

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ
ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Выпускная квалификационная работа

по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Исполнитель:
Кузнецова Мария
Валерьевна,
студент группы БД-52z

«13» ноября 2017 г.

Допущена к защите
зав. кафедрой туризма и
гостеприимства
_____ А.И. Фишелева

«13» ноября 2017 г.

Научный руководитель:
А.И. Фишелева,
канд. пед. наук, доцент

«13» ноября 2017 г.

Екатеринбург 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	5
1.1. Общая характеристика понятия «анимационные услуги».....	5
1.2. Особенности проектирования анимационной программы для гостиничного предприятия.....	11
ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ГОСТИНИЧНО- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА «AVS ОТЕЛЬ»	26
2.1. Общая характеристика гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» и маркетинговое исследование, направленное на выявление актуальности проектирования анимационной программы для гостей отеля	26
2.2. Содержание и экономическое обоснование анимационной программы для гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель».....	35
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	41
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	44
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Глоссарий	47
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Анкета социологического опроса потенциальных потребителей анимационной программы гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель»	49
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Сценарий анимационной программы «Армейский калейдоскоп» для гостинично-развлекательного комплекса ««AVS Отель»	50

ВВЕДЕНИЕ

Довольно часто в наше время туристы, которые собираются в путешествие, интересуются не только условиями проживания, питания, местоположением, экскурсионными программами, а также наличием анимационных программ в отеле. Анимация – это огромная, значимая часть, отрасль в гостиничной индустрии, его составляющая. Анимация представляет собой достаточно новое направление курортной деятельности, предусматривающее участие туристов в физкультурно-оздоровительных, культурно-массовых, познавательных и любительских мероприятиях. Это вызывание конкуренции между курортами, которые стремятся разнообразить отдых своих клиентов. Работа анимационных команд состоит на протяжении целого дня и ночи: утром проводятся Анимационные команды работают с туристами на протяжении всего дня: утром оздоровительно-спортивные программы, днем зрелищные программы. А вечером проводят развлекательное шоу, программы, танцы и многое другое. Детям предлагаются игровые программы, водно-оздоровительные аттракционы, экскурсии, различные состязания, работа различных секций и кружков. Активность на отдыхе особо выделяется в Турции, Греции, Тунисе, Египте. В России современные гостиничные предприятия развивают сферу дополнительных услуг, все чаще задумываются о формировании, продвижении и создании анимационных программ в своей деятельности, для привлечения гостей.

Понятие и функции анимации нашли отражение в исследованиях таких авторов: Т.И. Гальперина, В.В. Богалдина-Малых, И.И. Гаранина, Т.Н. Третьякова, И.Н. Ильина и т.д. Роли анимации в индустрии гостеприимства посвящены работы таких ученых: Т.Л. Тимохина, А.Д. Чудновский, В.А. Квартальнова, Г.А. Бондаренко, В.А. Квартальнова, Ж.А. Романович и т.д. Технология создания анимационной программы в индустрии гостеприимства рассмотрена в трудах: А. Малькова, И.Ю. Ляпина, С. И. Байлик, И.В. Зорина,

Т.А. Поляновой , Ф. Котлера, Д. Уокера, и т.д.

Несмотря на актуальность и необходимость анимационных программ в индустрии гостеприимства данный вид культурно-досуговой деятельности не нашел большого и активного распространения в гостиничной практической деятельности Екатеринбурга. Таким образом, сформировалось **противоречие:**

– между большими возможностями анимационных программ в привлечении гостей в гостиничные предприятия и недостаточным количеством сценариев анимационных программ для городских и загородных отелей Екатеринбурга.

Проблема исследования заключается в недостаточном количестве материалов, по проведению анимационных программ для гостиничных предприятий как средство привлечения большего количества гостей.

Объект: анимационные услуги.

Предмет: анимационная программа для гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель».

Цель ВКР: спроектировать анимационную программу для гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель».

Задачи:

1. Охарактеризовать понятие «анимационные услуги».
2. Выявить особенности проектирования анимационной программы для гостиничного предприятия.
3. Описать материально-технические условия гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» и востребованность в дополнительных услугах в нем.
4. Представить содержание и экономическое обоснование анимационной программы для гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель».
5. Проанализировать полученные результаты.

Структура ВКР: введение; две главы; заключение, список источников и литературы, приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Общая характеристика понятия «анимационные услуги»

Гостиничная анимация – это новая досуговая деятельность, предлагаемая в гостиницах, отелях, туристических комплексах, которая в той или иной форме существовала также ранее, но имела иные способы выражения. В глубокой давности в ханы, харчевни, таверны и иные места для размещения и питания путников заманивали гостей развлекательными мероприятиями и состязаниями. Попробуем проследить культурную, историческую линию изменения организации досуга с тех самых пор, как появилась необходимость строения, устройства путешествий, подготовка и забавлений странников также переустройства ее в определенные, четкие гостиничные услуги. Развлечения древних греков. В Древней Греции и Риме возникли таверны, постоялые дворы, которые, конечно, становились важными элементами в социальной жизни. Хозяева постоялых дворов и таверн в те времена уже заботились о досуге постояльцев. Чтобы развлечь гостей как можно интересней они приглашали музыкантов, акробатов, устраивали всевозможные схватки, состязания, а также большим предпочтением древних греков были различные спортивные и азартные игры: кости, бои животных и птиц, кошек, петухов, собак. Недаром именно там зародились первые грандиозные спортивные состязания – Олимпийские игры, на которые съезжались люди со всей Греции. Их всех необходимо было разместить и организовать возможные программы [3, с.9]. Организация досуга у древних римлян. Специфичными культурно-досуговыми центрами в Древнем Риме были бани (термы), которые строили в виде больших сооружений с бесподобным внутренним убранством. Тысячи римлян предпочитали свое свободное время тратить именно там: читая книги в

библиотеке, купаясь, состязаясь в борьбе и беге. Таким образом, можно сделать вывод о том, что уже в древние времена уделяли большое внимание организации досуга [3, с.11]. Досуг на Руси. К первоначальным формам досуговых занятий на Руси можно отнести праздничные дни, которые проводились в соответствии с земледельческим календарем. Праздники отмечались все значимые для крестьян виды сельскохозяйственных работ, особенно посев и уборка урожая. До нынешнего времени дошли такие праздники как: Масленица, Святки, Рождество, ночь на Ивана Купала и т.д. С появлением знати на Руси появляются новые формы проведения досуга: роскошные пиры, военные состязания, звериная и птичья охота. Свободное время крестьян в основном оставался укоренившимся, от того, что жизнь по прежнему была тяжелой. У крестьян празднеств было очень мало, а вот у знати гораздо больше, но они устраивали посиделки, где молодые люди могли общаться, высматривать себе пару, проводила различные игры и хороводы. В XX веке в России стали появляться новые формы досуга. Зародившаяся буржуазия отдавала предпочтение закреплять свои договора, посещая рестораны и тратить большие деньги в казино. А рабочие практически не имели денег и времени на досуг. Богатые люди отдают предпочтение траты свободного времени за границей, оттого, что там отдыху и развлечениям выделяется большее предпочтение, чем в России. За рубежом бизнесмены вкладывают огромные средства для создания тематических парков с различными аттракционами, развлекательными центрами, игровыми автоматами, спортивными площадками, от которых получают огромную прибыль. Также большой доход приносят казино, ночные клубы, бары, боулинг-центры и т.д. Но, анимация не так быстро, проникает в деятельность гостиничного комплекса. Причина сего затора – отсутствие штата специалистов и методик их деятельности [3, с.14].

А.Д. Жарков считает, что «анимационная деятельность» гостиничного комплекса – многофункциональная система, творческие функции которой аккумулированы в методической подсистеме. Ее задача заключается в

модификации информации в художественно-образный метод влияния на аудиторию. Для того чтобы эта задача была решена, необходимы специалисты в области режиссерского и сценарного искусства, которые являются менеджерами гостиничной анимации. С помощью их работы идеи реформируются в некоторые действия участников культурно-досуговой программы. В результате профессиональной работы анимационного гостиничного менеджера является анимационная культурно-досуговая программа, которая должна создавать те условия, которые будут направлены на активную деятельность детей и культурно-содержательное воплощение их досуга. Творческая организация анимационной программы, формирующая художественный образ, оставляет впечатление, дает толчок на активацию деятельности участников – профессиональная миссия режиссера. Исходя из этого, менеджеру гостиничной анимации нужно изучать азы сценарного и режиссерского искусства, чтобы использовать методику достижения технологического результата своей профессиональной деятельности [13, с.147].

