


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СОЧИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
В Г. АНАПЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

«Допущена к защите»
Протокол № 18 от «29» июня 2020 г.

и.о. заведующего кафедрой:


к.п.н., доцент
Стародуб К.А.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА


Направление подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»

профиль «Гостиничная деятельность»

**Тема: «Применение современных анимационных технологий на
предприятиях индустрии гостеприимства
(на примере пансионата «Ласточка»)»**

Выполнена:

студентом группы 15-ЗГД-А


Филипповой Викторией Андреевной

Научный руководитель:

к.п.н., доцент


Стародуб Ксения Александровна

Анапа 2020

Филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования «Сочинский
государственный университет» в г. Анапе Краснодарского края

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма
Направление подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»

Профиль «Гостиничная деятельность»

Группа 15-ЗГД-А

УТВЕРЖДАЮ

и. о. заведующего кафедрой:

к.п.н., доцент

Стародуб К.А.



ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студентке Филипповой Виктории Андреевне.

1. Тема выпускной квалификационной работы «Применение современных анимационных технологий на предприятиях индустрии гостеприимства (на примере пансионата «Ласточка»)».

Утверждена приказом по вузу № 784-Ст от 26.12.2019.

2. Срок сдачи студентом законченной работы 29.06.2020г.

3. Исходные данные (в т.ч. список рекомендуемой литературы)
Асанова, И.М., Игнатьева, В.В. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник по направлениям подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело». — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Academia, 2014. — 118 с.

Гончаренко, А.Б. Анимационный сервис: учеб. пособие/А. Б. Гончаренко. — СПб.: ФГБОУВО «СПбГУИТД», 2016. — 61 с.

Гаранина, Е.Н., Булыгина, И.И., Гаранин, Н.И. Анимация в сфере гостеприимства: учеб. пособие для вузов. — Изд. — : Кнорус, 2018. — 158 с.

Булыгина И.И. Анимация в сфере гостеприимства. Учебное пособие. Издательство: Кнорус, 2018. — 79с.

4. План ВКР (перечень подлежащих разработке вопросов):

Анимационные услуги в структуре гостиничного продукта.

Характеристика хозяйственно - финансовой и анимационной деятельности пансионата «Ласточка».

Разработка анимационной программы в формате квест-игры для пансионата «Ласточка».


5. Перечень графического материала:

Организационная структура анимационной службы ООО «Ласточка»


Номерной фонд пансионата ООО «Ласточка»

Комплекс мероприятий по совершенствованию анимационной службы предприятия

6. Дата выдачи задания 10.01.2020г.

Руководитель (подпись) 

Задание принял к исполнению 10.01.2020г.

Студент (подпись) 

Аннотация

В данной выпускной квалификационной работе дается определение сущности и основных аспектов анимации в туризме и гостеприимстве, изучена специфика анимационного сервиса в учреждениях гостиничного типа.

В аналитической части проводится анализ характеристики пансионата ООО «Ласточка» и проанализирована его анимационную деятельность.

В третьей части автором разработана анимационная программа в формате квест - игры на территории пансионата ООО «Ласточка» и приведено экономическое обоснование внедрения новой анимационной программы.

Abstract

This final qualification paper defines the essence and main aspects of animation in tourism and hospitality, and examines the specifics of animation service in hotel-type institutions.

In the analytical part, the characteristics of the boarding house ООО "Lastochka" are analyzed and its animation activities are analyzed.

In the third part, the author has developed an animation program in the format of a quest game on the territory of the pension ООО "Lastochka" and provides an economic justification for the introduction of a new animation program.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 АНИМАЦИОННЫЕ УСЛУГИ В СТРУКТУРЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА.....	8
1.1 Понятие и функции анимации.....	8
1.2 Типология и виды анимации.....	12
1.3 Особенности и значение гостиничной анимации	21
2 ХАРАКТЕРИСТИКА ХОЗЯЙСТВЕННО - ФИНАНСОВОЙ И АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАНСИОНАТА «ЛАСТОЧКА».....	25
2.1 Общая характеристика пансионата «Ласточка».....	25
2.2 Исследование анимационной деятельности предприятия.....	29
3 РАЗРАБОТКА АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ В ФОРМАТЕ КВЕСТ-ИГРЫ ДЛЯ ПАНСИОНАТА «ЛАСТОЧКА».....	35
3.1 Концепция анимационной программы «Ласточки прилетели».....	35
3.2 Экономическое обоснование внедрения анимационной программы	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	46
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	50

ВВЕДЕНИЕ

При исследовании индустрии гостеприимства важно осознавать, что она включает в себя различные области и сектора, кроме того, следует учитывать систему взаимоотношений, существующей между индустрией гостеприимства и другими сферами, во многом схожими с ней.

Сектор развлечений, досуга и спорта играет важную роль в общей инфраструктуре индустрии гостеприимства и решает разнообразные задачи. Заполняя развлечениями и спортом свой досуг, человек отдыхает и восстанавливает силы. В последнее время все больше туристских предприятий и спортивно - оздоровительных учреждений стали заботиться о предоставлении такой дополнительной услуги, как анимация.

Слово это довольно быстро прижилось в кругах специалистов туристского профиля. Аниматорами называют специалистов по организации досуга на туристских предприятиях, в санаторно-курортных и других оздоровительных учреждениях. Очень часто, произнеся слово «аниматор», тут же поясняют: «массовик-затейник». Однако современное понятие анимации несколько шире. Социально-культурная анимация носит многосторонний характер, соответствующий разнообразию потребностей, интересов и запросов отдыхающих. Назначение социально-культурной анимации состоит в активном приобщении человека к культуре на основе творчества, создания условий для снятия психологического напряжения, раскрытия интеллектуальных возможностей личности, раскрепощения инициативы, включения в реальную жизнь.

Существенным препятствием на пути подготовки менеджеров туристской анимации является ограниченность ее методического обеспечения. Большая часть литературы по досуговой деятельности содержит лишь конкретные разработки сценариев, описание игр, конкурсов и прочие. Гораздо сложнее обстоит дело с теоретическим материалом по организации анимационной

деятельности и подготовке управленцев для этой сферы. К тому же в нашей стране пока еще не сформирован банк сценариев, игр, конкурсов, на основе которого можно быстро разработать анимационную программу, подходящую данному контингенту отдыхающих. Есть и другие трудности на пути организации анимационной деятельности в туристских предприятиях: скудная материальная база, недостаточное финансирование, в силу чего нет возможности расширить штат анимационной команды, и прочие.

Тема представленной выпускной квалификационной работы: «Применение современных анимационных технологий на предприятиях индустрии гостеприимства (на примере пансионата «Ласточка»)».

Актуальность данной работы очевидна так как, получение прибыли прямым образом зависит от качества и ассортимента предлагаемых туристских услуг. Ведь туранимация это своеобразная реклама всего потенциала туристской индустрии.

Объектом исследования является пансионат «Ласточка».

Предметом исследования выступает анимационная деятельность предприятия.

Цель работы: разработать перечень анимационных услуг пансионата «Ласточка», путем грамотного применения и внедрения, новых квест – технологий в практику гостиничного обслуживания.

В соответствии с данной целью были поставлены следующие задачи:

1. Дать определение сущности и основным аспектам анимации в туризме и гостеприимстве, изучить специфику анимационного сервиса в учреждениях гостиничного типа;
2. Получить краткую характеристику пансионата ООО «Ласточка» и проанализировать его анимационную деятельность;
3. Разработать анимационную программу в формате квест - игры на территории пансионата, под названием «Ласточки прилетели»;
4. Привести экономическое обоснование внедрения новой анимационной программы.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что его основные рекомендации и выводы могут быть использованы для формирования системы мер по развитию анимационной деятельности в регионе.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в возможности использования разработок автора в деятельности конкретного предприятия, а также других учреждениях города-курорта Анапа.

В написании работы применялись методы системного подхода, описательный, метод анализа, информационного и экономического исследования.

Структура выпускной квалификационной работы: состоит из введения, трех разделов, рекомендаций и выводов к ним, заключения, списка использованных источников и литературы. Общий объем работы 54 страницы, работа содержит 9 таблиц и 5 рисунков. Список использованных источников включает 50 литературных и интернет ресурсов.

Теоретической базой послужили современные научные труды ведущих специалистов в сфере гостеприимства: Асановой И.М., Гончаренко А.Б., Гараниной Е.Н., Булыгиной И.И., Власовой Т.И., и других. Фактический материал был получен из отчетной документации, статистики и интернет ресурса ООО «Ласточка».

1 АНИМАЦИОННЫЕ УСЛУГИ В СТРУКТУРЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

1.1 Понятие и функции анимации

Слово «анимация» имеет латинское происхождение (anima - ветер, воздух, душа; animatus - одушевление) и означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность. Термин «анимация» появился впервые в начале XX в. во Франции в связи с введением закона о создании различных ассоциаций и трактовался как деятельность, направленная на то, чтобы провоцировать и усиливать живой интерес к культуре, художественному творчеству.

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

Анимация в туризме представляет собой целостный процесс взаимодействия аниматоров с туристами 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 - это разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии (туркомплекс, отель, круизный теплоход, поезд и т. д.), которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга.

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.

Для того чтобы в полной мере понять сущность анимационной деятельности, необходимо рассмотреть содержание, цели и задачи анимационного процесса, так как каждая анимационная услуга представляет особый процесс деятельности, суть которого обусловлена конкретными закономерностями (тематичностью, эмоциональностью, активностью, целеустремленностью и т.д.). Анимационный процесс, цели и задачи, стоящие перед ним, могут быть выражены следующим образом - рисунок 1.

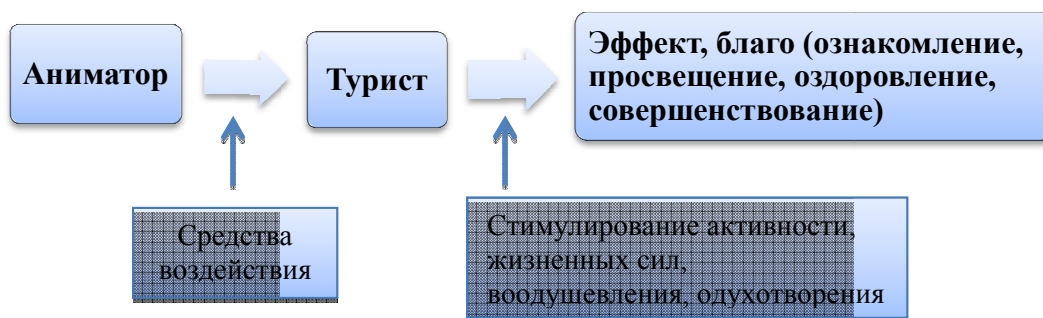


Рисунок 1 - Анимационный процесс

В ходе анимационного процесса аниматор помогает туристам увидеть объекты действия, способствующие зрительному восприятию определенной заданной темы (первая задача); услышать необходимую информацию или, например, музыкальное сопровождение, дополняющее увиденное (вторая задача); попробовать сделать подобное самому (третья задача); ощутить

сопричастность к происходящему процессу (четвертая задача); приобщиться к процессу, овладеть практическими навыками (пятая задача).

