

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8

**Тип работы:** ВКР (Выпускная квалификационная работа)

**Предмет:** Гостиничное дело

Содержание

Введение..... 3

Глава 1. Теоретические аспекты игровых программ в организации отдыха гостей в отелях.....

6

1.1. Понятие и сущность игровых программ и организации отдыха..... 6

1.2. Особенности функционирования игровых программ..... 12

1.3. Особенности анимационных программ в российских и зарубежных отелях.....

16

Глава 2. Анализ игровых программ в организации отдыха гостей гостинично-ресторанного комплекс Лада г. Балашиха Московской области.....

20

2.1. Организационно-экономическая характеристика гостинично-ресторанного комплекса Лада.....

20

2.2. Анализ организации игровых программ для гостей в ООО гостинично-ресторанный комплекс Лада.....

29

2.3. Достоинства и недостатки игровых программ, предоставляемых гостям гостинично-ресторанного комплекса Лада.....

34

Глава 3. Разработка рекомендаций по совершенствованию игровых программ в организации отдыха гостей гостинично-ресторанного комплекса Лада и оценка их экономической эффективности.....

41

3.1. Мероприятия по совершенствованию игровых программ для гостей гостинично-ресторанного комплекса Лада.....

41

3.2. Разработка анимационной программы «START UP»..... 46

3.3. Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий.....

52

Заключение..... 58

Список использованных источников..... 61

Приложения..... 65

пересмотреть игровые сценарии с целью увеличения процента вовлеченности детей согласно их возрастным особенностям.

Регулярных игровых программ, разработанных для взрослой аудитории в анимационной деятельности ООО «Лада» не существует. Гостям отеля предлагается бильярдная комната, где они самостоятельно могут провести досуг, воспользовавшись бильярдным столом.

Программы для детских мероприятий и корпоративных праздников в основном представляются заказчику согласно имеющимся шаблонам, в исключительных случаях программа дорабатывается по желанию заказчика (таблица 10).

Таблица 10 - Шаблон игровых программ для корпоративных мероприятий и детских праздников

Наименование программы Характеристика Время проведения (час) Стоимость

Детская анимация

День рождения для детей от 3х до 10 лет -30-минутная анимационная программа: Поздравление от мультяшного героя (Фиксики, Лунтик).

- 1,5 часа интерактивные игры в игровой комнате.

- 2 часа в кафе

4 часа 450 руб./чел

Взрослая анимация

Дни рождения, свадьбы, юбилеи - 3 часовая интерактивная анимационная программа с ведущим.

- вынос блюд от шеф-повара с искрящимися фонтанами 3 часа 25 000 рублей/мероприятие

Согласно шаблону анимационных программ, можно сделать вывод, что в ООО «Лада» имеется одна стандартная программа для детских праздников и одна стандартная программа, ориентированная на взрослую аудиторию. В программах в качестве ведущих задействованы аниматоры комплекса, в основном игровые программы проходят в виде конкурсов и интерактивных игр, которые проводятся в игровой комнате (дети) и в зале ресторана (взрослые), следует отметить, что на корпоративных мероприятиях, ориентированных на взрослую аудиторию, к анимационной программе привлекаются сотрудники ресторана, которые выносят блюда, украшенные искрящимися фонтанами, что создает эффект неожиданности и небольшого шоу. В свою очередь, перечень программ, предлагаемых на корпоративные мероприятия достаточно ограничен и у людей отсутствует право выбора, в связи с этим имеется вероятность, что клиент предпочтет комплексу другое заведение, которое предложит больший выбор анимационных программ.

С целью выявления потребностей в анимационных программах, в период с... по... нами было проведено исследование потребности в анимационной программе в ООО «Лада». Исследование проводилось согласно анкетированию гостей. Выборку составили мужчины и женщины в возрасте от 25 до 50 лет, общий объем выборки составил 130 человек. Респонденты были поделены на 4 группы:

1. Семьи с детьми (40% от выборки).
2. Организованные группы (10% от выборки).
3. Бизнес-туристы (30 % от выборки).
4. Молодые пары (20% от выборки).

Анкета состояла из двух частей и содержала сокращенный перечень вопросов, характеризующих отношение респондентов к анимационным программам в отелях, в том числе и к игровым программам, представленным в гостинично-ресторанном комплексе «Лада» (приложение 1).