С.И. Байлик отмечает, что существует ряд методических исключений режиссуры анимационных культурно-досуговых программ в гостиничном комплексе. Известно, что анимационный менеджмент основывается на побуждении активности личности путем живого общения. Вследствие этого ключевой творческой задачей режиссера анимационной программы в гостиничном комплексе является налаживание, устройство общения с детьми и отдыхающими, приводящего к активации их досуговой работы. Для этого он использует методы культурно-досуговой деятельности, комбинируя их со средствами, предоставляемыми гостиничным комплексом, делая упор на знания специфики прохождения технологического процесса в гостиничной сфере [2, с.4].

В исследованиях этого мы можем сказать, что такое культурно-досуговая деятельность, когда она возникла, также культурно-досуговая деятельность тесно связана с анимацией. Именно в последствии культурно-

досуговой деятельности и возникло определение анимации.

Понятие «анимация» имеет латинское происхождение (anima – ветер, воздух, душа; animates – одушевление) и означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность.

Анимация – это своеобразная услуга преследующая цель – повышения качества обслуживания, и в то же время – это своеобразная форма рекламы, повторного привлечения гостей и их знакомых, тоже преследующая цель – продвижение гостиничного продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности гостиничного бизнеса.

Анимация – особая составная часть системы культурно-досуговой деятельности. В туристском комплексе смыслом анимационной деятельности является вовлечение отдыхающих и туристов как представителей социума в деятельные формы культурного досуга [7, с.20].

Гостиничная анимация является результативным средством для привлечения гостей в отель. Она оказывает влияние и на позитивную оценку работы отеля в целом. Это своеобразные дополнительные, вспомогательные услуги клиенту, целью которых является пробудить в нем обилие положительных эмоций, ощущать удовлетворение от отдыха влечение приехать в этот отель еще ни раз.

И.И. Гаранин считает, что «гостиничная анимация – комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристом и совместном их участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туристского комплекса». Преследует цель гостиничной анимация осуществление новой философии гостиничного обслуживания – повышения уровня качества предоставления услуг, а также удовлетворенности туриста отдыхом. В маркетинговой стратегии гостиницы применяется как одна из существенных заманчивых услуг, соответственно, гостиничная анимация – понятие наиболее узкое, так как предполагает только организацию досуга в местах размещения туристов: отелях, гостиницах, турбазах, туристских комплексах и др. Иначе говоря,

гостиничная анимация – это досуговая деятельность, предлагаемая гостиницами, отелями, туристскими комплексами. Это является значимой частью туристской анимации. Анимационные программы различаются при разной организации отдыха (в клубах, гостиницах разной целевой направленности и разной величины) [3, с.8].

Туристская анимация – это туристская услуга, при осуществлении которой турист вовлекается в активное действие. Она основана на личных взаимодействиях, взаимосвязи аниматора с туристами, на совместном участии их в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туристского комплекса. Это разновидность туристской деятельности, которая осуществляется в туристском комплексе, гостинице, отеле, круизном теплоходе, поезде, вовлекая туристов в различные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга.

Туристская анимация – это наиважнейшая часть совокупной деятельности на туристском предприятии, выражение высокой степени ее профессионализма, важнейшая составная часть туристского продукта. Поэтому, как и вся другая деятельность на туристском предприятии, анимация должна быть планируемой, четко регламентируемой, организационно управляемой и обеспеченной материальными, финансовыми и кадровыми ресурсами.

Конечной целью туристской анимации является удовлетворенность туриста отдыхом – его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции туристской анимации.

Кроме понятий «гостиничная анимация» и «туристская анимация» существует еще такое понятие как «рекреационная анимация».

Рекреационная анимация – вид досуговой деятельности, направленной на восстановление духовных и физических сил человека. Программы, реализуемые с рекреационными целями, могут проводиться как туристскими предприятиями с туристами и гостями, так и досуговыми учреждениями с

местными жителями. Исходя из этого может утверждать, что понятие «рекреационная анимация» шире, чем понятия «туристская анимация» и «гостиничная анимация».

Туристская и гостиничная анимации тесно связаны с рекреационной, исходя из того, что основная роль анимационных программ не только в отелях, туркомплексах и санаториях, а также и в специализированных анимационных турах заключается в оздоровлении отдыхающих, отвлечении их от повседневных забот, в повышении настроения, т.е. в восстановлении энергии и жизненных сил.

В практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ разделяют следующие функции анимационных программ:

- адаптационная функция, позволяет перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;
- компенсационная функция, освобождает человека от физической и психической усталости повседневной жизни;
- стабилизирующая функция, создает положительные эмоции и стимулирует психологическую стабильность;
- оздоровительная функция, направлена на восстановление и развитие физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;
- информационная функция, позволяет получить новую информацию о стране, регионе, людях и т.д.;
- образовательная функция, позволяет приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- совершенствующая функция, приносит интеллектуальное и физическое усовершенствование;
- рекламная функция, дает возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы о стране, регионе, туристском комплексе, отеле, турфирме и т.д.

Многофункциональность анимации обусловила и многообразие видов

анимационной деятельности, а также большую разновидность анимационных программ и мероприятий.

Таким образом, опираясь на работы: В.В. Богалдина-Малых, Т.Н. Третьяковой, Т.И. Гальтерина, Т. А. Поляновой, И.И. Гаранина, Ф. Котлера, можно сделать вывод, анимация – это деятельность по созданию и реализации специальных программ проведения свободного времени, организация развлечений и спортивного проведения досуга. На ряду с понятием анимация существуют также такие понятия как гостиничная анимация и туристская анимация, рекреационная анимация. В анимационной программе выделяют различные функции: адаптационная, комплексная, стабилизирующая, оздоровительная, информационная, образовательная, совершенствующая и рекламная. Анимационная деятельность на предприятиях индустрии гостеприимства – это реальный и особый мир со свойственным только ему правилами действия, которые выполняют профессионалы. Исследуя анимационное обслуживание в гостиницах, можно сделать вывод о том, что в наше время, в XXI веке, в среде с большой конкуренцией на рынке туристских услуг недостижимо представить гостиничный комплекс без формирования в нем анимационной деятельности, с применением новых современных ее видов и форм.

1.2. Особенности проектирования анимационной программы для гостиничного предприятия

Анимация занимает весомое место в индустрии гостеприимства. На взгляд системного подхода гостиничная анимация – это удовлетворение своеобразных туристских потребностей в общении, движении, творчестве, культуре, приятном проведении времени, развлечении. Спектр всех этих потребностей очень широк, так как люди, отправляющиеся отдыхать, вкладывают в данное понятие абсолютно разный смысл: для одних – это странствие, приключение, а для иных – чтение книжек, прогулка по лесам,

горам и т.д. Соответственно спросу и мотивации поездок в практике гостиничного обслуживания складываются следующие виды анимации, удовлетворяющие разные потребности путешественников, туристов выделяют следующие виды анимации:

- анимация в движении – удовлетворяет потребность современного человека в движении, сочетающемся с чувственным удовлетворением;
- анимация через переживание – удовлетворяет потребность в ощущении нового, неизвестного, неожиданного при общении, открытиях, а также при преодолении трудностей;
- анимация через общение – удовлетворяет потребности в общении с новыми людьми, в открытии внутреннего мира людей и познании себя через общение;
- анимация через успокоение – удовлетворяет потребность в покое, уединении, контакте с природой, а также в «праздной лени»;
- культурная анимация – удовлетворяет потребность людей в духовном развитии личности через приобщение к культурно – историческим памятникам и современным образцам культуры страны, региона, народа, нации;
- творческая анимация – удовлетворяет потребность человека в творчестве, демонстрации своих созидательных способностей и установлении контактов с близкими по духу людьми через совместное творчество [3, с.25].

Анимационные программы наиболее часто носят комплексный характер, а перечисленные виды анимации считаются составляющими деталями этих программ. Анимационные программы одновременно с просто развлекательными событиями включают различные спортивные игры, состязания, соревнования. Такая композиция делает данные программы наиболее содержательными, занимательными и полезными для закрепления, восстановления самочувствия, в следствии этого во взаимосвязи туристской анимации и спорта больше всего и достигается максимальный восстановительно-оздоровительный результат.