Аниматор - специалист по формированию и продвижению туристско – спортивного продукта на туристском рынке и организации спортивно - оздоровительной деятельности туристов. Профессиональная команда анимационного сектора организует и проводит игры, конкурсы и спортивные соревнования, приглашает на представления, театральные и танцевальные шоу, мюзиклы, комедии, концерты классической музыки и, просмотр кинофильмов, вечеринки на пляже и т. д. Деятельность анимационных секторов отелей способна сгладить незначительные недостатки сервиса и повысить доходность отеля.

Анализ сущности анимационной деятельности отражает наличие взаимодействия в ней различных элементов, определяющих три своеобразных уровня, которые можно классифицировать как: творческий – преобладание творческих моментов в деятельности; репродуктивный – простое воспроизведение готовых, отработанных ранее форм и способов; репродуктивно-творческий – открытие человеком для себя того нового, что объективно новым не является.

Исходя из всего сказанного выше, определим анимацию как стимулирование полноценной рекреационной, социально - культурной, досуговой и другой деятельности человека путем воздействия на его жизненные силы, в одушевлении и одухотворение. Туристская анимация – это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие. Туристская анимация основана на личных человеческих контактах тураanimатора (аниматора) с туристом, на человеческой близости, на совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса.

Анимационные гостиничные услуги являются одним из самых эффективных средств привлечения гостей в отель, влияющих на позитивную оценку туристом работы отеля в целом. Это своеобразные дополнительные

услуги клиенту отеля, позволяющие занять его таким образом, чтобы пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха в отеле и позыв к возврату в этот отель еще раз.

Туристская анимация - наиважнейшая часть совокупной деятельности на туристском предприятии (в отеле, ресторане, на крупном теплоходе и т. д.). Это не просто забава, а выражение высокой степени профессионализма туристской деятельности, важнейшая составная часть туристского продукта. Поэтому, как и всякая другая деятельность на туристском предприятии, анимация должна быть планируемой, четко регламентированной и организационно управляемой деятельностью, 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. Значение туристской анимации заключается в повышении качества, разнообразия и привлекательности туристского продукта, увеличении количества постоянных клиентов, увеличении спроса на туристский продукт, повышении нагрузки на материальную базу турпредприятия, а, следовательно, и повышение эффективности ее использования, и, наконец, в повышении доходности и рентабельности туристской деятельности.

Из трех главных рекреационных функций (лечебной, оздоровительной и познавательной) туристская анимация выполняет прямым образом две функции - спортивно-оздоровительную и познавательную. Косвенным образом при соответствующих условиях выполняется и лечебная функция. В практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ можно выделить следующие функции туристской анимации:

- адаптационная функция, позволяющая перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;

- компенсационная функция, освобождающая человека от физической и психической усталости повседневной жизни;
- стабилизирующая функция, создающие положительные эмоции и стимулирующая психическую стабильность;
- оздоровительная функция, направленная на восстановление и развитие физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;
- информационная функция, позволяющая получить новую информацию о стране, регионе, людях и т. д.;
- образовательная функция, позволяющая приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- совершенствующая функция, приносящая интеллектуальное и физическое усовершенствование;
- рекламная функция, дающая возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы о стране, регионе, туркомплексе, отеле, турфирме и т. д.

1.2 Типология и виды анимации

Разнообразие функций туристской анимации обусловило и многообразие видов анимационной деятельности, разновидностей анимационных программ и мероприятий. Различие толкований понятий «анимация», «гостиничная анимация», «туристская анимация» связано с многообразием существующих форм и программ анимационной досуговой деятельности. Это разнообразие сказывается как при формировании туристских маршрутов и в гостиничном бизнесе, так и вообще в организации досуга людей в современной жизни: в странах, городах, городских управах и муниципалитетах, парках, клубах и ассоциациях, организациях и учебных заведениях. Разновидности рекреационной анимации отображены на рисунке 2.

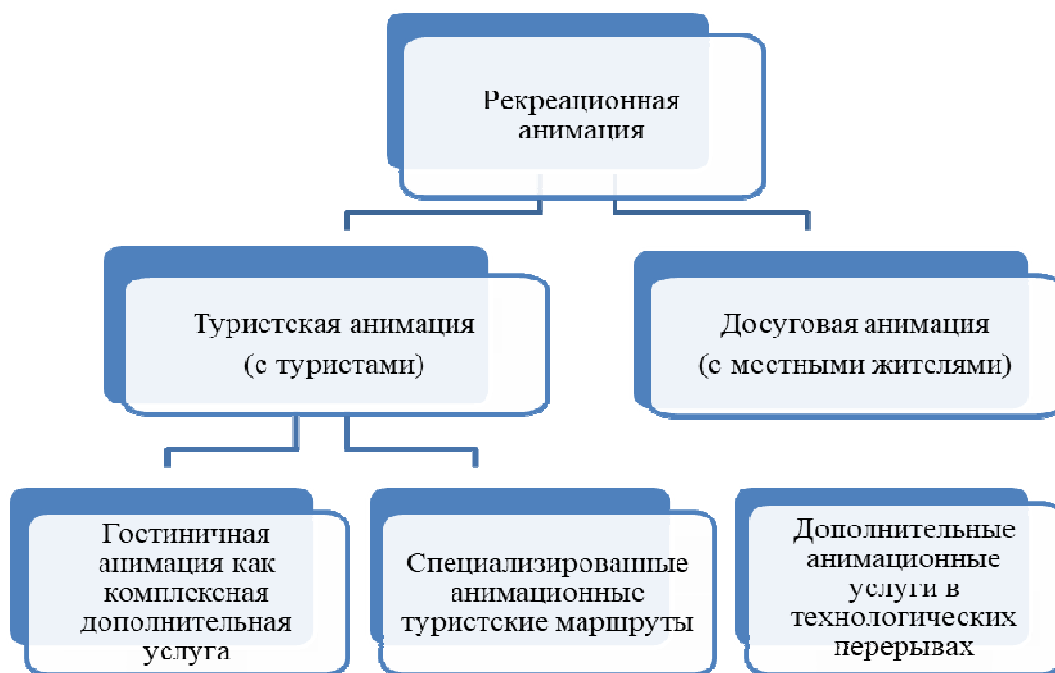


Рисунок 2 - Разновидности рекреационной анимации

Рекреационная анимация – вид досуговой деятельности, направленный на восстановление духовных и физических сил человека. Досуговые программы, реализуемые с рекреационными целями, могут проводиться как туристскими и курортными предприятиями с туристами, отдыхающими и гостями, так и досуговыми предприятиями с местными жителями. Это дает нам право утверждать, что понятие рекреационная анимация шире, чем понятия туристская и гостиничная анимация. Что касается туристской и гостиничной анимации, то они тесно связаны с рекреационной, так как главная роль анимационных программ как в отелях, туркомплексах и санаториях, так и специализированных анимационных турах заключается в оздоровлении отдыхающих, в отвлечении их от повседневных забот, в повышении настроения и т. д., иными словами, в восстановлении жизненных сил и энергии.

Туристская анимация – разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии (туркомплекс, отель) или на транспортном средстве (круизный теплоход, поезд, автобус и т. д.), или в месте пребывания туристов (на городской площади, в театре или парке города и т. д.),

которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга. Другими словами, туристская анимация – это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие.

При подготовке туристских анимационных программ учитываются многие особенности, позволяющие провести программу наиболее интересно, а именно: национальность туристов; их возраст (детские, молодежные, зрелого возраста, третьего возраста, комбинированная); пол(женская, мужская, совместная); численность(индивидуальная, групповая, массовая); активность участия туристов (активная, пассивная).

Кроме того, туристская анимация подразделяется на три основных типа по важности, приоритетности и объему анимационных программ в общей программе путешествия (в турпродукте):

Тип 1. Анимационные туристские маршруты - целевые туристские поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, осуществляемых в разных географических точках. В данном случае анимационная программа является целевой, приоритетной и доминирующей в турпакете услуг не только по физическому объему, но и по «духовному», стимулирующему душевные силы (animatus - одушевление). Такая анимационная программа представляет собой ценообразующий фактор в турпродукте. Обычно эти программы предназначены для индивидуалов или однородных туристских групп, объединенных одним духовным интересом (профессиональным, хобби). Примеры и разновидности: культурно-познавательные и тематические; фольклорные, литературные, музыкальные, театральные, искусствоведческие, научные, фестивальные, карнавальные, спортивные. Или, например, турпоездки, организованные для любителей игры в казино по казино-центрам, расположенным в разных странах.

Тип 2. Дополнительные анимационные услуги - анимационные программы, предназначенные для «поддержки» основных туристских услуг, оговоренных в турпакете, в технологических перерывах, обусловленных переездами, задержками в пути (судно, поезд, автобус, гостиница, вокзал, аэропорт), в случае непогоды (при организации спортивных и самодеятельных туров, на пляжных курортах), отсутствие снега в горнолыжных курортах и т.д.

Тип 3. Гостиничная анимация – комплексная рекреационная гостиничная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристом, на человеческой близости, на совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса, преследующая цель реализации новой философии гостиничного обслуживания, повышения качества обслуживания, уровня удовлетворенности туриста отдыхом и используемая в маркетинговой стратегии гостиницы как одна из главных основных привлекательных услуг.

Гостиничная анимация понятие наиболее узкое из трех рассматриваемых, поскольку предполагает только организацию досуга на туристских предприятиях: туркомплексах, отелях, гостиницах, турбазах и др. Иными словами, гостиничная анимация – это досуговая деятельность, предлагаемая гостиницами, отелями, туристскими комплексами. Это часть туристской анимации, хотя и наиболее значимая. Причем, анимационные программы различаются при клубной организации отдыха, в гостиничных цепях и в гостиницах разной целевой направленности и разной величины.

