

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА**

**Факультет «Сервис и туризм»**

**Кафедра «Международного туризма и туристского сервиса»**

«Рекомендовано к защите»  
Заведующий кафедрой  
«Международного туризма  
и туристского сервиса»  
к.э.н. Р.С.Амридинова

\_\_\_\_\_  
Протокол № 10. От 26.05.2014 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

*По образовательному направлению  
5811700- Сервис туризма и гостиничного хозяйства*

**Студентка группы ТМС-210 Асқаровой Зарнигора на тему:  
«Особенности составления анимационных программ при  
разработке турпродукта (на примере гостиницы г.Самарканд)»**

**Научный руководитель ассистент Зубайдуллаева М.А.**

**САМАРКАНД – 2014**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>1.ГЛАВА Анимационная программа и ее роль в развитии туризма.....</b>	<b>7</b>
1.1 Сущность, основные понятия и задачи анимационных программ в туризме.....	7
1.2 Основные функции туристской анимации.....	11
1.3. Организация анимационного менеджмента в туризме.....	16
Организация анимационного менеджмента в туризме.....	25
<b>2.ГЛАВА Национальные особенности тематических анимационных программ при разработке турпродукта.</b>	<b>25</b>
2.1 Технология разработки анимационных программ на курортах и в отелях.....	25
2.2 Национальные особенности туристов при составлении анимационных программ в гостинице « Биллури Ситора»..	28
2.3 Организация тематического мероприятия при составлении анимационных программ.....	45
<b>3.ГЛАВА Совершенствование составления анимационных программ в гостиничном бизнесе .....</b>	<b>53</b>
3.1 Праздничные мероприятия как анимационные объекты....	53
3.2 Совершенствование анимационных программ в гостиничном бизнесе.....	58
3.3 Нормативные основы охраны труда в гостиничном бизнесе	61
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>64</b>
<b>РЕКОМЕНДАЦИИ.....</b>	<b>66</b>
<b>Список используемой литературы.....</b>	<b>67</b>

## **ВВЕДЕНИЕ**

Сектор развлечений, досуга и спорта играет важную роль в общей инфраструктуре индустрии туризма и решает разнообразные задачи (прежде всего, воспитание, формирование оптимистического настроения, образование, отдых, развитие культуры людей). Заполняя развлечениями и спортом свой досуг, человек и восстанавливает силы. К предприятиям и организациям сектора развлечений относят цирки, зоопарки, аттракционы, парки отдыха, а также разнообразные зрелищные предприятия – театры, кинотеатры, концертные залы, филармонии и многое другое.

Предприятия индустрии развлечения и спорта выступают как самостоятельные и обособленные звенья, привлекая значительные материальные, финансовые и трудовые ресурсы.

Туристские предприятия устанавливают хозяйственные связи и деловые контакты с предприятиями, предоставляющими услуги развлечения, досуга, отдыха и спорта. В гостиницах формируются анимационные службы, организующие досуг и отдых гостей, кроме того, многие гостиничные предприятия имеют собственную спортивную базу (бассейны, площадки для тенниса, гольфа, водные аттракционы и другое), а также киноконцертные залы, дискотеки, различные клубы и игровые заведения.

Все чаще туристы, собирающиеся в путешествие, интересуются не только условиями проживания и экскурсионной программой, но и наличием и уровнем анимационной команды в отеле, пансионате или курортном комплексе.

Анимация - сравнительно новое направление курортной деятельности, предполагающее личное участие туристов в игровых и театрализованных шоу-программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях. Это явление - порождение конкуренции между курортами, стремящимися разнообразить отдых своих клиентов.

В настоящее время рынок туристских услуг пополняется большим количеством не только экскурсионных, но и анимационных программ. Некоторые мировые туристские маршруты пользуются наибольшей популярностью именно благодаря зрелищным мероприятиям. Например, карнавал в Рио-де-Жанейро (Бразилия), коррида (Испания), встреча Санта-Клауса (Финляндия). То есть формируется новый вид туризма - **зрелищный туризм**, который имеет свою специфику, внутреннее содержание, своих потребителей.

**Анимация** – это целая отрасль в гостиничном обслуживании, составная часть всего сервиса клуба – отеля (ресторана, спортплощадки, бассейна). Аниматоры по сути своей – это те же массовики – затейники, которых нанимают для того, чтобы никто из гостей не скучал. Одним словом, аниматор душа – общества, человек, который должен поддерживать настроение публики на самой высокой отметке. Ведь, не зря само слово «анима» в переводе с латыни значит «душа, дух». Но и здесь главное не переусердствовать и сделать все, чтобы гости остались довольны отдыхом и работой команды аниматоров.

Выбранная мною тема является интересной и актуальной, так как особое место в гостиничных предприятиях на современном этапе развития занимает анимационная служба, обеспечивающая организацию анимационной деятельности туристов. Именно анимация является источником большой дополнительной прибыли отеля, и привлекательности турпродукта, поэтому в профессионалах данного профиля заинтересованы все современные гостиничные предприятия. Объект и предмет исследования определяется тематикой работы ее целью и задачами.

**Актуальность** темы исследования заключается в том, что в связи с появлением новых требований к квалификации специалистов, занятых в сфере туризма и гостиничного бизнеса, стали появляться новые специальности и новые учебные заведения, занимающиеся подготовкой

кадров этого профиля. Несмотря на это, грамотных, творческих специалистов пока еще недостаточно.

**Цель данной выпускной квалификационной работы** является привлечение внимания к новому направлению, такому как анимационная программа, что приведет к привлечению потока туристов и повысит уровень услуг гостиничного бизнеса.

В соответствии с целью данной работы были определены следующие **задачи**:

- сущность, основные понятия и задачи анимационных программ в туризме;
- основные функции туристской анимации;
- организация анимационного менеджмента в туризме;
- технология разработки анимационных программ на курортах и в отелях;
- национальные особенности туристов при составлении анимационных программ в гостинице «Биллури Ситора»;
- организация тематического мероприятия при составлении анимационных программ;
- праздничные мероприятия как анимационные объекты;
- совершенствование анимационных программ в гостиничном бизнесе;
- нормативные основы охраны труда в гостиничном бизнесе.