По результатам первой части анкеты было определено отношение респондентов к наличию анимационного сервиса в отелях. Согласно полученным ответам, всем респондентам было знакомо понятие «анимация», большая часть гостей обращает внимание на наличие анимации при выборе гостиницы, 50% респондентов добавили в примечаниях, что для них наиболее существенно наличие детских игровых программ, так как в составе их группы присутствует детская аудитория. Для 20% анимация не является существенным критерием при выборе гостиницы, но ее наличие будет положительным моментом при выборе места проживания, 30% гостей не интересовало наличие игровых программ отеля. 90% гостей ответили положительно на второй вопрос, предпочитая пользоваться услугами аниматоров при проведении корпоративных мероприятий, 10% респондентов остались равнодушными к данному сервису. 50% гостей отеля интересны детские и семейные игровые программы с использованием различных мастер-классов и шоу, 30% респондентов сделали акцент на обязательное наличие в гостинице анимационных программ для взрослых и детей, 20% респондентов заострили внимание на наличие игровых программ для взрослых. Для 70% целевой аудитории оптимальное количество игровых программ должно быть более 10 штук, 10% определили, что в анимационной программе гостиницы должно быть минимум 7 игровых программ, 20% целевой аудитории выбрали пункт ответа «другое», не указав оптимального количества программ (рисунок 12).

Рисунок 12 – Результаты анкетирования гостей ООО «Лада» (часть 1)

Согласно ответам второй части анкеты, касаемых анимационного сервиса, предоставляемого гостям ООО «Лада» было выявлено, что 30% респондентов регулярно пользуются гостиничными услугами ООО «Лада», но ни разу не прибегали к услугам анимационного сервиса по причине его отсутствия, в связи с чем в

рекомендательной части указали, что необходимо создание и развитие игровых программ, ориентированных на взрослую аудиторию, также с данными рекомендациями согласилось 40% респондентов, которые воспользовались услугами гостиницы впервые. 30% гостей, которые регулярно пользовались услугами гостиницы и анимационными услугами порекомендовали руководству комплекса обратить внимание на семейные развлекательные программы. Также большинство респондентов отметили отсутствие разнообразия игровых программ и профессиональных кадров, 30% гостей на вопрос об использовании анимационного сервиса гостиницы «Лада» в организации корпоративного мероприятия ответили отрицательно, 50% респондентов отметили, что представленные игровые программы не вызывают у них интереса, 20% гостей из игровых программ гостиницы «Лада» интересуют мастер-классы (рисунок 13).

#### Рисунок 13 – Результаты анкетирования гостей ООО «Лада» (часть 2)

Таким образом, согласно проведенного опроса и анализа игровых программ, представленных анимационным сервисом гостинично-ресторанного комплекса «Лада», можно сделать вывод, что основным недостатком данного сервиса выступает:

- ориентация в досуговой части на детскую аудиторию.
- ограниченный выбор детских игровых программ.
- недостаток профессионального уровня сервиса и специалистов.
- ограниченный выбор игровых и развлекательных программ для детских и корпоративных праздников.

В связи с выявленными недостатками, руководству гостиницы необходимо оптимизировать работу анимационной службы, так как отрицательные отзывы гостей могут негативным образом отразиться на коэффициенте загрузки номерного фонда, а также на аренде ресторана. Таким образом, для того чтобы развивать анимационную деятельность, ООО «Лада» необходимо рассмотреть возможность внедрения анимационных программ, которые будут наиболее эффективны и будут способствовать повышению конкурентоспособности гостиницы в целом, позволят увеличить поток клиентов и повысить их лояльность к гостинице.

Помимо внедрения анимационных программ, необходимо рассмотреть повышение квалификации персонала, так как наличие профессиональной анимационной команды позволит повысить эффективность игровых программ, так как грамотно выстроенная досуговая часть, с учетом предпочтений аудитории, будет способствовать привлечению гостей к активному времяпрепровождению досуговой части на территории гостиницы, а также позволит повысить интерес потенциальных потребителей корпоративного сегмента.