Л. В. Курило в своей работе «Теория и практика анимации. Теоретические основы туристской анимации» приводит несколько иную типологию туристской анимации, представленную в таблице 1. Она добавляет ко всем видам анимации приставку «оздоровительная», подчеркивая тем самым выполнение анимацией оздоровительной и рекреационной функций. Соответственно, целевыми установками каждого из видов анимации будут являться туризм и туристские соревнования, спортивные состязания и занятия

спортом, зрелищные мероприятия, познавательная и экскурсионная деятельность.

Таблица 1- Типология анимационной деятельности

Виды туристской анимации	Формы анимационных занятий
Туристско - оздоровительная	Поход, слет, туристские соревнования
Спортивно - оздоровительная	Спортивные соревнования, фитнес, эстафеты, спартакиады
Зрелищно - оздоровительная	Праздник, конкурс, фестиваль, карнавал, ярмарка, дискотека
Познавательно - оздоровительная	Экскурсии, лекции, беседы, викторины, состязания знатоков и д.р. Обучение видам спорта, танцам, ремеслам
Комплексная	Комбинированная экскурсия, поход выходного дня, участие в шоу – программе и прочие

Виды анимации.

С точки зрения системного подхода туристская анимация – это удовлетворение специфических туристских потребностей в общении, движении, культуре, творчестве, приятном времяпровождении, развлечении. Диапазон этих потребностей очень широк, поскольку люди, отправляющиеся на отдых, вкладывают в это понятие совершенно разный смысл, а именно: для одних отдых – это путешествие, для других – чтение книг, для третьих – прогулка по лесу, для четвертых – рыбалка и т. д. Соответственно этому спросу в практике туристского обслуживания сложились следующие виды анимации, удовлетворяющие различные потребности туристов (отдыхающих).

Анимация в движении – удовлетворяет потребность современного человека в движении, сочетающемся с удовольствием, с приятными переживаниями.

Анимация через переживание – удовлетворяет потребность в ощущении нового, неизвестного, неожиданного при преодолении трудностей, при открытиях, при общении.

Анимация через общение – удовлетворяет потребность в общении с новыми и интересными людьми, с открытием внутреннего мира людей и познанием себя через общение.

Анимация через успокоение – удовлетворяет потребность людей в психологической разгрузке от повседневной усталости через успокоение, уединение, контакт с природой, потребность в покое и «праздной лени».

Культурная анимация – удовлетворяет потребность людей в духовном развитии личности через соприкосновение с памятниками и современными образцами культуры страны, региона, народа, нации.

Творческая анимация – удовлетворяет потребность человека в творчестве, в демонстрации своих творческих созидательных способностей, в установлении контактов с близкими по духу людьми через совместное творчество, сотворчество. Реальные анимационные программы носят чаще всего комплексный характер по отношению к данным видам анимации, а перечисленные виды анимации являются составляющими элементами этих программ, как бы кирпичиками того здания, которое представляет собой анимационная программа. Как правило, анимационные программы одновременно с чисто развлекательными мероприятиями включают в себя разнообразные спортивные игры, упражнения и соревнования. Такое сочетание делает анимационные программы более насыщенными, интересными и полезными для здоровья, поэтому во взаимосвязи туристской анимации и спорта чаще всего и достигается наибольший восстановительно - оздоровительный эффект.

Технология анимации. Под технологией следует понимать набор приемов труда аниматора, организацию этого труда, использование инструментов и приспособлений. Технология создания и реализации анимационных программ – процесс сложный и многоплановый, поскольку решает следующие задачи: создание анимационных программ, экономический просчет стоимости программы, рекламу программ, их реализацию и, наконец, творческое воплощение запрограммированных анимационных мероприятий с

последующим анализом. Данный технологический процесс представляет собой целостную систему, в которой взаимодействуют все компоненты.

Технология создания и реализации анимационных программ как система состоит из нескольких взаимосвязанных подсистем:

- организационная подсистема – организация совместной деятельности анимационной команды, экономического, технического, рекламного отделов;
- инструкторско-методическая подсистема – создание и переработка сценариев мероприятий, разработка текстов экскурсий, подбор спортивных игр и соревнований, составление маршрутов походов с последующей выработкой методических рекомендаций на основе обобщения опыта;
- режиссерская подсистема – распределение ролей, план репетиций, постановка;
- техническая подсистема – подготовка площадки (сцены) для анимационных мероприятий, реквизита, декораций, освещения, музыкального сопровождения, костюмов и пр.

Все подсистемы составляют систему технологии, которая служит основанием функционирования анимационной службы. Анимационная деятельность – это реальный и совершенно особый мир с присущими ему правилами действия. Эти действия совершают профессионалы для того, чтобы включить в процесс их совершения как можно большее число людей. Здесь существуют свои специфические закономерности функционирования анимационной деятельности.

Технологический процесс создания анимационных программ включает следующие элементы:

- объект деятельности: обслуживаемое население, посетители (коллективы людей и отдельные личности);
- субъект деятельности: руководители, специалисты анимационной службы;
- собственно анимационная деятельность (процесс воздействия субъекта на объект) со всеми ее компонентами.

Все элементы функционирования технологического процесса находятся в единстве и взаимодействии, образуют единую систему. Главный элемент этой системы - объект деятельности, люди: туристы, гости, отдыхающие. Все предназначено для удовлетворения их духовных и физических потребностей. Поэтому специалистам - аниматорам надо знать эти потребности, повседневно изучать аудиторию, настроения, интересы и запросы различных групп населения. Без знания людей трудно рассчитывать на достижение желаемого результата, на повышение эффективности интеллектуального и эмоционального воздействия на аудиторию.

Этапы разработки и проведения анимационной программы. Работу по подготовке и проведению той или иной анимационной программы можно разделить на несколько этапов. Первый этап (самый большой и ответственный этап) – подготовительный, включающий в себя:

- анализ предлагаемых анимационных программ;
- определение целей и задач;
- выбор места и времени проведения программы;
- проектирование анимационной программы с учетом возрастных, этнических и прочих особенностей потребителей данной услуги;
- создание или подбор сценариев анимационных мероприятий, включенных в программу;
- составление сметы расходов на проведение программы;
- подбор творческих коллективов, распределение обязанностей внутри анимационной команды;
- техническую подготовку: закупку инвентаря, изготовление декораций, костюмов, реквизита и т. д.;
- установка звуковой и световой аппаратуры, других технических средств, оформление сцены, изготовление фонограмм и прочее;
- проведение репетиций, обучение правилам игр и прочее;
- проведение рекламной кампании намеченных анимационных мероприятий.

Второй этап – проведение анимационной программы – представляет собой самую сложную и ответственную работу для всех участников. Необходимо соединить усилия всех задействованных аниматоров, преодолеть нервное напряжение и решить поставленные задачи. Третий этап – подведение итогов, в ходе которого происходит: анализ проведенной программы; анкетирование потребителей с последующим анализом; работа над усовершенствованием программы. Итак, технологический процесс включает три основных этапа: подготовку; проведение программы и анализ проведенной программы.

Реклама анимационных программ. Успех анимационной программы во многом зависит от правильно организованной рекламной кампании. Реклама, как известно, это информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг с целью их реализации и создания спроса на них. Сложилось так, что анимационные программы рекламируются на очень низком уровне, даже в тех туристских предприятиях, где эти программы есть.

Реклама анимационных программ – это инструмент, с помощью которого потребителю дается информация о содержании, особенностях, привлекательности данной программы с целью заинтересовать потребителя, побудить его приобрести рекламируемый товар, стать участником анимационной программы. Приступая к разработке рекламы анимационных программ, необходимо:

- оценить финансовые затраты на рекламу, учитывая собственные финансовые возможности, получаемую от реализации программ прибыль, расценки на выполнение рекламных материалов и др.;
- определить потенциальных потребителей и составить их характеристику по демографическим (возраст, пол), этническим признакам, социальному статусу, уровню доходов и др.;
- выявить конкурентов и определить преимущества собственных программ, на которые можно обратить внимание в рекламе;
- определить каналы и способы распространения рекламы.

Очень важно выработать свой фирменный стиль, который воспринимается как гарантия качества предлагаемых анимационных программ. При выработке своего фирменного стиля необходимо учитывать: основные направления деятельности; сегменты рынка, для которых предназначены разрабатываемые программы; основные рекламные средства; преимущества или особенности разрабатываемых программ.

1.3 Особенности и значение гостиничной анимации

Для отдыхающего потребность в развлечении стоит на третьем месте после вкусной и разнообразной пищи и комфортабельной и уютной комнаты. Поэтому анимация занимает одно из главных мест в структуре отеля и представляет собой отдельную службу, тесно связанную с другими и имеющую большое значение.

Задача анимационной службы в постоянном контакте с отдыхающими, результаты которого в значительной степени влияют на общий отзыв об отдыхе. И именно благодаря этому контакту отель может иметь определенный процент постоянных клиентов. Отели, которые стремятся увеличить этот процент, в основном это семейные отели, стараются из года в год не менять состав анимационной команды, совершенствуя её работу.

Помимо непосредственной работы с отдыхающими анимационная команда может участвовать в рекламной деятельности туристского комплекса: сниматься в роликах, оформлять буклеты. Иногда службе анимации поручают проведение экскурсий по отелю для инфогрупп – представителей туристских фирм.

Наличие анимационной службы говорит о статусе отеля. Ведь для нормальной и плодотворной работы анимационной команды необходимо иметь на территории отеля вместительный и комфортабельный амфитеатр, детскую площадку со всеми ее атрибутами. Также требуется постоянное обновление

материальной базы – костюмов, декораций, спортивного и игрового инвентаря. Такие затраты по карману не каждому отелю, поэтому анимационная служба присутствует в основном только в структуре отелей 4-х и 5-ти звезд.

В последние годы все большее количество туристских комплексов старается поднять свой уровень обслуживания именно за счет наличия в своей структуре анимационной службы. Ведь если гость в целом провел свой отдых весело и интересно, то он может закрыть глаза на некоторые недостатки: неудобства во время перелета и размещения, плохая погода и отсутствие в баре любимого натурального сока и т. д. И для того, чтобы сгладить все эти мелкие неудобства, которые в принципе могут испортить весь отдых, в работу вступает анимационная служба.

