і внести в програму заходів основні елементи, що будуть цікаві для відвідувачів чи гостей даного свята. У великих готельних комплексах, куди приїжджають відпочивати громадяни інших країн, менеджери анімації будують розважальні програми на основі традицій своєї країни, ставлячи перед собою в якості однієї з задач познайомити іноземних гостей зі своїми звичаями, характерами, життям. Це можуть бути національні, релігійні або державні свята, які відзначаються широко і барвисто. У готелях цим святам присвячують вечірні програми. Отже, саме при створенні та реалізації розважальних програм необхідно враховувати особливості традицій та вподобань гостей свята, чи країни, де воно проводиться.

Так, наприклад, свято Івана Купала в українських готельних комплексах організовується дуже видовишно, з купанням, плетучи вінки, з вогнищем, що дуже приваблює туристів, і багато хто, потрапивши випадково на це свято, тільки лише тому, що вони зупинилися саме у цьому комплексі, де організатори і вирішили провести ці святкування, потім спеціально приїжджають, щоб повторно прийняти в них участь.

Останнім часом в Україні працівники анімаційних служб великих готельних комплексів активно використовують для розваги відпочиваючих загальнокурортні заходи і концерти, що проводяться гастролуючими «зірками» естради, театру і кіно.

Найбільші і відомі готелі вдосконалюють анімаційний сервіс на своєму підприємстві, дозволяють собі проведення найбільш значущих заходів, організовуючи при цьому організаційні заходи зіркової величини, творчі вечори і бенефіси артистів театру і кіно, різні фестивалі, виставки, ярмарки, конференції та симпозіуми.

Слід відзначити, що в українських готельних комплексах анімація для людей середнього та старшого віку розвивається значно швидше, ніж анімація для дитячого відпочинку. Сьогодні в нашій країні приділяється мало уваги дитячій анімації та відпочинку відвідувачів із дітьми. Готелі сімейного відпочинку створюють дитячі кімнати, чи розважальні куточки, але загалом не мають анімаційного обслуговування для якісного та безпечного відпочинку для дітей через нестачу кваліфікованих аніматорів. Маркетологами було проведено дослідження серед туристів різних країн світу і встановлено, що для 78 % респондентів анімаційне обслуговування на високому рівні є вагомим перевагою при виборі готельного підприємства.

Тому ми вважаємо, що введення в анімаційні програми готелів сімейного типу додаткових послуг для обслуговування дітей сприятиме взаємодії між батьками та дітьми, формуватиме їхню позитивну оцінку готелю та покращуватиме враження від відпочинку.

Незважаючи на те, що анімаційна база кожного готелю має свої особливості, всі послуги анімаційного типу можна структурувати наступним чином (рисунок 2).

Анімаційна діяльність на підприємствах індустрії гостинності – це реальний і ідеально продуманий особливий світ з притаманними тільки йому правилами дії, які здійснюють професіонали. Професійна команда анімаційного сектора цілодобово несе відповідальність за задоволення та гарний стан гостей закладу готельно-ресторанного господарства, організовує їх дозвілля, чим задовольняє їх духовний стан. Тобто, виконують все, щоб гостям закладу дозвілля їх відпочинок сподобався та вони захотіли повернутися туди знову.

Виходячи з викладеного вище, можна дійти висновку, що анімаційний сервіс базується на декількох ключових компонентах. Формула реалізації анімаційного проекту виглядає наступним чином:

$$\text{Кадри (Хто?)} + \text{Матеріально-технічна база (За допомогою чого?)} + \text{Місце (Де?)} + \text{Технологія (Як?)} = \text{Задоволення туриста відпочинком.}$$

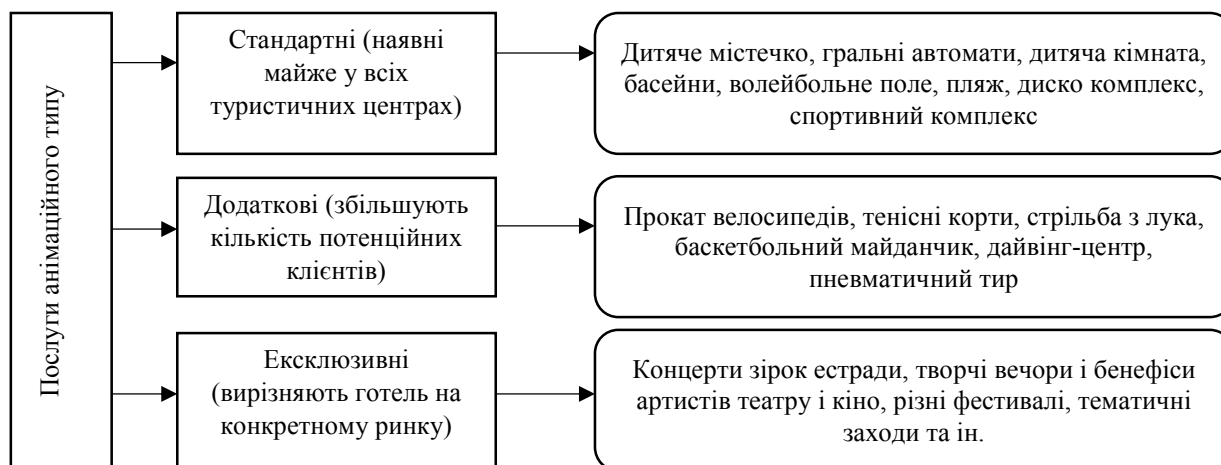


Рисунок 2 – Структура послуг анімаційного типу

Фахівці компанії Mr&MrsSmith, які регулярно складають рейтинги провідних готелів світу, включають у найкращі готелі ті, які не лише надають послуги ночівлі та харчування, а й займаються організацією розваг, де туристи зможуть отримати весь спектр послуг відпочинку.

