


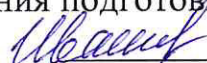
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Филиал федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования «Сочинский государственный  
университет»  
в г. Анапе Краснодарского края


Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

«Допущена к защите»  
Протокол № 1 от «16» 06 2021 г.  
Заведующий кафедрой  
 к.п.н., доцент  
Стародуб К.А.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»  
профилю «Гостиничная деятельность»

**«ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ДОСУГА И  
РАЗВЛЕЧЕНИЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ  
КУРОРТА»**

Выполнил(а) студент(ка)  
5 курса группы 16-ЗГД-А  
заочной формы обучения  
направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»  
 Иванова Оксана Евгеньевна

Научный руководитель:  
к.э.н., доцент  
 Оргина Елена Васильевна

Анапа, 2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 СФЕРА ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ КУРОРТА .....	6
1.1 Основные понятия досуговой деятельности .....	6
1.2 Виды и методы организации досуга и развлечений в гостиничном предприятии .....	12
1.3 Анимационная деятельность, как вид досуга на предприятиях сферы гостеприимства .....	18
ГЛАВА 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ И АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО ПАНСИОНАТ «ЗВЕЗДОЧКА».....	32
2.1 Общая характеристика ОА пансионат «Звездочка» .....	32
2.2 Исследование анимационной деятельности предприятия.....	36
ГЛАВА 3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ВНЕДРЕНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ В АО ПАНСИОНАТ «ЗВЕЗДОЧКА». ....	41
3.1 Концепция квиз-игры «Мозгобойня».....	41
3.2 Экономическое обоснование внедрения инновационной программы .....	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	51
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ .....	55

## 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. Современное понятие анимации весьма расширилось и 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, что как нельзя лучше можно реализовать посредством игры.

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.

Тема представленной выпускной квалификационной работы: «Внедрение инновационных форм досуга и развлечения как фактор повышения аттрактивности курорта, актуальность, которой очевидна по той причине, что получение прибыли прямым образом зависит от качества и ассортимента предлагаемых туристских услуг. Ведь туранимация это своеобразная реклама всего потенциала туристской индустрии.

Цель работы: разнообразить перечень анимационных услуг АО пансионат «Звездочка», путем грамотного применения и внедрения, нового формата интеллектуальных квиз - игр в практику гостиничного обслуживания.

В соответствии с данной целью были поставлены следующие задачи:

1. Дать определение сущности и основным аспектам сферы досуга и развлечений, как фактора повышения аттрактивности курорта;
2. Получить краткую характеристику АО пансионат «Звездочка» и проанализировать его анимационную деятельность;
3. Разработать предложения по внедрению инновационных форм досуга и развлечений для АО пансионат «Звездочка»;
4. Оценить экономическую эффективность предлагаемых рекомендаций для внедрения новой инновационной программы.

Объектом исследования данной выпускной квалификационной работы является АО пансионат матери и ребенка «Звездочка».

Предметом исследования выступает анимационная деятельность в сфере гостеприимства, а также система организации досуговой деятельности в АО пансионат «Звездочка».

Теоретическая значимость работы состоит в том, что ее 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.

Гипотеза исследования: совершенствование форм досуга и развлечений в АО пансионат «Звездочка» будет достигнута, если:

1. В процессе создания развлекательных программ, будут внедряться инновационные формы досуга и развлечений в индустрии гостеприимства.

2. Будет вестись, активная работа анимационной службы предприятия, позволяющая выявлять сильные и слабые стороны отдела, а также быть в курсе инноваций в данной сфере.

Структура выпускной квалификационной работы: состоит из введения, трех разделов, рекомендаций и выводов к ним, заключения, списка использованной литературы. Общий объем работы 58 страниц, работа содержит 6 таблиц и 7 рисунков. Список использованных источников включает 36 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 АО пансионат «Звездочка».

# ГЛАВА 1 СФЕРА ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ КУРОРТА

## 1.1 Основные понятия досуговой деятельности

Ученые утверждают, что развитие современной цивилизации в наше время зависит уже не столько от научно-технического прогресса, сколько от совершенствования человека. В связи с этим, «развитие личности, всех ее сущностных сил становится не только гуманным идеалом, но и приобретает характер необходимости закономерного развития общества». Активное освоение личностью общественных и производственных отношений зависит от интересов и потребностей личности, ее политического, культурного и нравственного развития в сфере производства и досуга [32].

В подходах к пониманию досуга до сих пор нет полного единства и одновременно существует три позиции:

- деление времени на рабочее и внерабочее, когда «досуг» и «внерабочее время» рассматриваются как одно и то же;
- отождествление понятий «досуг» и «свободное время»;
- досуг - часть свободного времени, отдых и развлечения, не связанные с развитием личности.

До начала XX в. понятие «досуг» означало свободное, незанятое время.

Советский энциклопедический словарь дает такое определение: «Досуг (свободное время) – часть внерабочего времени (в границах суток, недели, года), остающегося у человека (группы, общества) за вычетом непреложных, необходимых затрат [32]. В структуре свободного времени выделяют активную творческую (в том числе общественную) деятельность; учебу, самообразование; культурное (духовное) потребление (чтение газет, книг, посещение кино и т. д.); спорт и прочее; любительские занятия, игры с детьми; общение с другими людьми».

Издrevле досуг рассматривался как цель и способ удовлетворения разнообразных потребностей, в том числе культурных. Следовательно, занятия определенными видами деятельности оказываются важными не столько для общества, сколько для личности [14].

В жизни общества досуг важен для стабилизации, снятия напряженности, предотвращения общественных конфликтов, укрепления солидарности, взаимосвязи поколений, общения, удовлетворения потребностей личности в радости, развлечении и т. д. Возможности досуга, способствующего укреплению социальных групп, были известны уже на ранней стадии развития цивилизации, в связи с чем были официально установлены, прежде всего, такие формы, как праздники и обряды, ставшие общезначимыми, т.е. одинаково важными для всех членов социальной или этнической общности. Поэтому общество заинтересовано в сохранении и развитии праздников, обрядов, ритуалов, коллективных форм общения, развлечения и отдыха.

Существует много разнообразных современных типологий досуга. Наиболее значительные из них: деление досуга на деятельный; ежедневный, еженедельный, отпускной, праздничный домашний и внедомашний; индивидуально и коллективно организованный.

Культура досуга – это проявление внутренней культуры человека, предполагающее наличие у него определенных личностных свойств, которые позволяют содержательно и с пользой проводить свободное время [3].

Перечислим ряд общих положений, которые позволяют охарактеризовать полноценный туристский досуг:

1. Обязательным «внешним» условием, предопределившим возникновение досуга вообще, а также любых его разновидностей, можно считать наличие свободного времени.

2. Деятельность человека в свободное время определяется объективными условиями, окружающей средой, материальной обеспеченностью культурно-досуговых учреждений, курортов, гостиниц и т. д.

3. Общество заинтересовано в эффективном использовании свободного времени людей в целях социально-экономического развития и духовного обновления всей нашей жизни, поэтому можно утверждать, что досуг является общественно осознанной необходимостью.

4. Вместе с тем досуг является необходимым и неотъемлемым элементом образа жизни человека. В этой связи важно, чтобы и сам человек осознавал свою потребность в полноценном и содержательном проведении досуга. Значение данной потребности чрезвычайно велико, ведь наличия только внешних, хотя и определяющих, условий недостаточно для реализации целей всестороннего развития человека.

5. Кроме того, досуг безусловно подразумевает свободный выбор личностью досуговых занятий. Поэтому туристский досуг рассматривается как реализация интересов личности, связанных с рекреацией, саморазвитием, самореализацией, общением, оздоровлением и т. п. В этом заключается социальная роль туристского культурного досуга.

6. Несомненно, досуг должен быть разнообразным, интересным, носить развлекательный и ненавязчивый характер. Такие условия можно обеспечить предоставлением каждому возможности активно проявить себя в различных видах отдыха и развлечений.

7. Нужно добиваться преодоления потребительского отношения туристов к досугу, которое присуще многим людям, считающим, что содержательное проведение свободного времени им должен обеспечить кто-то другой, а не они сами. Следовательно, эффективность использования досуга во многом зависит от самого человека, от его личной культуры, интересов и т. д.

