

ЭКОНОМИКА

Вимба Елена Александровна

студентка

Кулагина Евгения Викторовна

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса»

г. Омск, Омская область

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ ГОСТИНИЧНОЙ АНИМАЦИИ

Аннотация: в статье приведена характеристика анимации в контексте туристской и гостиничной индустрии; уточнено понятие гостиничной анимационной программы; предложена технология разработки анимационных программ для гостиничных комплексов и коллективных средств размещения гостиничного типа.

Ключевые слова: анимация, туризма, программа гостиничной анимации.

В современной экономической ситуации в сфере туризма наблюдаются изменения туристских потоков. В частности отмечается снижение интенсивности и уменьшение объема туристских потоков по ряду зарубежных направлений и переориентация отечественной тур. отрасли на внутренний туризм. Согласно статистическим данным в 2014 г. увеличение туристского спроса было зафиксировано в Анапе, Минеральных водах, Казане, Самаре, Москве. Так же прогнозируется увеличение потока в г. Сочи и на курорты Крымского побережья [4].

Учитывая складывающиеся тенденции увеличения спроса на туристский продукт, одним из способов повышения конкурентоспособности и привлекательности гостиничного комплекса может являться разработка анимационным мероприятий для туристов.

Анимация в современной теории социокультурной деятельности рассматривается как разносторонний и многовариантный досуг, обеспечивающий удовлетворение различных потребностей и интересов. Важной особенностью анимационных услуг является активное вовлечение участников отдыха в происходящее действие, а не просто пассивное наблюдение, а также наличие гедонистического компонента – получение удовольствия от действия, стимулирование положительных эмоций.

Анимация в туристском продукте определяется как досуговая деятельность, осуществляемая в специальных условиях; комплексная система услуг по организации свободного времени туристов. Анимация способствует повышению качества обслуживания туристов.

Н.И. Гаранин подразделяет туристскую анимацию на три основных типа [1]: анимационный туристский маршрут, анимационные услуги в технологических перерывах, гостиничная анимация.

Наибольшую распространенность получил третий тип анимации – гостиничная. Анимационные услуги, предоставляемые на базе коллективных средств размещения, по сути, становятся частью гостиничного продукта, одним из факторов туристского интереса к условиям пребывания в месте отдыха. В качестве мотивационных установок участия в анимационных мероприятиях как форме организации досуговой деятельности, по мнению Дж. Дюмазедье, могут являться [3]: желание добиться релаксации и разнообразия переживаний; потребность в увеличении объема своих знаний; наличие мотива участия в спонтанном социальном действии и непосредственном межиндивидуальном общении.

Гостиничная анимационная программа определяется как объединенный общей целью или замыслом и распределенный во времени перечень мероприятий, направленных на организацию свободного времени туристов, и удовлетворение их потребностей в отдыхе, развлечениях, активности, общении и пр.

В зависимости от ведущей деятельности, реализуемой в процессе проведения анимационной программы, выделяют следующие виды анимационных программ [1; 3; 5]:

Актуальные направления научных исследований: от теории к практике

- спортивные анимационные программы ориентированы на туристов, увлекающихся определенными видами спорта;
- физкультурно-оздоровительные программы отличаются от спортивных тем, что предназначены для туристов активного отдыха (аэробика, фитнес, туристский поход и пр.);
- развлекательно-соревновательные программы ориентированы на любителей активных конкурсов, игр, эстафет и пр.;
- спортивно-обучающие программы предполагают обучение каким-либо видам спорта или способам активности (серфинг, скалолазание, конная езда, сноубординг и пр.);
- зрелищно-развлекательные анимационные программы включают праздничные мероприятия, конкурсы, фестивали, карнавальные шествия, тематические дни, дискотеки, шоу и пр.;
- приключенческо-игровые анимационные программы предполагают участие в интересных постановочных действиях с необычным сюжетом («Пираты Карибского моря», «Поиск клада», «Властелин колец» и пр.);
- анимационные программы с включением экстремальных ситуаций; в отличие от приключенческо-игровых данный вид анимации предполагает достижение эффекта экстрима за счет имитации ситуаций с элементами риска или внезапности. Примером экстремальной анимации может быть спланированное переворачивание катамарана при водном спуске, розыгрыш ареста правоохранительными органами при въезде туристов на определенную территорию и пр.;
- анимационные программы «только для взрослых»; обычно данные мероприятия содержат развлекательные конкурсы с элементами демонстрации мужественности и женственности;
- культурно-познавательные анимационные программы строятся на приобщении туриста к культурно-историческим и духовным ценностям, традициям;
- любительские анимационные программы включают условия для проявления творческих способностей (рисование, гончарное искусство, изготовление