Гостиничная анимация организуется самой гостиницей, туркомплексом, создает соответствующую гостеприимную, комфортную, дружескую атмосферу в отеле, удовлетворяет потребностям туристов в физическом и духовном развитии, в эмоциональном обогащении через приятные переживания; имеет комплексный характер из-за охвата всех видов и форм анимации; создает возможность для хорошего общения, приятных личных и совместных переживаний, развлечений; мобильна, непринужденна, интимна, воздейственна, убедительна из-за довольно продолжительного времени проживания туриста в гостинице, воспринимаемой как свой дом; имеет постоянный характер, ежедневный контакт с туристом, позволяет учесть их пожелания вплоть до альтернативных, выбрать подходящую форму, учесть особенности группы и индивидуальные; достаточно легко организуема особенно при хорошем техническом оснащении. Кроме того, в гостинице, туркомплексе в определенных программах, в определенное время, при определенных условиях возможно вовлечение персонала отеля (особенно контактной службы) в анимационные программы, что придает им особый колорит и дружественный гостеприимный характер.

Значение гостиничной анимации для отеля, туркомплекса заключается в повышении степени удовлетворенности туриста гостиничным обслуживанием,

в повышении комплексности и качества гостиничной услуги и как следствие - в повышении имиджа отеля, в расширении активного туристского сезона на периоды межсезонья, в подъеме престижности профессий гостеприимства в результате профессиональной, интеллектуальной, эффективной работы талантливых гостиничных тураниматоров. Туристская гостиничная анимация - это палочка-выручалочка, единственное спасательное средство в гостеприимстве при неблагоприятных погодных условиях (холодное ветреное море, бесснежная зима на лыжном курорте), при задержках транспорта и других неприятностях и катаклизмах.

Государственный (народно-хозяйственный) и социальный эффект от туранимации в рекреационной деятельности в прямом и косвенном виде выражается в сотнях миллионах долларов в год, определяется эффектом от оздоровления нации в результате эффективного отдыха и складывается из следующего:

1. экономия рабочего времени и снижение затрат на больничное обслуживание, посещение поликлиник, за счет сокращения пребывания в больницах и поликлиниках;

2. сокращение временной нетрудоспособности за счет профилактики заболеваемости;

3. возрастание объема производства и национального дохода за счет увеличения производительности труда и снижения смертности населения в трудоспособном возрасте.

Любой способ проведения досуга хорош только тогда, когда он психологически оправдан. Людям, чья работа требует постоянного напряжения, полезен отдых - разрядка, снимающий усталость и стрессы. Некоторые люди, наоборот, нуждаются в активизации своих сил. Кроме того, в анимационной деятельности в обязательном порядке следует учитывать и половозрастные особенности контингента отдыхающих. Отсюда необходимость разработки целенаправленных программ, предполагающих задействование культурно-досуговых учреждений, находящихся в данной местности. Чем разнообразнее

программа отдыха, тем она интереснее. Это особенно актуально при разработке анимационных программ для детей. Анимационный сервис базируется на нескольких ключевых компонентах. С учетом благоприятных внешних условий формула реализации анимационного проекта выглядит следующим образом – рисунок 3.

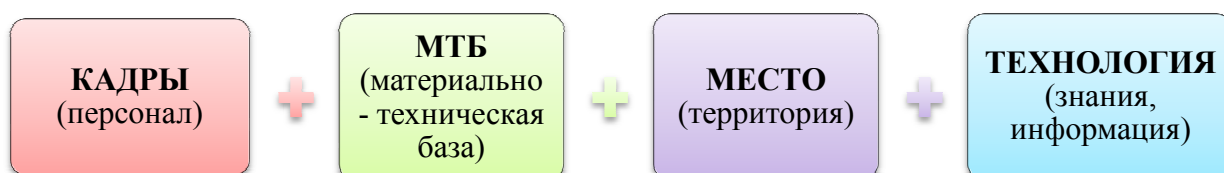


Рисунок 3 - Формула реализации анимационного проекта

Ежедневная программа анимации при объекте размещения может включать в себя: 1) спортивные игры и соревнования для взрослых (аэробика на пляже или в бассейне, волейбол, водное поло, дартс, армрестлинг, настольный теннис, стрельба из лука и пневматического пистолета и др.); 2) детские программы (игры и конкурсы в детском городке и бассейне, вечерние развлекательные программы, тематические праздники); 3) вечерние шоу-программы (шоу-конкурсы, игровые шоу, комические шоу, дискотеки, выступления эстрадных коллективов, художественная самодеятельность, проведение тематических вечеринок – диско 80-х, живая музыка и т. д.).

Итак, разнообразные анимационные программы, сочетающие в себе все виды анимации и которые воплощают в жизнь энергичные и доброжелательные, тактичные и высококвалифицированные творческие работники анимационной команды, способствуют улучшению имиджа учреждения, наделяют его конкурентными преимуществами и гарантируют возврат клиентов в данный отель, так как клиент вернется именно в понравившееся ему место.

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ХОЗЯЙСТВЕННО - ФИНАНСОВОЙ И АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАНСИОНАТА «ЛАСТОЧКА»

2.1 Общая характеристика пансионата «Ласточка»

Пансионат «Ласточка» является обществом с ограниченной ответственностью и ведет свою деятельность с 1996 года. Пансионат «Ласточка», ООО зарегистрирована по адресу 353456, Краснодарский край, г.Анапа, Пионерский проспект, д.24, 353456. Количество совладельцев (по данным ЕГРЮЛ): 2, генеральным директором является - Шарко Александр Игнатьевич.

Пансионат «Ласточка» □ это семейный пансионат, расположенный на второй пляжной линии Пионерского проспекта, в 6 км. от центра города Анапа, в 14 км. от аэропорта и в 3 км. от ж/д вокзала г. Анапа. Так же транспортная доступность до мест отдыха, таких как Центральный парк развлечений, аквапарк «Золотой пляж» в 5 км. и в 1,5 км. от аквапарка «Тики-Так».

Основным видом деятельности компании является деятельность санаторно-курортных организаций, также Пансионат «Ласточка», работает еще по 17 направлениям, которые перечисляются дальше в тексте.

Основной вид деятельности по ОКВЭД

86.90.4 Деятельность санаторно-курортных организаций

Дополнительные виды деятельности

47.11 Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах

47.25.1 Торговля розничная алкогольными напитками, включая пиво, в специализированных магазинах

47.25.2 Торговля розничная безалкогольными напитками в специализированных магазинах

55.10 Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания

55.90 Деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания

56.10 Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания

56.10.1 Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания

56.10.3 Деятельность ресторанов и баров по обеспечению питанием в железнодорожных вагонах ресторанах и на судах

56.30 Подача напитков

59.13 Деятельность по распространению кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ

59.14 Деятельность в области демонстрации кинофильмов

79.11 Деятельность туристических агентств

79.90.3 Деятельность по предоставлению туристических услуг, связанных с бронированием

90.0 Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений

93.29 Деятельность зрелищно-развлекательная прочая

93.29.9 Деятельность зрелищно-развлекательная прочая, не включенная в другие группировки.

В 2016 году пансионат «Ласточка» вошел в сеть «Alean Hotel Group». Следуя лучшим традициям гостеприимства пансионат встречает гостей в новом для себя формате семейного отдыха по системе «Все включено». Высокий уровень сервиса и качественная инфраструктура отличают все отели сети «Alean Hotel Group», теперь обновленный пансионат «Ласточка» соответствует всем стандартам сети.

В прошлые годы были также расширены инфраструктурные возможности пансионата с учетом потребностей взрослых и детей. Удачное соседство рядом с «Ривьера Клуб Отель & SPA» позволило менеджменту сети «Alean Hotel Group» принять инновационное решение - не ограничивать своих клиентов в

услугах и объединить территории отелей. Благодаря чему, теперь гости комплекса могут выбрать, как провести свой день в динамичной и активной «Ривьере» или спокойной и уютной «Ласточке».

В таблице 2 представлен номерной фонд пансионата «Ласточка».

Таблица 2 - Номерной фонд пансионата «Ласточка»

Категория номера	Кол-во основных мест	Кол-во доп. мест	Кол-во номеров	Описание
Стандарт мини 2-местный	2	—	4	Площадь: 23 кв.м. В номере: две односпальные кровати, прикроватные тумбочки, туалетный столик, кресло, шкаф, кондиционер, телефон, телевизор, мини-холодильник, радио, санузел с ванной, фен, комплект полотенец, косметический набор
Стандарт 2-местный 2-комнатный	2	2	19	Состоит из спальни и гостиной. Площадь: 35,6 кв.м. В номере: две односпальные кровати, прикроватные тумбочки, туалетный столик, кресла, шкаф, обеденный стол, журнальный столик, кондиционер, телефон, телевизор, мини-холодильник, радио, санузел с ванной, фен, комплект полотенец, косметический набор
Полулюкс 2-местный 2-комнатный	2	2	27	Состоит из спальни и гостиной. Площадь: 42,2 кв.м. В номере: две односпальные кровати, прикроватные тумбочки, туалетный столик, мягкая мебель, шкаф, обеденный стол, журнальный столик, кондиционер, телефон, телевизор, мини-холодильник, радио, санузел с ванной, фен, комплект полотенец, косметический набор, балкон
Люкс 2-местный 2-комнатный	2	2	7	Состоит из спальни и гостиной. Площадь: 42,6 кв.м. В номере: две односпальные кровати, прикроватные тумбочки, туалетный столик, мягкая мебель, шкаф, обеденный стол, журнальный столик, кондиционер, телефон, телевизор, мини-холодильник, радио, санузел с ванной, фен, комплект полотенец, косметический набор, балкон
Люкс 4-местный 3-комнатный	4	2	2	Состоит из 2 спален и гостиной. Площадь: 62,2 кв.м. В номере: двухспальные или односпальные кровати, прикроватные тумбочки, туалетный столик, мягкая мебель, шкаф, обеденный стол, журнальный столик, кондиционер, телефон, телевизор, DVD, сейф, мини-холодильник, радио, санузел с ванной, фен, халаты, комплект полотенец, косметический набор.

Пансионат имеет свой собственный пляж, находящийся всего в 500 м от территории пансионата. Для проживания отдыхающих пансионат располагает двумя трёхэтажными спальными корпусами на 59 номеров, соединенных крытым, отапливаемым переходом. Номерной фонд достаточно разнообразен и включает в себя номера следующих категорий: «Стандарт мини 2-местный»,

«Стандарт 2-местный 2-комнатный», «Полулюкс 2-местный 2-комнатный», «Люкс 2-местный 2-комнатный», «Люкс 4-местный 3-комнатный». Таким образом, номерной фонд рассчитан на 122 койко-место.