8. Деятельность туристов в сфере свободного времени основывается на добровольности, личной инициативе, интересе к общению и творчеству.

Сегодня туризм становится все более широкой сферой культурного досуга, где происходит самореализация творческого и духовного потенциала человека и общества в целом. Реализуя рекреационную цель,



учитывая личную инициативу и добровольность в условиях досуга, организаторы досуга создают такие мероприятия, в которых заложены программы рекреации, саморазвития и творчества.

Термин «рекреация» впервые был введен в Америке в конце XIX века в связи с установлением нормированного 8-часового рабочего дня, выходных и отпусков. Это поставило общество перед необходимостью решать вопросы массового досуга населения [2].

Термин рекреация – производный от латинских глаголов обновлять и восстанавливать. Значение данного термина ясно указывает на тесную связь рекреации с функциями, имеющими отношение к восстановлению или обновлению каких-либо качеств человека. С точки зрения производимого эффекта рекреация – процесс восстановления психофизического баланса человеческого организма.

Таким образом, рекреационными являются лишь виды деятельности, создающие оздоровляющий, восстанавливающий эффект, т.е. конструктивные, положительные, социально оправданные виды занятий. Рекреационная деятельность - деятельность в свободное время, доставляющая удовольствие и обладающая социально приемлемыми качествами. Отдых является неотъемлемой частью социальной, экономической и культурной жизни нации, а также одним из основных компонентов индивидуального и коллективного поведения личности.

Различные виды культурно-досуговой деятельности, которыми занимается человек, обладают определенными характеристиками сложившихся значений, устоявшихся традиций, отобранных норм и образцов поведения на основе потребностей, мотивов и целей, условий и средств достижения результатов; действий и операций; предмета и продукта деятельности и являются составляющими механизма технологии.

Технология культурно-досуговой деятельности как система состоит из нескольких подсистем. Они связаны между собой и представляют собой единство идеальных и предметных компонентов:

- организационная подсистема – штатное расписание, должностные инструкции, наличие отделов, секторов, участников работы и т. д.;
- подсистема методической деятельности – сценарные разработки, методические рекомендации, описание опыта и т. д.;
- психологическая подсистема – формальная и неформальная структуры, отношения между участниками деятельности и т. д.

В подходах к пониманию досуга до сих пор нет полного единства, на практике часто используются понятия «досуг» и «отдых» как равнозначные и взаимозаменяемые. Однако, несмотря на близкое смысловое значение, между этими понятиями существует некоторая разница.

Отдых включает в себя все вне рабочее время, включая сон, время на прием пищи, гигиену и пр., а также досуговое времяпровождение. Досугом принято считать только часть вне рабочего времени (в границах суток, недели, года), остающегося у человека (группы, общества) за вычетом непреложных, необходимых затрат. Досуговое (рекреационное) время — часть социального времени личности, группы или общества в целом, которое используется для сохранения, восстановления и развития физического и духовного здоровья человека и его интеллектуального совершенствования. В современной социально-культурной ситуации досуг предстает как общественно осознанная необходимость. Общество заинтересовано в эффективном использовании свободного времени людей - в целях социально-экономического развития и духовного обновления всей жизни.

Досуговая деятельность обусловлена объективной потребностью человеческого организма в восстановлении своего физического и психического баланса. Она осуществляется в свободное время в соответствии с возрастными особенностями, интересами, физическими способностями, интеллектом, желаниями человека и характеризуется добровольностью выбора занятий. Ее результатом является наслаждение самим процессом деятельности. Целью разнообразной досуговой деятельности является расширенное воспроизводство сил человека (физических, интеллектуальных и эмоциональных), т.е. рекреация.

При удачно организованном досуге рекреация становится и конечным результатом досуговой деятельности. Взаимосвязь понятий «досуг», «отдых», «рекреация» изображены на рисунке 1 [3].

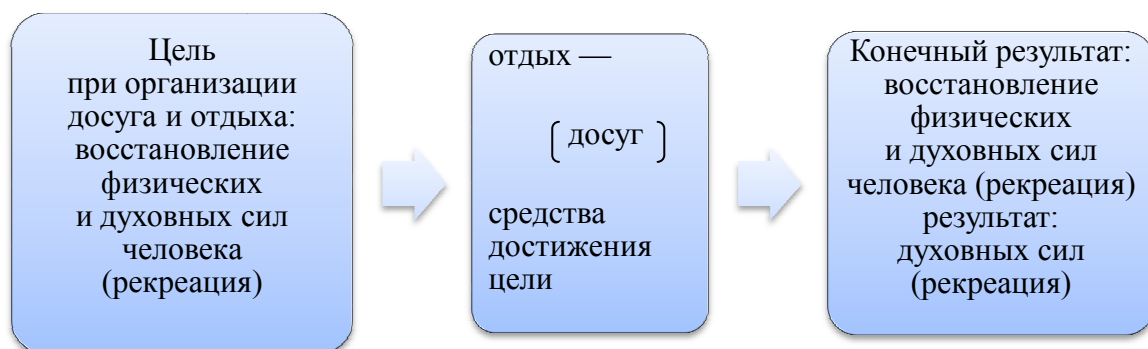


Рисунок 1 - Взаимосвязь понятий «досуг», «отдых», «рекреация»

Таким образом, обобщая подходы к трактовке рассматриваемых понятий, делаем вывод, что понятие «отдых» более широкое, нежели понятие «досуг», досуг является частью отдыха. Отдых и досуг являются средством для восстановления жизненных сил человека (рекреации). В свою очередь рекреация является целью и желаемым результатом при организации отдыха и досуга. Анимация же является услугой по организации качественного досуга. Благодаря реализации анимационных услуг повышается уровень качества обслуживания, благодаря которому потребитель стремится вновь воспользоваться комплексом услуг. Анимация в сфере гостеприимства выступает также в качестве своеобразной формы рекламы туристского и гостиничного продукта, ведущей в конечном итоге к повышению доходности и прибыльности бизнеса. 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.

## **1.2 Виды и методы организации досуга и развлечений в гостиничном предприятии**

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.

Программное досуговое воздействие на человека во время его отдыха в той или иной мере способствует сохранению и восстановлению его здоровья: соматического, физического, психического, нравственного. Эти компоненты здоровья и определяют соответствующую условную типологию направлений и программ досуговой анимации [21]:

1. Спортивные, спортивно-оздоровительные, спортивно-развлекательные программы;
2. Зрелищно-развлекательные, приключенческо-игровые программы;
3. Познавательные, спортивно-познавательные, культурно-познавательные, экскурсионные, обучающие, любительские и творческо-трудовые программы. Для каждого из этих направлений можно выделить характерные формы анимационной деятельности;
4. Комплексные программы, комбинированные из однородных программ.

Спортивные досуговые программы предназначены для туристов, увлекающихся тем или иным видом спорта и приехавших в спортивно-туристский комплекс для занятий спортом по определенной системе тренировок в сочетании с отдыхом.

Спортивно-оздоровительные программы отличаются от спортивных тем, что они рассчитаны на туристов, любителей активного отдыха, для которых туркомплекс - это единственное место и возможность

восстановления сил и здоровья через активные физические нагрузки в условиях чистой природы и чистого воздуха.

Спортивно - развлекательные программы ориентированы на туристов любого возраста. Они строятся на вовлечении туристов в активное движение через заманчивые, увлекательные, веселые конкурсы и безобидные состязания [15].

Спортивно - познавательные программы строятся на приобщении туристов к духовно-нравственным ценностям в процессе активного отдыха (походы, пешеходные экскурсии, во время которых происходит воссоединение с природой, знакомство с окружающей средой). Экскурсионные программы состояются из различных видов экскурсий, а обучающие программы помогают туристам приобрести различные умения и навыки (в плавании и других различных видах спортивных занятий, ремесел).

Культурно - познавательные развлекательные программы туркомплекса строятся на приобщении туриста к культурно-историческим и духовным ценностям нации, страны, местного населения и включают: посещение музеев, театров, художественных галерей, парков, выставок, национальных фольклорных мероприятий, концертов, вечеров поэзии, встреч с известными деятелями культуры. Некоторые из этих программ зависимы от платежеспособности туристов, уровня их интеллектуального развития.