**Предмет исследования** – теоретические основы составления анимационных программ, при разработке турпродукта как важнейшего фактора туристических услуг в условиях жесткой конкуренции в гостиничном бизнесе.

**Объектом выпускной квалификационной работы:** Объектом данной работы является гостиница «Биллури Ситора», где провела исследование настоящей выпускной квалификационной работы.

**Практическая значимость** выпускной квалификационной работы заключается в том, что разработанный и предложенный сценарий анимационных программ могут использоваться в гостиницах и курортах Узбекистана.

**Дипломная работа** состоит из введения, 3 глав, в том числе рассмотрены в каждой главе по 3 раздела, заключения, рекомендации и списка использованной литературы. В работе имеются 7 таблиц. Объем работы составляет .... страниц.

# ГЛАВА I. АНИМАЦИОННАЯ ПРОГРАММА И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

## 1.1. Сущность, основные понятия и задачи анимационных программ в туризме

В последнее время все больше туристских предприятий и спортивно-оздоровительных учреждений стали заботиться о предоставлении такой дополнительной услуги, как **анимация**. Анимация в туризме рассматривается как деятельность по разработке и предоставлению специальных программ проведения свободного времени во время туристских поездок и путешествий.

Понятие «**анимация**» в переводе, например, с итальянского, означает - **одушевление, оживление**. Анимация - это новое направление в туризме, которое может значительно расширить привлечение туристов на те или иные маршруты. Это явление в туризме рождено конкуренцией между равными туристскими организациями. Понятие «анимация» имеет также и латинское происхождение (*anima* — воздух, ветер, душа; *animatus* — одушевление) и означает воодушевление, одухотворение, 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 продвижения туристического продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности турбизнеса. Анимация — сравнительно новое направление туристской деятельности, предполагающее личное участие туристов в игровых и театрализованных шоу-программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях. Это явление — порождение конкуренции

между туристскими организациями, стремящимися разнообразить отдых своих клиентов. Анимационная (или досуговая) деятельность человека, прежде всего связана с рекреацией (от англ. recreation — восстановление сил). В толковом словаре туристских терминов понятие «рекреация» определяется как «расширенное воспроизводство сил человека (физических, интеллектуальных и эмоциональных)». Энциклопедия туриста определяет рекреацию как «восстановление и развитие физических и духовных сил человека посредством отдыха, в том числе занятий туризмом».

От организации досуга населения зависит морально-психологический климат в обществе, его культурный уровень, физическое и нравственное здоровье. Досуг можно определить как средство восстановления сил человека в процессе его деятельности; т.е. досуг является частью отдыха, поскольку не включает в себя время на сон и другие непреложные затраты, которые можно назвать отдыхом. Туризм является одним из наиболее активных и интересных видов досуга, сочетающим одновременно увлекательную и познавательную деятельность. В походах, поездках, путешествиях воспитываются терпение, смелость, выносливость, любознательность; на экскурсиях поощряется познавательная активность; в клубах по интересам развиваются творческие способности.

Анимация — это новое направление в туризме, которое призвано «вдохнуть душу» в туристские программы и тем самым привлечь к ним участников. Следовательно, аниматор — специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ проведения досуга, ориентирующий человека в многообразии видов досуга, организующий полноценный досуг.

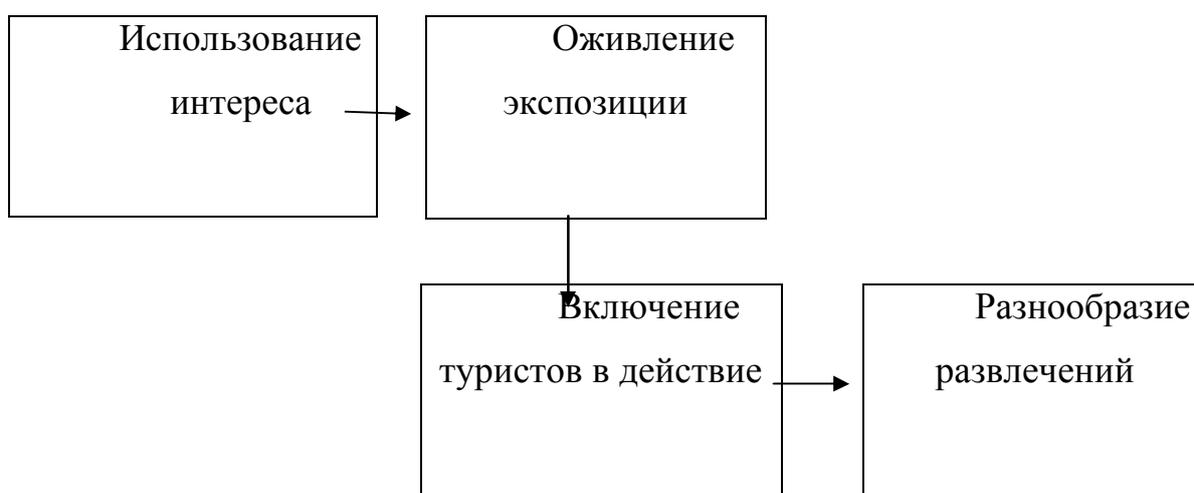
Туристская анимация — это наиважнейшая часть совокупной деятельности на туристском предприятии, важнейшая часть турпродукта. Конечной целью туристской анимации является удовлетворённость туриста отдыхом — его хорошее настроение, положительные впечатления,

восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции туристской анимации. Нельзя представить анимационную программу без ее формулы.

Анимационная программа имеет свою формулу, и она составляется по следующей схеме (Таблица №1).