сувениров, скульптур из песка, игра на народных музыкальных инструментах и пр.);

– анимационные мероприятия, основанные на общественно-полезном труде (дизайнерские цветочные посадки, высадка или уход за зелеными насаждениями, изготовление и установка кормушек для птиц и животных и пр.).

На основе анализа теоретических основ туристской анимации, а также изучения опыта организации анимационных мероприятий на базе гостиничных комплексов и иных коллективных средств размещения гостиничного типа, нами предлагается технология разработки анимационной программы для туристов.

В работе по подготовке и проведению анимационной программы можно выделить четыре этапа: этап планирования; этап формирования заинтересованности туристов в участии в анимационной программе (мероприятиях); собственно-деятельный этап и заключительный этап.

На подготовительном этапе проводится:

- составление описание целевой аудитории;
- формулирование целей и задач организации досуговой деятельности туристов, моделирование ожидаемых результатов реализации анимационной программы;
- проведение маркетинговых исследований на предмет изучения туристского интереса, на наличие предложений у гостиниц-конкурентов;
- анализ ресурсов и технических условий для проведения анимационных мероприятий, планирование бюджета анимационной программы;
- составление анимационной программы посредством логического распределения анимационных мероприятий во времени и выбора мест их проведения;
- разработка сценария анимационной программы; определение творческих коллективов, технических средств; составление сметы проведения программы; подготовка рекламных материалов, инструктаж организаторов анимации.

На втором этапе проводятся работы по установлению контактов с потенциальными участниками анимационной программы или отдельных мероприя-

Актуальные направления научных исследований: от теории к практике

тий. Информирование участников может проводиться с использованием средств рекламы, личного общения аниматоров с гостями отеля и пр.

Третий этап включает проведение намеченной программы, реализацию замысла.

На заключительном этапе подводят итоги проведения анимационной программы, анализируют удовлетворенность участников, вносят при необходимости коррективы.

Анимационная программа составляется таким образом, чтобы развлекательные и спортивные элементы были разнообразны по своему содержанию и форме проведения, вызывали интерес у участников. Длительность анимационной программы зависит от продолжительности цели пребывания туристов; обычно программа разрабатывается на два дня; 1–2 недели или на сезон.

Таким образом, анимационная программа является важной составляющей качества обслуживания туристов на базе гостиничного комплекса; предлагаемая технология создания и организации анимационных программ является универсальной и может быть применена на базе различных коллективных средств размещения.

Список литературы

1. Гаранин, Н.И. Менеджмент туристической и гостиничной анимации / Н.И. Гаранин – М.: Советский спорт, 2006 – 128 с.
2. Дюмазедье, Ж. Планирование досуга и культурное развитие / Ж. Дюмазедье // Образование взрослых и досуг в современной Европе. – Прага: Обрис, 1966 – С. 51–59.
3. Ляпина, И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: учебник / И.Ю. Ляпина. – М.: Академия, 2008 – 208 с.
4. События и тенденции 2015 года, способные повлиять на туризм в России // РИАновости. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ria.ru/tourism/20150126/1044314948.html> (дата обращения 20.04.2015).
5. Тихонина, Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов / Т.Л. Тихонина. – М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2010 – 352 с.