Для отдыхающего необходимость в веселии стоит на третьем месте

после аппетитной и разнородной еды, удобной и комфортной комнаты. Анимация туристской и гостиничной деятельности занимает важную роль в индустрии гостеприимства и представляет из себя отдельную службу, плотно связанную с иными и имеющую характеризующее значение в обеспечении эффективного функционирования его на туристском рынке. В связи с этим существуют задачи анимационной службы.

Задачей анимационной службы считается постоянный контакт с отдыхающими, итог которого довольно сильно оказывает большое влияние на общий отзыв об отдыхе. И непосредственно этому контакту отель имеет возможность иметь определенный процент постоянных клиентов. Отели, которые стремятся увеличить данный процент, как правило стараются не менять состав анимационной команды, постоянно совершенствуя ее работу.

Кроме непосредственной работы с отдыхающими, анимационная команда может принимать участие в маркетинговой деятельности гостиничного комплекса: сниматься в роликах, оформлять буклеты. Время от времени службе анимации поручают проведение экскурсий по отелю для информационных групп – представителей туристских компаний. Наличие анимационной службы заявляет о статусе отеля. Так как для обычной и конструктивной работы анимационной команды нужно иметь на его территории вместительный и удобный амфитеатр, детскую площадку со всеми ее атрибутами, бассейны и другие спортивные постройки. Также требуется систематическое обновление материальной базы – костюмов, декораций, спортивного и игровых предметов. Эти расходы по карману не каждому отелю, в следствии этого анимационная служба находится, как правило, лишь в структуре отелей 4-и 5-звездочных [12, с.82].

В последнее время наибольшее число гостиничных комплексов старается поднять свой уровень обслуживания конкретно за счет наличия в собственной структуре анимационной службы. Если гость провел свой отдых забавно и занимательно, он может закрыть глаза на возможные дефекты как: неудобства в период перелета и размещения, скверная погода и отсутствие в

баре любимого сока.

Гостиничная анимация имеет свои отличительные черты: думает, организуется и проводится самим отелем, туристским комплексом по аналогии с потребительским интересом, который исследуется и познается на основе анкетных опросов и личного контакта персонала отеля с постояльцами, а еще по аналогии с имеющимся навыком обслуживания гостей в своем и иных отелях. При этом предусматривается национальность, возраст, пол и другие особенности категорий и групп туристов, ну а в идеале – и индивидуальные отличительные черты каждого туриста. Она делает подходящую радушную, уютную и дружескую атмосферу в отеле; удовлетворяет потребности гостей в физическом и духовном развитии, чувственном обогащении через приятные переживания; имеет комплексный характер благодаря специальным программам, которые используют все виды и формы анимации; позволяет для довольно хорошего общения, приятных личностных и общих переживаний и для веселий, развлечений. Она мобильна, непринужденна, интимна, действенна; имеет постоянный характер, каждодневный контакт с туристом; разрешает учитывать их просьбы, с легкостью организуема. На постоянных гостей гостиницы в компьютерной информационной базе данных службы приема и размещения ведется обновляемое досье. Помимо всего этого, в гостинице, в отеле, туристском комплексе вполне вероятно вовлечение персонала гостиницы в некие и определенные анимационные программы, что собственно дает им особый спектр и дружеский, радушный нрав [2, с.29].

Г.М. Долматов отмечает, что значение гостиничной анимации для отеля, туристского комплекса заключается в увеличении степени довольства, удовлетворенности постояльца обслуживанием, комплексности и качества гостиничной услуги и как следствие – в повышении имиджа отеля, расширении интенсивного туристского сезона, в росте престижности специальностей сферы гостеприимства, что достигается профессиональной, интеллектуальной, успешной, действенной работой одаренных, очень

творческих тураниматоров. На ряду, с гостиничной анимацией, присутствует и туристская гостиничная анимация.

Туристская гостиничная анимация – это одно из спасательных средств в гостеприимстве при негативных атмосферных критериях (прохладное, ветреное море, бесснежная зима на лыжном курорте), задержках транспорта и при иных возможных обстановках. Государственный и социальный результат от туранимации в рекреационной деятельности в прямом и косвенном виде выражается в сотнях миллионов долларов в год и определяется степенью оздоровления государства в следствии действенного отдыха, который формируется из последующих причин:

- экономии рабочего времени и понижение издержек на больничное обслуживание, посещение поликлиник, за счет сокращения нахождения в больницах;
- уменьшение временной нетрудоспособности с помощью профилактики заболеваемости;
- возрастание объема производства и государственного дохода с помощью увеличения производительности труда и понижения смертности в трудоспособном возрасте [10, с.77].

Виды анимации считаются основополагающим анимационных программ. На базе анализа работ исследователей, занимающихся трудностями анимации в гостиничной индустрии, можно выделить следующие виды анимации: анимация в движении, анимация через переживание, анимация через общение, анимация через успокоение, культурная анимация, творческая анимация. В анимационном сервисе можно выделить несколько элементов, базирующихся на видовых связях основных направлений анимационной деятельности. Анимационная деятельность играет существенную роль в структуре гостиничного продукта и выполняет ряд довольно весомых функций, главными из которых являются педагогические и рекламные, психологические.

Под технологией творения анимационных программ понимается

комплекс способов, приемов труда аниматора, организация данного труда, применение особых технических средств (объектов, построек, инструментов, приборов и приспособлений). Это трудоемкий и разносторонний процесс, потому что решает следующие задачи: создание анимационных программ, экономический расчет стоимости каждой программы, их реализацию и, в конце концов, творческое воплощение запрограммированных анимационных мероприятий с последующим анализом. Этот научно-технический процесс представляет из себя целостную систему, в которой взаимодействуют все составляющие.

Т.Н. Третьякова считает, что «анимационная программа – это объединенный единой целью либо планом проведения туристских, физкультурно-оздоровительных, культурно-массовых, познавательных и любительских занятий». Технологический процесс создания анимационных программ базируется на трех составляющих, определяющих объектно-субъективные поведенческие линии:

- объект деятельности – обслуживаемые туристы, население (группы и отдельные личности);
- субъект деятельности – руководитель, специалист анимационной службы;
- собственно анимационная деятельность со всеми ее компонентами – процесс воздействия субъекта на объект [17, с.68].

Все составляющие функционирования технологического процесса находятся в единстве взаимодействия и образуют единую систему. Основной составляющий элемент данной системы – объект работы, люди (туристы, постояльцы, отдыхающие). Все создано для удовлетворения их духовных и физических потребностей. Следовательно, при исследовании и разработке анимационных программ необходимо учитывать такие факторы как, влияющие на восприятие и оценку путешественником, отдыхающим программы: возраст, пол, национальность, уровень образования, профессиональные интересы, уровень доходов, хобби.

Во время формирования анимационной программы ее инициаторам в

для начала следует понять:

- какова целевая аудитория (для кого делается анимационная программа);
- что заложено в базу анимационной программы (целеполагание и основная мысль);
- как выстроить анимационное событие (задачи технологического процесса и пути их решения для достижения цели).

Работу по подготовке и проведению любой анимационной программы можно поделить на четыре главных этапа: подготовительный, начальный, основной, заключительный.

Подготовительный этап играет очень важную роль в организации анимационного обслуживания и включает в себя решение следующих задач:

- анализ предлагаемых анимационных программ;
- определение целей и задач;
- конструирование анимационной программы;
- создание или подбор сценариев анимационных событий, включенных в программу;
- подбор творческих коллективов и определение обязанностей внутри анимационных команд;
- создание системы расходов для проведения программы;
- техническая подготовка;
- проведение репетиций, обучение правилам игр и т.д.;
- информирование туристов о времени и месте проведения анимационного события.

Исходный шаг считается промежуточным между предварительным и ключевым, тут случается установление контакта с путешественниками, осуществляются запись на всевозможные анимационные события и сбор заявок.

Основной этап – проведение намеченной программы, реализация плана.

Заключительный этап – награждение участников и прощание с

постояльцами, выборочный опрос потребителей, анализ проведения программы, работу над модернизацией программы [14, с.51].

В.З Дуликов считает, что не менее важной в организации и проведении анимационного обслуживания является разработка программ культурного обслуживания, т.е. культурно-досуговых программ как одной из форм анимационной деятельности. Это могут быть театрализованные действия и праздничные события: праздники, фестивали, карнавалы, исторические театры, разного рода посвящения, концерты и т.д.

