

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**«Совершенствование анимационного сервиса в средствах размещения  
(на примере отеля «Bridge Resort», г. Сочи)»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ  
студента (ки)   4   курса   431   группы  
направление 43.03.01 – Сервис

Института истории и международных отношений  
**Соболевой Кристины Александровны**

Научный руководитель:  
доцент кафедры туризма  
и культурного наследия,  
к.с.н.

\_\_\_\_\_ М.С. Отнюкова

Заведующий кафедрой туризма  
и культурного наследия,  
д.э.н., профессор \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Т.В. Черевичко

Саратов 2019

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Введение. Актуальность выпускной квалифицированной работы** обусловлена тем, что сегодня особое место в гостиничных предприятиях на современном этапе развития, занимает анимационная служба, которая обеспечивает организацию анимационной деятельности туристов. Именно анимация является источником дополнительных доходов для отеля, и привлекательностью турпродукта, поэтому в профессионалах данного профиля заинтересованы все современные гостиничные предприятия. В настоящее время гостиницы всё чаще, помимо своих основных услуг, приема и размещения, предлагают услуги анимации в гостинице.

Современная гостиница - это не просто место для временного проживания, но, также и культурный центр, где люди имеют возможность переключаться с трудовой деятельности на отдых и развлечения. Отели, которые действительно беспокоятся о досуге своих гостей, устанавливают хозяйственные связи и деловые контакты с предприятиями, которые предоставляют анимационные услуги, услуги развлечения, досуга и отдыха. Большинство туристов, которые собираются в путешествие, интересуются не только условиями проживания и экскурсионной программой в отеле, но и наличием и уровнем анимационной команды. Такая услуга приятно радует посетителей, и многие гости действительно ценят такое внимание.

Анимация – это сравнительно новое направление курортной деятельности, которое предполагает личное участие гостей отеля в игровых и театрализованных шоу-программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях. Это явление – порождение конкуренции между гостиницами, которые стремятся разнообразить отдых клиентов.

### **Теоретические основания выпускной квалификационной работы.**

В исследовании использовались работы по анимационной деятельности (И.Н. Ерошенкова, А.Б. Косолапова, Е.Б. Мамбековой, И.И. Шульги, Н.Н. Ярошенко и др.). Определенный интерес представили диссертационные работы по проблемам анимации в гостиницах, выполненные И.И. Булыгиной,

Е.М. Приезжевой, Э.В. Соколовым, В.З. Дуликовым и др. Информационной базой выпускной квалификационной работы являются труды специалистов в области гостиничного и туристского сервиса: Н.И. Гаранина, Е.А. Горлова, Л.В. Курило, Т.А. Третьяковой и других специалистов. В работе методом теоретического анализа раскрыта сущность понятия «анимационная деятельность», «анимационная программа», выявлена потребность в анимационные мероприятия: стремление туристов к насыщенному и запоминающемуся отдыху.

**Цель выпускной квалификационной работы** – исследование организации анимационной деятельности на предприятиях гостиничного сервиса и разработка анимационной программы отеля «Bridge Resort» г. Сочи.

Для достижения данной цели проводится ряд **задач**:

1. Рассмотреть теоретические аспекты анимационного сервиса в средствах размещения;
2. Проанализировать понятие, особенности и значение анимационной деятельности в средствах размещения;
3. Изучить специфику разработки анимационных программ в средствах размещения;
4. Провести исследование анализ анимационного сервиса отеля «Bridge Resort», г. Сочи;
5. Дать общую характеристику деятельности отеля «Bridge Resort»;
6. Проанализировать анимационные программы, действующие в отеле «Bridge Resort»;
7. Разработать анимационную программу для привлечения гостей в отеле «Bridge Resort».

**Объектом исследования** является предприятие гостиничного сервиса отель «Bridge Resort», г. Сочи.

**Предметом исследования** является анимационный сервис в средствах размещения.

**Гипотеза исследования** заключается в том, что деятельность

гостиничного предприятия будет более эффективна, если в рамках его функционирования начнет осуществляться анимационная деятельность, которая будет привлекать большое количество посетителей, влиять на имидж заведения, а также положительно скажется на рейтинге отеля и разнообразит отдых гостей.

**Эмпирическая база выпускной квалификационной работы** включает в себя следующие методы:

1. Метод анализа документов. Источниками информации стали: официальный сайт отеля «Bridge Resort» (<https://brsochi.ru/o-kurorte>); официальный сайт рейтинга гостиниц (<https://tophotels.ru>). Цель метода – изучить представленные на сайте мероприятия анимационного сервиса отеля.

2. Анкетирование. Количество опрошенных составило 20 человек. Респондентами выступили сотрудники организации «Транснефть-Приволга», которым ежегодно выделяются путевки в данный отель. Цель анкетирования - выяснить степень удовлетворенности посетителей анимационными программами гостиницы «Bridge Resort».

3. Анализ отзывов на сайтах ([https://positivetravel.ru/hotelotzyv.aspx?key=44753\\_39](https://positivetravel.ru/hotelotzyv.aspx?key=44753_39)), (<https://tophotels.ru/viewrate/?id=1933095#viewrate>). Цель анализа – выяснить отношение к анимационным программам отеля «Bridge Resort». Всего было проанализировано четыре отзыва.