*Таблица № 1*

### **Формула анимации**



Исходя из этой формулы, можно сформулировать методические основы анимации в туризме:

- Тесное взаимодействие оператора с центрами досуга и развлечений, организаторами фестивалей и карнавалов и т.п., а также активное включение данных мероприятий программы обслуживания;
- Составление сценариев отдыха (или мероприятий), учитывающих тематику и личносно – психологическое восприятие происходящего;
- Реализация полного комплекса обслуживания на базе разработанного сценария, предусматривающего всевозможные потребности туриста на маршруте, взаимоувязка услуг и действия;
- Работа аниматоров с туристами по внесению изменений в сценарий в соответствии с погодой и другими обстоятельствами. В общем смысле анимационная туристская деятельность следует понимать как тесное

взаимодействие досугово – развлекательного и сервисного комплексов с личностным подходом к обслуживанию и развлечению каждого туриста.

Основная задача – создать туристу комфорт, чтобы ему было интересно, чтобы он чувствовал себя участником программы, чтобы отдых запомнился ему как лучшее его времяпрепровождение.

В период формирования анимационной программы ее организаторам следует ответить на вопросы:

**1.** Для кого делается программа, где определяется:

- возраст и пол будущих зрителей (если это семейный отель, какой его контингент, будут ли смотреть нашу программу дети, люди старшего поколения и т.д.);

- социальное положение и профессиональную занятость (является ли наш отель закрытым клубом для аристократов и избранной части бизнесменов или это молодежный лагерь для студентов)

- национальность (особенности культур и традиций);

- стиль жизни отдыхающих в отеле людей (классический, экстремальный, «домострой», и т.д.);

- состояние здоровья (особенно это важно в разработке спортивно-оздоровительных программ);

**2.** Что заложено в основу анимационной программы (главная идея и цели ее достижения);

**3.** Как построить анимационное событие.

Как правило, в начале нового сезона шеф аниматоров при содействии команды разрабатывает и утверждает анимационную программу на весь сезон.

На каждый день недели (по часам) составляется точное расписание мероприятий, и на каждого члена команды возлагаются определенные обязанности по их проведению. Общая программа анимации готовится таким образом, чтобы развлекательные и спортивные элементы были

разнообразны по своей форме, интересны туристам и чтобы в проводимых мероприятиях было задействовано как можно больше участников.

Вечерние шоу должны повторяться не чаще, чем один раз в две недели, из расчета обычно двухнедельного пребывания гостей в отеле. Сценарий, музыка, свет, хореография, костюмы – все четко продумывается и организуется членами команды и руководителем, который часто сам принимает участие в шоу-программах. Во время обеда и перед ужином аниматоры встречают гостей у входа в ресторан, желают приятного аппетита, знакомятся с новоприбывшими гостями, общаются с теми, с кем сегодня играли, подсаживаются за столики, и стараясь не допускать паузы в разговоре, развлекают гостей и приглашают принять участие в играх и развлекательных шоу после обеда. Все аниматоры, не занятые в спектакле, принимают участие в подготовке вечерних шоу и развлекательных программ: готовят декорации, костюмы, другой реквизит, гримируют актеров, помогают им одеться и т.д.

Как было выше сказано существует и социально – культурная анимация. Социально – культурная анимация это такие искусства, как исторический, культурный, музейный туризм, это обращение к произведениям искусства, знакомство с памятниками, посещение международных кинофестивалей, театралнозрелищных мероприятий. В нашем городе Самарканд можно увидеть и насладиться таких зрелищных мероприятий как фестивали, театрализованные вечеринки и многие памятники. Туристам интересно не только спортивнозрелищный или развлекательные типы анимации но и социально – культурная анимация тоже.

## **1.2 Основные функции туристской анимации**

Функции анимационных программ – организация и руководство культурными, оздоровительными и спортивными мероприятиями, их дальнейшее распространение среди туристов.

В практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ можно выделить следующие функции туристской анимации:

- *адаптационную*, позволяющую перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;
- *компенсационную*, освобождающую человека от физической и психической усталости повседневной жизни;
- *стабилизирующую*, создающую положительные эмоции и стимулирующую психическую стабильность;
- *оздоровительную*, направленную на восстановление и развитие физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;
- *информационную*, позволяющую получить новую информацию о стране, регионе, людях и т.д.;
- *образовательную*, позволяющую приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- *совершенствующую*, приносящее интеллектуальное и физическое усовершенствование;
- *рекламную*, дающую возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы о стране, регионе, туркомплексе, отеле, турфирме.

Такое разнообразие функций туристской анимации обусловило и многообразие видов анимационной деятельности, а также и большую разновидность анимационных программ и мероприятий.

В процессе взаимодействия между туристами и персоналом отеля формируется отношение гостя к отелю, распорядку, установленному в нем, сервису, комфорту, созданному специально для него, а значит и настрой на отдых. От доброжелательности и профессионализма всего персонала отеля, принимающего гостей, во многом зависит: захочет ли турист приехать в этот отель еще раз. От квалификации же специалистов-аниматоров зависит:

надолго ли запомнится туристу этот его достаточно кратковременный отдых в данном отеле.

Программа отдыха – это объединенный общей целью или замыслом план проведения туристских, физкультурно-оздоровительных, культурно-массовых, познавательных и любительских занятий.

Анимация как фактор социальной активности человека выступает в качестве формы и метода изучения сложившейся практики, требующей профессионально подготовленных специалистов данного направления общественной деятельности. Одно из направлений анимации в туристской индустрии - анимация отдыха туристов в гостиницах и центрах отдыха (курортах), где аниматоры работают с туристами постоянно, и основная задача этих работников - не дать людям соскучиться.

Чаще всего такие работники встречаются в клубах типа «all inclusive». Днем туристы могут их видеть за прилавком бутика или обучающими новичков на корте, на спортивных состязаниях или рыбалке, организованных для туристов. Вечером те же аниматоры организуют красочное шоу, предусматривающее участие в нем туристов. В качестве формы аниматоры имеют яркие футболки. На футболке - карточка с именем аниматора и флагами стран, языками которых он владеет.

Подготовка и разработка анимационных программ – особая деятельность туристской отрасли. Они включают спортивные игры и состязания, танцевальные вечера, карнавалы, игры, занятия, входящие в сферу духовных интересов и так далее.