Также, в анимационном обслуживании одним из существенных считается составляющей игротеки. Игровые программы имеют все шансы быть тематическими и связующими, в помещении, транспорте, на свежем воздухе и т.д. Но организация и проведение анимационных программ базируются на конкретных принципах содержательно – процессуального построения, драматургии, режиссуры, технологий игротеки, материально технического обеспечения, связей с общественностью и т.д. Наиболее востребованными в анимационном сервисе являются формы культурно-досуговой деятельности. Наиболее популярными из них являются литературно – музыкальные композиции, концерт театров, художественное и театрализованное представление, и действие.

Основными технологическими характеристиками культурно-досуговой деятельности являются доминантная цель действия, методы и средства воздействия, уровень встречной активности участников и формы ее выражения. В зависимости от форм культурно-досуговой деятельности технологические характеристики могут быть различными по отношению к целям, методам и средствам действия и воздействия как со стороны организаторов, так и со стороны участников анимационных программ [11, с.74].

С.И. Байлик пишет, что при проведении и подготовке анимационных программ устанавливается огромное число устойчивых взаимосвязей и взаимодействий людей, выполняющих организационные и методические

функции. Основные этапы в технологии анимационной деятельности анализ обстановки; постановка цели; сбор материала для осуществления намеченной цели; репетиция; проведение программы; анализ проведенной программы. За время формирования анимации как вида профессиональной деятельности, связанной с культурно-досуговой деятельностью, методика анимационной деятельности располагала тремя методами: театрализация, иллюстрирование, игра. Массовые формы развлекательной деятельности – самые дорогостоящие: театрализованные праздники, зрелища, представления, обряды, торжественные встречи, праздники улиц, фестивали, конкурсы и т.д. Каждая из этих форм в отдельности способна нести огромный смысловой и эмоциональный заряд.

Среди массовых форм развлекательной деятельности наиболее ответственны по подготовке, сложны по своей структуре театрализованные праздники и обряды, поскольку участие в празднике или обряде может удовлетворить различные общественные, материальные и духовные потребности, побуждающие к деятельности. Поэтому, прежде всего, следует рассматривать праздник, как массовое событие, действие, отражающее настроение и отдельного человека, и широких масс. Для того чтобы подготовить праздник, следует создать праздничное настроение, т.е. условия для выражения всей гаммы чувств и настроений, которые подарят улыбки людей и пленительную радость.

Программы отдыха – это объединенный общей целью или замыслом план проведения туристских, физкультурно-оздоровительных, культурно-массовых, познавательных и любительских занятий.

Функции анимационных программ – организация и руководство культурными, оздоровительными и спортивными мероприятиями, их дальнейшее распространение среди туристов [2, с.143].

В.Г. Гуляев под технологией создания и реализации анимационных программ понимает комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств. Это сложный и

многоплановый процесс, поскольку решаются следующие задачи: создание анимационных программ; экономический просчет стоимости каждой программы; реализация программы; творческое воплощение запрограммированных анимационных мероприятий с последующим их анализом. Данный технологический процесс представляет собой целостную систему, в которой взаимодействуют все компоненты. Технология создания и реализации анимационных программ состоит из нескольких взаимосвязанных подсистем:

- организационная – организация совместной деятельности анимационной команды, экономического, технического, рекламного отделов;
- инструкторско-методическая – создание и разработка сценариев мероприятий, текстов объяснений на экскурсиях, подбор спортивных игр и соревнований, составление маршрутов подходов с последующей разработкой методических рекомендаций на основе обобщения опыта;
- режиссерская – распределение ролей, составление плана репетиций, постановка спектакля, шоу;
- техническая – подготовка технических средств, площадка (сцены) для анимационных мероприятий, декораций, освещения, музыкального сопровождения и т.д.

Для того чтобы анимационные программы были действительно интересными, необходимо их правильно организовать. Организаторская деятельность предполагает наличие у специалистов умение распределять работу, персонально определять обязанности, права и ответственность, устанавливать продолжительность выполнения работ, разрабатывать систему контроля за исполнением принимаемых решений, вести дела так, чтобы видеть и решать коренные вопросы в перспективе. Для того чтобы удачно составить развлекательную программу, необходимо определиться с рядом критериев, а именно:

- жанром, при котором создается особая атмосфера для зрителей. При этом номера и фрагменты должны сочетаться таким образом, чтобы сложилась единая картина и связанная структура элементов данного представления;
- названием данного представления, которое создает настрой и раскрывает его суть;
- сценарным планом, в котором обозначен перечень элементов, фрагментов, событий в процессе их развития, персонажей, их отношения и движения; обязательно должна быть завязка, кульминация и развязка;
- сценарием, т.е. детализацией пунктов сценарного плана, а также литературной частью – проработкой монологов и диалогов, изучением речевого стиля;
- режиссерским планом – переводом литературы на язык действия, составлением и координацией непрерывной действенной цепочки, работой с техникой, светом и звуком.

Кроме того важно, где будет разыгрываться данное действие (на летней площадке, в баре, около бассейна), определиться с темпом, ритмом, включением эффектных моментов и репетиционным периодом [9, с.278].

А.Д. Жарков считает, что качество анимационной программы связано, как правило, с интересными режиссерскими находками, богатым арсеналом сценографических, музыкальных, пластических, речевых, светотехнических приемов в разработке и реализации анимационных программ.

Вечерние представления являются главной частью развлекательной программы гостиницы. Они должны быть очень разнообразны по содержанию, постановке костюмам и интересны для всех отдыхающих. Как правило, в них принимают участие все аниматоры. Организаторы стремятся сделать каждое представление ярким, красочным, запоминающимся, в каждом из них должна быть своя изюминка. И по форме вечерние шоу бывают самые разные: это и небольшая бытовая сценка, разыгранная актерами – аниматорами, и серьезное театрализованное представление, в котором могут принять участие зрители из зала, гости, заранее приглашенные на ту или иную роль. Помимо шоу в вечернюю развлекательную программу

входят также различные конкурсы, викторины и лотереи.

Как правило, на территории гостиницы организуется большое вечернее кафе, куда после ужина собирается значительная часть отдыхающих туристов. Для них проводятся всевозможные викторины с тематикой познавательного характера, конкурсы, лотереи, где вручаются простые, но в то же время оригинальные призы за счет отеля. Кроме того, у аниматоров в запасе имеется множество разнообразных игр, которые могут быть также использованы в ходе мероприятия. Для того чтобы удовлетворить потребности гостей разных национальностей, возрастов, финансовых, физических, интеллектуальных возможностей, программы анимации должны меняться на протяжении всего сезона по содержанию, интенсивности, времени проведения и по другим параметрам [12, с.62].

В.С. Бугаенко в своей работе отмечает, что анимационные программы в значительной мере зависят от размера гостиницы, ее местонахождения, функциональной ориентации, имеющихся возможностей (в том числе по спектру оказываемых дополнительных услуг), а также от профессионализма и степени универсальности аниматоров, от их таланта. Качество и объем анимационных программ в комплексах, гостиницах определяются в существенной степени наличием требуемого персонала и в целом эффективностью анимационного менеджмента. В небольшой гостинице анимационными программами может заниматься один человек – менеджер туранимации, в туркомплексе среднего размера – отдел (служба) туранимации, а в крупных курортных и клубных туркомплексах – специализированные анимационные центры (центры досуга).

В анимационной деятельности важной формой является общение. Анимационные программы типа «общение по интересам» являются по сути дела комбинациями из упомянутых программ, однако здесь необходимо уделить больше внимания той непринужденной, ненавязчивой, комфортной обстановке, которая располагала бы к общению соответственно интересам, желаниям, темпераментам, национальностям. Для этого, безусловно,

необходим хороший аниматор. При разработке этих программ ставятся, в частности, следующие цели:

- удовлетворение потребностей самовыражения;
- поощрение туристов в развитии своих умений;
- направление развлечений и навыков в нужное русло;
- избавление от ежедневных проблем и стрессов;
- изменение имиджа и расслабления напряжения;
- приобретение дополнительных знаний в области культуры.

Процесс восприятия предложенных анимационных программ зависит от многих факторов. Одна и та же программа может вызвать у одних людей положительные эмоции, а у других – прямо противоположные. Именно поэтому важно дифференцировать потребителей данных услуг заранее, иметь в запасе несколько различных программ или мероприятий, чтобы удовлетворить разные вкусы [6, с.247].