В стоимость отдыха входит проживание, питание по системе «все включено», а именно:

- 3-разовое «шведский стол»;
- Снек-бар у бассейна «Бистро»: где подают Снек-роллы (с курицей, овощные), наггетсы, тосты, корн-дог (сосиска в тесте), картофель фри, и различные соусы. Напитки безалкогольные: фруктовые и овощные смузи, соки, чай, кофе, вода. Алкогольные напитки: разливное пиво, вино местного производства (белое, красное, сухое, полусладкое).
- Снек - бар для детей «Сладкоежка», где можно попробовать сладкую вату, поп-корн, выпечку, блины (с различными наполнителями), мороженое. Напитки безалкогольные: чай, кофе, вода, молочные коктейли, лимонад.
- питание на пляже: поп-корн (сладкий, соленый), вафли, фруктовый лед, прохладительные напитки, питьевая вода.
- тренажерный зал, спортивная площадка, бассейн, оборудованный пляж, анимационные программы, релакс - зона с мягкими креслами и гамаками, детский игровой клуб (с 4 до 8 лет), детская площадка, библиотека, wi-fi.

В таблице 3 приведены тарифы на размещения в пансионате «Ласточка» на 2020 год.

Таблица 3 - Тарифы на размещение в пансионате «Ласточка» на 2020 год

Категория номера	Цена за номер, в рублях					
	30.04-28.05	28.05-11.06	11.06-24.06	24.06-26.08	26.08-16.09	16.09-30.09
Стандарт мини	1750	2450	3650	4650	3650	2450
«Стандарт» 2-х комнатный	1800	2350	3350	4200	3350	2350
«Полулюкс» 2-х комнатный	1950	2600	3700	4650	3700	2650
«Люкс» 2-х комнатный	2350	3000	4200	5100	4100	2900
«Люкс» 4-х местный 3-х комнатный	2600	3300	4450	5700	4450	3300

Как видно из таблицы, ценовая политика предприятия достаточно гибкая и стоимость койко-дня варьируется в зависимости от сезона.

В пансионате также большой ассортимент дополнительных услуг – таких, как: пользование баром с открытой террасой, фото-услуги, сейф, парковка, прокат бытового и спортивного инвентаря.

Кроме того пансионат «Ласточка» имеет лечебную и небольшую оздоровительную базу.

- климатолечение (воздушные и солнечные ванны, морские купания);
- фитотерапия;
- терренкур;
- ЛФК;
- лечебный массаж.

Помимо основных услуг пансионата «Ласточка» которыми являются проживание, питание, оздоровление. Пансионат оказывает ряд дополнительных платных и бесплатных услуг, которые оказывают максимальное воздействие на позитивность впечатления гостей, сюда входят развлечения и организация отдыха.

2.2 Исследование анимационной деятельности предприятия

Основными услугами пансионата «Ласточка» являются проживание по системе «Все включено». Параллельно с ними предприятие оказывает ряд дополнительных платных и бесплатных услуг, которые оказывают большое влияние на позитивность впечатления гостей пансионата.

ООО «Ласточка» является идеальным местом для семейного отдыха. Для гостей пансионата каждый день самоотверженно работает профессиональная служба анимации, предлагая разнообразные развлечения, как для детей, так и для взрослых. Анимация пансионата включает три направления:

- анимация детская;
- анимация взрослая;

- анимация спортивная.

Детская анимация в пансионате «Ласточка» - это самые разнообразные программы для ребят от 4 до 8 лет в детском клубе, игровом клубе, на детской площадке, в детском бассейне, на территории пансионата и на пляже:

творческие мастерские;

- подвижные занятия и игры;
- утренняя детская зарядка, спортивные игры и турниры, детская аквааэробика и игры на воде (в детском бассейне с горками);
- конкурсы талантов;
- современные настольные игры для самых разных возрастов;
- вечерние костюмированные игровые программы, приключенческие квесты и детские тематические вечеринки с различными сказочными персонажами;
- дискотека для детей и подростков.

Развлекательные программы для взрослых тоже весьма разнообразны и включают в себя такие виды анимации как:

- современные и классические настольные игры («Мафия», «Имаджинариум», «Активити», «Уно», «Лото»), соревнования по шахматам и шашкам);
- вечерние развлекательные мероприятия (тематические вечеринки, интерактивные программы, караоке, шоу-программы с приглашенными артистами);
- конкурсные дневные программы, проводимые на территории пансионата, бассейна и пляжа;
- дискотеки;
- услуги по организации дня рождения, юбилея и многое - многое другое.

Для тех, кто выбирает активный отдых, пансионат предлагает принять участие в спортивной и оздоровительной анимации. Для занятий спортом на

территории имеются: тренажерный зал крытого типа; открытые площадки (баскетбольная, волейбольная); открытый бассейн 6х12 м, с водными горками и детским отделением. Почти каждый день проводятся следующие виды программ:

- фитнес – тайм (утренняя гимнастика, занятия в тренажерном зале с профессиональным тренером, аквааэробика, силовые тренировки);
- спортклуб (баскетбол, волейбол, футбол, водное поло, фрисби, дартс, настольный теннис, бадминтон, катания на велосипедах).

Пансионат «Ласточка» имеет хорошую материально - техническую базу и достаточное количество возможностей для анимационной деятельности: оборудование и реквизит, звуковое, видео, сценическое и светотехническое оборудование, а так же различные помещения (как крытого, так и закрытого типа).

На протяжении всего сезона для гостей работает профессиональная команда аниматоров: дискотеки, тематические вечера, утренники для детей, концерты и выступления творческих коллективов. Гости, чей день рождения совпадает с периодом пребывания в пансионате, могут рассчитывать на особое внимание со стороны анимационной службы праздничный пирог, добрые пожелания и аплодисменты отдыхающих и многое другое.

План работы, как и общий план анимационной деятельности в пансионате, разрабатывается заранее, а изменения вносятся в процессе проведения мероприятия, в зависимости от присутствующего контингента и других условий. В этом плане очень хорошо совмещаются и имеют оптимальное количество спортивные и культурные мероприятия.

В состав анимационной команды входит 6 человек. Команда состоит из молодых людей приблизительно от 18-35 лет. В обязанности аниматоров входит проведение спортивных программ, праздничных шоу-программ, шуток и розыгрышей, создание благоприятной атмосферы на протяжении всего отдыха.

К обязательным профессиональным качествам сотрудника анимационной службы ООО «Ласточка» относятся навыки:

- установления контакта с гостем и производство благоприятного первого и последующего впечатления;
- выявлять и удовлетворять потребности гостя;
- превосходить ожидания гостя;
- оказывать влияние на поведение гостей.

Организационная структура анимационной службы пансионата является традиционной и имеет соответствующие функциональные отношения, которые отображены на рисунке 4.

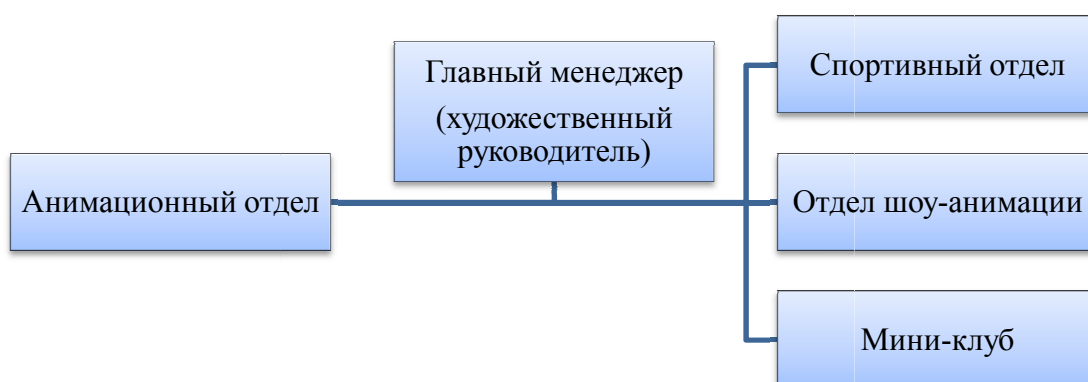


Рисунок 4 - Организационная структура анимационной службы ООО «Ласточка»

Для того, чтобы понять, на какую возрастную категорию мы должны ориентироваться при разработке анимационной программы, было проведено анкетирование среди гостей, проживающих в пансионате «Ласточка», а также жителей и гостей города Анапа. В анкетирование приняли участие 100 человек.

Перечень вопросов приводится в таблице 4.

Таблица 4 - Вопросы из анкетирования анимационной службы пансионата «Ласточка»

№	Вопросы	Ответы, %
1	Посещаете ли Вы анимационные программы, предлагаемые пансионатом «Ласточка»?	92 % - посещают 5% - ответили отрицательно 3% - еще не успели посетить
2	Какую возрастную категорию Вы бы выделили, для разработки анимационных программ в пансионате «Ласточка»?	48% - для детей 40% - для взрослых 12% - для подростков
3	Какого рода мероприятиям, представленным в пансионате, Вы отдаете предпочтение?	71% - культурно-досуговые 29% - спортивные
4	Знакомо ли Вам понятие «квест»?	93% - знакомо 7% - незнакомо
5	Посещали ли Вы, когда либо, мероприятия, игры, комнаты в формате квеста?	21% -ответили положительно 79% - ответили отрицательно
6	Было ли Вам интересно посетить анимационную программу в виде квеста?	98% - ответили положительно 2% - затруднились ответить

Проанализировав анимационную деятельность пансионата «Ласточка», можно заметить, что у предприятия комплексный подход к детской и взрослой анимации, проводятся как культурно-досуговые мероприятия, так и спортивная анимация любого уровня.

Так же было проведено анкетирование среди гостей пансионата, в ходе которого выяснилось: на какую возрастную группу ориентироваться при составлении анимационной программы, взрослые и дети набрали почти одинаковое количество процентов, с небольшим преимуществом у детей. А так как, пансионат «Ласточка» □ это семейный пансионат, на данном предприятии наиболее целесообразно будет разработать анимационную программу для всей семьи.

Кроме того по данным анкетирования было замечено, что хотя многим гостям знакомо понятие - «квест», единицы были участниками подобных мероприятий, но практически все - 98% были бы не против, посетить такой формат анимации.

Исходя из рассмотренных данных, было решено разработать на данном предприятии - анимационную программу в формате квеста для всей семьи.

Ведь для плодотворной работы, имеется все необходимое, а именно: хорошая материально-техническая база, вместительная территория для такого рода мероприятий, а что самое главное, молодые, активные и творческие работники-аниматоры.

