

Лукашевич О.В.

*Научный руководитель: д.т.н., профессор Л.И. Шулятьева
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: lukashevich.1995@list.ru*

Анализ и совершенствование анимационной деятельности в системе гостиничного сервиса

В настоящее время анимационная деятельность становится неотъемлемой частью в сфере гостиничного сервиса и туризма в целом. Её цель - обеспечение полноценного отдыха туристов с использованием развлекательных и познавательных программ. Организация досуга в гостинице имеет огромное значение как для отдыхающих, так и для самого отеля. Эта услуга способствует повышению степени удовлетворенности туриста обслуживанием.[1]

Актуальность проблемы развития анимационной деятельности подтверждается динамикой развития гостиничного бизнеса.

Зарегистрированный Росстатом номерной фонд российских средств размещения за минувшие 15 лет вырос на 63%: с 472 тыс. до 771 тыс. номеров. Примечательное, что до 2011 года номерной фонд специализированных средств размещения превышал гостиничный. Судя по всему, речь идет о номерном фонде санаториев, домов и баз отдыха, действующем еще со времен СССР.

Показательна динамика изменения числа ночевок: заметный рост произошел лишь в 2015 году (+27,2%), что скорее связано с выходом "из тени" значительного числа гостиниц, чем с какими-то качественными переменами на рынке внутреннего и въездного туризма. Число ночевок в специализированных средствах размещения, снижавшееся с 2000 по 2013 год, вновь начало расти с 2014 года. Судя по всему, как раз здесь фиксируется постепенная реанимация санаторно-курортной системы на фоне оживления внутреннего туризма.

Анализ состояния номерного фонда показал, что на одно средство размещения в России в среднем приходится чуть более 38 номеров, в сегменте гостиниц этот показатель составляет 31 номер, среди санаториев и других специализированных объектов - 54 номера.

Динамика изменения числа гостей российских средств размещения прекрасно показывает перемены в социально-экономической сфере. Устойчивый рост числа гостей в 2000-2008 гг (+43,3%), сменился резким спадом в 2009 году (-21% или на 21,8 млн. чел.). С 2010 года число гостей вновь начало расти, но на докризисные показатели вернулось лишь к 2013-2014 гг. С 2015 года отмечен резкий скачок этого показателя (+29,2%), что опять-таки скорее следствие выхода отельеров "из сумрака", чем заслуга внутреннего туризма. С 2014 года статистика фиксирует постепенное снижение числа бизнес-туристов (-5%). Это связано, как с "войной санкций" так и с общим ухудшением экономической ситуации в стране. Впрочем, данная цифра находится на грани погрешности, особенно учитывая тот факт, что далеко не все средства размещения, где останавливаются бизнес-туристы, находятся в поле зрения отечественной статистики.

Можно утверждать, что бизнес-туризм является важнейшей составляющей гостевого потока в российские средства размещения. Это свидетельствует о развитии деловой активности общества. Такой вид туризма занимает примерно треть от всех туристских поездок. Однако наибольший удельный вес приходится на обычный отдых (leisure-туризм). Заметной является и доля медицинского туризма, о развитии которого не так давно говорила министр здравоохранения.[3] Очевидно, что любой вид туристической поездки предполагает чередование работы и отдыха.

Статистическая информация, предоставляемая Госкомстатом, позволяет отследить некоторые тренды развития гостиничной индустрии России. Следовательно анимационная деятельность является востребованной, а разработка анимационных программ актуальной.

Город Муром и его окрестности, не смотря на снижение интереса со стороны туристского предпринимательства, остаётся привлекательным, как объект познавательного туризма, так и

рекреационного. Поэтому с 2013 года номерной гостиничный фонд постоянно растёт. Это обусловлено и тем, что более чем в два с половиной раза выросло и число туристов. В течение 2015 года Муром посетило 590 тысяч гостей. Предполагается строительство в городе трехзвездочного отеля. Комплекс появится на месте не действующей около 15 лет гостиницы «Русь» и будет включать в себя 3-х звездочный отель на 143 номера (250 мест), фитнес-центр с бассейном, несколько конференц-залов и ресторанов, и даже мини-музей города с интерактивными площадками ремесленников. Реализация проекта рассчитана на два года, при этом «пропускная способность» комплекса составит 120 тысяч туристов в год. Таким образом, развитие анимационной деятельности должно обеспечить потребности гостей города.

Гостиница «Лада» занимает устойчивое положение на рынке предоставляемых гостиничных услуг города Муром, но организация досуга здесь слабо развита. Политика гостиницы в основном направлена на предоставление услуг по размещению гостей и организации питания.

Чтобы увеличить поток клиентов в гостиницу «Лада» необходимо поднять уровень обслуживания в том числе и за счет наличия службы организации досуга и анимационной службы.

В гостинице имеется хорошая материально-техническая база и достаточное количество возможностей для анимационной деятельности. Поэтому, необходимо, разработать досуговые мероприятия, для повышения конкурентоспособности и увеличения прибыли. Рассматривая анимационное обслуживание в гостиницах, можно сделать вывод о том, что в современном мире в условиях жесткой конкуренции на рынке туристских услуг невозможно представить гостиничный комплекс без организации в ней анимационной деятельности.

Сформулируем предложения по развитию анимационной деятельности в гостинице «Лада».

Так как рассматриваемая гостиница имеет статус 3 звезды, поэтому создание анимационной службы будет не рентабельно, достаточно будет внедрение новой должности - менеджера по организации анимационных мероприятий. Спектр задач менеджера по организации анимационных мероприятий включает в себя:

- разработка мероприятий (сценарии, технология проведения);
- создание и реализация анимационных программ;
- индивидуальные или групповые программы отдыха, которые будут полностью удовлетворять запросы потребителя;
- разработка рекламных акций для мероприятий своего отдела и др.;
- организация развлекательных программ с участием аниматоров для детей;
- создание вечерних шоу-программ в кафе гостиницы.

Вечерние представления являются главной частью развлекательной программы гостиницы. Они должны быть очень разнообразны по содержанию, постановке, костюмам и интересны для всех отдыхающих. По форме вечерние шоу бывают самые разные: это и небольшая бытовая сценка, разыгранная актерами-аниматорами, и серьезное театрализованное представление, в котором могут принять участие зрители из зала, гости, заранее приглашенные на ту или иную роль.

Существенным значением в концепции анимации является следование единому фирменному стандартному стилю. Фирменный стиль должен присутствовать во всех сферах деятельности гостиницы и в том числе в анимационных услугах. Следование фирменному стилю должно подчеркиваться и оформляться униформой для всех сотрудников анимационной службы, а также наличием логотипа и фирменной окраски на всех предметах, технических средствах и оборудовании, которое используется для анимационных мероприятий.[2]

Литература

1. Гаранин Н. И., Булыгина И. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации; Рос. междунар. акад. туризма. – М. : Советский спорт, 2014. – 126 с
2. Жарков, А. Д. Культурно - досуговая деятельность как общественный феномен; Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2010. - N 2.
3. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>