И.В. Зорин считает, что при составлении анимационных программ необходимо учитывать национальные особенности туристов. Представителям народов, безвыездно живущих в течение многих лет на своей родине, кажется, что их способ жизни, манеры поведения, вкусы и социальные взаимоотношения являются целесообразными и правильными, поэтому любые отклонения от устоявшегося стереотипа поведения принимаются ими за странности или особенности национального характера. Специалистам, занятым в индустрии гостеприимства, необходимо знать национальные особенности туристов, их привычки, вкусы, наиболее приемлемые формы досуга.

Хорошо организовать работу анимационной службы можно только при наличии достаточной материальной базы. Для проведения шоу программ, спортивных игр и других развлекательных мероприятий необходимы соответствующее оборудование и реквизит. Поскольку отдых каждый понимает по своему, то и предложение должно быть разнообразным. Чем богаче материальная база, тем большее количество развлечений можно

предложить. Материальная база для анимационных программ должна включать в себя:

- оборудование для отдыха на пляже (водные аттракционы, башни свободного падения, зонты, горки и т.д.);
- оборудование для детских площадок;
- помещение, мебель и необходимый реквизит и инвентарь для мини-клуба;
- оборудование для подвижных игр и тренажерных залов;
- оборудование, декорации и набор костюмов для сцены;
- проекционное, звуковое, сценическое, светотехническое и другое оборудование для проведения шоу, дискотек, конкурсов и соревнований.

Чтобы предложить гостю полную анимационную программу отеля должны иметь особую инфраструктуру и большие возможности. Дизайн этих объектов требует особого внимания. Для поддержания материальной базы в рабочем состоянии необходимо иметь хозяйственника, который бы следил за оборудованием и инвентарем. Основная же ответственность за сохранность ложится на аниматоров, для чего необходимо с ними проводить соответствующий инструктаж. Аниматоры должны не только сами бережно обращаться с оборудованием, костюмами, но и призывать к этому туристов и гостей отеля [15, с.72].

Таким образом, опираясь на труды Т.Н. Третьяковой, В.З Дуликова, С.И. Байлик, В.Г. Гуляева, А.Д. Жаркова, В.С. Бугаенко, И.В. Зорина можно сделать вывод, что технологический процесс создания анимационных программ базируется на трех составляющих, характеризующих объектно-субъективные поведенческие линии: объект деятельности; субъект; процесс воздействия субъекта на объект. При подготовке и проведении анимационной программы существуют четыре основных этапа: подготовительный, начальный, основной, заключительный. Также в анимационных программах важен элемент игротеки. При технологии создания и реализации анимационных программ следует учитывать следующие подсистемы: организационная; инструкторско-методическая; режиссерская; техническая.

Для того чтобы удачно составить развлекательную программу, необходимо определиться с рядом критериев, а именно: жанром; названием данного представления, которое создает настрой и раскрывает его суть; сценарным планом; сценарием; режиссерским планом. А также важную роль при реализации анимационной программы играют аниматоры. Они непосредственно контактируют с туристами, гостями, следовательно, от степени их профессионализма, личностных качеств, соблюдение ими своих обязанностей и правил поведения зависит общее впечатление туристов об анимационной программе в отеле и, как следствие, об уровне туристического комплекса.

ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ГОСТИНИЧНО- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА «AVS ОТЕЛЬ»

2.1. Общая характеристика гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» и маркетинговое исследование, направленное на выявление актуальности проектирования анимационной программы для гостей отеля

«AVS Отель» – это современная городская гостиница эконом-класса (2 звезды), который находится по адресу г. Екатеринбург, Орджоникидзевский район, микрорайон Уралмаш, Республиканская улица, 1А, в 2,8 км от станции метро «Проспект Космонавтов». «AVS Отель» является первым в Екатеринбурге представителем сети AVS и полностью соответствует ее высоким стандартам. Гостиница расположена в экологически чистом уголке микрорайона Уралмаш рядом с парком Победы. «AVS Отель» основан в 1970 году. В 2004 г. в отеле была проведена значительная реконструкция. Сегодня это современная гостиница, отвечающая всем представлениям о качественном отдыхе и комфортном проживании. Номерной фонд составляет 158 номеров – от «Эконом» до «Люкс» класса.

«AVS Отель» предлагает гостям широкий выбор конференц-услуг. Здесь расположились три конференц-зала на 50, 150 и 200 человек и комната переговоров оснащенные современной техникой (проектор, ноутбук, экран, звуковое оборудование для проведения конференций). Отель так же предлагает своим гостям интернет, факс, отправка e-mail, банкомат, международная связь, трансфер, услуги такси, бесплатная парковка автомобилей.

В гостиничном предприятии «AVS Отель» гостям предоставляется возможность воспользоваться услугами по организации торжеств. В отеле имеется просторное помещение кафе на 200 посадочных мест и уютный

ресторан европейской кухни на 40 посадочных мест. После завершения мероприятия гости могут разместиться в номерах гостиницы.

На территории «AVS Отеля» работает развлекательный центр «VICTORY», предоставляющий такие услуги как бильярдный клуб, который включает в себя: 7 столов для игры в русский бильярд, 1 стол для игры в пул, также поиграть в дартс, шахматы, шашки, нарды. Стоимость этих развлечений совсем невысока, вот например стоимость русского бильярда от 250 до 300 рублей в час, дартс от 150 до 200 рублей в час, а вот шашки, шахматы и нарды всего лишь 50 рублей в час. Гости которые, возможно, часто приезжают в командировку и останавливаются в этом отеле, либо местные любители постоянного приятного отдыха могут арендовать шкафчик для хранения индивидуального кия. Стоимость 200 рублей в месяц, за 6 месяцев цена со скидкой в размере 1000 рублей, также можно арендовать на целый год и стоимость будет составлять 2000 рублей.

Караоке-клуб «VICTORY Холл» поглощает гостей своим интерьером, уютной и теплой атмосферой с более чем 25 тысячами музыкальных композиций. Также имеется бонусная программа для всех гостей караоке-бара: новое меню и постоянное пополняющаяся винная карта. Время работы караоке-клуба с 21:00 до 6:00 часов. Действуют системы фэйсконтроля и дресскода. Администраторы имеют полное право без объяснения причины не пускать гостей. В караоке-клуб «VICTORY Холл» вход платный: с воскресенья по четверг стоимость составляет 300 рублей, а в пятницу и субботу- 500 рублей. Песни можно исполнять в порядке живой очереди, согласно нумерции столов с самого открытия клуба, до последней минуты работы, а также заказ любой танцевальной композиции.

Романтики и любители свежего воздуха «AVS Отель» могут воспользоваться уголком живой природы, который предлагает «VICTORY Парк». Беседки различной вместимости с детскими площадками расположены по территории парка в лесу и около озера. Во всех беседках имеется электричество. Вся территория парка обработана от клещей. Гостям

предоставляется возможность покататься на качелях, которые установлены в лесной зоне, а гости с детьми могут провести время на воздухе на большой детской площадке-городке. В холодное время года гостям доступны теплые беседки, которые имеют печной обогрев. Беседки отлично подходят как для семейного отдыха, празднования дней рождений, так и для других событий. Дополнительными услугами являются: заказ пирогов, услуги настоящего мастера своего дела – шашлычника. В этом парке предоставляется возможность покататься в лесу верхом на лошадях, на санях, а для самых маленьких отель предоставляет услугу катание в детской тележке. В теплое время года в «VICTORY Парк» работает летнее кафе, которое предлагает гостям разнообразные напитки и легкие закуски.

К услугам любителей активного образа жизни спортивный комплекс «VICTORY Спорт», занимающий 1700 кв. м. и три этажа. На его территории есть возможность проведения занятий на открытых площадках лесопарковой зоны, где располагаются: баскетбольная, футбольная площадки, а также площадки для пляжного волейбола. В спортивном комплексе «VICTORY Спорт» при «AVS Отеле» имеется пункт проката спортивного инвентаря, тренажерный зал площадью 500 кв. м., зал групповых программ, таких как: танцы, йога, аэробика, пилатес и др., кардиозона, зал единоборств (секции как для взрослых, так и для детей). Также программы детского фитнеса, где в целом проходит общая физическая подготовка. Все детские секции для ребят до 14 лет. В спортивном комплексе «VICTORY Спорт» гостям предлагается воспользоваться услугами фитнес-бара с достаточно большим выбором еды, напитков и закусок. В зимнее время для любителей активного образа жизни есть возможность катания на лыжах, взять в прокат бублики, санки, а в теплое время года можно воспользоваться велосипедами и даже заняться ловлей рыбы на озере Шувакиш.