Также существуют типы и виды анимационной программы которые напрямую напрямую влияют на настроение и эмоциональный фон отдыхающих.(таблица №2)

### Типы и виды анимационных мероприятий

Тип анимации	Характеристика	Вид анимационных мероприятий
Санаторно-оздоровительный тип	соответствует состоянию здоровья	специальные оздоровительные программы в игровой форме, прогулки по терренкурам
Природнорекреационный тип	находится в соответствии с местонахождением выбираемым самим туристом	пикник на природе с элементами оживления отдыха, общение с домашними и экзотическими животными и наблюдение за дикими животными, зоотерапия
Спортивнозрелищный тип	согласуется с увлечениями	занятиями спортом и наблюдениями за спортивными соревнованиями, спортивными танцами
Культурноразвивающий тип	соответствует желанию познания окружающего мира через произведения искусства	Исторический, культурный, музейный туризм - обращение к произведениям искусства, знакомство с памятниками, посещение международных кинофестивалей,

		театральнозрелищных мероприятий
Зрелищноразвлекательный тип	стремление отвлечься от повседневности	виды событийного туризма - карнавалы, фестивали, шоу

Таким образом из данных таблицы № 2 - можно сделать вывод, что типы анимационных мероприятий должны находиться в согласии с потребностями и возможностями отдыхающего и удовлетворить разные потребности туристов.

Таким образом спросу и мотивации путешествий в практике туристического обслуживания складываются следующие виды анимации, удовлетворяющие разные потребности клиентов:

**Таблица 3.**

**Основные виды анимации удовлетворяющие потребности туристов**

Вид анимации	Ожидаемый результат
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 людей в общении с новыми, интересными людьми в открытии внутреннего мира людей и познания себя через общение

Анимация через успокоение	Удовлетворяет потребности людей в психологической разгрузке от повседневной усталости через успокоение, уединение, контакт с природой, потребность в покое
Культурная анимация	Удовлетворяет 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

Из таблицы № 3 видно, что существуют различные виды анимации удовлетворяющие потребности туристов которые используются при составлении анимационных программ. Ожидаемый результат в полне соответствует спросу на рынке услуг.

### 1.3. Организация анимационного менеджмента в туризме

Искусное выполнение анимационной стратегии и следование корпоративной концепции зависят от компетентности персонала и эффективности внутренней организации работы гостиничной анимационной службы. При реализации стратегии для главного менеджера по анимации приоритетной задачей является создание жизнеспособной структуры. Приведение **организационной структуры** анимационной службы в соответствие с ее стратегией и стратегией гостиничного предприятия в целом является одним из основных принципов стратегического менеджмента. Этим подчеркиваются важность анимационной деятельности в общей стратегии гостиничного предприятия и необходимость обеспечения этой деятельности ресурсами - человеческими, материальными, финансовыми. Это

свидетельствует также о том, что для руководства гостиницы анимационная деятельность является стратегически значимой.

**Структура анимационной деятельности** туркомплекса (ТК) может быть предложена как наиболее оптимальный инструмент решения основных задач и реализации основных функций анимационного менеджмента. Теоретически каждый служащий отдела анимации должен специализироваться в какой-то одной области, но на практике по бюджетным соображениям это редко удается осуществить. Однако к этому надо стремиться.

Формирование эффективной организационной структуры анимационного менеджмента является одной из важнейших задач главного аниматора ТК. В зависимости от его величины возможны различные более или менее разветвленные организационные структуры анимационной службы - отделы.

*Подбор и управление персоналом анимационной службы*  
Учитывая большое значение анимационной деятельности как для туркомплексов (увеличение доходов за счет качественного обслуживания и удовлетворения потребностей туристов, повышения спроса на турпродукт), так и для общества в целом, ей необходимо уделить самое серьезное внимание.

В равной степени важны и правильный подбор персонала в службу анимации, и подготовка квалифицированных специалистов для этой сферы деятельности, и повышенное внимание к работе этой службы в отеле или туркомплексе.

Преобразование потребностей туриста (гостя) в отдыхе в его удовлетворенность отдыхом, путешествием, а также повышение его запросов возникают в результате оказания ему гостиничных услуг на основе использования взаимодействующих систем среды гостеприимства: материально-технической базы, природного и культурно-исторического

комплексов, рекреационной инфраструктуры и обслуживающего персонала. Определяющими гостиничными услугами для данного процесса преобразования в настоящее время становятся анимационные услуги.

**Потребности туриста** - это качественная характеристика состояния туриста перед совершением путешествия, выражающая (сознательно или бессознательно) его стремление изменить это состояние в лучшую для него сторону, например, восстановить физические силы, обрести душевное равновесие, покой и новых друзей, получить эмоциональный заряд или эстетическое удовольствие.

**Удовлетворенность туриста** средой гостеприимства - это качественная оценка его состояния после совершения путешествия (отдыха), характеристика полноты достижения сознательных и подсознательных целей путешествия со скидкой на его личное понимание и восприятие окружающего мира, ценности жизни, безопасности, качества обслуживания и гостеприимства.

**Природный комплекс** - это взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание природных объектов и явлений, ресурс и условие удовлетворения потребностей туристов. Природный комплекс активно используется в анимационной деятельности.

**Культурно-исторический комплекс** - это совокупность материальных и нематериальных культурных и исторических ценностей, сосредоточенных в туристском комплексе и вовлекаемых аниматорами в той или иной мере и форме в процесс удовлетворения потребностей туристов в познании, эстетическом наслаждении, комфорте.

Материальной базой в анимационной деятельности туркомплекса являются анимационные технические системы его рекреационной инфраструктуры.

Обслуживающий персонал комплекса производит, собирает, сохраняет и предоставляет туристам анимационные услуги, стремясь обеспечить

высокое качество обслуживания.

Удовлетворенность туриста путешествием, отдыхом определяется тремя основными взаимозависимыми и взаимообусловленными факторами:

- 1) ощущением исполненности желания, мечты, надежды (цели путешествия);
- 2) ощущением комфортности среды гостеприимства;
- 3) ощущением безопасности среды гостеприимства.

