МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Новосибирский Государственный Технический Университет

Кафедра экономики сервиса

Курсовая работа на тему

«Гостиничные анимационные услуги и программы»

Новосибирск 2009 Содержание

Введение………………………………………………………………..3

Глава1. Анимация………………………………………………….......5

* 1. Анимация в туризме и в России…………………………….7
  2. Типология анимации………………………………………...8
  3. Виды анимации как элементы анимационных программ..10

Глава2. Классификация туристов……………………………………13

* 1. Типы личностей по отношению к проведению досуга…..15
  2. Формы работы с разными возрастными группами отдыхающих…………………………………………………16

Глава3. Анимация в гостинице………………………………………18

* 1. Структура анимационной службы……………………….....20
  2. Гостиничные анимационные услуги и программы………..22
  3. Технология создания анимационных программ…………...25
  4. Модель специалиста туранимации………………………....27
  5. Правило поведения аниматоров……………………………28

Заключение……………………………………………………………30

Приложение…………………………………………………………..31

Список литературы…………………………………………………..37

1.Введение

В последнее десятилетие в России быстро развивается индустрия туризма: появляются новые гостиницы, туристские комплексы, туроператорские и турагентские фирмы, экскурсионные бюро, предприятия по производству сувениров, информационные и рекламные службы. Индустрия туризма сегодня- это большой хозяйственный комплекс, в котором занято множество людей, от квалификации которых зависит продуктивность работы этого комплекса.

Остро ощущается нехватка специалистов по организации интересного, полноценного досуга в туристских комплексах, гостиницах, турбазах, пансионатах и санаториях.

В нашей стране пока еще не сформирован банк сценариев, игр, конкурсов, на основе которого можно быстро разработать анимационную программу, подходящую данному контингенту отдыхающих. Есть и другие трудности на пути организации анимационной деятельности: скудная материальная база, недостаточное финансирование, в силу чего нет возможности расширить штат анимационной команды, и др.

Менеджер гостиничной анимации должен четко представлять, что является субъектом и объектом управления гостиничной анимации, как действует связь подсистем, что входит в понятия функций планирования анимационной деятельности, ее организации, мотивации труда аниматоров и контроля выполнения планов.

Понятие «анимация» имеет латинское происхождение и означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность.

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

Гостиничная анимация является одним из эффективных средств привлечения гостей в отель. Она влияет и на позитивную оценку работы отеля в целом. Это своеобразные дополнительные услуги клиенту, цель которых пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха и желание приехать в этот отель еще раз.

Цель моей курсовой работы: понять функцию анимации в гостинице.

Задачи курсовой работы: определить цели, функции и виды анимации; выделить основные типы анимационных программ; разработать правила поведения аниматоров в гостиницах

Глава 1.Анимация.

В настоящее время во всем мире стало активно использоваться совершенно новое направление- анимация, т.е. оживление отдыха и организация непосредственных впечатлений от личного участия в мероприятиях. Одно из направлений анимации- организация отдыха туристов в отеле, где аниматоры работают с туристами постоянно, и основная задача этих работников- не дать людям скучать.

Анимация- это целая отрасль в гостиничном обслуживании, составная часть всего сервиса клуба- отеля(ресторана, спортплощадки, бассейна).

В задачу анимации входит организация культурного отдыха, который является средством не только избавления от усталости, но и нейтрализации негативных воздействий повседневной жизни. При организации такого отдыха необходимо продумать программу, способную отвлечь гостей от повседневных проблем. Отдых должен быть всегда активным, отличаться высоким уровнем эмоциональности и давать психологический разряд, важно правильно его планировать, наполняя его ярким зрелищным мероприятием. Программа анимации воздействует на человека во время его досуга, в комплексе решая проблемы становления, развития, сохранения и восстановления его здоровья. Курортный отель нуждается в особой инфраструктуре и больших возможностях, чтобы предложить туристу полную анимационную программу, что требует огромных материальных затрат. Несмотря на это, руководство отелей идет на большие расходы, для того чтобы удовлетворить любые пожелания гостей.

Аниматор – тот же артист, и вся его деятельность требует постоянной самоотдачи – ежедневно, ежеминутно. Стать аниматором непросто. Аниматор должен изначально владеть определенными навыками работы и умениями, а также должен быть психологически готов к этой работе. Всему этому учат новичков – от преодоления языкового барьера до искусства перевоплощения в свой персонаж. Кроме того, проводятся специальные семинары и практические занятия по танцам, разработке программы на сезон, проведению спортивных игр и соревнований. Каждые две недели анимационная программа меняется, поэтому рабочий день аниматора проходит очень напряженно.