Приключенческо - игровые программы строятся на соприкосновении туриста с интересным, волнующим, необычным (например, участие в ролевых играх и конкурсах, посещении пещер, пиратской вылазке, вечере народных преданий и легенд, ночном походе, ночном спуске на горнолыжном курорте, в тематическом пикнике). Эти программы имеют спрос независимо от возраста, пола, национальности, образования отдыхающих [27].

Любительские (творческо-трудоые) анимационные программы строятся на привлечении туристов к творчеству, сотворчеству, состязанию в изготовлении местных поделок, что вызывает у них интерес к

национальным особенностям местного населения. После участия в такой программе гость отмечает, что он научился общению на местном национальном языке, познакомился с национальными музыкальными инструментами, танцами, кухней и т. д. Формы проведения этих программ могут быть самыми разнообразными: аукцион поделок из природных материалов, конкурс любительской фотографии, фестиваль авторских стихов и песен, концерт вокальных и инструментальных исполнителей, выставка детского рисунка, песочной скульптуры и т. д.

Зрелищно - развлекательные анимационные программы включают: праздничные мероприятия, конкурсы, фестивали, карнавалы, тематические дни, ярмарки, дискотеки, танцевальные вечера, концерты художественной самодеятельности, шоу и т. д [20].

Развлекательные программы типа «общение по интересам» являются по сути дела комбинациями из упомянутых программ, однако здесь необходимо уделить больше внимания той непринужденной, ненавязчивой, комфортной обстановке, которая располагала бы к общению соответственно интересам, желаниям, темпераментам, национальностям и т. д. Для этого необходим хороший аниматор – «затравщик», катализатор такого общения. При разработке этих программ ставятся, в частности, следующие цели:

- удовлетворение потребности самовыражения;
- поощрение туристов (гостей, отдыхающих) в развитии своих умений;
- направление развлечений и навыков в созидательное русло;
- избавление от ежедневных проблем и стрессов;
- изменение имиджа и расслабление напряжения;
- приобретение дополнительных знаний в области культуры.

Для того чтобы удовлетворить потребности гостей разных национальностей, возрастов, с разным уровнем достатка и возможностей (физических, интеллектуальных и т. д.), программы анимации должны

меняться на протяжении всего сезона. Досуговые программы зависят от профессионализма и степени универсальности тураниматоров, от их таланта.

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 [14].

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.

Досуговая 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 [14].

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 [12]:

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 досугового проекта выглядит следующим образом – рисунок 2.

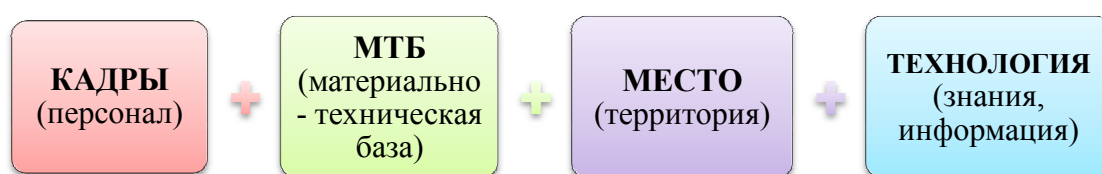


Рисунок 2 - Формула реализации досугового проекта

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.) [1].

Итак, разнообразные развлекательные 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.

### **1.3 Анимационная деятельность, как вид досуга на предприятиях сферы гостеприимства**

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 [2].

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 [12].

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 [2].

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 3.

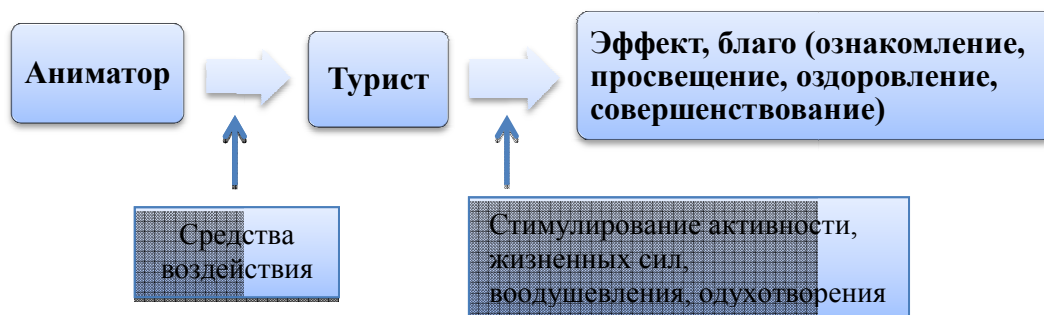


Рисунок 3 - Анимационный процесс

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 [18]. 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 тураниматора (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, но, 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.

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 4.

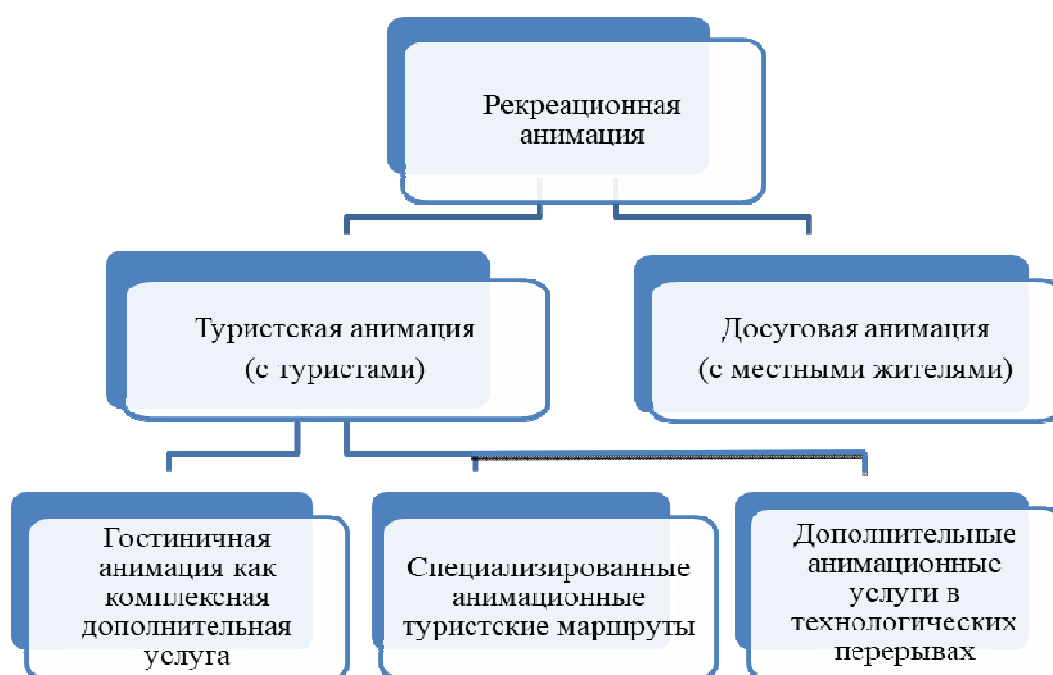


Рисунок 4 - Разновидности рекреационной анимации

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 [4].

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 [13].

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 [32].

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 др. Обучение видам спорта, танцам, ремеслам
Комплексная	Комбинированная экскурсия, поход выходного дня, участие в шоу – программе и прочие

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 [3].

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 [3]:

- 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 [12].

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 субъект) 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 [14]. 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.

«Игра» – это вид деятельности в условиях ситуаций, направленных на воссоздание и усвоение общественного опыта, в котором складывается и совершенствуется самоуправление поведением» [27]. Игра сопровождает человечество на протяжении всей его истории, переплетаясь с магией, культовым поведением, спортом, военными и другими тренировками, искусством, в особенности исполнительскими его формами. Проанализировав определения игры, можно заключить, что игра является одним из древнейших средств воспитания, обучения и развития. Игра является важнейшим способом передачи накопленного опыта от старшего поколения младшему. С ее помощью можно моделировать жизненные и учебные проблемные ситуации. В процессе игры используется и обогащается личный опыт.