В настоящее время в качестве дополнительной услуги гостям гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» в качестве развлечения и отдыха, предлагаются интерактивные квесты. Интерактивный сюжетный

квест – это приключенческая игра, в рамках сценария которой участники передвигаются по пунктам (чекпоинтам), находят задания и выполняют их. Основой подобных квестов является достижение цели, которую участники могут достигнуть только выполнив определенную сумму заданий и пройдя определенные испытания. Для каждого квеста предусмотрен свой игровой маршрут, каждый из пунктов которого содержит в себе задание, загадку или препятствие, которые игрокам необходимо решить или преодолеть для того, чтобы узнать расположение следующего пункта. А когда игроки добираются до финиша – они разгадывают главную загадку сценария и получают супер-приз. Игровые сценарии квестов могут носить не только развлекательный характер, но могут быть дополнены программой развития коммуникативных навыков общения, и играми, и заданиями на командообразование и т.п.

Всего гостям гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отеля» их предлагается три варианта. Среди них:

1. «Тайна потерянного артефакта».
2. «Камелот. Придворные интриги».
3. «Супергеройский Новый Год».

В лесном массиве недалеко от гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отеля» расположены «Республиканские бани». Данная территория комплекса обнесена изгородью и изолирована от общей парковой зоны. Помимо «русских» бань у гостей есть возможность воспользоваться саунами. В сауне имеются 4 комнаты отдыха, бассейны (2х3 м) с чистой артезианской водой, финская парная с сухим паром. Возможно установить мангал, аудиосистему, телевизор и попеть песни в караоке. Данная территория комплекса обнесена изгородью и изолирована от общей парковой зоны. В банном комплексе дополнительными плюсами являются:

- доставка питания непосредственно в баню по меню ресторана «VICTORY Холл»;
- салон красоты, в который также входит массаж тела, кедровая бочка, солярий, парикмахерская, а также услуги ногтевого сервиса.

Для выявления актуальности проектирования анимационной программы для гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» нами был проведен социологический опрос потенциальных потребителей данной дополнительной гостиничной услуги, в котором приняли участие 50 гостей отеля. Результаты анкетирования целевой аудитории представлены в таблице 1.

Материал удален, так как содержит информацию, представляющую коммерческую ценность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало его актуальность и своевременность, так как в настоящее время включение анимационных программ в работу отелей повышает их престиж и востребованность на рынке гостиничных услуг. Развлекаясь, человек или группа людей удовлетворяют свои духовные, эмоциональные потребности. Процессы развлечения осуществляются как в естественной, так и в искусственно созданной обстановке. В современном мире в условиях жесткой конкуренции на рынке гостиничных услуг невозможно представить гостиничный комплекс без организации в ней анимационной деятельности. Анимация в гостиничной индустрии представляет собой целостный процесс взаимодействия аниматоров с гостями в досуговой сфере на основе соединения формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате такого взаимодействия удовлетворяются релаксационно-оздоровительные, культурно-творческие, образовательные потребности и интересы участников данного процесса, создаются условия для формирования социально активной личности, способной к преобразованию окружающей действительности и себя в ней. Анимация имеет характерные черты: осуществляется в свободное время; отличается свободой выбора, добровольностью, активностью, инициативой как одного человека, так и различных социальных групп; обусловлена национальными, религиозными, региональными особенностями и традициями; характеризуется многообразием видов на базе различных интересов взрослых, молодежи и детей; отличается глубокой личностностью; носит гуманистический, культурологический, развивающий, оздоровительный и воспитательный характер. В ходе написания выпускной квалификационной работы мы разработали анимационную программу для гостинично-

развлекательного комплекса «AVS Отель»

В первой главе, нами была изучена и проанализирована литература таких авторов как: В.В. Богалдин-Малых, И.И. Гаранин, Т.И. Гальтерина, А.Д. Жарков, А.С. Кусков, Т.А. Полянова, Е.М. Приезжева, Т.Н. Третьякова и т.д. Опираясь на труды данных авторов нами были изучены такие определения как: анимация, гостиничная анимация, туристская и рекреационная анимация. Были изучены виды, функции и задачи анимации. Мы проанализировали технологию создания анимационной программы.

Во второй главе была дана характеристика материально-технической базы гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» и проанализирована востребованность в дополнительных услугах в нем. Для изучения целевой аудитории гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» нами была разработана анкета, направленная на выявление актуальности проектирования дополнительной услуги в виде анимационной программы. Анализ результатов анкет показал, что большинство гостей гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» хотели бы принимать участие в анимационных программах, популярными у гостей являются активные, развлекательные игры, но они не должны быть слишком сложными и не должны требовать в обязательном порядке участвовать в программе.

На основе исследований: С. И. Байлик, А.Д.Жаркова, И.В. Зорина, Ф. Котлера, И.Ю. Ляпина, А. Малькова, Т. Третьяковой, Т.А. Поляновой и др. авторов нами была разработана анимационная программа для гостей гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» «Армейский калейдоскоп». Также в работе представлено экономическое обоснование анимационной программы.

В ходе работы над ВКР был проанализирован 41 источник. В работе представлено 3 приложения: глоссарий, анкета социологического опроса потенциальных потребителей анимационной программы гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель», сценарий анимационной программы «Армейский калейдоскоп».

Использование анимации в гостинично-развлекательном комплексе «AVS Отель» приведет к лояльности гостей. Пробный вариант этой программы создан для оценки потребности на рынке и улучшения качества. Как дополнительная услуга анимационная программа «Армейский калейдоскоп» может поднять гостиницу на новый уровень и сделать ее еще более конкурентно-способной. Анимация в отелях, играет большое значение, в создании благоприятного психологического климата в гостинице, тем самым создаёт предпосылки для повторного приезда гостей, что заметно способствует увеличению имиджа и дохода данного отеля. Результаты пробной программы могут использовать в гостинице и в дальнейшем, меняя ценовую политику.

Таким образом, задачи выполнены, цель ВКР достигнута.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акимова, Г.Е. Лучшие игры для детей от 2 до 7 лет [Текст] / Г.Е. Акимова. – Санкт-Петербург, 2001. – 186 с.
2. Байлик, С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание [Текст] / С.И. Байлик. – М.: Дакор, 2008. – 288 с.
3. Богалдин-Малых, В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы [Текст] / В.В. Богалдин-Малых. – М.: Издательство Московского психолого-социального института, 2004. – 560 с.
4. Бондаренко, Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие [Текст] / Г.А. Бондаренко. – М.: Новое знание, 2008. – 365 с.
5. Браймер, Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства [Текст] / Р.А. Браймер. – пер с англ. М.: Аспект – Пресс, 2007. – 382 с.
6. Бугаенко, В.С. Техника обслуживания и культура работы в гостиницах [Текст] / В.С. Бугаенко, И.М. Каминский, В.В. Никульшин и др. – К.: Вища школа, 2007. – 256 с.
7. Гальперина, Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристкой анимации [Текст] / Т.И. Гальперина. – М.: Советский спорт, 2008. – 292 с.
8. Гаранин, И.И. Менеджмент туристкой гостиничной анимации [Текст] / И.И. Гаранин, И.И. Булыгина – М.: Советский спорт, 2004. – 128 с.
9. Гуляев, В.Г. Организация туристкой деятельности [Текст] / В.Г. Гуляев. – М., 1996. – 236 с.
10. Долматов, Г.М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы [Текст] / Г.М. Долматов. – Ростов-на -Дону: 2001. – 183 с.
11. Дуликов, В.З. Социально-культурная работа за рубежом [Текст] / В.З. Дуликов. – М.: МГУКИ, 2003. – 263 с.
12. Жарков, А.Д. Культурно-досуговая деятельность [Текст] / А.Д. Жарков. –

М.: МГУК, 1998. – 461 с.

13. Жарков, А.Д. Технология культурно-досуговой деятельности [Текст] / А.Д.Жарков. – М.: МГУКИ, 2002. – 250 с.

14. Зорин, И.В. Менеджмент персонала. Планирование карьеры в туризме [Текст] / И.В. Зорин. – М.: 2000. – 348 с.

15. Зорин, И.В. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес: Толковый словарь туристских терминов [Текст] / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Афины, 1994. – 408 с.

16. Ильина, И.Н. Туроперейтинг: организация деятельности [Текст] / И.Н.Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 256 с.