Анимационные программы включают в себя спортивные игры и состязания, танцевальные вечера, карнавалы, игры, занятия, входящие в сферу духовных интересов и т.д. Функции анимационных программ - организация и руководство культурными, оздоровительными и спортивными мероприятиями, их дальнейшее распространение среди туристов.   
Одним из важных направлений аниматорской деятельности в отелях является анимация для детей.   
На территории большинства 4\* / 5\* отелей действуют специальные детские клубы: «мини» - для детей 3-12 лет, и «юниор» - для молодежи 12-15 лет, где родители могут оставить своих детей на целый день под присмотром опытных аниматоров (как правило, с педагогическим образованием), чтобы поездить в свое удовольствие на экскурсии по городам и интересным уголкам, совершить покупки или спокойно полежать неподалеку на пляже.   
План работы, как и общий план анимационной деятельности в отеле, составляется заранее и корректируется в ходе проведения занятий, в зависимости от присутствующего контингента детей и других условий. В этом плане удачно совмещаются и имеют оптимальное количество спортивные и культурные мероприятия, необходимые для развития ребенка. Работа в мини-клубе аниматором - большой труд, так, этот человек должен учитывать целый ряд физиологических и психологических особенностей детей разного возраста, создать такие условия, чтобы любому ребенку было в нем интересно и он смог проявить и реализовать себя как личность.   
Для организации эффективной работы с детьми предоставляются соответствующие помещения пребывания детей в летние месяцы и в непогоду, оснащенные различным инвентарем для рисования, лепки, подвижных и развивающих игр и т.д. Каждый день неизменно начинается со знакомства и имеет свою тему, которая раскрывается в ходе спортивных и познавательных занятий и состязаний, совместно поставленных маленьких спектаклей, концертов и праздников.

1.1. Анимация в туризме и в России

Анимация в туризме начала развиваться как таковая с 70-х годов ХХ в. на Востоке, и только с середины 90-х она появилась в России.  
Сначала аниматоры освоили Египет и ОАЭ. Позже – Турцию, где музыкальные и цирковые коллективы представляли свои программы преимущественно в отелях. Танцорам и циркачам была предложена несколько иная сфера деятельности – не просто концертные программы, но еще и общение с гостями в непринужденной обстановке. В середине 90-х годов получили распространение школы аниматоров, где обучались как сами турки, так и иностранцы, в том числе прибывшие из России. После стажировки в трехзвездочных отелях студенты, зарекомендовавшие себя с наилучшей стороны, продолжали работу в гостиницах высших категорий. Многие россияне оставались работать в Турции. Когда заканчивался летний сезон, они возвращались домой, в Россию, и делились своими впечатлениями о новом понятии в сфере развлечений. В корне неверно бытующее у нас мнение, что аниматоры и массовики-затейники, работавшие в советских домах отдыха и пансионатах, близнецы-братья. Аниматоры берут на себя не только увеселительные функции. Они позитивно влияют на восстановление физической формы и на активизацию умственных способностей отдыхающих. Аниматоры подстраиваются под конкретную группу людей, а не слепо следуют намеченной программе. Ведь они еще и опытные психологи. Общение всегда проходит в теплой, дружественной, раскрепощенной обстановке. Их задача – максимально расположить к себе окружающих. К сожалению, не успев толком прижиться в России, анимация стала развиваться в неправильном направлении. В результате страдают и дома отдыха, и сами отдыхающие. Руководители отделов досуга подмосковных здравниц пытаются понять, что же такое анимация. Многие съездили в Турцию – ознакомиться с работой тамошних аниматоров. Но анимации нужно учиться. Без этого не стать профессионалом. И уж тем более – шефом анимации. Часто из внимания упускается и другой момент: большинство отечественных пансионатов и домов отдыха, пусть даже они называются отелями, не приспособлены для работы анимационных команд. В инфраструктуре заграничных отелей специально оборудованные под данный вид деятельности площадки и помещения учитываются еще на стадии проектирования или в процессе реконструкции. Их отсутствие делает работу анимационной команды неполноценной. Это отпугивает профессиональных аниматоров. В результате их места занимают все те же массовики-затейники. Есть, правда, и среди них талантливые люди, потенциальные аниматоры, которые пытаются, по мере сил, развивать данный вид деятельности в российских условиях. Таким образом, в России анимация пока только зарождается. И все попытки скопировать турецкий вариант, что называется, по "обложке", не заглядывая в книгу, лишь затрудняют ее развитие в российской туриндустрии. Хочется, чтобы и у нас было больше профессионалов, таких, для кого анимация – не просто работа, а смысл жизни.

1.2. Типология анимации

При подготовке анимационных программ учитывается такие особенности туристов, как национальность, возраст, пол, численность(индивидуальная, групповая, массовая), а также активность участия туристов.

Туристская анимация подразделяется на три основных типа по важности, приоритетности и объему анимационных программ в общей программе путешествия:

Первый тип. 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, которые предоставляются в разных географических точках. Обычно такие программы предназначены для индивидуалов или однородных туристских групп, объединенных общим интересом( хобби). К таким анимационным программам относятся: культурно-познавательные и тематические, музыкальные и театральные, карнавальные и спортивные или, например, турпоездки по казино-центрам, расположенным в разных странах, организованные для любителей игры в казино.

Второй тип. Дополнительные анимационные услуги в технологических перерывах- программы, предназначенные для «поддержки» основных туристских услуг, оговоренных в турпакете, и действующие в обстоятельствах, обусловленных переездами, задержками в пути и в случаях непогоды( при организации спортивных и самодеятельных туров, на пляжных курортах), а также в случае отсутствия снега на горнолыжных курортах и т.д.

Третий тип. Гостиничная анимация- комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристом и совместном их участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса. Преследует цель реализации новой философии гостиничного обслуживания- повышения качества предоставления услуг и уровня удовлетворенности туриста отдыхом. Гостиничная анимация- понятие наиболее узкое из трех рассматриваемых, поскольку предполагает только организацию досуга в местах размещения туристов: отелях, туркомплексах, гостиницах, турбазах и др. Гостиничная анимация- это досуговая деятельность, предлагаемая гостиницами, отелями, туристскими комплексами. Это наиболее значимая часть туристской анимации. Анимационные программы различаются при разной организации отдыха( в клубах, гостиницах разной целевой направленности и разной величины).