### Глава 3. Разработка рекомендаций по совершенствованию игровых программ в организации отдыха гостей гостинично-ресторанного комплекса Лада и оценка их экономической эффективности

#### 3.1. Мероприятия по совершенствованию игровых программ для гостей гостинично-ресторанного комплекса Лада

Согласно проведенному анализу игровых программ гостинично-ресторанного комплекса «Лада» был выявлен ряд недостатков, указывающих на ограниченный выбор детских игровых программ, представленных в ежедневном расписании, ограниченный выбор игровых и развлекательных программ для детских и корпоративных праздников, недостаток профессионального уровня сервиса и специалистов.

Согласно выявленным недостаткам, с целью совершенствования игровых программ в организации отдыха гостей гостинично-ресторанного комплекса Лада рекомендуется:

- рассмотреть реорганизацию организационной структуры (рисунок 14).

Как один из недостатков в работе анимационной службы, по данным анкетирования, гости считают ограниченный перечень анимационных программ для детей. Это связано с тем, что помимо работы в игровой комнате, аниматору необходимо проводить заказные корпоративные мероприятия.

Проблемной стороной также являются ситуации, когда время проведения заказных корпоративных

мероприятий может совпадать со временем проведения игровых программ, в целях избежания данных недоразумений, игровые программы для гостей комплекса проводятся в первой половине дня, имеют фиксированное расписание, стандартную программу и занимают 2-3 часа по времени.

Избежать данной проблемы и повысить количество анимационных программ можно путем изменения организационной структуры анимационной службы и увеличение штатного расписания на 3 единицы - аниматоров выходного дня и руководителя анимационной службы, аниматоры буднего дня будут переведены на должность операторов игровой комнаты и будут заниматься анимацией с детьми, отдыхающими в гостинице. Внедрение в штат сотрудников руководителя анимационной службы, который будет иметь профессиональное образование и курировать работу анимационной команды, организовывать планерки, семинары и тренинги для аниматоров, позволит повысить эффективность организации игровых программ, а также позволит освободить руководителя гостиницы от функциональных обязанностей по курированию данного отдела.

Рисунок 14 - Рекомендуемая организационная структура для ООО «Лада»  
- рассмотреть внедрение программы обучения и аттестации аниматоров.

Как показали результаты анкетирования, проведенные во второй главе, основное недовольство со стороны гостей приходится на непостоянство качества услуг, однообразии и низкое количество анимационных программ.

Предоставляя анимационные услуги, руководство ООО «Лада» не всегда может проследить и дать гарантию их качества, так как на должность аниматора принимаются молодые люди, не имеющие специального образования в творческой области. На должность аниматора принимаются в основном студенты, имеющие активную жизненную позицию и творческий подход к работе. Профессиональные навыки аниматоры получают уже в процессе работы, и не всегда стремятся их совершенствовать. Таким образом необходимо рассмотреть возможность аттестации персонала, которая должна носить прозрачный характер, для того чтобы у каждого аттестуемого имелась возможность для подготовки к проверке его профессиональных знаний, так как вопросы разработаны с учетом специфики подразделения, в котором числится аниматор (игровая комната, детские праздники и корпоративные мероприятия в ресторанном комплексе). Руководитель анимационной службы должен составить отзыв - характеристику на каждого аттестуемого сотрудника (см. приложение 2), который включает оценку результативности его деятельности, компетентность, стрессоустойчивость, дисциплинированность. Данный документ выступает в качестве одного из критериев общей оценки, которую получает сотрудник анимационной службы в процессе аттестации. Кроме отзыва, линейным руководителем заполняется бланк аттестации на работника, в котором он оценивает его по заранее составленным критериям (см. приложение 3).

После составления и сбора всех необходимых документов созывается аттестационная комиссия, в которую входит председатель в лице учредителя ООО «Лада», секретарь в лице администратора, члены аттестационной комиссии в лице директора ООО «Лада» и руководителя анимационной службы. Секретарь должен по списку приглашать сотрудников на собеседование, в котором аттестационная комиссия пытается выявить уровень квалификации сотрудника, соответствие занимаемой должности, возможности карьерного роста либо увольнения. При оценке сотрудника анализируются не только ответы на заданные вопросы, но и бланк самооценки аттестуемого, а также отзыв-характеристика, данная линейным руководителем подразделения. Решения по результатам аттестации заносятся в аттестационную карточку.