Гостиничная анимация вносит весомый вклад в выполнение всех этих условий положительного преобразования потребностей туриста (гостя) в его удовлетворенность, используя при этом все упомянутые системы среды гостеприимства. Ощущение безопасности у гостя наступает в том случае, когда он начинает чувствовать дружескую атмосферу в отеле вокруг себя и других. Это достигается усилиями и искусной работой аниматоров. Вспомним, кстати, о рычагах адаптационной и стабилизирующей функций анимации: адаптационная функция позволяет перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой (раскрепощенной, комфортной); стабилизирующая - создает положительные эмоции и психическую стабильность, что является базовым ощущением комфорта и безопасности. Ежедневное дружеское общение туристов с аниматорами и участие их в анимационных программах завершают процесс формирования для них комфортной, безопасной среды гостеприимства.

Анимационные программы на протяжении всего периода пребывания туриста в отеле должны обеспечить ему полную удовлетворенность (ощущение исполненности желания, мечты, достижения цели путешествия). Но высшим мастерством гостиничного аниматора является выявление подсознательных мотивов путешествия.

Гостиничные аниматоры должны умело и эффективно использовать природно-климатические и культурно-исторические ресурсы внешней среды туркомплекса и его внутренние материально-технические ресурсы в управлении процессом преобразования потребностей туристов в

удовлетворенность в части предоставления им через анимационные услуги информационного, экологического, эстетического, интеллектуального, психического, физического комфорта и наслаждения. Так или иначе, это приводит не только к моральному удовлетворению персонала туркомплекса своим трудом, но и к коммерческому успеху.

Для эффективной реализации анимационной деятельности нужны три составляющие: 1) концепция гостиничной анимационной деятельности с приложением типовых анимационных программ и методик их адаптации к реальным группам и персоналиям; 2) материально-техническая база для спортивно-оздоровительных и развлекательных занятий; 3) талантливые аниматоры, которые способны воплотить концепцию, программы и методики в жизнь, и обслуживающий персонал. Центральную и системообразующую роль в этой тройке должен выполнять главный анимационный менеджер, который руководит штатом аниматоров и косвенно (через технического директора) управляет обслуживающим персоналом, а также работниками других служб, так или иначе участвующих в анимационном обслуживании туристов.

Составляющими понятия «**анимационный менеджмент**» являются анимация - процесс предоставления туристу комплекса анимационных услуг с целью максимального удовлетворения его потребностей и менеджмент - система управления этим процессом с учетом стратегических цели и миссии отеля, ограничений, правил и условий, корпоративной гостиничной философии.

**Анимационный менеджмент** имеет свою специфику, которая выражается: в специфическом предмете труда, являющемся деятельностью управляемых анимационных систем и служб; в специфическом орудии труда, которым является анимационная программа, в результате труда, которым является удовлетворенность отдыхающих проведенным досугом.

С точки зрения системного подхода анимационный менеджмент представляет собой систему управления, в которой управляющей подсистемой (субъектом управления) является руководящий персонал

анимационной службы туркомплекса, выступающий здесь в качестве системообразующего фактора. Управляемой подсистемой (объектом управления) являются туристы и состояние их здоровья (физического, психического, нравственного, соматического), а также исполнительный персонал анимационной, технической и других служб туркомплекса, участвующий в процессе анимационного обслуживания.

С другой стороны, анимационный менеджмент наряду с другими составляющими является подсистемой более общей системы управления туркомплексом - менеджмента гостеприимства.

Анимационный менеджмент включает **стратегию и тактику** управления. Стратегическая цель управления анимационным процессом заключается в том, чтобы выдержать общее направление деятельности туркомплекса по обеспечению максимального удовлетворения потребностей туристов, особенно в части эмоционально-психического комфорта как составляющей среды гостеприимства, а также выполнить комплекс условий, правил и глобальных ограничений в анимационной деятельности с точки зрения факторов внешней и факторов внутренней среды и с точки зрения доходности гостиничного бизнеса. А тактика - это конкретные методы и приемы достижения цели в рамках принятых ограничений.

Таким образом, **менеджмент гостиничной анимации** - это система управления процессом предоставления туристу комплекса анимационных услуг, направленная на достижение стратегической цели функционирования туркомплекса в условиях туристского рынка.

**Функции анимационного менеджмента.** Анимационный менеджмент как один из видов специализированного менеджмента осуществляется посредством выполнения взаимосвязанных и взаимопроникающих во времени функций планирования, организации, мотивации и контроля анимационной деятельности туристского комплекса, которые реализуются при решении определенных задач.

### **Функция «планирование»:**

- разработка анимационной стратегии и концепции ТК, согласованной с его маркетинговой стратегией;
- разработка типовых анимационных программ и алгоритмов (методик) их адаптации к определенным группам и отдельным туристам;
- анализ факторов, влияющих на полноту и эффективность осуществления анимационного менеджмента и конъюнктуры гостиничного рынка района, региона, страны;
- участие в формировании ценовой политики с учетом комплекса вопросов анимационных услуг и анимационного менеджмента ТК;
- долгосрочное и краткосрочное планирование анимационной деятельности ТК, включение мероприятий по совершенствованию анимационной деятельности в его бюджет и бизнес-план.

### **Функция «организация»:**

- организация и управление отношениями ТК во внешней среде по вопросам анимационного менеджмента;
- оптимизация использования ресурсов ТК при выполнении Целей и задач анимационного менеджмента;
- формирование эффективной организационной структуры анимационного менеджмента ТК, подбор, расстановка, подготовка, воспитание кадров, специалистов разного уровня квалификации для анимационного обслуживания;
- организация взаимодействия с другими службами турком-плекса по вопросам анимационного обслуживания: с технической службой (по вопросам эксплуатации технических анимационных установок, систем, сооружений), службой приема и размещения (по ежедневным вопросам работы с клиентом и по изучению потребительского спроса), с финансовой службой (по вопросам финансов), а также с транспортной, туристско-экскурсионной, вспомогательной и другими службами, с которыми

необходимо взаимодействовать в процессе анимационного обслуживания;

- разработка инвестиционной политики по вопросам реализации анимационной концепции (проводится совместно со службой финансового менеджера), участие в формировании инвестиционного портфеля по данному вопросу;

- риск-менеджмент - разработка путей снижения анимационных рисков и организация системы мероприятий по их профилактике и минимизации.