1.3. Виды анимации как элементы анимационных программ

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

* Анимация в движении- удовлетворяет потребность современного человека в движении, сочетающемся с удовольствием и приятными переживаниями;
* Анимация через переживание- удовлетворяет потребность в ощущении нового, неизвестного, неожиданного при общении, открытиях, а также при преодолении трудностей;
* Анимация через общение- удовлетворяет потребности в общении с новыми, интересными людьми, в открытии внутреннего мира людей и познании себя через общение;
* Анимация через успокоение- удовлетворяет потребность людей в психологической разгрузке от повседневной усталости через успокоение, уединение, контакт с природой, а также потребность в покое и «праздной лености»;
* Культурная анимация- удовлетворяет потребность людей в духовном развитии личности через приобщение к культурно- историческим памятникам и современным образцам культуры страны, региона, народа, нации;
* Творческая анимация- удовлетворяет потребность человека в творчестве, демонстрации своих созидательных способностей и установлении контактов с близкими по духу людьми через совместное творчество.

Реальные анимационные программы носят чаще всего комплексный характер, а перечисленные виды анимации являются составляющими элементами этих программ.

Анимационные программы одновременно с чисто развлекательными мероприятиями включают разнообразные спортивные игры, упражнения и соревнования. Такое сочетание делает эти программы более насыщенными, интересными и полезными для укрепления, восстановления здоровья, поэтому во взаимосвязи туристской анимации и спорта чаще всего и достигается наибольший восстановительно-оздоровительный эффект.

Глава 2. Классификация туристов.

Интересы туристов зависят от множества факторов: возраста, пола, национальности, образовательного уровня , уровня доходов, профессиональных интересов, хобби и т.д.

Очевидно, что с ростом дохода величина расходов на отдых увеличивается. Чем выше доход той или иной семьи, тем больше возможностей для обеспечения более качественного и интересного отдыха. Туристская активность находится также в прямой зависимости от уровня образования потребителей. Люди со средним образованием предпочитают увеселительные поездки; с высшим образованием- склонны к интеллектуальному отдыху. Конечно, потребителей анимационных услуг нельзя четко разделить по категориям дохода, возраста, пола и рода занятий, можно сделать это лишь условно. Например, некоторые рабочие могут иметь достаточно высокие доходы, но их досуговые потребности могут резко отличаться от потребностей административных работников или крупных бизнесменов. Однако аниматорам, которые должны планировать свои программы с учетом интересов клиентов, важно уметь правильно классифицировать гостей и туристов, чтобы составить программу на любой вкус.

Для того чтобы угодить туристу, аниматоры должны о нем много знать. То, что можно предложить студентам, вряд ли может обрадовать людей пожилого возраста или то, что предназначено для туристов- экстрималов, вряд ли понравится любителям полежать и понежиться на солнышке. Туристы приезжают на отдых на короткий срок, за который много о них не узнаешь, но выход из этой ситуации все же найдется, если:

* Получать информацию о туристах( возраст, пол, национальность, степень активности) на всех этапах их обслуживания ( при оформлении путевки, заселении в отель и при общении с аниматорами);
* Уметь классифицировать туристов и мотивы их путешествий, чтобы правильно подобрать для них программу;
* Иметь в запасе много программ, рассчитанных на разные категории и интересы туристов.

Существуют различные виды классификации туристов. Наиболее часто встречающаяся- классификация по таким признакам, как пол, возраст, уровень дохода, уровень образования, этническая принадлежность.

Классификация туристов по возрасту. При составлении программ отдыха тураниматорами должны учитываться возрастные особенности групп отдыхающих:

* 0-2 года- грудные дети;
* 3-8 лет- дети-дошкольники;
* 9-18 лет- подростки-школьники;
* 18-25 лет- молодежь, студенты;
* 26-64 года- взрослые люди;
* 65 лет и старше- пожилые люди, пенсионеры.

В отелях отдыхает большое количество молодежи( школьники, студенты, спортивные команды). Это очень активный народ, и главное для них- провести свой отдых максимально весело и интересно. И анимационная команда, проводя свои мероприятия, в первую очередь обращает внимание именно на эту категорию туристов.

Классификация по этнической принадлежности. При составлении анимационных программ для представителей различных наций и народностей надо учитывать этническую принадлежность и быть особенно внимательными, знать национальные традиции по проведению досуга, чтобы ненароком не обидеть гостей.

Классификация по половому признаку. Различные программы можно предлагать туристам по половому признаку. Могут быть разработаны чисто женские и мужские досуговые программы.

2.1. Типы личностей по отношению к проведению досуга

Туристы по их отношению к проведению досуга делятся на несколько типов личности:

Первый тип- инициативные туристы, которые заранее планируют как рабочие дни, так и дни отпуска, поэтому все идеи по организации досуга будут принадлежать им. Главная задача тураниматоров в работе с этим типом туристов- умение выслушать и выполнить почти готовую программу, подыграть инициативным туристам. Здесь требуется импровизация и ни в коем случае недопустим перехват инициативы.

