

РЕКРЕАЦИОННЫЙ БИЗНЕС И ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Зверев Н. А.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Шаталова В. В. – канд. техн. наук, доцент

Аннотация. В данной статье раскрыта тема рекреационного бизнеса и индустрия развлечений. Подробно описана сущность рекреационного бизнеса, задачи организации досуга на туристском рынке, актуальность задач изучения индустрии развлечений, произведен анализ социологической информации о развитии индустриальных развлечений и сделаны общие выводы об актуальности этой сферы.

Ключевые слова: рекреационный, бизнес, индустрия, развлечения, анализ, выводы, рамок, задачи, актуальность, сфера.

Глобализация туризма привела к необходимости совершенствования абсолютно во всех сферах деятельности.

На данный момент примерно две трети национального продукта производится в индустрии досуга (рекреационной сфере или, по-другому, индустрии развлечений). Компании, которые специализируются на обслуживании в этой сфере, являются наиболее важным элементом индустрии развлечений.

Рекреацию – это «любую игру, развлечение и т.п.», которая используется для восстановления как физических сил, так и умственных способностей [1]. Рекреация довольно тесно переплетается со всеми другими видами индустрии развлечений (таких, как питание, размещение, перевозка и прочие), которые также является основной частью отдыха.

Выделяют три основных элемента рекреации: тематические парки, клубы, а также последние, но не по значимости, общественные парки. Индустрия досуга является появилась относительно недавно и является самой новой частью этой индустрии, которая выделилась в самостоятельное направление. Организация многих тематических парков (таких, как «Дисней Уорлд», «Дисней Лэнд», «Буш Гарден» и другие) привела к быстрому развитию этой части индустрии развлечений, которая сопровождалась строительством гостиниц и системы общепита для его поддержки.

Второй по величине тенденцией является проведение (большая часть такого времяпровождения относится к американским слоям общества) большей части свободного времени на множестве разных спортивных комплексов, либо же на свежем воздухе. Такие временные затраты приводят не только к успешному отдыху, но и к укреплению здоровья.

Однако не только американцы далеко продвинулись в этой сфере. Рекреационный бизнес также сильно развит и в странах Западной Европы. Главное его отличие от американской части является то, что европейцы при посещении спортивных комплексов, тематических парков, в большей части пользуются услугами компаний, которые занимаются рекреацией.

Сущность рекреационного бизнеса заключается в том, чтобы предоставить конечному потребителю множество разнообразных видов отдыха через предприятия, которые специализируются на единственном виде обслуживания. Рекреационный бизнес непосредственно связан с такими организациями, как городские парки и рекреационные агентства, колледжи, университеты и многое другое. Эти абсолютно непохожие, на первый взгляд, друг на друга, организации содержат в своих структурах таких людей, как инспекторы, директора различных спортивных центров, контролеров разнообразных спортивных площадок, инспекторов (задача которых заключается в постоянном контакте с населением), директоров множества курортных организаций и много других людей. В настоящее время чувствуется острая необходимость в руководящих должностях этого звена, которая удовлетворяется с помощью притока из других областей индустрии развлечений (или же вообще из других областей экономической сферы). Школы начинают

включать в свои программы такие профилирующие дисциплины, как: «Рекреация и ее развитие» и другие. Уровень заработной платы для выпускников таких программ соответствует другим направлениям деятельности в этой индустрии, используемой людьми со средним техническим образованием.

Разнообразие в индустрии развлечений принято признавать всеми как достоинство, но в то же время оно же является и существенным фактором, который затрудняет менеджмент и маркетинг данных объектов.

В понятие определения индустрии развлечений включается любая деятельность, которая защищена авторскими правами, а также имеет отношение к таким типам бизнеса, как: кинобизнес, музыка, телевидение, литература, производство компьютерных программ, видео- и аудиоматериалы, а также компании, связанные с их доставкой и сбытом.

Задачи индустрии развлечений:

- Воспитание людей;
- Формирование оптимистического настроения у людей;
- Отдых;
- Образование и развитие культуры человека.