#### **Функция «мотивация»:**

- творческая работа по развитию личности сотрудников анимационной службы, их способности к внутренней мотивации совершенствования анимационного мастерства;

- разработка способов внешней мотивации аниматорского труда, морального и материального поощрения за его профессионализм и результаты; формирование принципов заинтересованности; определение параметров удовлетворенности трудом по анимационному обслуживанию туристов;

- превращение любого работника ТК в частичного сопредпринимателя, морально и материально заинтересованного в результатах не только анимационной деятельности, но и комплекса в целом;

- повышение квалификации и профессионального роста кадров, создание и поддержка престижа анимационной и гостиничной деятельности;

- создание благоприятных условий для самореализации человека в деле, который руководствуется высокими мотивами, гуманистическими и эстетическими ценностями.

#### **функция «анализ и контроль»:**

- анализ анимационной деятельности ТК и представление его показателей, включая и экономические, высшему управленческому звену в любой момент времени для оперативного и стратегического управления этой деятельностью;

- корректировка концепции, тактических целей, анимационных программ и методик в соответствии с реальными обстоятельствами и результатами деятельности и анализа;
- корректировка планов и проектов ТК и его подразделений с точки зрения анимационного обслуживания туристов;
- контроль исполнения управленческих решений в рамках анимационного менеджмента; контроль технической и других служб ТК в вопросах эксплуатации анимационных технических средств.

## **ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ ТЕМАТИЧЕСКИХ АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ТУРПРОДУКТА**

### **2.1 Технология разработки анимационных программ на курортах и в отелях**

Под технологией разработки анимационных программ понимается комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств (объектов, сооружений, инструментов и приспособлений). Это сложный и многоплановый процесс, поскольку решает следующие задачи: создание анимационных программ, экономический просчет стоимости каждой программы, их реализацию и, наконец, творческое воплощение запрограммированных анимационных мероприятий с последующим анализом. Данный технологический процесс представляет собой целостную систему, в которой взаимодействуют все компоненты.

**Гостиничная** или **курортная** анимация является одним из эффективных средств привлечения гостей в отель. Она влияет 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.

Технология создания анимационных программ на курортах и гостиницах, как система состоит из нескольких взаимосвязанных подсистем. Рассмотрим каждую из них в виде таблицы: (Таблица №4)

**Технология создания и реализации анимационных программ**



Как видно из таблицы № 4 технология создания анимационных программ состоит из четырех систем:

1. Организационная - организация совместной деятельности анимационной команды, экономического, технического, рекламного отделов;
2. Инструкторско-методическая - создание и разработка сценариев мероприятий, текстов экскурсий, подбор спортивных игр и соревнований, составление маршрутов походов с последующей разработкой методических рекомендаций на основе обобщения опыта;
3. Режиссерская - распределение ролей, составление планов репетиций, постановка спектакля, шоу;
4. Техническая - подготовка технических средств (объектов, сооружений, инструментов и т.д.), площадки (сцены) для анимационных мероприятий, реквизита, декораций, освещения, музыкального сопровождения и пр.

Технологический процесс создания анимационных программ включает следующие элементы:

- объект деятельности - обслуживаемые туристы, население (группы и отдельные личности);

- субъект деятельности - руководитель, специалист анимационной службы;

- собственно анимационная деятельность со всеми ее компонентами - процесс взаимодействия субъекта на объект.

Все элементы функционирования технологического процесса находятся в единстве взаимодействий и 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, изучать аудиторию, настроения, интересы и запросы молодежи. Без знания людей трудно рассчитывать на достижение желаемого результата и на повышение эффективности интеллектуального и эмоционального воздействия на аудиторию. 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. Это инструмент, с помощью которого потребителю дается информация о содержании, особенностях, привлекательности конкретной программы с целью заинтересовать его, побудить приобрести рекламируемый товар и стать участником анимационной программы.

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

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 пр. 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 пр.;
- проведение репетиций, обучение правилам игр и пр.;
- 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.

## **2.2 Национальные особенности туристов при составлении анимационных программ в гостинице «Биллур Ситора»**

В гостинице «Биллури Ситора» анимационных услуг не существует. Материальной базой для анимации и спорта здесь может служить 2 бассейна (один открытый для взрослых и один детский), сауна, массажный кабинет, бильярд, дартс, шахматы, нарды. Необходимо отметить, что эта гостиница в основном предназначен для отдыха и не является специализированным спортивным туркомплексом.

В процессе взаимодействия между туристами и персоналом отеля формируется отношение гостя к отелю, распорядку установленному в нем, сервису, комфорту, созданному специально для него, а значит и настрой на отдых. От доброжелательности и профессионализма всего персонала отеля, принимающего гостей, во многом зависит: захочет ли турист приехать в этот отель еще раз.

От квалификации же специалистов – аниматоров зависит: надолго ли запомнится туристу этот его достаточно кратковременный отдых в данном отеле.

Наш город богат разнообразием народов и культур, каждый из которых является огромным достоянием. При составлении анимационных программ в гостинице « Биллур Ситора , необходимо знать и учитывать национальные особенности, привычки и вкусы туристов. Интересы туристов зависят от множества факторов: возраста, пола, национальности, образовательного уровня, уровня доходов, профессиональных интересов, хобби и так далее.