Второй тип- деловые люди, которые в обыденной жизни практически лишены досуга и даже свое свободное время они стремятся потратить с максимальной пользой для дела. Чаще всего это бизнесмены, менеджеры, представители научной и технической интеллигенции. Этот тип туристов предпочитает или такой досуг, который дает им возможность совершенствоваться( деловые игры, научные диспуты и пр.), или спокойный отдых, который дает им возможность расслабиться, отдохнуть от стремительного темпа жизни( рыбалка, охота, выезд на природу и пр.).

Третий тип- « узкоспециализированные» туристы, имеющие какое-то одно большое увлечение в жизни (коллекционирование, конструирование, моделирование, вязание и т.п.). Любимому делу они посвящают все свое свободное время, поэтому им больше всего подходит клубный отдых. Именно в клубе по интересам такой турист получит самое большое моральное удовлетворение.

Четвертый тип- активные туристы, предпочитающие во время досуга как можно больше двигаться ( играть в спортивные игры, участвовать в соревнованиях и различных мероприятиях). Работать с ними- одно удовольствие, потому что они поддерживают любую инициативу. Программу для таких туристов надо составлять с расчетом на максимальную двигательную активность.

Пятый тип- пассивные туристы, склонные к домашним формам досуга (чтению художественной литературы, просмотру телепрограмм, многочасовому отдыху на пляже). Эти люди часами могут сидеть у телевизора или читать книги. Для такого типа туристов подойдут программы, в которые включены игры на пляже, вечерние шоу и видеотека.

Шестой тип- неисправимые скептики и ворчуны. К сожалению, встречается и такой тип туристов. Это наиболее сложная категория людей. Их очень трудно чем- либо увлечь, однако при разнообразии предлагаемых программ и они могут найти себе развлечение.

Тураниматорам при составлении досуговых программ необходимо знать и учитывать особенности каждого типа личности.

2.2. Формы работы с разными возрастными группами отдыхающих

При организации анимации, учитывая особенности, присущие различным возрастным категориям отдыхающих на туристских объектах, можно предлагать следующие формы досуговой деятельности:

Детям дошкольного возраста( любознательным, активным, непосредственным), ведущим типом деятельности которых является игра, можно предложить игротеки, утренники, сказочные путешествия, конкурсы рисунков, прогулки.

Подросткам- школьникам наряду с перечисленными формами можно предлагать и другие. Дети этого возраста отличаются достаточно большой активностью, требовательностью и даже придирчивостью по отношению не только к себе, но и к окружающим их людям. Круг интересов подростка обширен. Это возраст романтики и мечты, поэтому для данной категории отдыхающих особенно привлекательны походы, романтические встречи и путешествия. Чем насыщеннее жизнь ребят в этом возрасте, тем она им больше нравится. Им можно предлагать экскурсии и беседы, спортивные соревнования и соревнования юных туристов, конкурсы, дискотеки.

Для молодежи программы несколько меняются. К этому периоду жизни юноши и девушки становятся физически зрелыми, формируются их характеры и мировоззрения. Основными видами деятельности этого периода является учеба и производительный труд, которые требуют большого напряжения сил. Но энергии и задора в этом возрасте не занимать, поэтому в досуговую программу для молодых людей можно включать: КВНы, вечера и дискотеки, фестивали и шоу, спартакиады.

Для людей среднего возраста, трудоспособных, стремящихся отдохнуть от повседневной работы, подойдут более спокойные мероприятия: светские салоны и конкурсы( красоты, юмора, песен), творческие вечера, банкеты, концерты.

Для пожилых людей, которым все чаще хочется вспомнить свои молодые годы и все, что с ними связано, неплохо предложить такие формы проведения досуга, как посиделки, чаепития.

Предлагаемые гостям виды и формы досуга должны быть психологически оправданы. Людям, занимающимся активными формами работы с большой физической нагрузкой, будет полезен отдых, снимающий напряжение, усталость. Для тех, кто ведет сидячий образ жизни, страдает от гиподинамии, нужны на отдыхе зарядка и активизация. Кроме того, человек должен получать от досуга и моральное удовлетворение. Поэтому, чтобы правильно составить программу отдыха, необходимо знать, как человек предпочитает проводить свой досуг.

Глава 3. Анимация в гостинице

Для отдыхающего потребность в развлечении стоит на третьем месте после вкусной и разнообразной пищи, комфортабельной и уютной комнаты. Поэтому анимация туристской и гостиничной деятельности занимает одно из главных мест в структуре отеля и представляет собой отдельную службу, тесно связанную с другими и имеющую определяющее значение в обеспечении успешного функционирования его на туристском рынке.

Задача анимационной службы- постоянный контакт с отдыхающими, результат которого в значительной степени влияет 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 не менять состав анимационной команды, совершенствуя ее работу.

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

Наличие анимационной службы говорит о статусе отеля. Ведь для нормальной и плодотворной работы анимационной команды необходимо иметь на его территории вместительный и комфортабельный амфитеатр, детскую площадку со всеми ее атрибутами, бассейны и другие спортивные сооружения. 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- и 5-звездочных.

В последние годы все большее количество туристских комплексов старается поднять свой уровень обслуживания именно за счет наличия в своей структуре анимационной службы. Если гость провел свой отдых весело и интересно, он может закрыть глаза на такие возможные недостатки, как: неудобства во время перелета и размещения, плохая погода и отсутствие в баре любимого натурального сока.