Висновки. Розглядаючи анімаційне обслуговування в готелях, можна зробити висновок про те, що в сучасному світі в умовах жорсткої конкуренції на ринку туристичних послуг для готельних комплексів є актуальною організація анімаційної діяльності. Для того, щоб гості закладу готельно-ресторанного бізнесу різних національностей, різного віку, статків і можливостей (фізичних, інтелектуальних і т. д.) залишалися задоволені, та з метою повторного повернення відвідувачів до закладу гостинності програми анімації повинні вдосконалюватися і змінюватися протягом усього сезону за змістом, інтенсивністю, часом проведення і за іншими параметрами.

Список посилань

Власова, Т. И. (2010). *Анимационный менеджмент в туризме*. М.: Академия, 320.

Жаворонкова, О. Р. (2015). Управление покупательским поведением в индустрии гостеприимства в условиях нововведений. *Ceteris paribus*, №1, 45-48.

Котлер, Ф. (2010). *Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер*; пер. с англ. М.: Альпина Паблишерз.

Морева, С. Н. (2020) Система подготовки кадров как основа профессиональной компетентности специалистов сферы сервиса и туризма. *Социально-экономические явления и процессы*, № 12.

Шелест, А. П. (2011) Маркетинговые технологии гостиничного бизнеса: Оценка эффективности управления. *Вестник Тамбовского университета*. 2 (94).

Яценко, Е. Е. (2013) Проблема привлечения населения к культурно-досуговой деятельности. *Культура в современном мире: Опыт, проблемы, решения*, 39-41.

Інноваційні технології в готельному бізнесі. Взято з http://www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Informatica/3_160394.doc.htm

Юрченко, О. (2019) Інновації в готельному секторі України. Взято з <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/13348/2/ЮРЧЕНКО%20196-203.pdf>

References

- Vlasova, T. I. (2010). Animacionnyj menedzhment v turizme [Animation management in tourism]. M. : Akademija, 320 s.
- Zhavoronkova, O. R. (2015). Upravlenie pokupatel'skim povedeniem v industrii gostepriimstva v uslovijah novovvedenij [*Shopping behavior management in the hospitality industry in the context of innovation*]. *Ceteris paribus*. №1, 45-48.
- Kotler, F. (2010). Marketing ot A do Ya: 80 kontseptsii, kotorye dolzhen znat' kazhdyi menedzher; per. s angl [Marketing from A to Z: 80 Concepts Every Manager Should Know]. M. : Al'pina Pablisherz.
- Moreva, S. N. (2020). Sistema podgotovki kadrov kak osnova professional'noj kompetentnosti specialistov sfery servisa i turizma [The system of personnel training as the basis for the professional competence of specialists in the sphere of service and tourism]. *Social'no-jekonomicheskie javlenija i process* [*Socio-economic phenomena and processes*]. № 12.
- Shelest, A. P. (2020). Marketingovyte tekhnologii gostinichnogo biznesa: Otsenka effektivnosti upravleniya Hospitality [Marketing Technologies: Evaluating Management Effectiveness]. *Vestnik Tambovskogo universiteta* [*Bulletin of the Tambov University*], 2 (94).
- Yatsenko, E. E. (2013) Problema privlecheniya naseleniya k kul'turno-dosugovoi deyatel'nosti [The problem of attracting the population to cultural and leisure activities]. *Kul'tura v sovremennom mire: Opyt, problemy, resheniya* [*Culture in the Modern World: Experience, Problems, Solutions*], 39-41.
- Innovatsiini tekhnologii v gotel'nomu biznesi [Innovative technologies in hotel business]. Retrieved from http://www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Informatica/3_160394.doc.htm
- Yurchenko, O. (2019) Innovatsii v gotel'nomu sektori Ukraïni [Innovations in hotel business in Ukraine]. Retrieved from <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/13348/2/YuRChENKO%20196-203.pdf>

N. V. Tereshchuk, S. V. Tymchuk

MODERN FORMS OF ORGANIZATION AND PROCESS OF ANIMATION SERVICE AT HOTEL ENTERPRISES

Summary

The article considers the process of improving the quality of service in hospitality enterprises through animation activities. Animation is considered as a whole industry in hotel service, an integral part of the whole service and quality hotel service. The paper also outlines areas for improving service in hotel enterprises through the introduction of animation services to their activities.

The main purpose of this article is to analyze the factors influencing the development of animation services, to reveal the main functions and directions of animation services and to find possible innovations in the hotel industry animation programs, using the experience of leading hotel companies and foreign countries.

The problem of product quality assurance is very important now, because much in the development of a particular industry depends on how progressive its implementation is. However, speaking about the main indicators of quality, as well as possible problems that

may arise with the release of quality services, they are individual for the hotel and restaurant business and the hospitality industry in general. Now a whole new direction has been actively used all over the world - animation, it occupies an important niche in the development of tourism in general, and is quite relevant for the effective functioning of hospitality enterprises. The organization of animation is the main part of the hotel business, which expresses its high degree of professionalism.

Considering the animation service in hotels, we can conclude that in today's world in conditions of fierce competition in the market of tourist services it is impossible to imagine a hotel complex without the organization of animation activities. In order for the guests of the hotel and restaurant business of different nationalities, different ages, wealth and opportunities (physical, intellectual, etc.) to remain satisfied, animation programs must be improved and changed throughout the season in content, intensity, time and other parameters for the return of visitors to the hotel.

Keywords: *quality, animation, hospitality industry, animator, hotel, service.*

Статтю подано до редакції 16.09.2021