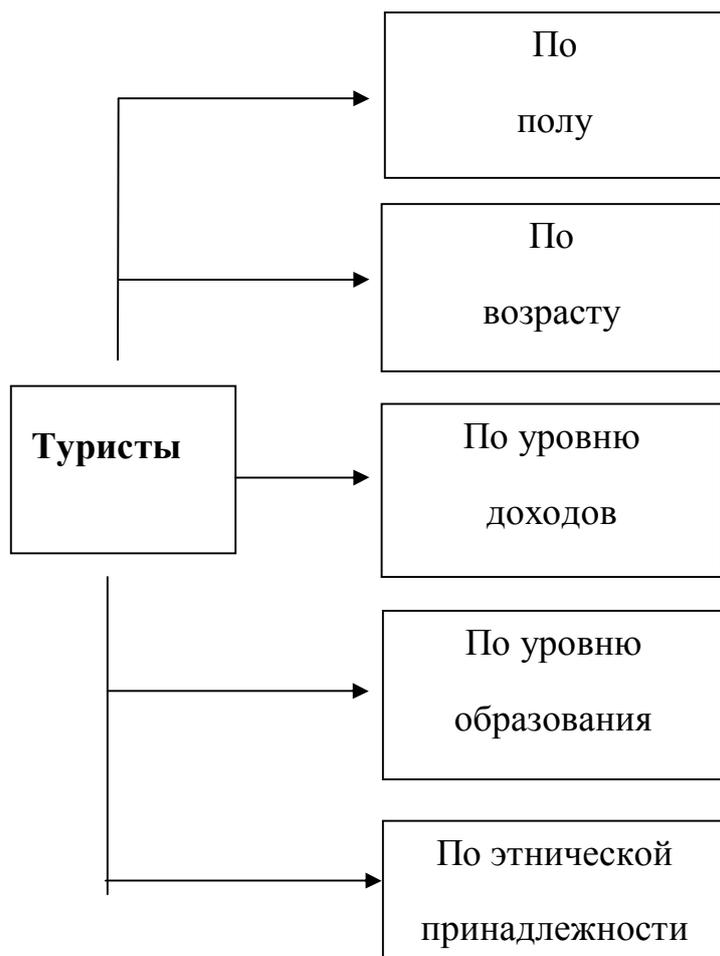
Очевидно, что с ростом дохода величина расходов на отдых увеличивается, чем выше доход той или иной семьи, тем больше возможностей для обеспечения более качественного и интересного отдыха. Туристская активность находится также в прямой зависимости от уровня образования потребителей, люди со средним образованием предпочитают увеселительные поездки; с высшим образованием – склонны к интеллектуальному отдыху. Конечно, потребителей анимационных услуг нельзя четко разделить по категориям дохода, возраста, пола, дохода 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 программы на любой вкус.

Существуют различные виды классификации туристов, которые представлены в таблице № 5.

Таблица № 5

### Классификация туристов



Из данной таблицы видно, чтобы угодить туристам, аниматоры должны о нем довольно много знать, потому что то, что можно предложить студентам, вряд ли может обрадовать людей пожилого возраста или то, что предназначено для туристов-экстремалов, вряд ли понравится любителям полежать и понежиться на солнышке.

Однако трудность состоит в том, что туристы приезжают на отдых на короткий срок, за который много не узнаешь. Выход из этой ситуации все же существует, если соблюдать следующие правила:

- Получать информацию о туристах (возраст, пол, национальность, степень активности, любимые виды отдыха) на всех этапах его обслуживания (когда оформляет путевку, когда заселяется в отель, когда общается с аниматорами).

- Знать и уметь классифицировать туристов, чтобы правильно подобрать для них программу.

- Иметь в запасе много программ, рассчитанных на разные категории туристов.

Рассматривая анимационное обслуживание в гостиницах, можно сделать вывод о том, что в современном мире в условиях жесткой конкуренции для удовлетворения потребностей качественного и интересного отдыха необходима провести анкетирование по специальной схеме которая включает в себя следующие вопросы: (таблица № 6)

**Анкета о деятельности туриста для составления анимационной программы**

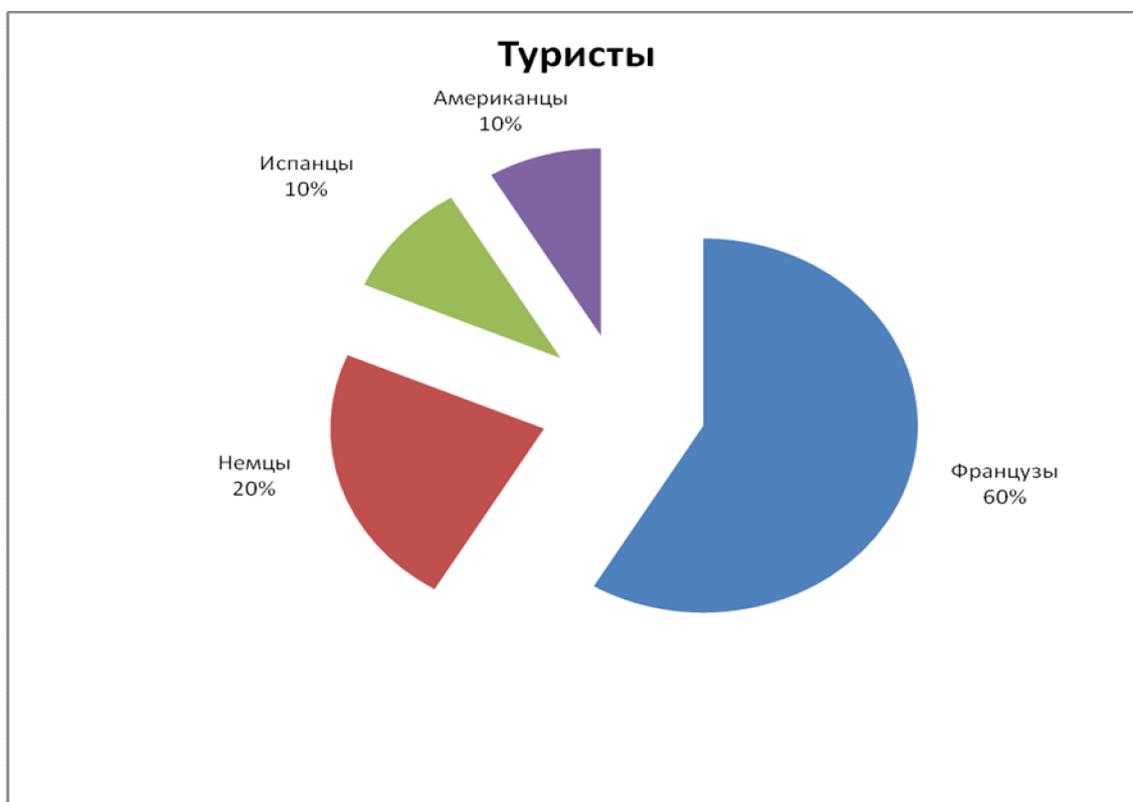
№	ФИО туриста	Возраст, откуда приехал	Пол	Этническая принадлежность	Цель приезда	Профессия	Хобби
1							
2							
3							
4							
5							

По данной анкете аниматор получает нужную информацию для составления анимационной программы, это позволяет конкретно предлагать туристам или гостям провести свой досуг более насыщенным, интересным и обеспечить полную удовлетворенность достижение цели.