Результаты аттестации должны быть представлены аттестуемым и храниться у директора ООО «Лада» в виде следующей матрицы (см. таблицу 11).

Таблица 11 – Проект аттестационной карточки для сотрудников ООО «Лада» 20 . гг.

Рекомендации Аниматор выходного дня Аниматор буднего дня Итого

Всего рекомендовано

Реально выполнено

Повысить в должности

Установить надбавки к должностным окладам

Повысить должностные оклады

Включить в список резерва на выдвижение

Направить на повышение квалификации

Понизить должностные оклады

Понизить в должности

Уволить

В случае если по итогам аттестации, сотруднику будет требоваться повышение квалификации, необходимо рассмотреть обучение персонала на курсах в студии «КИД праздник», где предусмотрен полный спектр образовательных услуг по направлению «культуролог-аниматор», в процессе прохождения которого, у обучаемого совершенствуются навыки составления сценариев игровых программ, проведения квеста и мастер-классов, а также формируется способность импровизации при работе ведущим на мероприятии.

– внедрение новых игровых программ, ориентированных на детскую, семейную и взрослую аудиторию.

Существенным недостатком анимационной службы по мнению гостей ООО «Лада» является ограниченный перечень игровых программ и отсутствие анимации, направленной на взрослую аудиторию. С целью устранения данных недостатков, необходимо рассмотреть составление сценариев игровых программ, в которые будет вовлечена как взрослая, так и детская аудитория, необходимо внедрить командные игры для семей с детьми, а также разработать сценарии игровых программ для взрослых, которые будут проходить в бильярдном клубе и ресторане гостинично-ресторанного комплекса «Лада».

Данные сценарии можно применять на корпоративных мероприятиях с учетом аудитории и пожелания гостей, включая в сценарий приглашенные коллективы, специализирующиеся на шоу-программах, например, команду компании «Море радости».

Внедрение данных рекомендаций в деятельность анимационной службы позволит повысить разнообразие игровых программ, усовершенствовать качество обслуживания гостей и повысит конкурентоспособность ООО «Лада» на рынке гостиничных услуг Московской области.

Список использованных источников

1. Амирова З. Б. Инфраструктура туризма и гостеприимства / З. Б. Амирова. – Москва : Альтаир, 2017. – 85 с.
2. Арсенина Е. Н. Возьми с собой в лагерь. Организация досуговых мероприятий, сценарии, материалы для бесед / Е. Н. Арсенина. – Москва : Учитель, 2015. –192 с.
3. Артёмова Е. Н. Основы гостеприимства и туризма / Е. Н. Артёмова – Орёл : Орёл ГТУ, 2015. –104 с.
4. Асанова И. М. Организация культурно-досуговой деятельности / И. М. Асанова. – Москва : Академия, 2018. –190 с.
5. Бабкин А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов н/Д : Феникс, 2018. – 251 с.
6. Байлик С. И. Вступление в анимацию гостеприимства / С. И. Байлик. –Хабаровск : Изд-во «Кроссруд», 2018. –128 с.
7. Безрукова Н. Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме Н. Л. Безрукова. – Москва : Финансы и статистика, 2013. –153 с.
8. Брашнов Д. Г. Гостиничный сервис и туризм / Д.Г. Брашнов. – Москва : Альфа-М, 2016. – 224 с.
9. Булыгина И. И. Об анимационной деятельности в туристских и спортивно-оздоровительных учреждениях. Научно-теоретический журнал, 2009 – № 11. – С. 85-95.
10. Вакуленко Р. Я. Управление гостиничным предприятием Р. Я. Вакуленко. – Москва : Логос, 2018. –320 с.
11. Ветитнев А. М. Курортное дело / А. М. Ветитнев. – Москва : КНОРУС, 2016. – 91 с.
12. Виноградова М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса / М. В. Виноградова. –Москва : Дашков и Ко, 2016. – 446 с.