Гостиничная анимация имеет свои особенности: задумывается, организуется и проводится самой гостиницей, туркомплексом сообразно с потребительским интересом, которой изучается на основе анкетных опросов и личного контакта персонала отеля с гостями, а также сообразно с имеющимися опытом обслуживания гостей в своем и в других отелях. При этом учитываются национальность, возраст, пол и другие особенности категорий и групп туристов, а в идеале- и индивидуальные особенности каждого туриста. Она создает соответствующую гостеприимную, комфортную, дружескую атмосферу в отеле; удовлетворяет потребности туристов в физическом и духовном развитии, эмоциональном обогащении через приятные переживания; имеет комплексный характер благодаря специальным программам, которые охватывают все виды и формы анимации; дает возможность для хорошего общения, приятных личных и совместных переживаний и для развлечений. Она мобильна, непринужденна, действенна; имеет постоянный характер, ежедневный контакт с туристом; позволяет учесть их положения, легко организуема. На постоянных посетителей отеля в компьютерной базе данных службы приема и размещения ведется обновляемое досье. Кроме того, в гостинице, туркомплексе возможно вовлечение персонала отеля в определенные анимационные программы, что придает им особый колорит и дружественный, гостеприимный характер.

Значение гостиничной анимации для отеля, туркомплекса заключается в повышении степени удовлетворенности туриста обслуживанием, комплексности и качества гостиничной услуги и как следствие- в повышении имиджа отеля, расширении активного туристского сезона, в подъеме престижности профессий сферы гостеприимства, что достигается профессиональной, интеллектуальной, эффективной работой талантливых тураниматоров.

Туристская гостиничная анимация- это одно из спасательных средств в гостеприимстве при неблагоприятных погодных условиях( холодное, ветреное море, бесснежная зима на лыжном курорте), задержках транспорта и при других возможных ситуациях.

3.1. Структура анимационной службы

Структура анимационной службы туркомплекса может быть предложена как наиболее оптимальный инструмент решения основных задач и реализации основных функций анимации.

Рассмотрим наиболее распространенный вариант штатной структуры анимационной службы отеля (приложение 1), состоящей из нескольких отделов (спортивной анимации, шоу- анимации, мини-клуба, отдела творческих занятий и др.).

Каждый отель имеет определенный обязанности, но есть такие мероприятия, которые готовят все члены анимационной команды сообща. Чем меньше по количественному составу анимационная служба, тем большая нагрузка ложится на ее членов, тем больше они должны помогать друг другу и быть взаимозаменяемы.

Рассмотрим круг обязанностей каждого из отделов службы анимации.

Спортивный отдел- возглавляет спортивный шеф- инструктор. Работа этого отдела наиболее напряженная и активная, так как спортивные аниматоры в течение всего дня находятся в непосредственном контакте с гостями( в движении, в игре), проводя большую часть времени возле бассейна или на спортивной площадке. В течение всего дня они через каждые 30 минут предлагают гостям разные спортивные мероприятия( занятия аэробикой и ритмикой, водное поло, игры на пляже и т.д.). Все спортивные аниматоры должны иметь соответствующую подготовку, быть всегда подтянутыми, стройными, веселыми и коммуникабельными.

Отдел шоу-анимации- как правило, создается в больших отелях, где есть возможность оплачивать труд анимационной команды. В этом случае набираются профессиональные музыканты, танцоры, артисты. В отделе шоу-анимации постоянно работают профессиональный хореограф, который часто совмещает обязанности режиссера- постановщика вечерних развлекательных программ, диджей, декоратор и костюмер. Шоу- программы чаще всего включают юмористические сценки, отрывки из знаменитых мюзиклов. Отдел шоу- анимации отвечает за проведение дискотек (как взрослых, так и детских), обучение отдыхающих танцевальным движениям, исполнению песен.

Мини-клуб- важный отдел анимационной службы, особенно для отелей, ориентированных на привлечение семейных туристов. Главная обязанность аниматоров мини-клуба- организовать интересный, полноценных отдых детям, дав возможность родителям найти себе развлечение по вкусу. Как правило, мини-клуб располагается на территории туркомплекса, в самом красивом, уютном и спокойном уголке. Он должен быть хорошо оборудован: иметь комнату отдыха с телевизором, удобной детской мебелью, набором игр и открытую игровую площадку. Аниматоры мини-клуба кроме функции развлечения выполняют и функцию воспитания, поэтому они должны знать основы педагогики и психологии, уметь ответить детям на их вопросы, объяснить правила игры, рассказать что-то интересное.

Отдел творческих занятий- отдел анимационной службы в туркомплексах, которые не обладают достаточной материальной базой для организации досуговых мероприятий. Это по сути- организация деятельности клубов по интересам. Здесь могут предложить гостям заняться вязанием, вышиванием, лепкой, рисованием и пр.

Рассмотренные отделы наиболее распространены в анимационной службе, структура которой может быть более разветвленной, что зависит от разнообразия предоставляемых услуг. Например, эта служба может включать в свой состав инструкторов по плаванию и организации походов, пилотов аэростатов и т.д.

Однако большая часть отелей имеет довольно скромную в количественном отношении анимационную команду. В этом случае очень важно правильно организовать работу всех отделов анимационной службы, чтобы добиться высоких результатов обслуживания и удовлетворение всех интересов отдыхающих.

3.2. Гостиничные анимационные услуги и программы

Программное анимационное 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 туристской анимации:

Первый тип- спортивные, спортивно-оздоровительные, спортивно-развлекательные программы.

Второй тип- зрелищно-развлекательные, приключенческо-игровые программы.