Игра, как психологический метод, может быть использована для того, чтобы научить туристов [28]:

- жить в игровом пространстве, полностью погружаться в игровой мир и игровые отношения;
- быть свободными в игровом пространстве, осознавать свои особенности и выстраивать отношения с коллективом;
- осмысливать игровой опыт, использовать игру как инструмент самопознания и жизненных экспериментов.

Задачей анимационной деятельности в процессе игры, на отдыхе, является создание условий для формирования у всех участников субъективной позиции по отношению к другим людям и к своей жизни.

## **ГЛАВА 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ И АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО ПАНСИОНАТ «ЗВЕЗДОЧКА»**

### **2.1 Общая характеристика АО пансионат «Звездочка»**

Пансионат «Звездочка» □ это пансионат матери и ребенка, который является рентабельным предприятием индустрии гостеприимства. В течение последних лет, предприятие развивалась очень быстрыми темпами, пансионат входит в состав «Анапского оздоровительного комплекса» АО «ОДК», основной деятельностью которого является предоставление услуг по организации комфортного и качественного отдыха на Черноморском побережье.

Пансионат «Звездочка» является акционерным обществом и ведет свою деятельность с 1996 года. Пансионат «Звездочка», зарегистрирована по адресу Краснодарский край, г-к Анапа, Пионерский проспект, д.9, 353444. Директором филиала является – Степаненко Александр Валерьевич. Период функционирования - круглогодично. Телефон/Факс: +7 (86133) 3-12-28. E-mail: salut-anapa@mail.ru. Адрес сайта: <http://www.aok-anapa.ru>. [29].

Пансионат «Звездочка» - это пансионат матери и ребенка (ПМир), расположенный на первой береговой линии пионерского проспекта, всего в 10 минутах ходьбы от оживленного центра города, пляж находится 50 метрах от жилых корпусов [29].

Основным видом деятельности предприятия является: «Деятельность по предоставлению мест для краткосрочного проживания», также «Звездочка» работает еще по 11 направлениям.

Для проживания отдыхающих пансионат располагает шестью 1-о и 3-х этажными корпусами с комфортабельными номерами различной категории. Номерной фонд достаточно разнообразен и включает в себя номера следующих категорий: эконом, первой категории, номера повышенной комфортности,



расположенные в новых современных корпусах и уютных коттеджах. Общая вместимость рассчитана на прием до 300 человек. В таблице 2 представлен номерной фонд пансионата «Звездочка».

Таблица 2 - Номерной фонд пансионата «Звездочка»

Категория номера	Кол-во основных мест	Кол-во доп. мест	Кол-во номеров	Описание
Одноместный номер/однокомнатный номер	1	—	6	Площадь: 12 кв.м. В номере: одна односпальная кровать, кондиционер, телевизор, холодильник, прикроватная тумбочка, платяной шкаф, зеркало, душ, раковина для умывания, туалет, фен
Двухместный номер /однокомнатный номер	2	1	18	Площадь: 15 кв.м. В номере: одна односпальная кровать, кондиционер, телевизор, холодильник, прикроватная тумбочка, платяной шкаф, зеркало, ванная, раковина для умывания, туалет, фен
Двухместный двухкомнатный номер	2	2	23	Площадь номера 25 кв.м. В номере: одна односпальная кровать, кондиционер, телевизор, холодильник, прикроватная тумбочка, платяной шкаф, зеркало, журнальный столик, туалетный столик, мягкая мебель, светильники, ванная, раковина для умывания, туалет, фен
Двухместный двухкомнатный номер "Повышенной комфортности"	2	2	12	Площадь: 35 кв.м. В номере: одна двуспальная кровать, кондиционер, телевизор, холодильник, прикроватная тумбочка, комод, зеркало, журнальный столик, мягкая мебель, гардеробная, светильники, ванная, раковина для умывания, туалет, фен
Четырехместный номер «Корпус 3, 4, 5»	2	2	7	Площадь номера 10-16 кв.м. В номере: одна односпальная кровать, прикроватная тумбочка, платяной шкаф, зеркало, бра, ванная, раковина для умывания, туалет
Трехместный номер «Коттедж»	2	1	4	Площадь номера 14 кв.м. В номере: одна односпальная кровать, прикроватная тумбочка, платяной шкаф, телевизор, холодильник, зеркало, душ, раковина для умывания, туалет.

В стоимость размещения входит: проживание в номерах выбранной категории, трехразовое питание, пользование пляжным и спортивным оборудованием и инвентарем на спортивных площадках. Детям в возрасте от 4-х до 12-ти лет (включительно) на основное место предоставляется скидка в размере 20%. Прием детей в возрасте до 4-х лет производится без

предоставления места с оплатой 50 % от стоимости основного места. На дополнительное место предоставляется скидка 30% без ограничений по возрасту. Доплата за одноместное размещение в 2-х местном номере составляет 80%, от стоимости основного места. Скидки не суммируются. При наличии нескольких оснований для предоставления скидки применяется наибольшая скидка. Немаловажный момент, что бронирование осуществляется путем выбора категории номера без определения конкретного номера выбранной категории. Номер выбранной категории определяется администрацией пансионата. Расчетный час в пансионате: время заезда – 14.00; время выезда – 12.00. Ранний заезд и поздний выезд оплачиваются дополнительно при наличии свободных мест [29].

В таблице 3 приведены тарифы на размещении в пансионате «Звездочка» на 2021 год. Как видно из таблицы, ценовая политика предприятия достаточно гибкая и стоимость койко-дня варьируется в зависимости от сезона.

Таблица 3 - Прайс - лист пансионата «Звездочка» на 2021 год

Категория номера	Стоимость указана в рублях. за одного человека в сутки				
	10.04-10.06	11.06-30.06	01.07-25.08	26.08-20.09	21.09-15.10
Одноместный номер/однокомнатный номер	1 400	2 450	3 100	2 300	1 400
Двухместный номер /однокомнатный номер	1 400	2 450	3 100	2 300	1 400
Двухместный двухкомнатный номер	1 700	2 850	3 700	2 650	1 700
«Двухместный двухкомнатный номер «Повышенной комфортности»	2 000	3 300	4 200	3 150	2 000
Четырехместный номер «Корпус 3, 4, 5»	1 100	1 500	2 000	1 600	1 100
Трехместный номер «Коттедж»	1 300	1 500	1 800	1 900	1 100

Питание в пансионате предлагается трехразовое по системе «Комплексное меню с элементами шведского стола», подразумевающие выбор разнообразных блюд и закусок. Обеденный зал пансионата рассчитан на одновременный прием всех гостей.

В пансионате также большой ассортимент дополнительных услуг – таких, как: трансфер; охраняемая парковка; банкетное обслуживание; экскурсионное бюро; наличие необходимого оборудования для проведения конференций, выездных заседаний и других мероприятий.

Кроме того, на территории пансионата организована зона для автокемпинга. Автокемпинг находится в шаговой доступности от пляжа с естественными дюнами, золотым песком и прибрежными отмелями. Есть возможность подключения к электричеству, доступ к канализационному сливу, водопроводной воде.

Стоимость пребывания на территории автокемпинга:

- январь – июнь: 600руб. с машины/сутки;
- июль – август: 800руб. с машины/сутки;
- сентябрь – декабрь: 600руб. с машины/сутки.

Кроме того, пансионат «Звездочка» имеет небольшую лечебно - оздоровительную базу:

- климатолечение (воздушные и солнечные ванны, морские купания);
- галотерапия;
- мини - сауна «Кедровая здравница»;
- ингаляции;
- кислородные коктейли;
- терренкур;
- лечебный массаж.

Из открытых источников были взяты данные юридического лица АО «Звездочка» (ИНН:7719409437, ОГРН/ОГРНИП: 1157746315539), зарегистрированного 31 января 1996 года [29]. Предприятие является

благонадежным предприятием, по данным электронной отчетности СБИС, оценка надежности пансионата «Звездочка» изображена на рисунке 5.