13. Власова Т. И. Анимационный менеджмент в туризме / Т. И. Власова. – Москва : Издательский центр «Академия», 2017.– 320 с.
14. Воробьева А. Ю. Интеграция основного и дополнительного профессионального образования студентов в сфере туристской анимации / А. Ю. Воробьева. – Екатеринбург : Уральский международный институт туризма, 2014. – 126 с.
15. Гаранин Н. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации / Н. И. Гаранин. – Москва : Атриум, 2017. –127 с.
16. Гальперина Т. И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации / Т.И. Гальперина. – Москва : Атриум, 2016. – 168 с.
17. Гировка Н. Н. Рекреационные ресурсы / Н. Н. Гировка. – Н. Новгород : ННГАСУ, 2015. – 333 с.
18. Горлинская Н. Массовик-затейник. Организация корпоративных мероприятий / Н. Горлинская. – Москва : Книжкин дом, 2015. – 256 с.
19. Долженко Г. П. Основы туризма / Г. П. Долженко. – Москва : КНОРУС, 2019. – 320 с.
20. Драгичевич-Шешич М. Культура: менеджмент, анимация, маркетинг / М. Драгичевич-Шешич. – Новосибирск : Тигра, 2014. –165 с.
21. Дукачева Л. В. Планирование клубных мероприятий. Выявление досуговых предпочтений на основе социолог. Опросов // Справочник руководителя учреждения культуры: Л.В. Дукачева – 2013. – № 7. – С. 79-86.
22. Егоренков Л. И. Введение в технологию туризма / Л. И. Егоренков. – Москва : Финансы и статистика, 2016. – 153 с.
23. Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства / Д. И. Елканова. – Москва : «Дашков и К», 2017. – 248 с.
24. Жарков А. Д. Культурно-досуговая деятельность как общественный феномен: Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2015. – № 2. – С. 71-80.
25. Журавлева М. М. Анимация в рекреации и туристской деятельности / М. . Журавлева. – Иркутск : Мегалит, 2015. – 135 с.
26. Загорская Л. М. Теория и практика социально-культурного сервиса / Л. М. Загорская. – Новосибирск : НГТУ, 2015. – 78 с.
27. Засимович Е. С. Новый язык туризма – анимация: Современные проблемы сервиса и туризма, 2015. – № 4. – С. 86-93.
28. Курило Л. В. Культурно-досуговая деятельность: / Л. В. Курило. – Москва : ИНФРА-М, 2018. – 461 с.
29. Курило, Л. В. Теория и практика туристской анимации / Л.В. Курило. – Москва : ИНФРА-М, 2016. –180 с.
30. Кусков А. С. Гостиничное дело / А. С. Кусков. – Москва : Дашков и Ко, 2009. –328 с.
31. Лакомов Е. Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. Дис. Канд. Экон. наук. / Е. Ф. Лакомов. – Москва : 2013. – 28 с.
32. Лемер С. Искусство организации мероприятий: стоит только начать! / С. Лемер. – Ростов-н / Д. : Феникс, 2016. – 277 с.
33. Новоселова Т. А. Фирменный праздник от А до Я. Организация. Игры. Поздравления / Т. А. Новоселова. – Ростов н/Д : Феникс, 2018. – 224 с.
34. Пальянова О. В. Гостиничная анимация как ключевой компонент современного туристского сервиса Российской Федерации / О. В. Пальянова // Современная культура коммуникации. Социокультурные процессы в современном мире –2015 : мат. Второй международной науч.-практич. Конф. (27 авг. 2015 г.) / Общество сограниченной ответственностью «Центр профессионального менеджмента «Академия Бизнеса»–Саратов, 2015. – С. 105-108.
35. Попов В. В. Культурно-досуговая деятельность: опыт системного исследования: Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2014. – № 1 –С. 212-217.
36. Приезжева Е. М. Анимационный менеджмент / Е. М. Приезжева. – Москва : Атриум, 2019. –360 с.
37. Приезжаева Е.М. Социально-культурная анимация в туризме / Е. М. Приезжаева. – Москва : Атриум, 2018. – 388 с.
38. Пядушкина И. И. Анимация в социально-культурном сервисе и туризме / И. И. Пядушкина. – Иркутск : Изд-во Иркут. Гос. Ун-та, 2015. –195 с.
39. Саак А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / А. Э. Саак. – Санкт-Петербург : Питер, 2017. –513с.
40. Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах / А. В. Сорокина. – Москва : Альфа-М, 2017. – 304 с.