Третий тип- познавательные, спортивно-познавательные, культурно-познавательные, экскурсионные, обучающие, любительские и творческо-трудовые программы. Для каждого из этих направлений можно выделить характерные формы анимационной деятельности.

Четвертый тип- комплексные программы, комбинированные из однородных программ.

Спортивные анимационные программы предназначены для туристов, увлекающихся тем или иным видом спорта и приехавших в спортивно-туристический 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 спорта и 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 движении через заманчивые, увлекательные, веселые конкурсы и безобидные состязания.

Спортивно-познавательные программы строятся на приобщении туристов к духовно-нравственным ценностям в процессе активного отдыха( походы, пешеходные экскурсии).

Культурно-познавательные анимационные программы туркомплекса строятся на приобщении туриста к культурно-историческим и духовным ценностям нации, страны, местного населения и включают: посещение музеев, театров, парков, выставок. Некоторые из этих программ зависимы от платежеспособности туристов, уровня их интеллектуального развития.

Приключенческо-игровые анимационные программы строятся на соприкосновении туриста с интересным, волнующим, необычным (например, участие в ролевых играх и конкурсах, посещение пещер). Эти программы имеют спрос независимо от возраста, пола, национальности, образования отдыхающих.

Любительские( творческо-трудовые) анимационные программы строятся на привлечении туристов к творчеству, состязанию в изготовлении местных поделок, что вызывает у них интерес к национальным особенностям местного населения. Формы проведения этих программ могут быть самыми разнообразными: аукцион поделок из природных материалов, выставка детского рисунка.

Зрелищно-развлекательные анимационные программы включают: праздничные мероприятия, конкурсы, фестивали, карнавалы, тематические дни, ярмарки, дискотеки и т.д.

Анимационные 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, национальностям и т.д. Для этого необходим хороший аниматор. 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 созидитательное 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, достатков и возможностей( физических, интеллектуальных), программы анимации должны меняться на протяжении всего сезона по содержанию, интенсивности, времени проведения и по другим параметрам.

Анимационные программы в значительной мере зависят от размера отеля, его местоположения, функциональной ориентации, от профессионализма и степени универсальности тураниматоров, от их таланта.

В гостиничной анимационной концепции должны быть сформулированы основные требования к построению программ. В качестве базовых требований можно определить следующие:

1. Программами должны быть охвачены все способы досуга.
2. Реализация программы должна превзойти ожидания гостей.
3. Ежегодно программы должны изменяться для удовлетворения растущего желания и ожидания гостей, особенно завсегдатаев.
4. Программа каждого дня должна содержать сюрприз, интригу, предлагать одновременно 3-4 мероприятия и соответствовать различным желаниям и интересам.
5. Программа должна быть не навязчивой, а завлекательной.

Немаловажное значение в концепции анимации занимает следование единому фирменному стандартному стилю. Фирменный стиль должен присутствовать во всех сферах деятельности гостиницы и в том числе в анимационных услугах.

С внешней стороны следование фирменному стилю должно подчеркиваться и оформляться униформой для всех сотрудников анимационной службы, а также присутствием логотипа и фирменной окраски на всех предметах, технических средствах и оборудовании, которое используется для анимационных мероприятий. Сотрудники анимационной службы должны быть узнаваемы по униформе и отличаться от гостей.

3.3 Технология создания анимационных программ

Анимационная программа разрабатывается на 2 недели, так как большинство туристов отдыхает именно этот промежуток времени. Затем циклически повторяется в течение всего сезона. Главная цель составителей анимационной программы – чтобы она не оказалась скучной на протяжении двух недельного отдыха. В связи с этим каждый день проводятся новые турниры, игры у бассейна и оперативные игры.

Работу по подготовке и проведению той или иной анимационной программы можно разделить на несколько этапов.

Первый этап- подготовительный, включающий:

* 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 и распределение обязанностей внутри анимационных команд;
* Проведение репетиций, обучение правилам игр и пр.;
* Проведение рекламной компании намеченных анимационных мероприятий.

Второй этап- начальный, в течение которого:

* Туристы, гости отеля информируются о наличии и содержании анимационной программы для различных групп и категорий туристов;
* С гостями устанавливается контакт, производится запись на различные анимационные программы и сбор заявок.

Третий этап- содержательный, этап проведения анимационной программы. Это ответственная работа для всех участников: необходимо соединить усилия всех задействованных аниматоров и решить поставленные задачи.

Четвертый этап- заключительный, в ходе которого происходит подведение итогов:

* Награждение участников и прощание с гостями;
* Анализ проведенной программы;
* Анкетирование потребителей с последующим анализом;
* Работа над усовершенствованием программы.

Методика информирования о гостиничных анимационных программах. В гостиничном комплексе на видных местах вывешиваются стенды с информацией о развлечениях, где на 2-3 языках должны быть указаны анимационные мероприятия, время их проведения и другие необходимые сообщения. Недалеко от информационного стенда должно находиться «Бюро развлечений», где можно получить дополнительную консультацию, взять напрокат необходимые материалы, инвентарь, снаряжение и т.д. Сотрудники этого бюро должны быть особенно приветливы и готовыми помочь гостям.

3.4. Модель специалиста туранимации

Одна из главных задач, стоящих перед предприятиями сферы обслуживания, где объектом деятельности является человек, удовлетворение его потребностей,- это эффективная организация труда занятых работников и уровень их квалификации.