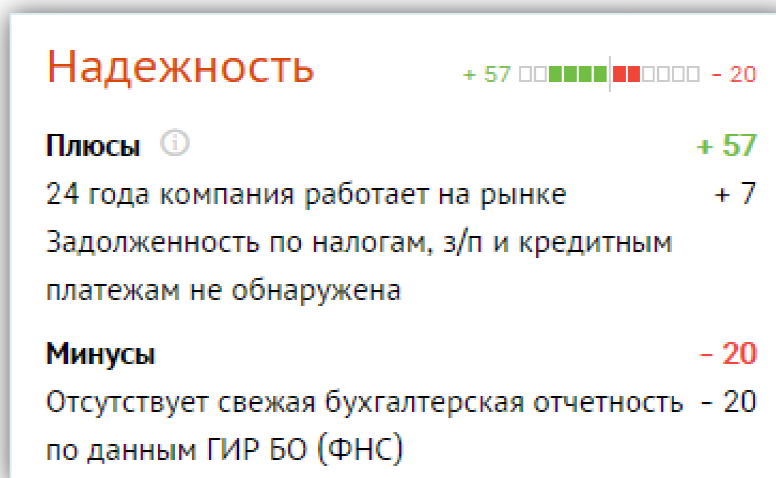


Рисунок 5 - Индекс оценки надежности пансионата АО «Звездочка»

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

## 2.2 Исследование анимационной деятельности предприятия

Основными услугами пансионата «Звездочка» являются проживание с трехразовым питанием. Параллельно с ними предприятие оказывает ряд дополнительных платных и бесплатных услуг, которые оказывают большое влияние на позитивность впечатления гостей пансионата.

АО «Звездочка» является известным на всем побережье оздоровительным комплексом и прекрасным местом для семейного отдыха. Включает хорошо оборудованную площадку для автокемперов. 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 [29]:

- анимация детская;
- анимация взрослая;
- анимация спортивная.

Детская анимация в пансионате «Звездочка» - это самые разнообразные программы для ребят от 4 до 12 лет. На территории пансионата имеется детская площадка, детская игровая комната, а также оборудованный пляж, где с детьми занимаются аниматоры и опытные педагоги. Программы весьма разнообразны и состоят из таких мероприятий как:

- рисование песком;
- правополушарное рисование;
- квиллинг;
- подвижные занятия и игры;
- современные настольные игры для самых разных возрастов;
- вечерние костюмированные игровые программы с различными мультипликационными персонажами;
- дискотека для детей и подростков.

Развлекательные программы для взрослых тоже весьма разнообразны, летний кинозал и танцплощадка вечером становятся центром общения. Виды анимации для взрослых носят следующий характер:

- вечерние развлекательные мероприятия (тематические вечеринки, интерактивные программы, караоке, дискотеки);
- конкурсные дневные программы, проводимые на территории пансионата;
- услуги по организации банкетов;
- организация выездных бизнес мероприятий и 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; спортивные площадки на

открытом воздухе (пляжный волейбол, футбол, настольный теннис); услуги проката (велосипеды, самокаты, роликовые коньки).

Кроме того, для удобства гостей на территории пансионата есть магазин и экскурсионное бюро, где можно подобрать экскурсию на любой вкус поскольку их очень много, и все они очень интересные.

Пансионат «Звездочка» имеет хорошую материально - техническую базу и достаточное количество возможностей для анимационной деятельности: оборудование и реквизит, звуковое, видео, сценическое и светотехническое оборудование, а также различные помещения (как крытого, так и закрытого типа) [29].

На протяжении всего сезона для гостей работает профессиональная команда аниматоров. 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.

Анимационная команда состоит из 5 человек, куда входят молодые люди приблизительно от 18-35 лет. В обязанности аниматоров входит проведение детских, спортивных, праздничных шоу-программ, шуток и розыгрышей, создание благоприятной атмосферы на протяжении всего отдыха.

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

- установления контакта с гостем и произведение 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 6 [29].

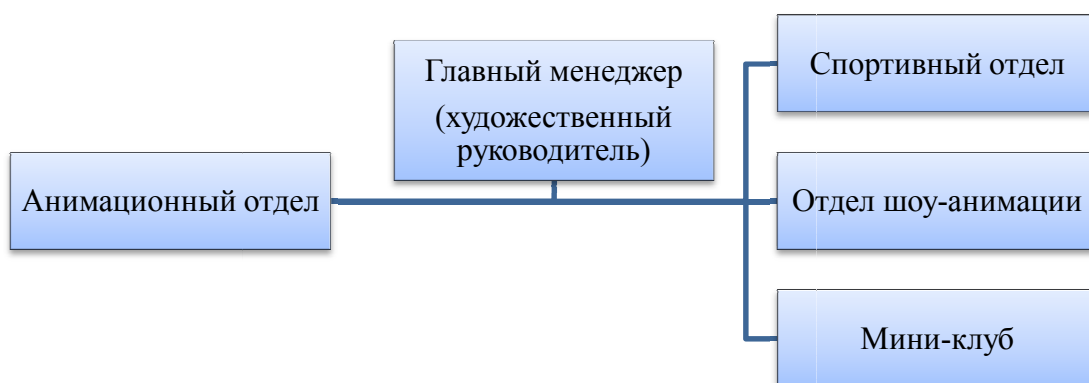


Рисунок 6 - Организационная структура анимационной службы АО «Звездочка»

Основным критерием оценки успешности анимационных мероприятий в пансионате - это посещаемость их гостями. Для того чтобы понять на какую возрастную категорию мы должны ориентироваться при разработке анимационной программы, было проведено анкетирование среди гостей проживающих в пансионате «Звездочка». В анкетирование приняло участие 100 человек. Перечень вопросов приводится в таблице 4.

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

№	Вопросы	Ответы в %
1	Посещаете ли Вы анимационные программы, предлагаемые пансионатом «Звездочка»?	93 % - посещают 5% - ответили отрицательно 2% - еще не успели посетить
2	Какую возрастную категорию Вы бы выделили, для разработки анимационных программ в пансионате «Звездочка»?	43% - для детей 39% - для взрослых 18% - для подростков
3	Какого рода мероприятиям, представленным в пансионате, Вы отдаете предпочтение?	81% - культурно-досуговые 19% - спортивные
4	Знакомо ли Вам понятие квиз - игры Мозгобойня?	92% - знакомо 8% - незнакомо
5	Посещали ли Вы, когда-либо, командную игру с вопросами и ответами, в барах и ресторанах Вашего города (места проживания)?	67% - ответили положительно 33% - ответили отрицательно
6	Было ли Вам интересно посетить квиз - игру под названием - Мозгобойня?	91% - ответили положительно 9% - затруднились ответить

Проанализировав анимационную деятельность пансионата «Звездочка», 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 «Звездочка» □ это семейный пансионат, на данном предприятии наиболее целесообразно будет разработать анимационную программу для всей семьи.

Кроме того, по данным анкетирования было замечено, что многим гостям знакомо понятие - квиз - игры «Мозгобойня», более того, более половины, опрошенных были участниками подобных мероприятий в местах своего проживания, и практически все - 91% были бы не против, посетить такой формат интеллектуальных игры.

Исходя из рассмотренных данных, было решено разработать на данном предприятии - анимационную программу в формате квиз - игры для всей семьи. Ведь для плодотворной работы, имеется все необходимое, а именно: хорошая материально - техническая база с вместительным залом на территории комплекса для такого рода мероприятий, а что самое главное, молодые, активные и творческие работники - аниматоры.



## **ГЛАВА 3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ВНЕДРЕНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ В АО ПАНСИОНАТ «ЗВЕЗДОЧКА»**

### **3.1 Концепция квиз - игры «Мозгбойня»**

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 основой 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 [27].

Все чаще, в России и в целом в мире стали активно использовать совершенно новое направление – квиз - игры. Квиз – это интеллектуальная командная викторина (от англ. «quiz» - викторина) [30]. Число поклонников данного типа игр растёт в геометрической прогрессии. И это не удивительно, поскольку квиз - это шанс интересно, весело, увлекательно и с пользой провести досуг, с некоторой долей азарта.

Анимационное обслуживание в пансионате «Звездочка» 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 интеллектуальной квиз - игры под названием – «Мозгобойня». К основному названию «Мозгобойня» будет добавляться дополнительное название, в зависимости от темы игры, например - «Музыкальная - Мозгобойня» [30].