**Практическую значимость исследования** представляет разработанная анимационная программа для отеля «Bridge Resort», которая будет способствовать привлечению клиентов, но также может быть применена на практике в других гостиничных предприятиях, в деятельности широкого круга специалистов анимационного сервиса и получения видимых результатов от их внедрения.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Итак, проведенный анализ совершенствования анимационного сервиса

в средствах размещения (на примере гостиничного комплекса «Bridge Resort», г. Сочи), позволил сделать ряд выводов как теоретического, так и практического характера.

В результате проведенного теоретического анализа существующих источников, нами было выявлено, что:

1. Существует немало определений и исследований анимационного сервиса, анимационных программ и анимации в целом. В частности, понятия, особенности значения и виды анимации, а также отдельно анализируются этапы разработки анимационных программ. Особо отмечается, что использование анимации - это и улучшение имиджа предприятия, конкурентные преимущества и гарантированный возврат клиентов в понравившееся ему место.

2. В современном туристском обслуживании анимация стала неотъемлемой частью, которая предлагает интересные программы развлечений для туристов во время их отдыха. Однако эффективность туристской анимационной деятельности во многом зависит от профессиональной квалификации специалистов данной сферы. Анимационные программы включают игры и конкурсы, дискотеки, тематические шоу-программы, спортивные и познавательные развлечения.

На наш взгляд важно отметить, что при составлении анимационной программы необходимо учитывать пол, возраст и пожелания отдыхающих, так как анимационный сервис способствует привлечению большего количества клиентов, повышению доходов объекта размещения, удовлетворенности клиентов отдыхом, что и является целью индустрии гостеприимства.

Нами был проведен анализ анимационного сервиса в отеле «Bridge Resort», мы рассмотрели характеристику деятельности отеля и проанализировали анимационные программы, которые действуют на территории гостиничного комплекса.

Анализ деятельности отеля «Bridge Resort» показал, что он имеет всё необходимое для того, чтобы стабильно функционировать, но есть недостатки

анимационной программы: шоу программы не интересные, однотипные, нет тематических мероприятий, за исключением детских дискотек, которые сопровождаются скучной музыкой и нет разделения по возрасту.

С целью определения необходимой гостиничной анимации, желаний и ожиданий гостей в отеле «Bridge Resort», было проведено анкетирование, которое показало, что:

1. гостям отеля не хватает более разнообразной анимационной программы, которая будет разделена по возрастам;
2. респонденты хотели бы разнообразия в детском досуге, в том числе показ различных костюмированных мероприятий, а также добавления в программу различных спектаклей и мастер-классов для взрослых (родителей).

По результатам проведенного анализа отзывов, мы выяснили, что не хватает разнообразия мероприятий - это и развлекательные и костюмированные программы, и улучшение вечерних шоу-программ. Респонденты хотели бы увидеть их более интересными, т.е. проводить не просто дискотеку, где будет играть музыка и все будут танцевать, а добавить элементы праздничного настроения, с помощью игр, или развлекательных атрибутов, например, «бумажная дискотека» - это анимационно-танцевальная программа, в которой при помощи использования специальной бумаги и бумажных лент создается настроение праздника.

По результатам проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

- анимационная программа для детей в гостинице «Bridge Resort» содержит недостаточное количество динамических игр для детей в возрасте 10-15 лет, а также для детей в возрасте до 9 лет;
- основная задача при составлении детской анимационной программы - создать для ребенка такой психологический комфорт, чтобы ему было интересно и спокойно, чтобы он чувствовал себя активным участником программы, и чтобы отдых запомнился ему как лучшее его времяпровождение;

– данный эффект достигается путем разработки, насыщенной и правильно планированной анимационной программы, которая направлена на развитие детей;

– часто одним из критериев выбора отеля является наличие детской анимационной команды на туробъекте, что в дальнейшем обеспечивает получение более высоких финансовых результатов;

– при разработке анимационной программы, необходимо учитывать и возрастную характеристику клиентов.

Таким образом, можно сделать вывод, что общая проблема по результатам исследования, является единообразие и уныние анимационных программ. В связи с этим, для развития и совершенствования анимационной деятельности в гостинице «Bridge Resort» было предложено следующее:

1. Набрать анимационную команду для взрослых (родителей). Должность аниматора не требует специального профессионального обучения. Кадры для этой профессии набираются из разных отраслей. Аниматоры могут иметь педагогическое, артистическое образование. По желанию, аниматор может пройти курсы для повышения квалификации.

2. Приобрести детскую горку для малышей в возрасте до 7 лет, которая позволит также развивать физическую выносливость малышей.

3. Приобрести 3 костюма героев из современных мультфильмов, которые стали популяризованы: костюм «Лунтика», костюм «Барбоскина», костюм «Фиксика».

4. Ввести в анимационную программу различные виды творчества, которые будут способствовать развитию интеллекта детей.

5. Завести традицию, проводить праздник «День именинника».

Общая примерная стоимость анимационной программы 363000 рублей.

Таким образом, рассматривая анимационное обслуживание на туробъектах, которые предлагают семейный отдых с детьми, можно сделать вывод о том, что в современном гостиничном бизнесе, в условиях жесткой конкуренции, невозможно представить гостиничный комплекс без

организации и развития в ней достойной анимационной деятельности.