Необходимо помнить, что аниматор должен обладать следующими личностными качествами: коммуникабельностью, терпеливостью, ответственностью, интеллигентностью, а также иметь актерские способности и задатки прирожденного лидера.

Чтобы поддерживать высокий стандарт обслуживания, отелю требуются хорошо образованные, талантливые, честные и дисциплинированные аниматоры, которые получают удовольствие от своей работы. Они задают настроение отдыхающим, больше всех контактируют с гостями, играют ключевую роль в мероприятиях, являются рупором развлекательных программ, ответственны за удовольствие, радость, дружбу и активность гостей.

Общие требования, предъявляемые к аниматорам, практически во всех отелях следующие:

* Умение создавать семейную атмосферу, атмосферу радости и дружбы;
* Способность к коммуникации с любым гостем;
* Знание всех способ досуга, английского и немецкого языков;
* Образованность, честность, дисциплинированность, надежность, приветливость и улыбчивость;
* Способность работать в команде;
* Умение получать удовольствие от работы;
* Быть не старше 30 лет( холостым или незамужней);
* Отсутствие пристрастия к алкоголизму и употреблению наркотиков;
* Обладание психическим и физическим здоровьем, отсутствием хронических заболеваний, аллергии на солнце.

Последнее требование является одним из важных, поскольку рабочий день рядового аниматора в отеле длится с 8 утра до часу ночи и состоит из множества функций ( приложение 2).

Тураниматор связан также с формированием интеллектуальной базы (банка типовых сценариев и программ), описанием методов и форм работы с отдыхающими, обобщением отечественного и зарубежного опыта в организации досуговой деятельности.

Труд высококвалифицированных тураниматоров требует большого напряжения сил и энергии, вовлечения творческого потенциала, сопряжен с высокой ответственностью за жизнь и здоровье людей, вместе с тем- это свободный, творческий труд, требующий высокой квалификации и обширных знаний.

3.5. Правила поведения аниматоров

Четкая организация работы анимационной службы предполагает установление для них определенных правил поведения. Аниматоры должны четко знать свою подчиненность в административном и профессиональном отношении.

Закрепленные за аниматором помещения отеля должны содержаться в должном порядке. Запрещается предоставлять эти помещения другим лицам, а также входить в них посторонним лицам( не гостям отеля).

В дисциплинарном отношении должен соблюдаться единый стандарт- не должно делаться скидок аниматорам по возрасту, национальности, социальному статусу. Аниматоры всегда должны представлять интересы отеля, а сотрудников анимационной службы рассматривать как единую команду. Возникающие в процессе реализации анимационных программ проблемы должны решаться коллективно или самостоятельно, без привлечения внимания гостей.

Аниматоры обязаны:

* Использовать помещения отеля( бассейны, танцплощадки) и природные объекты( морское побережье) только для проведения анимационных мероприятий. В свободное время аниматорам разрешается пользоваться ими как обычным гостям;
* Принимать пищу вместе с гостями для знакомства, установления контакта и их информирования;
* Носить униформу отеля с его логотипом, выполненную в едином стиле( дизайне).

Аниматорам запрещается:

* Вступать в контакт с гостем в состоянии алкогольного опьянения (употребление алкоголя в ограниченных дозах аниматорам разрешается);
* Посещать гостей в их номерах;
* Создавать или входить в конфликтные ситуации по отношению к гостям.

Аниматоры (особенно танцоры) должны следить за своим здоровьем и весом. В курортных отелях Турции, Греции, Кипра, Туниса при увеличении веса более чем на 10% танцорам выплачивается только 50% зарплаты, а расходы на изменение размеров костюмов несут сами аниматоры.

4. Заключение

Чем интенсивнее становится труд человека, тем больше людей нуждается в полноценном отдыхе. Не случайно во всем цивилизованном мире индустрия туризма и досуга уделяется большое внимание. Заработанные деньги с удовольствием тратятся на полноценный отдых: туристские путешествия, посещения театров, музеев, парков, спортивный соревнований, игровых залов, клубов, казино и прочих мест отдыха. Поэтому индустрия туризма приносит экономике многих стран большую прибыль.

Для материального обеспечения анимационных (досуговых) программ в туркомплексах работают промышленные предприятия, производящие соответствующее оборудование, программное обеспечение, мебель, декорации и прочие необходимые компоненты для обустройства развлекательных центров. Все это позволяет обеспечит работой тысячи людей.

Назрела необходимость в новых формах и методах организации досуга и в российских туркомплексах. Некоторые туристиские предприятия начали заботиться о качественном анимационном обслуживании и сразу же почувствовали огромный интерес к себе со стороны потребителей, поскольку именно анимационные услуги стали их главным привлекательным фактором. К сожалению, многие руководители до сих пор не понимают всю важность создания анимационной службы в своих предприятиях и работают по старинке, а некоторые просто не имеют для этого достаточных средств.

Для нормального развития туристской анимации одного энтузиазма слишком мало. Используя зарубежный опыт, можно с уверенностью сказать, что для этого нужны:

1. заинтересованность и поддержка государства;
2. создание полноценной материальной и информационной базы;
3. квалифицированные специалисты.

Поддержка государства должна выражаться в разработке программы развития, выделении денежных средств и т.д. Это самый главный составляющий фактор, без которого невозможно развитие отрасли. Назрела необходимость подготовки организаторов досуга и менеджеров туранимации, способных сделать отдых красивым, веселым, незабываем.