В то же время в задачи по организации досуга на рынке развлечений входит множество факторов. Развлекаясь, человек (или конкретная группа людей) удовлетворяет свои абсолютно разные духовные потребности, а также оценивает собственную личность и проводит анализ своей роли в масштабе множества социальных систем. Процессы развлечения во многом осуществляются как в естественной, так и в искусственно созданной различными предприятиями обстановке. Индустрия развлечений ставит себе цель в создании условий развлечения. То есть, необходимо смотреть это как совокупность явлений, от наличия которых и зависит процесс любого развлечения. Динамика потребностей сопровождается сменой эмоционального фона. Различают 3 стадии эмоционального фона [2]:

1. человек ищет для себя предмет развлечения так как ощущает тоску (либо беспокойство);
2. человек уже встретился с каким-то предметом развлечений и испытывает чувство радости;
3. человек ищет предмет развлечения, так как ему необходима эмоция успокоения.

На данный момент мир эмоций остается недостаточно изученным. Однако воздействие любого вида эмоций на психическую деятельность человека уже доказано. Общая социальное направление развития индустрии развлечений в основном выражается в том, что она служит для формирования новых различных личных и общественных потребностей, а также развитию уже имеющихся потребностей при сложившихся предпосылках.

Долгое время изучению удовлетворения различных духовных потребностей людей не уделялось практически никакого внимания. В связи с этим присутствует неразработанность вопросов экономики, организации, управления предприятиями, которые обеспечивают процесс развлечений, которые связаны с относительной «молодостью» индустрии развлечений. Остаются нерешенными такие вопросы, как вопрос о инфраструктуре такого предприятия, технологическом единстве его составных частей. Достаточно тяжело сформировать все организационно-экономические признаки, которые были бы характерны типичному предприятию индустрии развлечений. Однако на данный момент, хоть и относительно небольшой, но присутствующий опыт развития индустрии развлечений в разных странах позволяет представить состав ее самостоятельных единиц.

Сущность и значение организации развлечений на рынке туристических услуг основано прежде всего на удовлетворении различных потребностей туриста, основанных на проведении досуга. Существует шесть различных видов деятельности предприятий сферы досуга: досуг, отдых, творчество, праздник, образование и созерцание.

Основные семь причин актуальности задач изучения индустрии развлечений [3]:

4. В изучении нуждаются закономерности и тенденции развития индустрии развлечений, в особенности учитывая роль развлечений при формировании особенностей личности отдельного человека. Создание разного типа моделей индустрии развлечений в будущем будет способство-

вать более эффективной стадии управления соответствующими процессами, а также повышению эффективности социальной политики. Развитие теории потребления, которая относится к развлечениям, также направит последующие исследования в более рациональное русло.

5. В ряде стран индивидуальные развлечения были превращены в одну из наиболее выгодных сфер вложения капитала с коротким (относительно других сфер) периодом окупаемости. Развитая конкурентная сеть предприятий этой сферы обеспечивает человеку обширный выбор формы и способа развлечений. Однако, коммерческая направленность развлечений в будущем может увеличить возможность изменения структуры развлечений в заданном направлении. При этом необходимо будет видеть разницу между подстройкой индустрии развлечений к потребностям каждого человека и корыстной направленностью сознания людей. В итоге мы понимаем, что правовая и экономическая основа деятельности индустрии развлечений нуждается в особом подходе.

6. Современная жизнь характеризуется постоянно ускоряющимся ритмом, в следствии чего происходит нагнетание душевных стрессов и эмоциональной неуравновешенностью людей. В итоге происходит увеличение риска заболеваний, связанных с нервной системой, а также гиподинамией. Снятие нервного напряжения у человека и избавление его от нерастраченной энергии в индустрии развлечений необходимо предусматривать развлечений наряду с другой деятельностью, связанной с проведением досуга. Уход от действительности и расслабление человека являются важными частями индустрии развлечений [4].

7. Независимо от того, как проходит процесс развлечения (индивидуально или в компании), развлечение должно выступать исключительно индивидуальным благом, ведь значительную часть развлечений человек получает в узком кругу. В связи с этим целенаправленное развитие индустрии развлечений должно быть «запрограммировано» на преодоление и компенсацию негативных последствий разобщённости людей.