3 РАЗРАБОТКА АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ В ФОРМАТЕ КВЕСТ-ИГРЫ ДЛЯ ПАНСИОНАТА «ЛАСТОЧКА»

3.1 Концепция анимационной программы «Ласточки прилетели»

Сегодня игра является одним из популярным видов анимационной деятельности, как с детским, так и с взрослым контингентом туристов. В повседневной жизни мы рассматриваем игру как развлечение и отдых, способ хорошо провести время. В гостиничной анимационной деятельности значение игры нельзя исчерпать и оценить только креативными (развлекательно-занимательными) возможностями. Феномен игры и состоит в том, что, являясь развлечением, отдыхом, она способна перерасти в игру-творчество, игру-обучение, игру-терапию, игру-модель типа человеческих отношений. Она является основной досуга, потому что не задается и не ограничивается конкретным содержанием - темой игр может быть любая деятельность человека. В этой связи в настоящее время игры выходят на новый, высокий уровень, используются разнообразно и результативно, в том числе и в сфере гостеприимства.

Анимационное обслуживание в пансионате «Ласточка» находится на высоком профессиональном уровне. Анимационная команда регулярно повышает свою квалификацию, обменивается опытом с коллегами, разрабатывает новые анимационные программы, но в условиях сильной конкуренции необходимо предлагать более новые и качественные анимационные услуги, а также регулярно их совершенствовать. В связи с этим назрела необходимость в создании новой анимационной программы, а именно в разработке квест - игры на территории пансионата, под названием «Ласточки прилетели». Название выбрано не случайно, так как будет представлять собой игру для только что приехавших или недавно приехавших гостей и позволит в увлекательной игровой форме познакомит с местом отдыха – пансионатом «Ласточка».

Основные цели квеста «Ласточки прилетели»:

1. Формирование положительного образа о месте пребывания;
2. Создание позитивного настроения;
3. Формирование условий, способствующих развитию дружеских отношений среди гостей пансионата.

Задачи квеста «Ласточки прилетели»:

1. Развитие познавательного интереса;
2. Развитие воображения, чувства юмора, смекалки;
3. Развитие физических показателей (ловкость, координация, быстрота реакции) и психических (воли, целеустремленности, самоконтроля).

Пансионат «Ласточка» расположился на 4 гектарах прекрасно обустроенной ландшафтной территории, все это делает пансионат отличным местом для проведения такого рода мероприятий.

Игра будет иметь два параллельных уровня:

1. Сюжетный - включает в себя легенду; игровые точки; цели, обязательные к выполнению. Данный уровень имеет строгую логическую последовательность и приближен к «реальному» расследованию.

2. Квестовый - состоит из дополнительных заданий, загадок, не влияющих непосредственно на результат игры, но позволяющих ее существенно разнообразить.

Условия проведения:

- квест - игру целесообразно проводить не чаще одного раза в неделю, чтобы примерно подстроиться под график заездов;

- примерное количество участников от 10 - 25 человек, которых можно поделить на команды (все зависит от количества захвативших и их желания);

- возрастных ограничений нет, за исключением того что дети находятся под присмотром родителей;

- продолжительность около 2-3 часов (с учетом перерывов на прием пищи);

- задания будут выдаваться аниматором, участники получают на руки сразу

весь необходимый материал (маршрут квеста);

- маршрут будет разделен на несколько этапов (участков);

- перед началом участия в квест-заезде, туристы разобьются на несколько команд, после чего придумают название команде и выберут капитана.

Все передвижения на маршруте игры будут пешком, гости пансионата проходят квест самостоятельно, но при этом на маршрутах будут аниматоры, участвующие в процессе и готовые прийти на помощь при необходимости.

Этапы программы прохождения квеста:

12.00 - сбор участников квест-заезда

12.00 - 12.30 - объяснение сути и правил игры, выдача материалов с заданиями, а так же с выделенными объектами, по которым необходимо передвигаться, следуя их нумерации

13.00 - обед в уютном зале комплекса

15.00 - старт квест-игры

15.00 - 17.30(18.00) - выполнение заданий квест-игры

18.00 - 19.00 – ужин

19.30 – 20.00 - завершение квест-игры, подведение результатов, награждение участников квеста.

21.00 – дискотека в честь нового заезда

Данная программа предлагается для внутреннего рынка гостиничных услуг, а конкретно для пансионата «Ласточка». Так же была рассмотрена характеристика продукта, которая представлена на рисунке 5.

Характеристика	Преимущества	Выгода
<ul style="list-style-type: none"> • организация анимационной квест-игры на территории пансионата "Ласточка" • проект включает в себя интересные задания во время прохождения квеста плюс оригинальная подача информации 	<ul style="list-style-type: none"> • поддержание интереса гостей к постоянному выбору данного пансионата для отдыха • создание благоприятной атмосферы • повышение сервиса обслуживания 	<ul style="list-style-type: none"> • Для пансионата: повышение дальнейшего спроса • расширение разнообразия, предоставляемых услуг Для гостей: <ul style="list-style-type: none"> • возможность пообщаться, развлечься и отдохнуть

Рисунок 5 - Характеристика продукта «Ласточки прилетели»

Таким образом, выполняя задания продвигаясь по маршруту с одной стороны, участники знакомятся друг с другом, а с другой стороны данный квест преподносит информацию о месте отдыха ООО «Ласточка» и его самыми интересными достопримечательностями. Можно с уверенностью сказать, что программа квест-заезд «Ласточки прилетели» позволит разнообразить и увеличить количество анимационных услуг на предприятие.

3.2 Экономическое обоснование внедрения анимационной программы

Процесс создания анимационного квеста «Ласточки прилетели» можно разделить на три этапа: непосредственно сама идея, тема, второй этап - тестирование маршрута и конечная подготовка к реализации. Каждый этап занимает определенное время и требует серьезной работы профессионалов.

1. Первый этап - это создание идеи будущего квеста, выбор темы, написание сценария, расстановка целей и задач, связка всех пунктов в единый логический и интересный маршрут.

На этом этапе разрабатывается контентная часть: вопросы, задания, подсказки, ответы и дополнительная информация. Написание сценария квеста. Особое внимание должно быть уделено тому, чтобы все задания, вопросы были интересными, понятными и четко сформулированными.

Для создания сценария квест- игры на территории пансионата «Ласточка» мы подключим профессиональных сценаристов, поскольку подобную работу должны выполнять профессионалы. Ведь успех квеста зависит не от финансов, а от того насколько интересным он будет по своему содержанию.

На сегодняшний день на рынке информационных услуг нашего края, появляется все больше агентств занимающихся созданием квестов «под ключ» и написанием сценариев. Рассмотрим стоимость услуг по написанию сценария в некоторых зарекомендовавших себя компаний.

1. Агентство событий «Друзья»

Главный офис компании находится в г. Краснодар по ул. Красных партизан, 200 (офис 12). Телефоны: +7 (962) 860-52-72 +7 (918) 013-22-48

E-MAIL - info@event-friends.ru.

Компания предоставляет следующие виды услуг: видеомаркетинг, организация деловых мероприятий и праздников, организация спортивных мероприятий и тимбилдингов, организация пиар мероприятий. Опыт работы компании в этой сфере более 10 лет. С агентством работают профессионалы ивента: известные ведущие, лучшие сценаристы, декораторы, ивент-менеджеры и артисты.

Среди клиентов компании магазин «ИКЕА Адыгеея-Кубань», для которого было организовано 2 больших события – большой игровой день в ИКЕА (ноябрь 2016) и новогоднюю вечеринку для сотрудников ИКЕА (февраль 2017). Организация рекорда «Самая большая пряничная деревня в России»; открытие скакового сезона 2016 Краснодарский ипподром; тимбилдинг для молодых специалистов Роснефть-НТЦ. В таблице 5 приведены цены на услуги агентства «Друзья» по написанию сценария.

Таблица 5 - Цены на услуги в агентстве событий «Друзья»

Вид услуг	Краткое описание	Стоимость/руб
Написание сценария для квест мероприятий	Сценарий пишется для каждой компании индивидуально. Агентство событий «Друзья» прорабатывает тимбилдинги для каждой конкретной компании. С разнообразным подходом командообразующих элементов.	от 15 000

2. Агентство событий «DozoR»

Агентство событий «DozoR» - это профессиональная команда в области организации и проведения тимбилдингов, квест-игр, корпоративных мероприятий, тренинги по сплочению коллектива - это то, что компания создает на протяжении уже 15 лет. Впервые компания организовала и провела квест в Краснодаре в конце 2005 года и сегодня можно с уверенностью сказать, что «DozoR» - это опытная команда способная провести любое мероприятие оригинально и незабываемо. Создание любой корпоративной игры занимает не менее недели.

Главный офис располагается в г. Краснодар, ул. Красноармейская 64/2.

Телефон: +7 (903) 450 11 44; E-MAIL info@dozorkrasnodar.ru.

Компания создает разного рода проекты: пешеходные квесты; автомобильные квесты; велоквесты; промо-акции, презентации продукта и рекламные мероприятия; интеллектуальные игры и многое другое. Компанией «DozoR» было реализовано уже более 270 игр, а потому им не составит труда создать новую, индивидуальную квест-программу с нуля. В таблице 6 приводится стоимость разработки концепции и написания сценария в агентстве «DozoR».

Таблица 6 - Цены на услуги в агентстве событий «DozoR»

Вид услуг	Краткое описание	Стоимость/руб
Разработка концепции и написания сценария	Концепция опирается на суть события, и определяет тематику программы, всю гамму визуального оформления, стилистику общения, рекламную и информационную поддержку и другие необходимые аспекты для создания настроения и атмосферы мероприятия. На каждом уровне интерактив	от 30000

Агентство «DozoR» написало большое количество сценариев, а так же организовало и провело разного рода мероприятий, благодаря чему имеет постоянных клиентов, среди них: радиостанция ЗАО «Европа Плюс»; торговый центр «МЕГА»; компания - производитель строительных материалов и систем «KNAUF»; ПАО «Магнит»; ПАО «Росбанк»; страховая компания «Югория» и многие другие.

3. Агентство «Праздник PRO»

Агентство «Праздник PRO» является лидирующим в г.Краснодаре и входит в Национальную ассоциацию организаторов мероприятий, является бизнес-лидером года по мнению российской ассоциации предпринимателей за 2017 год, а также получили премию города за «Лучшее мероприятие для бренда». Агентство работает в event индустрии более 7 лет и за это время успешно организовали более 3000 мероприятий самых разнообразных форматов. Самый быстрый срок, за который агентство сделали мероприятие - 5 дней.