Приложение 1

Штатная структура анимационной службы

Генеральный менеджер отеля

Спортивный шеф-инструктор

Шеф мини-клуба

Хореограф вечерних программ

Главный менеджер анимационной службы отеля

Заместитель главного менеджера

Тураниматор(от 7 до 20 человек), декоратор, диджей.

Приложение 2

Примерный график работы тураниматора в зарубежных отелях Турции, Греции, Туниса, Египта.

8.00-9.00- завтрак

9.30-10.00- собрание аниматоров, на котором обсуждается план дня, распределение работы.

10.00-10.30- зазывание гостей.

10.30- пляжный волейбол

10.45- французская игра в шарики.

11.00- водный волейбол

11.15- водная гимнастика

12.00- игры у бассейна

12.45- обед

13.00-14.00- репетиция праздничного вечернего шоу

15.00-15.30- водное поло

15.30-16.15- обучение гостей танцевальным движениям

16.30-17.00- пляжный волейбол

17.00-18.00- аэробика

19.00- приветствие гостей у ресторана на нескольких языках

20.00-20.30- ужин

21.00- детская дискотека

21.30-22.45- развлекательное шоу

22.45-01.00- клубный танец( тураниматоры идут в бар, танцуют, развлекают гостей), дискотека (может затянуться до 03.00)

Команда тураниматоров может разойтись только тогда, когда все гости разойдутся по своим номерам.

Приложение 3

Пример анимационной программы в гостиничном комплексе «Sirene City»

(курорт Белек, Турция)

Материальной базой для анимации и спорта здесь служат: пять бассейнов(два открытых, один из которых с водными горками, два детских и один закрытый, с подогревом воды), оздоровительный центр, две турецкие бани, солярий, сауна, шесть теннисных кортов, волейбольные площадки на пляже, бильярд, дартс. На пляже имеется база для занятий водными видами спорта (парусным и водно-парашютным, каноэ, водными лыжами).

В бригаду аниматоров входят спортивные инструкторы, диджеи, танцгруппа, менеджеры по музыкальному оформлению и мини-клуба, костюмер, информационная служба. В летний период штат аниматоров увеличивается за счет студентов-стажеров и других сезонных работников. Ежедневная анимационная программа объявляется для туристов утром на четырех языках- немецком, английском, турецком и русском. Анимационная программа, включая вечернее шоу, видоизменяется ежедневно в течении 14 дней, затем циклично повторяется. Двухнедельный цикл связан с длительностью обычной типовой путевки.

Пример анимационной программы на 1 день:

9.25- сбор всех аниматоров для того, чтобы расписаться в книге «Учет рабочего времени».

9.30- начало работы мини-клуба, фитнес-центра и команды водного спорта.

10.00- объявление по микрофону анимационной программы на текущий день

10.00- аэробика

10.30- волейбол

11.00- водная гимнастика

11.30- водное поло

12.00- коктейль-игры

13.00-15.00- перерыв на обед

15.00- турниры (теннис, футбол, волейбол, баскетбол, водное поло)

15.00- стрельба из лука

15.30- степ-аэробика

16.00- волейбол

17.00- футбол

18.00- уроки по теннису, теннис

19.00-21.00- начало вечернего шоу

Программа шоу:

* Мисс Серене. Приглашаются на сцену 4 девушки из отдыхающих, которые будут выполнять различные задания, и 4 мужчин в жюри. Победительнице вручают приз.
* Мистер Серене. Приглашаются на сцену 4 мужчин, которые будут выполнять задания, и 4 девушки в жюри. Победителю вручают приз.
* Конкурс на лучшую пару. Приглашаются на сцену 4 семейные пары, которые будут выполнять задания, и жюри из зала. Победителей устанавливают при помощи аплодисментов, частота которых фиксируется на специальном определители. Лучшей паре вручается приз.
* Крейзи шоу пикчер. Танцевальное шоу ужасов с оригинальной декорацией и костюмами.
* Эвита-мюзикл. В нем показывается жизнь девушки-революционерки.
* Скрипач на крыше. Мюзикл, танцевальное шоу с соответствующими декорациями, показывается жизнь в типичной еврейской деревни.
* Цыганское шоу. Проводится в ночном клубе, где устанавливаются декорации. В течение шоу отдыхающим подается пиво, причем бесплатно.
* Ковбойское шоу. Проводится в ночном клубе, где устанавливаются декорации. Вся анимационная команда переодевается в ковбойские костюмы, чтобы гости почувствовали атмосферу «дикого» Запада. Разливается бесплатно пиво и там же на огне жарится колбаса для бутербродов. В течение шоу гости могут подходить наливать пиво и брать бутерброды.
* Скетч. Показываются смешные сценки.

В неблагоприятную погоду вместо шоу проводится лотерея в лобби или баре. Сумма денег, вырученных от проданных лотерейных билетов, вручается победителю мероприятия.

Список литературы

1. Большой энциклопедический словарь. -М., 2003.
2. Булыгина И.И. Значение курса туранимации в подготовке менеджеров туризма//Актуальные проблемы туризма.- М., 1999.
3. Гаранин Н.И. Менеджмент туранимации в туркомплексах//Актуальные проблемы туризма.- М., 1999.
4. Уокер Д. Введение в гостеприимство.- М, 1999.
5. <http://city-of-hotels.ru>
6. <http://animationTeam.ru>
7. <http://avrora.org>