17. Игры. Обучение. Тренинг. Досуг [Текст] / В.В.Петрусинского. – М., 1994. – 464 с.

18. Квартальнов, В.А. Финансы и статистика [Текст] / В.А. Квартальнов. – М.: 2003. – 254 с.

20. Квартальнов, В.А. Туризм: теория и практика: Изобр. Труды: В 5-ти т. Т.5: Методика профессионального обучения и подготовка специалистов по туризму в России [Текст] / В.А.Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 248 с.

21. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм [Текст] / Ф. Котлер. – М.: 1998. – 264 с.

22. Кусков А.С. Гостиничное дело [Текст] / А.С. Кусков. – М.: Советский спорт, 2006. – 327 с.

23. Линн Ван Дер Ваген. Гостиничный бизнес [Текст] /Линн Ван Дер Ваген. – Ростов-на-Дону, 2001. – 416 с.

24. Ляпина И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания [Текст] / А. Ю. Лапина. – М.: ПрофОбрИздат, 2007. – 208 с.

25. Мальков, А. Театр под открытым небом [Текст] /А. Мальков. – М.: Советский художник, 1990. – 283 с.

26. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ. – М.: Аспект Пресс, 1994. – 243 с.

27. Папирян, Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) [Текст] / Г.А. Папирян. – М.: ОАО «НПО «Изд-во Экономика», 2006. – 212 с.
28. Полянова, Т.А. Детский досуг: теория и методика [Текст] / Т.А. Полянова. – Екатеринбург, 2007. – 196 с.
29. Приезжева, Е.М. Организация и методы игровой деятельности в туризме [Текст] / Е.М. Приезжаева. – М.: Советский спорт, 2005. – 127 с.
30. Приезжева, Е.М. Социально-культурная анимация в туризме [Текст] / Е.М. Приезжаева. – М.: Советский спорт, 2005. – 246 с.
32. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность [Текст] / Ж.А. Романович. – М.: изд-во «Дашков и К», 2006. – 285 с.
33. Тимохина, П.Л. Организация приема и обслуживания туристов [Текст] / П.Л. Тимохина. – М.: «Форум», 2010. – 351 с.
34. Уокер, Д. Введение в гостеприимство [Текст] / Д. Уокер. – М., 1999. – 463 с.
35. Филипповский, Е.Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства [Текст] / Е.Е. Филипповский, Л.В. Шмарова, 2003. – 176 с.
36. Чеботарь, Ю.М. Туристский бизнес [Текст] / Ю.М. Чеботарь. – М.: 2000. – 156 с.
37. Чудновский, А.Д. Гостиничный и туристический бизнес [Текст] / А.Д. Чудновский. – М.: 1998. – 183 с.
38. Яковлев, Г.А. Экономика гостиничного хозяйства [Текст] / Г.А. Яковлева. – М.: изд-во РДЛ, 2006. – 224 с.
40. Сайт отелей города Екатеринбурга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.101hotels.ru
41. Сайт гостиничного комплекса AVS Отель города Екатеринбурга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.avshotel.ru

Глоссарий

Анимация – это деятельность по разработке и осуществлению специальных программ проведения свободного времени, организация развлечений и спортивного проведения досуга.

Гостиничная анимация – комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристом и совместном их участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса.

Туристская анимация – это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие.

Анимационная программа – это объединенный общей целью или замыслом план проведения туристских, физкультурно – оздоровительных, культурно – массовых, познавательных и любительских занятий.

Технология – это совокупность средств, процессов, методов, операций, с помощью которых осуществляется производственный процесс (экономический словарь).

Технология – это научное описание способов производства (словарь Ожегова).

Индустрия – это сфера деятельности, сектор экономики включающий в себя производство (промышленность), сбыт товаров какого-то рода (в том числе и услуг как товара), сопряженные секторы и потребительскую аудиторию.

Гостиничная продукция – это вид экономической деятельности включает предоставление услуг и организацию краткосрочного проживания в гостиницах, мотелях, кемпингах, пансионатах и в других средствах размещения за вознаграждение.

Гостиничное предприятие относится к сфере услуг. По своей природе управление в сфере услуг неоднородно: оно выступает как единство

взаимосвязанных и взаимозависимых функций, индивидуального и коллективного труда, отношений различных форм собственности и пр. Но при всех условиях оно является важнейшим звеном реализации социально-экономических задач государства в сфере услуг.

**Анкета социологического опроса потенциальных потребителей
анимационной программы
гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель»**

Уважаемый гость,

просим Вас заполнить анкету, чтобы мы смогли сделать для Вас отдых в нашем гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель» еще более интересным и запоминающимся!

1. Укажите Ваш пол

Мужской

Женский

2. Участвовали ли Вы в анимационных программах?

– Да

– Нет

3. Встречались ли Вы с анимационными программами в других гостиницах?

– Да

– Нет

4. Хотели бы Вы поучаствовать в анимационной программе в гостинично-развлекательном комплексе «AVS Отель»?

– Да

– Нет

5. Какой должна быть оптимальная цена на анимационную программу в гостинично-развлекательном комплексе «AVS Отель»?

– от 200 до 400 рублей

– от 500 до 700 рублей

– от 800 до 1000 рублей

6. Какие виды развлечений на Ваш взгляд можно добавить в анимационную программу для гостинично-развлекательного комплекса «AVS Отель»

БЛАГОДАРИМ ЗА СОТРУДНИЧЕСТВО!

СЦЕНАРИЙ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ
«АРМЕЙСКИЙ КАЛЕЙДОСКОП»
ДЛЯ ГОСТИНИЧНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА
«AVS ОТЕЛЬ»

Перед началом открытия анимационной программы ведущий и аниматоры проводят развлекательно-юмористическую разминку, чтобы взбодрить всех как физически, так и морально.

Ведущий: Добрый день, друзья! Разделитесь на 2 команды. За каждый конкурс будет начислены очки. Конкурс «Загадки».

Чтоб сначала нам не замерзнуть, нужно загадки отгадать!

– «Днем спит, ночью летает и прохожих пугает» (Сова)

– «Весной веселит, летом холодит, осенью питает, зимой согревает» (Лес)

– «В густом лесу под елками, осыпанный листвой, лежит клубок с иголками, колючий и живой» (Еж)

– «В золотой клубочек спрятался дубочек» (Желудь)

При отгадывании загадки команде отгадавшей большее количество загадок начисляется по одному очку.

Ведущий: Разминка прошла хорошо, а побегать нужно еще! Необходимо на одной ноге проскакать до финиша и вернуться обратно. Принимающий эстафету должен придумать и назвать одно растение на определенную букву:

Д-дуб, дурман, душистый горошек и т.д.

З- земляника, зверобой, замиакулькас и т.д.

О- Одуванчик, облепиха, осина и т.д.

Победившая команда получает 5 очков, а проигравшая 3 очка.

Ведущий: Все большие молодцы! А замерзнуть нам нельзя, подвигаемся быстро друг друга веселя! Конкурс «Забавное дерево».

Необходимо будет к двум деревьям, желательно равным по толщине, привязать веревки одной длины. Вызываются по одному человеку из каждой команды. По команде оба участника начинают бегать вокруг дерева и наматывать веревки. «Очко» получает участник той команды, который намотает веревку быстрее.

Ведущий: Друзья, а теперь почувствуйте себя настоящими толкателями! Да! Команды, выстройтесь в два ряда! Конкурс «Стрелки»!

Выдается по лыжной палочке каждой команде. Участники кидают палочки на сколько можно дальше. По сумме метров после кидания, выигравшей команде начисляется 5 очков, а проигравшей 3 очка.

Ведущий: Какие сильные мужчины! Молодцы вы настоящие! Погадаем снова!

Загадка снова такова:

– Прогони от нас метели, прокати на карусели. Растопи холодный лед, пусть весна скорей придет! (Масленица)

– Под водою целый склад! Плот из веток мастерят. Зубы так у них остры! Точат дерево? (Бобры)

– Стоит черепаха - стальная рубаха. Враг в овраг - да еще где враг. (Танк)

– Он готов в огонь и бой, защищая нас с тобой. Он в дозор идет и в град, не покинет пост? (Солдат)

Каждой команде снова по одному очку.

Ведущий: Все сдружились и сошлись, потому все весело прошло. Подводим итоги: команде набравшей большее количество очков вручаем по игрушке-танку, а проигравшей- по солдатику.

Ведущий: Дружными, отважными, веселыми легко пройти нам путь , пойдемте продолжим праздник в тепле еще чуть-чуть!