Расположено по адресу г. Краснодар, ул. Российская, 297/1, этаж 2; тел.: +7 (861) 246-45-54; почта: prazdnik_pro@mail.ru.

«Праздник PRO» - агентство, занимающееся организацией мероприятий различного уровня и сложности: организация корпоративных мероприятий, тимбилдингов и деловых мероприятий (конференции, круглые столы, семинары), организация детских праздников, организация свадеб, выпускных и юбилеев, а также организация городских массовых мероприятий.

На счету компании огромное количество организованных мероприятий: детские праздники; спортивные мероприятия; автомобильные мероприятия; корпоративы; городские праздники; открытие магазинов; PR-акции; свадьбы. Приведем для примера лишь некоторые проекты компании: открытие электростанции «ЕвросибЭнерго»; презентация нового Volkswagen Touareg; организация фестиваля автотюнинга «ЮгМоторШоу 2017»; спартакиада для сотрудников ООО «Кубанская нефтегазовая компания» КНГК групп; брендинговое городское мероприятие «Vivienne Sabo»; презентация

ювелирного бренда Григория Лепса; экстремальный квест-тимбилдинг для сотрудников «Тандер» и многое другое.

В целом, создание анимационных программ включает разработку плана, сюжета и создание ключевых элементов мероприятия. В таблице 7 приводятся расценки на создание сценария квеста в агентстве «Праздник PRO».

Таблица 7 - Цены на услуги в агентстве «Праздник PRO»

Вид услуг	Краткое описание	Стоимость/руб
Разработка и написание сценария квеста	Методики организации квеста очень разнообразны, что позволяет проводить интересное и неформальное мероприятия рамках различного бюджета и на разную тематику, а так же не зависимо выездное это мероприятие или проводиться в офисе.	от 20 000

Рассмотрев с разных сторон агентства по организации и написанию сценариев для квеста, подведем итоги по пятибалльной системе. Итоговые балы каждой компании представлены в таблице 8.

Таблица 8 - Оценка агентств по пятибалльной шкале

№	Название агентства	Удобство расположения по отношению к конкретному предприятию	Масштаб и количество реализованных проектов	Сроки исполнения	Стоимость	Итого
1	Агентство событий «Друзья»	4	2	2	5	13
2	Агентство событий «DozoR»	4	4	4	2	14
3	«Праздник PRO».	4	5	5	3	17

Исходя из показателей таблицы, несмотря на то что, в ценовом сегменте лидирует агентство событий «Друзья» (самая низкая стоимость по написанию сценария), во всех других критериях наблюдается преимущество у двух других

агентств, но явным лидером выступает агентство - «Праздник PRO». Таким образом, можно заключить, что наиболее оптимальной компанией по созданию концепции и написанию сценария для пансионата «Ласточка» является агентство событий «Праздник PRO».

2. Второй этап - тестирование маршрута на местности. На этом этапе выявляется то, как квест выглядит на самом деле: насколько он сложный и интересный, удобно ли располагаются точки остановок и на каком расстоянии друг от друга, правильно ли подобран дополнительный материал, стоит ли что-то добавить или же, наоборот, от чего то отказаться. Если присутствуют, какие либо недочеты вносятся изменения.

Тестирование маршрута будет осуществлять персонал анимационной службы пансионата «Ласточка», но также будет уместно набрать добровольцев, возможно, это будут другие работники комплекса. Ведь, когда маршрут проходят посторонние люди, оценка получается куда более объективная.

3. Третий этап - подготовка к реализации квест - игры.

Итак, для реализации квест – игры «Ласточки прилетели» необходимо распечатать большое количество материала (карты, маршрутные листы, дополнительные задания). На сегодняшний день на рынке г. Анапы существует множество рекламных агентств занимающихся изготовлением разного рода полиграфии. Рассмотрев стоимость услуг в некоторых рекламных компаниях города, было принято остановиться на рекламно - издательской компании «Марка», расположенной по адресу г. Анапа ул. Астраханская, 39. В таблице 9 приводятся цены на интересующие нас виды продукции.

Таблица 9 - Цены на полиграфию рекламного агентства «Марка»

Формат листовки	Тираж (бумага плотностью от 90 г до 280 г)			
	1000шт /руб	2000шт/руб	5000шт/руб	10000шт/руб
Буклет А4	4,7	4,0	2,6	1,8
Листовки А5 (210х148мм)	2,7	—	1,6	—
Флаер 10х15	1,4	—	1,1	0,8
Флаер 10х20 (евро)	1,9	—	1,4	1,0
<ul style="list-style-type: none"> - фальцовка бесплатно - биговка бесплатно - дизайн макета от 990 рублей, в зависимости от сложности 				

Свой выбор мы сделали в пользу буклета - это листовое издание, которое напечатано на одном листе и сложенное в несколько раз, он является одним из мощных, популярных и эффективных средств и помогает представить целевой аудитории полную информацию об услугах, товарах в небольшом объеме. Буклет имеет нужный нам формат для расположения достаточно большого количества информации, но в то же время компактной формы. Его мы будем использовать для написания заданий, вопросов, схемы маршрута при прохождении квеста. Для начала будет сделан заказ на 2000 штук. Помимо буклета, еще необходимо заказать флаеры (формата 10x15), они будут носить информативный характер для распространения на территории пансионата, их тираж составит 1000 штук.

Успех нововведения тесно связан с эффективностью проведения рекламы. Для продвижения услуги посетителям пансионата будут предложены рекламные листовки квест – игры. Их задача – привлечение внимания к товару. Необходимо так же поместить рекламу на сайте пансионата «Ласточка», где находится информация об отеле и предполагаемой услуге.

Завершающим этапом разработки анимационной квест - игры «Ласточки прилетели» является подсчет затрат на ее проведение и показателей эффективности проекта. Итак, рассмотрим приблизительную смету расходов по созданию анимационной программы (квест-игры) для комплекса «Ласточка»:

1. Разработка концепции и написания сценария (заказ сценария в агентстве событий «Праздник PRO», за основу берем среднюю стоимость услуг) – 20 000 тысяч рублей.

2. Заказ полиграфии для прохождения маршрута в рекламно - издательской компании «Марка»:

Буклет А4 - 2000шт. * 4руб.шт. = 8000руб.

Флаер 10x15 -1000шт. * 1,4руб.шт. = 1400руб.

Прибавив стоимость разработки и написания сценария квеста к стоимости на изготовление полиграфии получаем:

$20000 + 8000 + 1400 = 29400$ рублей.

Исходя из приведённых расчетов общая стоимость затрат на совершенствование анимационного обслуживания пансионата «Ласточка», включающая в себя разработку концепции, написание сценария, а также изготовление полиграфии составила 29400рублей. Так как в проведении данного мероприятия будут задействованы работники анимационной службы пансионата, нет необходимости в найме дополнительного персонала, то это будут и все основные расходы. Возможно в процессе формирования продукта, будут какие-то дополнительные расходы, но даже если они и будут, то не столь существенными, поскольку для проведения программы не требуются сложные декорации, большая техническая подготовка и большое количество исполнителей. Большим конкурентным преимуществом данной программы является то, что ее, возможно, реализовать в условиях практически любого места отдыха, где в наличии имеется собственная территория или же открытая площадка для спортивных игр.

Важно также отметить, что для гостей пансионата программа будет бесплатной, поэтому поучаствовать смогут все желающие!

Игровая анимационная программа в формате квеста «Ласточки прилетели», предложенная к реализации, имеет ряд конкурентных преимуществ. К ним относятся разновозрастная целевая аудитория, многожанровость, низкобюджетность, отсутствие требования дополнительного образования ведущих – аниматоров, быстрая адаптивность к условиям (количество присутствующих, их возраст, погодные условия, место и время проведения) практически любых туристских мест семейного отдыха.

Можно сделать вывод что, данное предложение не отразится существенно на размере затрат предприятия ООО «Ласточка», но разнообразит перечень анимационных услуг и позволит эффективнее использовать потенциал сотрудников пансионата. Ведь, для привлечения гостей необходимо не только поддерживать систему предоставления основных услуг, но также развивать и поддерживать анимационные услуги предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегодня без анимации – это почти как без моря, возможно даже хуже, чем без моря. В отечественных курортных и загородных отелях уже давно это поняли. Еще не так давно, наши первые аниматоры активно перенимали зарубежный опыт. Теперь – во многих российских гостиницах действуют весьма профессиональные команды аниматоров. Существуют гостиницы, в которые едут специально только ради анимации. Можно с уверенностью сказать, что из любительской некогда услуги анимация стала системной, организованной и интересной деятельностью.

В начале исследования была поставлена цель - изучить теоретические основы анимации в индустрии гостеприимства, в том числе уделить особое внимание специфике анимационного сервиса в учреждениях гостиничного типа; дать общую характеристику работы пансионата «Ласточка» и его анимационной деятельности, а так же разработать новую анимационную программу в формате квеста «Ласточки прилетели». В связи с поставленной целью, можно сделать ряд следующих выводов:

1. Анимация - своеобразная услуга, главной целью которой является – повысить качество обслуживания, а также это своего рода форма рекламы, повторного привлечения гостей, безусловно преследующая цель - продвижение туристского продукта на рынке и повышения прибыли гостиничного бизнеса. Аниматоры стараются с самых первых дней вовлекать в жизнь гостиниц, пансионатов, санаториев, очень быстро становясь для туристов хорошими друзьями, с которыми те проводят практически всё свободное время. Анимационная программа нацелена на удовлетворение особенных туристских потребностей в движении, культуре, творчестве, общении, развлечении.

Гостиничная анимация — это досуговая деятельность, предлагаемая гостиницами, отелями, туристскими комплексами; комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах аниматора с туристом (гостем) и совместном их участии в развлечениях, предлагаемых анимационной

программой гостиничного комплекса. Преследует цель реализации новой концепции гостиничного обслуживания — повышения качества предоставления услуг и уровня удовлетворенности туриста отдыхом. Используется в маркетинговой стратегии гостиницы как одна из основных привлекательных услуг. Гостиничные анимационные программы различаются в зависимости от специализации и месторасположения предприятия, его территории, материальной базы и других особенностей.

