

Исмаилов Амирам Теймурович

студент

Лютова Лидия Александровна

тьютор

ГБПОУ «Первый Московский
образовательный комплекс»

г. Москва

АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

Аннотация: в работе рассматриваются особенности работы анимационного сервиса отеля как средство продвижение всего потенциала туристической индустрии.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, анимационная деятельность, увеличение конкурентоспособности отеля.

Индустрии гостеприимства достаточно сложно дать какое-либо конкретное и емкое определение из-за огромного количества составляющих её отраслей. При исследовании природы индустрии гостеприимства важно осознавать, что она включает в себя различные области и секторы, кроме того, следует учитывать систему взаимоотношений, существующей между индустрией гостеприимства и другими индустриями, во многом схожими с ней.

Сектор развлечений, досуга и спорта играет важную роль в общей инфраструктуре индустрии гостеприимства и решает разнообразные задачи (прежде всего, воспитание, формирование оптимистического настроения, образование, отдых, развитие культуры людей). Заполняя развлечениями и спортом свой досуг, человек отдыхает и восстанавливает силы. К предприятиям и организациям сектора развлечений относят цирки, зоопарки, аттракционы, игротеки, парки отдыха, а также разнообразные зрелищные предприятия – театры, кинотеатры, концертные залы, филармонии и многое другое. Все чаще туристы, собирающиеся в путешествие, интересуются не только условиями проживания и экскурсионной

программой, но и наличием и уровнем анимационной команды в отеле, пансионате или курортном комплексе.

Актуальность темы данной дипломной работы очевидна по той причине, что получение прибыли прямым образом зависит от качества и ассортимента предлагаемых услуг. Ведь анимация – это своеобразная реклама всего потенциала туристической индустрии.

Объектом исследования является отель «HELIOPARK Thalasso».

Предметом исследования является деятельность анимационной группы и пути их совершенствования на примере отеля «HELIOPARK Thalasso».

Цель: разработать мероприятия по совершенствованию анимационной деятельности в отеле «HELIOPARK Thalasso».

Основные задачи, которые необходимо решить для достижения поставленной цели:

1. Рассмотреть понятие анимационной деятельности.
2. Проанализировать состояние анимационного сервиса, на примере отеля «HELIOPARK Thalasso».
3. Разработать и обосновать мероприятия по совершенствованию анимационной службы.

Практическая ценность работы: данная работа представляет собой практически разработанные программы по улучшению работы анимационной деятельности, которые могут быть применены в отеле.

Глобальный рост и развитие туризма во всем мире оказывает большое влияние на содержание и организацию профессионального туристского образования. По оценкам специалистов, в настоящее время включение анимационных программ культурно-познавательного, спортивно-туристского, развлекательного характера в содержание туристских маршрутов и поездок, в работу отелей повышает их престиж и востребованность на рынке туристских услуг. Развлекаясь, человек или группа людей удовлетворяет свои духовные потребности, оценивает собственную личность, анализирует свою роль в масштабах различных

подсистем. Процессы развлечения осуществляются как в естественной, так и в искусственно созданной обстановке.

Индустрия развлечений ставит своей целью создание условий развлечения, т. е. совокупности явлений, от наличия которых зависит процесс развлечения.

Социальная направленность развития индустрии развлечений выражается в том, что она служит формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся предпосылках. Индустрия развлечений, решая многогранные задачи (прежде всего воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, отдыха развития культуры человека) по сути своей формирует и развивает личность. Заполняя развлечениями, часть своего свободного времени человек восстанавливает себя и как трудовую единицу. Опыт развития индустрии развлечений в различных странах позволяет представить принципиальный состав ее самостоятельных единиц.

К сфере обслуживания населения развлечениями в мировой практике относятся предприятия туризма, включая средства размещения туриста. Ряд предприятий, организаций, учреждений обеспечивает развлечения в форме своей основной деятельности. Помимо гостиниц, к ним относятся зоны отдыха и исторические достопримечательности.

Индустрия развлечений выступает как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, привлекая значительные материальные, финансовые, трудовые ресурсы. В этом плане предприятия индустрии развлечений характеризуются специфическими технологиями, системами управления, результатом деятельности, организацией труда, персоналом.

Изучение туристов в качестве потребителей конкретных результатов индустрии развлечений, безусловно, имеет большое значение. В широком смысле радостные эмоции туриста могут быть связаны с любым моментом туристской поездки (передвижение к месту отдыха, фактом смены своего местоположения и

самим отдыхом). Осуществляются и специальные виды деятельности, целенаправленно вызывающие соответствующие эмоции. Закономерности потребления продукции индустрии развлечения должны быть изучены в сопоставлении с предыдущим образом жизни человека.

Итак, на основании данной работы можно сделать следующие выводы:

1. В современном мире в условиях жесткой конкуренции на рынке туристских услуг невозможно представить гостиничный комплекс без организации в ней анимационной деятельности.

2. Анимация в отелях, играет большое значение в создании благоприятного психологического климата в гостинице, тем самым создаёт предпосылки для повторного приезда гостей, что заметно способствует улучшению имиджа и увеличению дохода данной гостиницы.

Список литературы

1. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – 2012.
2. Волков Ю.Ф. Технологии гостиничного обслуживания. – 2013.
3. Гаранин Н.И. Менеджмент туристической и гостиничной анимации / Н.И. Гаранин, И.И. Булыгина. – 2014.
4. Долматов Г.М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы. – Ростов н/Д, 2014.
5. Жорин И.В. Планирование карьеры в туризме. – М., 2012.
6. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. – М., 2010.
7. Лиин Ван Дер Ваген. Гостиничный бизнес. – 2012.
8. Чеботарь Ю.М. Туристский бизнес. – М., 2011.
9. Тимохина П.Л. Организация приема и обслуживания туристов. – 2013.
10. Яковлев Э.Д. Гостеприимство в России. – 2010.
11. Город отелей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://city-of-hotels.ru>
12. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://animationTeam.ru>
13. Heliopark [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.heliopark.ru/>

14. Анимационные программы: задачи, цели, перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://refoteka.ru/r-104590.html>