Основные цели квиз - игры «Мозгобойня»:

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

Задачи квиз - игры:

1. Развитие познавательного интереса;
2. Развитие интеллектуальных возможностей, воображения, смекалки;
3. Развитие психических показателей (целеустремленности, самоконтроля).

Пансионат «Звездочка» имеет закрытые залы, рассчитанные на различное количество гостей, используемые для проведения деловых мероприятий, а также, банкетов, которые как нельзя к стати подойдут для проведения такого рода мероприятий.

Условия и правила проведения квиз - игры «Мозгобойня»:

- квиз - игру целесообразно проводить один раз в неделю - 2 игры (1- взрослая, 1- детская игра), чтобы примерно подстроиться под график заездов;
- число команд, участвующих в каждой игре, будет ограничено лишь вместимостью помещения, количество человек в одной команде от 4 до 12 человек.
- поскольку планируется проводить взрослую и детскую «мозгобойню», возрастные ограничения будут для взрослой - от 14 лет и без ограничений, для детской от 8 - 14 лет;
- продолжительность около 2,5 часов;
- игра будет состоять из - 7 туров по 7 вопросов;

- перед началом участия в квиз - игре, гости разобьются на несколько команд, после чего придумают название команде и выберут капитана;
- задания будут выдаваться аниматором, либо отображаться на экранах телевизоров;
- вопросы будут преподноситься в разных форматах, в виде: текста, музыки, видео и другие возможные варианты.

Как уже упоминалось выше игра будет состоять из семи туров, в каждом по семь вопросов. Этапы прохождения викторины, следующие:

- Тур 1, 4 и 6 - текстовые вопросы (угадать термин, событие, явление, процесс, перевести нечто с других языков, продолжить цитату, дополнить факт, догадаться, о чем речь, по нескольким фактам и т.п.);
- Тур 2 - горячие новости (краткий обзор событий, произошедших на днях в мире);
- Тур 3 - музыкальные вопросы (по звучащему фрагменту нужно угадать композитора, исполнителя, а иногда и автора слов или событие, которому была посвящена композиция);
- Тур 5 - вопросы с иллюстрациями (нужно догадаться, что или кто изображен, откуда кадр и т.п.);
- Тур 7 - блиц, состоит из 7 простых и коротких вопросов различных видов и жанров которые, появляются на экране всего на 15 секунд и зачитываются. После выделенного промежутка времени вопросы не остаются на экране и не дублируются. На обдумывание и конспектирование дается еще 50 секунд.

Вопросы с 1 - 6 тур будут демонстрироваться на большом экране телевизора по 40 - 60 секунд и зачитываться ведущим. Затем, после объявления всех семи вопросов тура, вопросы зачитываются еще раз достаточно быстро, после чего запускается обратный отсчёт 100 секунд. За это время необходимо обдумать и внести свои ответы на предварительно розданные листочки. По истечении 100 секунд листочки с ответами сдаются помощнику ведущего.

После подсчета набранных очков, определяется команда победитель. В

случае, если после 7 тура несколько команд набрали равное количество очков, выше в итоговой таблице оказывается команда, которая была лучше в последнем туре (если и там наблюдается равенство, то просматриваются показатели за 6 тур или 5 тур).

Во время мероприятия предусмотрено два перерыва по 10 минут (после 3-го и 6-го туров игры). Во время мероприятия можно будет заказывать легкие закуски и напитки, чтобы было веселее общаться и играть!

Аниматоры в процессе проведения отдельных туров или игр, смогут вносить изменения в механику процесса, при этом не нарушая сути игры - ответов на вопросы. Процесс подачи, форма и отдельные элементы могут меняться.

Призовой фонд мероприятия будет не большим, но приятным, победителям вручат огромную бутылку шампанского от пансионата.

Данная программа предлагается для внутреннего рынка гостиничных услуг, а конкретно для пансионата «Звездочка». Так же была рассмотрена характеристика продукта, которая представлена на рисунке 7.

Характеристика	Преимущества	Выгода
<ul style="list-style-type: none"> <li>• организация анимационной квиз-игры на территории пансионата «Звездочка».</li> <li>• проект включает в себя интересные, интеллектуальные задания с оригинальной подачей информации во время игры</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• поддержание интереса гостей к постоянному выбору данного пансионата для отдыха</li> <li>• создание благоприятной атмосферы</li> <li>• повышение сервиса обслуживания</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Для пансионата:</b> повышение дальнейшего спроса</li> <li>• дополнительный заработок</li> <li>• расширение разнообразия, предоставляемых услуг</li> <li>• <b>Для гостей:</b> возможность пообщаться, развлечься и отдохнуть</li> </ul>

Рисунок 7 - Характеристика продукта квиз - игры «Мозгобойня»

Выбранное развлечение подойдет абсолютно для всех, поскольку вопросов на энциклопедические знания в «Мозгобойне» практически нет, все вопросы берутся логикой, кругозором, сообразительностью. Хотя подсчет очков проводится будет с целью определить победителя игры, тем не менее «Мозгобойня» - это, прежде всего, развлечение, а не спортивное мероприятие для умников и умниц. Цель игры - хорошее настроение гостей пансионата. Можно с уверенностью сказать, что программа квиз-игры «Мозгобойня» позволит разнообразить и увеличить количество анимационных услуг в пансионате «Звездочка».

### **3.2 Экономическое обоснование внедрения инновационной программы**

Процесс создания анимационной квиз - игры «Мозгобойня» можно разделить на три этапа, первый этап: это покупка франшизы интеллектуальной викторины у правообладателя, второй этап - подготовка к реализации и наконец третий этап - тестирование и реализация игры. Каждый этап занимает определенное время и требует серьезной работы профессионалов.

1. Первый этап - это покупка франшизы интеллектуальной викторины у правообладателя, подписание договора, расстановка целей и задач, связка всех пунктов в единую логическую игру.

«Мозгобойня» - это готовый бизнес в сфере развлечений, в 2020 году заняла 8 место в рейтинге самых выгодных франшиз Forbes среди франшиз с инвестициями до 1 млн рублей, как единственный представитель бизнеса сферы развлечений в рейтинге [30].

Стать партнером «Мозгобойни» и приобрести франшизу достаточно просто, для этого необходимо:

- Оставить заявку по телефону или онлайн;
- Подписание договора;
- Обучение партнера.

Обучение партнера заключается в помощи при запуске, поэтапная система погружения в работу франчайзинга, связь с менеджерами поддержки 24/7; база знаний - заключенная в многолетнем опыте работы, с простыми и понятными инструкциями.

Компания - разработчик обучит как применять инструменты маркетинга, имея в запасе готовые механизмы запуска и раскрутки игры с помощью онлайн и оффлайн – продвижения [30].

Регулярные встречи и закрытые презентации раз в 4 - 5 месяцев, где разработчик делится результатами компании и планами на будущее.

Финансовые условия франшизы «Мозгобойня» и примерная прибыль приведены в таблице номер 5.

Таблица 5 - Финансовые условия франшизы «Мозгобойня»

Финансовые вложения	Возможности заработка
- 75 000 - 800 000 р. единоразовый паушальный взнос	- Регулярные онлайн и оффлайн игры Каждая игра приносит от 30 000 р.
- 10% от билетов роялти (не взимается с первой игры)	- Корпоративные игры Корпоративные игры приносят от 30 до 150 000 р.
- 30 – 200 € абонентская плата (не взимается в первый месяц)	- Дополнительный заработок Детская Мозгобойня
- 6 % - Налоги	
Итого вложений: от 75 000 р.	Итого доход: от 150 000 р. в месяц

Можно выделить следующие преимущества видения данного вида бизнеса:

- 3 недели с момента покупки до первого заработка;
- 2 месяца срок окупаемости инвестиций;
- 65% чистой прибыли с каждой игры;
- ежемесячный доход от 150 000 р.

Приобретая франшизу, предприятие приобретает бренд компании, которая стала всемирно известной и популярной, каждый месяц в нее играет около 100 000 человек [30].

2. Второй этап - подготовка к реализации.

На этапе запуска франшизы, расходы помимо покупки самой франшизы, будут включать следующие статьи:

- призы победителям - 1,4%;
- расходы на полиграфию - 0,3%.