8. Механизм воздействия образов индустрии развлечений на человека необходимо формировать исключительно с учетом современных условий, ведь недостаточный уровень изученности такого рода проблем обусловлен множеством воздействующих факторов, связанных с изменением их во времени, а также связью с духовными потребностями человека. Необходимо быстро выявлять и оценивать факторы, которые определяют эффективность при функционировании индустрии развлечений.

9. Спрос на деятельность индустрии развлечений, а также масштаб и особенности функционирования большинства предприятий зависят от факторов величины и форм использования человеком свободного времени. Как итог, важным фактором формирования индустрии развлечений является уровень доходов населения. Факторам, влияющим на развитие индустрии развлечений в различных странах, нужно всегда давать оценку и в последствии анализировать.

10. Сбор наиболее полной и детальной информации необходим для управления развитием индустрии развлечений. В связи с этим важное значение для изучения индустрии развлечений имеет разработка аналитических и методических подходов.

Необходимость в формировании системы для показателей индустрии развлечений обусловлена особенностью показателя как научного понятия (отдельный показатель отражает лишь часть исследуемого, а не общее целое) и, как итог, сложностью объекта изучения. Анализ социологической информации о развитии индустрии развлечений проходит в зависимости от характера выделяемых для анализа целей. Вполне возможно формировать показатели, которые будут служить для описания разных технического, экономического и социального аспектов. Учитывая структуру индустрии развлечений, являющейся достаточно сложной и расплывчатой, необходимо сформировать систему показателей, которая будет характеризовать такие аспекты, как:

- Технические;
- Экономические;
- Социальные.

На данный момент уже разработаны некоторые методы анализа показателей, а также методики регистрации для экономических и технических процессов. Однако намного менее изучены методики и подходы, необходимые для сбора и анализа информации о социальных процессах.

Социологическая информация об индустрии развлечений характеризует процессы организации и управления предприятиями. Планирование социологических исследований обязательно включает в себя такие две группы вопросов, как:

1. Программно-методологические;
2. Организационные.

Программно-методологические вопросы являются вопросами о проведении социологических исследований и установления цели и задач; определения объекта и предмета, составления программ исследования. Объект или предмет исследования обладают огромным множеством различных свойств, из которых в процессе основные включаются в программу исследования. Изучаемые свойства могут выражаться качественно и количественно. Для анализа сложнее являются качественные характеристики, так как они имеют количественную меру (как пример: профессия, особенности поведения личности). Качественные признаки также могут иметь количественное выражение в виде шкалы, являющейся эталонной системой для характеристик изучаемого признака. Социологи выделяют следующие виды шкал: номинальные, порядковые, интервальные.

Номинальная шкала существует для перечисления характеристик объекта. Например, если речь идёт лишь о изменениях в лучшую сторону в любом предприятии досуга, перечисляются все возможные варианты этих изменений (например: прогрессивное руководство, улучшение условий труда, социального климата и прочие). Порядковая шкала нужна для систематизации характеристик изучаемых признаков по мере их возрастания или убывания. Простейшая порядковая шкала имеет вид:

- Да;
- Нет;
- Затрудняюсь ответить.

На практике более распространена порядковая шкала.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что рекреационный бизнес является одним из наиболее обширных и одновременно наименее изученных, а в связи с этим и актуальных сфер.

Список литературы

1. Рекреационный туризм // Учебное пособие, 2014. – С. 27-51.
2. Индустрия развлечений: подробное описание // Научная статья, 2016. – С. 1-4.
3. Стратегия блокбастера. Уроки маркетинга от лидеров индустрии развлечений / А. Элберс // Учебное пособие, 2015. – С. 56-68.
4. Индустрия развлечений / П. Хилл // Учебное пособие, 2020. – С. 23-38

UDC 004.51

RECREATION BUSINESS AND ENTERTAINMENT INDUSTRY

Zverev N.A.

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Republic of Belarus

Shatalova V.V. - PhD, associate professor

Annotation. This article covers the topic of the recreational business and the entertainment industry. The essence of the recreational business, the tasks of organizing leisure in the tourist market, the relevance of the tasks of studying the entertainment industry are described in detail, the analysis of sociological information about the development of industrial entertainment is made and general conclusions are drawn about the relevance of this area.

Key words. recreational, business, industry, entertainment, analysis, conclusions, markets, tasks, relevance, sphere.