В продолжение вечера гости проходят в ресторан.

Ведущая: Сегодня большой праздник – День защитника Отечества! В этот день принято поздравлять всех военных, всех, кто отслужил в армии, и всех, кому это еще только предстоит. Но даже те из мужчин, кто ни разу не надевал

и не собирается надевать военной формы, сегодня тоже полноправные виновники торжества!

Наши дорогие защитники, конечно, уже расслабились и предвкушают удовольствие. Но их ждет сюрприз! Главными участниками импровизированного концерта станут они сами! Да, мужчины, герои сегодняшнего вечера – вы! Но первый номер в нашей программе – все же от женщин... Мы подготовили песню о вас! (Поют две, три девушки-аниматора, в том числе ведущая).

Песня «Катюша»

Расцветали яблони и груши,
Поплыли туманы над рекой.
Выходила на берег Катюша,
На высокий берег, на крутой.

Выходила, песню заводила
Про степного сизого орла,
Про того, которого любила,
Про того, чьи письма берегла.

Ой ты, песня, песенка девичья,
Ты лети за ясным солнцем вслед
И бойцу на дальнем пограничье
От Катюши передай привет.

Пусть он вспомнит девушку простую,
Пусть услышит, как она поет.
Пусть он землю бережет родную,
А любовь Катюша сбережет.

Расцветали яблони и груши,

Поплыли туманы над рекой.
Выходила на берег Катюша,
На высокий берег, на крутой.

Ведущая: Женщины могут пригласить мужчин танцевать! А мужчины подпевать!

После окончания песни:

Ведущая: Мужчины, дорогие наши мужчины, сегодня мы говорим только о них. Это сильный пол! Они наша опора, настоящие мужчины, которые не лишены творческих способностей! И ведь они помогают им найти нестандартный выход из сложной ситуации. И надо бы проверить наличие творческой жилки у виновников торжества! Как раз следующим номером концертной программы заявлено выступление ансамбля. Это будет «Ансамбль песни и пляски Оружие поет»!

Участвуют мужчины из каждой команды. Победителями окажется та команда, которая получит больше и громче аплодисментов.

А задание таково: спеть военную песню, которую все знают: «Смуглянку».

Как-то летом на рассвете
Заглянул в соседний сад,
Там смуглянка-молдаванка
Собирает виноград.
Я краснею, я бледнею,
Захотелось вдруг сказать -
Станем над рекою
Зорьки летние встречать.

Раскудрявый клён зелёный, лист резной,
Я влюблённый и смущённый пред тобой,
Клен зелёный да клён кудрявый,

Да раскудрявый резной.

Клён кудрявый да клён зелёный, лист резной,
Я влюблённый да смущённый пред тобой,
Клён зелёный да клён кудрявый,
Да раскудрявый резной.

А смуглянка-молдаванка
Отвечала парню в лад -
Партизанский молдаванский
Собираем мы отряд.
Нынче рано партизаны
Дом покинули родной,
Ждёт тебя дорога
К партизанам в лес густой.

Клён кудрявый, клён зелёный, лист резной,
Я влюблённый и смущённый пред тобой.
Клён зелёный да клён кудрявый,
Да раскудрявый резной.

Клён кудрявый да клён зелёный, лист резной,
Здесь у клёна мы расстанемся с тобой.
Клён зелёный да клён кудрявый,
Да раскудрявый резной.

И смуглянка-молдаванка
По тропинке в лес ушла,
В том обиду я увидел,
Что с собой не позвала.

О смуглянке-молдаванке

Часто думал по ночам,

Вдруг свою смуглянку

Я в отряде повстречал.

Раскудрявый клён зелёный, лист резной,

Здравствуй, парень, мой хороший, мой родной.

Клен зелёный да клён кудрявый,

Да раскудрявый резной.

Клён кудрявый да клён зелёный, лист резной,

Здравствуй, парень, мой хороший, мой родной.

Клён зелёный да клён кудрявый,

Да раскудрявый резной

Ведущая: Выступили наши защитники замечательно! Но, друзья, это еще далеко не все. Мы ведь даже не назвали и половины качеств, присущих нашим прекрасным мужчинам. Мне кажется, следующий пункт таков: настоящий мужчина должен всегда говорить правду и только правду! Ему просто необходимо это качество, чтобы сбивать с толку всех противников! И только сегодня нам представилась возможность проверить мужчин на детекторе лжи. Как знать, может, они скрывают от нас что-то серьезное?

Тест «Детектор лжи»

Ведущая задает вопросы мужчинам команды по очереди, на которые они должны отвечать быстро и не задумываясь, но вместо «да» следует говорить «Так точно», а вместо «нет» - «Никак нет!».

1. Хотели бы вы полететь на Мадагаскар?
2. Часто ли вы делаете комплименты девушкам?
3. Ваша мечта - Синди Кроуфорд?
4. Давно ли вы делали уборку в доме?

5. А у вас искренние чувства к вашей жене/девушке?
6. Вас раздражает ваше начальство?
7. Вы человек с юмором?
8. Знаете ли вы, о чем думает ваша жена/девушка?
10. У вас в детстве было забавное прозвище?

После опроса ведущая интересуется у женщин/девушек, были ли их мужья/молодые люди искренни, правдивы или солгали. В чьей команде больше искренних, правдивых, та и побеждает.

Ведущая: Серьезными людьми не интересно быть, они скучны, обязательно должно быть присуще чувство юмора! Оно позволяет смотреть на некоторые жизненные неурядицы с улыбкой. И я предлагаю команды продемонстрировать нам свой искрометный юмор, приняв участие в «Конкурсе анекдотов»!

Участники команд могут рассказывать не только анекдоты, но и забавные случаи как армейских лет, так и простых жизненных ситуаций. Победившая команда получает 5 баллов. Проигравшая- 3 балла.

Ведущая: Какие все забавные и в тоже время разные! Жизнь интересна и трудна! Поэтому мы поиграем в простую и одновременно сложную игру «Снайпер»!

Поставим стул на сцене, на него положим шляпу. После этого приглашаются по 5 человек из каждой команды. Каждый участник по очереди должен забросить в шляпу монетку, которую выдаетеся. Если все в команде справились с задачей, шляпу нужно будет отодвинуть немного. А кто промахивается - выбывает из игры. В финале конкурса 5 баллов зачисляется той команде, чей участник сможет забросить монетку в шляпу с завязанными глазами. А проигравшая команда- 3 балла.

Ведущая: Сориентировались друзья вы быстро и попадали хорошо. Попробуем сейчас мы правда подвигаться еще! Для этой игры «Хоккеист» нам понадобится пару веников, воздушных шариков, веревочек и пара человек из команд. С помощью веревки крепим веник на пояс участников

сзади, чтобы ощущался как хвостик. Веник будет той самой клюшкой, а шарик воздушный шайбой. Ваша задача- забить свою шайбу клюшкой, без участия ног и рук в ворота, роль которых у нас играет стул. Победителю команды начисляется 5 баллов, а проигравшей команде 3 балла.

Ведущая: Дорогие друзья! Не забудем какой это день! Двадцать третье февраля праздником мы зовем не зря! И спешим поздравить мы всех защитников страны! Поздравляем в этот час тех, кто охраняет нас. Будьте счастливы, сильны и Отечеству верны! Для вас, дорогие мужчины музыкальный подарочек.

Тут же на сцену выходят аниматоры девушки и поют куплет на мотив из песни «Ваше благородие, госпожа удача» (Автор неизвестен).

Ваше благородие, господа мужчины,
Вас поздравить с праздником мы нашли причину,
Открытку с 23-им, погоди не рви,
Пусть везет вам в счастье,
Пусть везет в любви.

Ваше благородие, доны – Дон Жуаны,
Мы вам пожелать хотим ездить в чужие страны,
Кошелек побольше и женщин – визави,
Пусть везет вам в жизни, пусть везет в любви!

Ведущая: Мне кажется, надо поблагодарить наших невероятных и интересных людей за улыбки, терпение и активность. Сегодня улыбки особенно важны и драгоценны. Подведем итоги. Чья команда набрала большее количество очков, получает в подарок вам сладости- макаруны! А (вторая) вот ваша команда отличилась самым громким смехом, хорошими анекдотами, в подарок вам по юмористической книжечке!

Вечер еще не закончен, потанцевать хочется очень! Дорогие друзья, танцуют все без исключения!!!