Проводить данное мероприятие будет квалифицированный персонал аниматоров пансионата «Звездочка», оплата за услуги которого будет включена в статью косвенных расходов предприятия.

Призовой фонд - победителям вручается огромная бутылка шампанского от организаторов. А потому, расходы на призы победителям будут не значительными.

Для реализации квиз - игры «Мозгобойня» необходимо распечатать большое количество полиграфии (карточки ведущего с логотипом игры, листы с заданиями и прочие материалы). А также закупка канцелярии: ручки, карандаши, бумага, блокноты и т.п.

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 6 приводятся цены на некоторые виды продукции агентства «Марка» [33].

Таблица 6 - 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 (210x148мм)	2,7	—	1,6	—
Флаер 10x15	1,6	—	1,1	0,8
Флаер 10x20 (евро)	1,9	—	1,4	1,0
<ul style="list-style-type: none"> <li>- фальцовка бесплатно</li> <li>- биговка бесплатно</li> <li>- дизайн макета от 990 рублей, в зависимости от сложности</li> </ul>				

Точно определиться с выбором продукции, что конкретно заказывать в агентстве, а что получится распечатать самостоятельно станет понятно после покупки франшизы, поскольку для каждой игры потребуются разные материалы и в разном количестве. Для начала на полиграфию и канцелярию будет выделена сумма в размере – 5000 рублей [33].

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

### 3. Третий этап - тестирование игры.

Пробная игра, на этом этапе можно, как отрепетировать квиз-игру, увидеть, как она будет выглядеть на самом деле: насколько удобно располагаются столы, мониторы, все ли просматривается, 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 «Звездочка», но также будет уместно набрать добровольцев, возможно, это будут другие работники комплекса. Ведь, когда маршрут проходят посторонние люди, оценка получается куда более объективная.

Завершающим этапом разработки интеллектуальной квиз - игры «Мозгобойня» является подсчет затрат на ее проведение и показателей эффективности проекта. Итак, рассмотрим приблизительную смету расходов по созданию анимационной программы (квиз - игры) для АО «Звездочка»:

1. Покупка франшизы, единовременный паушальный взнос – 75 000 тысяч рублей.
2. Заказ полиграфии и канцелярии, для начала будет выделена сумма в размере – 5000 рублей. Часть продукции будет заказана в рекламно -



издательской компании «Марка».

3. Призовой фонд, победителям во взрослой игре вручается огромная бутылка шампанского от организаторов. В детской «Мозгобойни» победившая команда получает большой сладкий приз, но поскольку это дети, остальные участники тоже получают небольшие утешительные призы. На покупку призового фонда на первый месяц планируется выделить около 12000 рублей, с последующими вложениями.

Прибавив стоимость покупки франшизы к заказу полиграфии и канцелярии, а также к сумме призового фонда получаем:

Затраты:  $75000 + 5000 + 12000 = 92000$  рублей общая стоимость затрат на совершенствование анимационной программы обслуживания пансионата «Звездочка».

Важно оговорить, что паушальный взнос - это единовременный взнос, он будет составлять самые крупные затраты, на которые придется потратиться в самом начале. Остальные затраты, такие как - роялти 10% от билетов (не взимается с первой игры), абонентская плата (не взимается в первый месяц), налоги 6 %, во-первых, будут взиматься не сразу, а во-вторых будут весьма незначительными по сравнению с доходами. Поскольку мы планируем проводить мероприятие два раза в неделю, для разных групп (взрослые, дети), далее по тексту приведем примерные расчёты прибыли пансионата «Звездочка».

1) Пример расчета прибыли со взрослой «Мозгобойни»:

- взнос за участие (во взрослой игре) - 300 рублей с игрока;
- примерное количество участников - 40 человек;
- количество игр (взрослых) -1 в неделю, 4 раза в месяц;

Получаем:  $300 * 40 * 4 = 48000$ р. (за одну игру);  $12000р. * 4 = 48000$ р. за месяц.

2) Пример расчета прибыли детской «Мозгобойни»:

- взнос за участие (в детской игре) - 200 рублей с игрока;
- примерное количество участников - 40 человек;
- количество игр (детских) -1 в неделю, 4 раза в месяц;

Получаем:  $200 * 40 * = 8000р.$  (за одну игру);  $8000р. * 4 = 32000р.$  за месяц.

Итого (с двух игр):  $48000р. + 32000р. = 80000р.$  за месяц.

Исходя из приведённых расчетов можно заметить, что за месяц можно практически окупить потраченные средства на франшизу, а со второго месяца начать на ней зарабатывать. К тому же надо понимать, что количество желающих посетить данное мероприятие может быть намного больше заявленного, поскольку данного рода игры весьма популярны в последнее время.

Интеллектуально - анимационная программа в формате квиз - игры «Мозгобойня», предложенная к реализации, имеет ряд конкурентных преимуществ. К ним относятся: готовые механизмы запуска и раскрутки игры; первая прибыль уже через месяц; разновозрастная целевая аудитория; многожанровость; отсутствие требования дополнительного образования ведущих – аниматоров и многое другое [27].

В заключении можно сделать вывод что, «Мозгобойня» - выгодный бизнес в сфере развлечений! Инвестируя предприятия АО «Звездочка», получает не просто франшизу, а работающий бизнес, с окупаемостью за очень короткий промежуток времени. Но что самое главное, это возможность зарабатывать на положительных эмоциях своих клиентов, ведь, для привлечения гостей необходимо не только поддерживать систему предоставления основных услуг, но также развивать и поддерживать анимационные услуги предприятия [30].

## 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 досуговой деятельности в индустрии гостеприимства, в том числе уделить особое внимание специфике игры как эффективной форме анимационной деятельности в гостинице; дать общую характеристику работы пансионата «Звездочка» и его анимационно - досуговой деятельности, а также разработать новую инновационную интеллектуальную программу в формате квиз - игры «Мозгобойня». В связи с поставленной целью, можно сделать ряд следующих выводов:

1. Досуговая деятельность обусловлена объективной потребностью человеческого организма в восстановлении своего физического и психического баланса. Она осуществляется в свободное время в соответствии с возрастными особенностями, интересами, физическими способностями, интеллектом, желаниями человека и характеризуется добровольностью выбора занятий. Ее результатом является наслаждение самим процессом деятельности. Целью разнообразной досуговой деятельности является расширенное воспроизводство сил человека (физических, интеллектуальных и эмоциональных), т.е. рекреация.

Анимация же является услугой по организации качественного досуга. Благодаря реализации анимационных услуг повышается уровень качества обслуживания, благодаря которому потребитель стремится вновь воспользоваться комплексом услуг. Анимация в сфере гостеприимства

выступает также в качестве своеобразной формы рекламы туристского и гостиничного продукта, ведущей в конечном итоге к повышению доходности и прибыльности бизнеса. 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 игры невозможно исчерпать и оценить. Ее феномен состоит в том, что, являясь развлечением, отдыхом, она способна перерасти в творчество, обучение, в терапию, в модель типа человеческих отношений и проявлений в труде, воспитании. Игра как уникальное пространство обладает огромным творческим потенциалом, который необходимо использовать в досуговой деятельности предприятий гостеприимства. Задачей досуговой деятельности в процессе игры, на отдыхе, является создание условий для развлечения плюс развитие основных качеств, способностей, заложенных в человеке. Что как не в нельзя лучше присутствует в игровой деятельности объективно сочетая два важных фактора: с одной стороны, участники включаются в практическую деятельность, развиваются физически; а с другой - получают моральное и эстетическое удовлетворение от этой деятельности, углубляя познания о мире и жизни.

2. АО пансионат «Звездочка» □ это пансионат матери и ребенка, который работает весьма стабильно и является рентабельным предприятием индустрии гостеприимства. В течение последних лет, предприятие развивалась очень быстрыми темпами, АО пансионат «Звездочка» входит в состав «Анапского оздоровительного комплекса» АО «ОДК», основной деятельностью которого является предоставление услуг по организации комфортного и качественного отдыха на Черноморском побережье. В прошлые годы были также расширены инфраструктурные возможности пансионата, теперь на его территории располагается хорошо оборудованная площадка для автокемпинга.