2. Пансионат «Ласточка» □ это семейный пансионат, который работает весьма стабильно и является рентабельным предприятием индустрии гостеприимства. В течение последних лет, предприятие развивалась очень быстрыми темпами, так в 2016 году пансионат «Ласточка» вошел в сеть «Alean Hotel Group». Следуя лучшим традициям гостеприимства пансионат встречает гостей в новом для себя формате семейного отдыха по системе «Все включено». Высокий уровень сервиса и качественная инфраструктура отличают все отели сети «Alean Hotel Group», теперь обновленный пансионат «Ласточка» соответствует всем стандартам сети. В прошлые годы были также расширены инфраструктурные возможности пансионата с учетом потребностей взрослых и детей. Удачное соседство рядом с «Ривьера Клуб Отель & SPA» позволило менеджменту сети «Alean Hotel Group» принять инновационное решение - не ограничивать своих клиентов в услугах и объединить территории отелей. Благодаря чему, теперь гости комплекса могут выбрать, как провести свой день в динамичной и активной «Ривьере» или спокойной и уютной «Ласточке».

Проанализировав анимационную деятельность пансионата «Ласточка», было замечено, что у предприятия комплексный подход к детской и взрослой анимации, проводятся как культурно-досуговые мероприятия, так и спортивная анимация любого уровня. Пансионат имеет хорошую материально - техническую базу и достаточное количество возможностей для анимационной деятельности: оборудование и реквизит, звуковое, видео, сценическое и светотехническое оборудование, а так же различные помещения (как крытого, так и закрытого типа).

3. Все чаще, в России и в целом в мире стали активно использовать совершенно новое направление – квест – игры. Наличие в анимационных программах гостиниц квест - продукта делает их более полными, что в свою очередь дает больше вариантов работы с гостями. В связи с этим назрела необходимость в создании новой анимационной программы, а именно в разработке квест - игры на территории пансионата, под названием «Ласточки прилетели». Название выбрано не случайно, так как будет представлять собой игру для только что приехавших или недавно приехавших гостей и позволит в увлекательной игровой форме познакомит с местом для отдыха – пансионатом «Ласточка». Кроме того, новая анимационная программа позволит расширить спектр мероприятий досуговой деятельности комплекса, а также, повысить доход и престиж пансионата. Помимо описания этапов формирования программы квеста, были отобраны поставщики услуг для реализации проекта.

4. Рассмотрев смету расходов на создание анимационной программы в виде квеста, можно заметить что затраты получились крайне незначительными. Исходя из приведённых расчетов общая стоимость затрат на совершенствование анимационного обслуживания пансионата «Ласточка», включающая в себя разработку концепции, написание сценария, а также изготовление полиграфии составила 29400рублей. Так как в проведении данного мероприятия будут задействованы работники анимационной службы пансионата, нет необходимости в найме дополнительного персонала, то это будут и все основные расходы. Для гостей пансионата программа будет бесплатной, поэтому поучаствовать смогут все желающие!

Игровая анимационная программа в формате квеста «Ласточки прилетели», предложенная к реализации, имеет ряд конкурентных преимуществ. К ним относятся разновозрастная целевая аудитория, многожанровость, низкобюджетность, отсутствие требования дополнительного образования ведущих – аниматоров, быстрая адаптивность к условиям (количество присутствующих, их возраст, погодные условия, место и время проведения) практически любых туристских мест семейного отдыха.

Можно сделать вывод что, данное предложение не отразится существенно на размере затрат предприятия ООО «Ласточка», но разнообразит перечень анимационных услуг и позволит эффективнее использовать потенциал сотрудников пансионата. Ведь, для привлечения гостей необходимо не только поддерживать систему предоставления основных услуг, но также развивать и поддерживать анимационные услуги предприятия.

Квест - технологии не всегда требуют больших финансовых вложений и достаточно быстро окупаются. Поэтому, грамотное применение и внедрение квест – технологий в практику гостиничного обслуживания, предложенных в работе, позволит ООО «Ласточка» продемонстрировать стремление идти в ногу со временем, приведёт к увеличению туристского потока и повышению статуса комплекса, а это, в свою очередь, даст значительное преимущество перед конкурентами, использующими устаревшие анимационные программы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон № 465-ФЗ (о детском отдыхе) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования государственного регулирования организации отдыха и оздоровления детей».
2. Акентьева, С.И., Игнатьева, В.В., Петрова, Г.В. Организация туристской индустрии – М.: Академия, 2017. –320 с.
3. Андреева, А.Ю. Технологии социально-культурной анимации как средство патриотического воспитания молодежи: автореф. дис./А.Ю. Андреева ; Тамбов. гос. ун-т. - Тамбов, 2016. - 87 с.
4. Асанова, И.М., Игнатьева, В.В. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник по направлениям подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело». — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Academia, 2017. — 118 с.
5. Батнасунов, А.С. Досуг как сфера жизнедеятельности современной молодежи: Дисс. канд. соц.наук. – Ставрополь, 2017.
6. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник/В.И.Беляев. – М.:КНОРУС, 2018. –672 с.
7. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для СПО / Л. Г. Березовая. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 77 с.
8. Бгатов, А. П. Безопасность в туризме / А.П. Бгатов. - М.: Форум, 2016. - 206 с.
9. Богалдин-Малых, В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: Учебное пособие / В.В. Богалдин-Малых. - М.: МПСИ, 2017. – 312 с.
10. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 165 с.

11. Булыгина, И.И. Анимация в сфере гостеприимства. Учебное пособие. Издательство: Кнорус, 2018. – 79 с.
12. Ветитнев, А.М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме: учебник для СПО / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 140 с.
13. Власова, Т.И. Анимационный менеджмент в туризме: учеб.пос./ Т.И. Власова, А.П. Шарухин, Н.И. Панов. -М.: ИЦ «Академия», 2019. - 220 с.
14. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 91 с.
15. Гаранин, Н.И., Булыгина И.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. – М.: Советский спорт, 2018. –127 с.
16. Гаранина, Е Н., Булыгина, И.И., Гаранин, Н.И. Анимация в сфере гостеприимства: учеб. пособие для вузов. – Изд.– : Кнорус, 2018. – 158 с.
17. Горбачев, А. А.; Дмитриева идеологические подходы в социокультурной анимации как средство развития туризма // Курорты. Сервис. Туризм. - 2015. - № 3-4 (24-25). - 30-37 с.
18. Гончаренко, А.Б. Анимационный сервис: учеб. пособие/А. Б. Гончаренко. – СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2016. – 61 с.
19. Долженко, Г. П. Экскурсионное дело: учебное пособие для бакалавров и магистров / Г. П. Долженко. – Изд. 4-е, испр. и доп. – Ростов н/ Д : Феникс, 2017. – 78 с.
20. Дурович, А. Маркетинговые исследования в туризме.- М.: Новые знания,2018. –347 с.
21. Жарков, А.Л. Теория и технология культурно-досуговой деятельности. – М.: ИД «МГУКИ», 2017. – 480 с.
22. Житенёва, С. Ю. Образовательный туризм в России : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.] ; — М. :Издательство Юрайт, 2019. — 137 с.

23. Иванов, В.В. Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе.— М.: Инфра-М. - 2018. —336 с.
24. Иванов, В.В. Гостиничный менеджмент.— М.: Инфра-М. - 2017. —384 с.
25. Каменец, А.В. Молодежный социальный туризм : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 132 с.
26. Киселева, Т.Г., Красильников, Ю.Д. Основы социально-культурной деятельности: Учебное пособие. – М.: Издательство МГУК, 2017. –136 с.
27. Кнышева, Ю.М., Белозерова Ю.М. Менеджмент гостеприимства. – М.: ГК «Инфра-М», 2019. –512 с.
28. Константинов, Ю.С. Детско-юношеский туризм : учеб. пособие для академического бакалавриата / Ю. С. Константинов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 401 с.
29. Лойко, О.Т. Сервисная деятельность. 2-е изд.- М.: ИЦ «Академия», 2018. —304 с.
30. Ополченков, И.И. Управление качеством в сфере услуг. – М.: Советский спорт, 2017. —246 с.
31. Писарев, Е.Л. Основы туризма: учебник / коллектив авторов ; О-75— М. : Федеральное агентство по туризму, 2017. — 64 с.
32. Приезжева, Е. М. Анимационный менеджмент в туризме: учебное пособие: 2-е издание., Росс. межд. акад. туризма. — М.: Советский спорт, 2016. — 158 с.
33. Сорокина, А.В. Организация обслуживания в туристских комплексах. — М.: Альфа-М; Инфра-М,— 2018. —304 с.
34. Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учеб. пособие для СПО / М. Д. Сущинская. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 57 с.
35. Темный, Ю.В., Темная, Л.Р. Экономика туризма. – М.: Кнорус, 2018. — 216 с.

36. Шмакова, Г.В. Краеведение: учеб. пособие для академического бакалавриата / Г. В. Шмакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 46 с.

37. Чередниченко, Ю. П. Теория и практика продаж гостиничного продукта: учебное пособие. – Изд. Ростов н/ Д : Феникс, 2019. – 78 с.

38. Чудновский А.Д., Жукова, М.А. Ч-84 Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2015. — 202 с.

39. Юдина, Е. В., Афанасьев, О. Е. Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: сборник научных статей. Издательство: КноРус, 2018. -120 с.

40. Учебное пособие. Засимович Е.С., Волобуева И.И. Современные проблемы сервиса и туризма. - 2016. - №4. - С.41-48.

41. Научно-методический электронный журнал Алексеева Н. Д., Рябова Е. В. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионной деятельности// Концепт.– 2015.– № 520.– С. 21-25.

42. Научный журнал «Инновации в науке» № 7(68). Нехаева Н.Е., Морозкина К.В. Туристский квест как инновационная форма экскурсии//– Новосибирск., Изд. АНС «СибАК», 2017. Часть 1. – С. 46-47.

43. Официальный сайт национального туроператора «АЛЕАН» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://www.alean.ru>(дата обращения: 5.04.2020).

44. Официальный сайт агентства событий «Друзья». [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://vk.com/agencyfriends> (дата обращения: 20.03.2019) .

45. Официальный сайт event-агентства «Праздник ПРО» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://prazdnikpro-siberia.ru> (дата обращения: 10.03.2020).

46. Официальный сайт тимбилдинговой компании «DozoR» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://dozorkrasnodar.ru/> (дата обращения: 11.04.2020).

47. Официальный сайт рекламно - издательской компании «Марка» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://anaramarka.ru/> (дата обращения: 21.04.2020).

48. Электронно - библиотечная система znanium.com [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 12.03.2020).

49. Официальный сайт образовательного туристического портала «Все о туризме». [Электронный ресурс]/Режим доступа:<http://tourlib.net/contacts.htm> (дата обращения: 17.04.2019).

50. Официальный сайт статей анимация в туризме//Энциклопедия Нестеровых - [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/animaciya-v-turizme.html> (дата обращения: 13.03.2020).