Проанализировав анимационную деятельность пансионата «Звездочка», 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 также различные помещения (как крытого, так и закрытого типа). Еще одним бесспорным преимуществом является анимационная команда пансионата, состоящая из энергичных, талантливых молодых людей, регулярно повышающие свою квалификацию, обменивающиеся опытом с коллегами, разрабатывающие новые анимационные программы.

3. Все чаще, в России и в целом в мире стали активно использовать совершенно новое направление – квиз - игры. Квиз – это интеллектуальная командная викторина (от англ. «quiz» - викторина), число поклонников которой растёт в геометрической прогрессии. И это не удивительно, поскольку квиз - это шанс весело, интересно, весело, увлекательно и с пользой провести досуг, с некоторой долей азарта.

Наличие в анимационных программах гостиниц квиз - продукта делает их более полными, что в свою очередь дает больше вариантов работы с гостями. В связи с этим назрела необходимость в создании новой интеллектуальной квиз - игры под названием - «Мозгобойня». Новая анимационная программа позволит расширить спектр мероприятий досуговой деятельности пансионата, а также, повысить доход и престиж комплекса. Помимо описания этапов формирования программы, условий и правила проведения игры были отобраны поставщики услуг для реализации проекта.

4. Завершающим этапом разработки интеллектуальной квиз - игры «Мозгобойня» явился подсчет затрат на ее проведение и показателей эффективности проекта. Исходя из приведённых расчетов общая стоимость затрат на совершенствование анимационного обслуживания пансионата «Звездочка», включающая в себя покупку франшизы, заказ полиграфии и канцелярии, а также призовой фонд - составила 92000 рублей. Большую часть

расходов из приведенной суммы, а именно 75000 рублей составил - паушальный взнос (покупка франшизы). В связи с этим важным будет оговорить, что паушальный взнос - это единовременный взнос, он будет составлять самые крупные затраты, на которые придется потратиться в самом начале. Остальные затраты, такие как - роялти 10% от билетов (не взимается с первой игры), абонентская плата (не взимается в первый месяц), налоги 6 %, во-первых, будут взиматься не сразу, а во-вторых будут весьма незначительными по сравнению с доходами.

Исходя из плана проведения мероприятия, помимо подсчета затрат, были приведены примерные расчёты прибыли пансионата «Звездочка», которые в свою очередь составили – 80000 рублей за месяц (с двух игр). Можно заметить, что за месяц практически окупаются потраченные средства на франшизу, а со второго месяца на ней уже можно будет зарабатывать. К тому же надо понимать, что количество желающих посетить данное мероприятие может быть намного больше заявленного, поскольку данного рода игры весьма популярны в последнее время, а это значит, что, прибыль может быть гораздо выше.

Интеллектуально - анимационная программа в формате квиз - игры «Мозгобойня», предложенная к реализации, имеет ряд конкурентных преимуществ. К ним относятся: готовые механизмы запуска и раскрутки игры; первая прибыль уже через месяц; разновозрастная целевая аудитория; многожанровость; отсутствие требования дополнительного образования ведущих – аниматоров и многое другое.

В заключении можно сделать вывод что, «Мозгобойня» - выгодный бизнес в сфере развлечений. Инвестируя предприятия АО пансионат «Звездочка», получает не просто франшизу, а работающий бизнес, с окупаемостью за очень короткий промежуток времени. Но что самое главное, это возможность зарабатывать на положительных эмоциях своих клиентов, ведь, для привлечения гостей необходимо не только поддерживать систему предоставления основных услуг, но также развивать и поддерживать анимационные услуги предприятия.

## 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. Андреева, А.Ю. Технологии социально-культурной анимации как средство патриотического воспитания молодежи: автореф. дис. /А.Ю. Андреева; Тамбов. гос. ун-т. - Тамбов, 2019. - 87 с.
3. Аршинова, А.В. Сфера туризма и гостеприимства. Инфраструктура, организационно - экономические технологические инновации: монография – Москва: Русайнс, 2019. - 188с.
4. Асанова, И.М., Игнатъева, В.В. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник по направлениям подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело». - 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Academia, 2018. — 118 с.
5. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства: учебник для СПО / Л. Г. Березовая. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 77 с.
6. Богалдин-Малых, В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: Учебное пособие / В.В. Богалдин-Малых. - М.: МПСИ, 2012. - 312с.
7. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 165 с.
8. Булыгина И.И. Анимация в сфере гостеприимства. Учебное пособие. Издательство: Кнорус, 2018. – 79с.
9. 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.
10. Власова Т.И. Анимационный менеджмент в туризме: учеб.пос./ Т.И. Власова, А.П. Шарухин, Н.И. Панов. -М.: ИЦ «Академия», 2020. -220 с.

11. 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.
12. Гаранина, Е. Н., Булыгина, И.И., Гаранин, Н.И. Анимация в сфере гостеприимства: учеб. пособие для вузов. – Изд.–: Кнорус, 2018. – 158 с.
13. Горбачев, А. А.; Дмитриева идеологические подходы в социокультурной анимации как средство развития туризма // Курорты. Сервис. Туризм. - 2014. - № 3-4 (24-25). - С. 30-37.
14. Гончаренко, А.Б. Анимационный сервис: учеб. пособие/А. Б. Гончаренко. – СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2019. – 61 с.
15. Долженко Г. П. Экскурсионное дело: учебное пособие для бакалавров и магистров / Г. П. Долженко. – Изд. 4-е, испр. и доп. – Ростов н/ Д: Феникс, 2018. – 78 с.
16. Житенёва, С. Ю. Образовательный туризм в России: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.]; — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 137 с.
17. 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.
18. 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.
19. Писарев, Е.Л. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; О-75— М.: Федеральное агентство по туризму, 2020. — 64 с.
20. Приезжева Е. М. Анимационный менеджмент в туризме: учебное пособие: 2-е издание., Росс. межд. акад. туризма. — М.: Советский спорт, 2018. — 158 с.



21. Сущинская, М. Д. Культурный туризм: учеб. пособие для СПО / М. Д. Сущинская. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 57 с.
22. Шмакова, Г.В. Краеведение: учеб. пособие для академического бакалавриата / Г. В. Шмакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 46 с.
23. Чередниченко Ю. П. Теория и практика продаж гостиничного продукта: учебное пособие. – Изд. Ростов н/ Д: Феникс, 2019. – 78 с.
24. 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, 2019. — 202 с.
25. Юдина Е. В., Афанасьев О. Е. Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: сборник научных статей. Издательство: КноРус, 2018. -120с.
26. Учебное пособие. Засимович Е.С., Волобуева И.И. Современные проблемы сервиса и туризма. - 2019. - №4. - С.41-48.
27. Научно-методический электронный журнал Алексеева Н. Д., Рябова Е. В. Квиз-игры как инновационная форма досуговой деятельности// Концепт. – 2021.– № 520.– С. 21-25.
28. Научный журнал «Инновации в науке» № 7(68). Нехаева Н.Е., Морозкина К.В. Туристский квест как инновационная форма экскурсии//– Новосибирск., Изд. АНС «СибАК», 2019. Часть 1. – С. 46-47.
29. Официальный сайт «Анапский оздоровительный комплекс» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://aok-anapa.ru/aok/> (дата обращения: 5.04.2021)
30. Официальный сайт ООО «Квиз Мозгобойня» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://portal.mozgo.com/?> (дата обращения: 20.03.2021)

31. Официальный сайт event-агентства «Праздник ПРО» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://prazdnikpro-siberia.ru> (дата обращения: 10.03.2021)
32. Электронная библиотека и интернет-магазин образовательной литературы «Юрайт» // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://urait.ru/events> (дата обращения: 27.03.2021)
33. Официальный сайт рекламно - издательской компании «Марка» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://anaramarka.ru/> (дата обращения: 21.04.2021)
34. Электронно - библиотечная система znanium.com [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 12.02.2021)
35. Официальный сайт образовательного туристического портала «Все о туризме» [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://tourlib.net/contacts.htm> (дата обращения: 17.04.2021)
36. Официальный сайт статей анимация в туризме//Энциклопедия Нестеровых - [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/animaciya-v-turizme.html> (дата обращения: 13.03.2021)