При составлении программ отдыха учитываются возрастные особенности, пол и интересы групп отдыхающих, что позволяет правильно подобрать формы работы с ними, наиболее продуктивно сочетать активный и пассивный отдых, сделать досуг интересным и полноценным.

Туристов можно классифицировать по этнической принадлежности. При составлении анимационных программ для представителей различных наций и народностей надо быть особенно внимательными, знать и учитывать национальные традиции по проведению досуга, чтобы ненароком не обидеть гостей. Посещение туристов в гостинце «Биллури Ситора» можно рассмотреть в следующей диаграмме (диаграмма № 1).

### Посещение туристов в процентах гостиницы «Биллури Ситора»



Как видно, по диаграмме 60 % туристы из Франции, 20 % туристы из Германии, 10 % туристы из Испании 10 % туристы из Америки. Из данных таблицы видно, что в основном будет учитываться интересы французов 60%, немцев 20%, испанцев 10% и американцев 10%.

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

Однако, чаще всего, туристов классифицируют **по возрасту**:

- 0-2 года - инфанты (грудные дети)
- 3-8 лет – дети-дошкольники
- 9-18 лет – подростки-школьники
- 18-25 лет – молодежь, студенты
- 26-64 лет – взрослые люди

- 65 лет и старше – пожилые люди, пенсионеры.

В отелях отдыхает большое количество молодежи /люди до 30 лет/. Это школьники, студенты, спортивные команды. Это очень активный, народ и главное для них - это провести свой отдых максимально весело и интересно. И анимационная команда, проводя свои мероприятия, в первую очередь обращает внимание именно на эту категорию туристов.

Молодых людей можно разделить на две возрастные категории: от 18 до 24 и от 25 до 34 лет. Эти категории располагают значительной двигательной способностью и влиянием, так как они наиболее многочисленны. Поскольку они представляют собой большую группу людей, можно определить комплексные тенденции в данном сегменте: относительно позднее замужество, появление в семье первого ребенка, небольшое домашнее хозяйство, важность карьеры для обоих взрослых членов семьи. На туристском рынке для молодых людей существуют две наиболее часто встречающиеся подгруппы: молодые одиночки и молодые семьи без детей.

Одиночки. Большинство из них - это молодые люди, не обремененные заботами и затратами на воспитание и образование детей, предпочитающие тратить свои средства на отдых, путешествия, обеды в ресторанах и на веселую жизнь. Одиночкам свойственны, как правило, высокий уровень образования, стремление к успеху в профессиональной деятельности, повышенные требования к комфорту и качеству жизни, индивидуализм. Они много внимания уделяют организации своего свободного времени, стремясь в полной мере наслаждаться жизнью. Молодые одинокие люди больше путешествуют по сравнению со своими ровесниками, состоящими в браке, и с людьми среднего возраста. Они предпочитают путешествовать за пределы своей страны или своего региона проживания и используют самолет в качестве основного транспортного средства.

Одинокие люди подразделяются: на никогда не состоящих в браке, вдовых и разведенных.

В межсезонье и зимний период отель посещают люди преклонного возраста и пенсионеры. Для них это самое благоприятное время, когда солнце уже не печет так сильно, как летом. Для этой категории туристов анимационная программа предлагает различного рода интеллектуальные игры и несложные спортивные соревнования.

Существует тенденция роста группы людей пожилого возраста (60-65 лет) и группы людей в возрасте свыше 65 лет. Эти группы иногда называют рынком людей зрелого возраста, пенсионного возраста, пожилого или “третьего возраста”. Этот рынок должен быть изучен менеджерами анимации, так как он является постепенно растущим и не менее важным, чем остальные возрастные сегменты туристского рынка.

С позиции отношения этих возрастных групп к туризму и путешествиям различают четыре основные подгруппы: группа людей в возрасте от 55 до 64 лет; от 65 до 74 лет; от 75 до 84 лет и от 85 лет и старше.

Возрастная группа людей от 55 до 64 лет характеризуется наличием больших свободных денежных средств, чем другие группы пенсионного возраста, наличием небольших домохозяйств и свободой от расходов средств на образование, воспитание и содержание детей.

Люди от 65 до 74 лет считаются активными пенсионерами и составляют более молодую группу - важный рынок путешественников. Третью группу составляют люди в возрасте от 75 до 84 лет. По сравнению с первой группой они не так активны, чаще всего не расположены к путешествиям. Четвертую группу составляют люди от 85 лет и выше. Туркомплексы не видят потенциала данного сегмента рынка. Однако необходимо знать, какими анимационными программами можно заинтересовать данную возрастную группу.

Надо помнить, что пенсионеры, хотя и располагают большим количеством свободного времени, которое они могли бы потратить на путешествия, однако они ограничены в денежных средствах.

Некоторые пенсионеры продолжают работать и тратить денежные средства на путешествия. Данные возрастные группы людей могут стать потребителями недорогих товаров и услуг, поэтому целесообразно предлагать им специальные возрастные льготы, скидки на размещение и питание, льготные тарифы на транспорте.

Пожилые люди не любят, когда им напоминают об их возрасте. Следовательно, программы должны быть хорошо продуманные. С другой стороны, их образ жизни позволяет им путешествовать в любое время года и на более длительный период времени, в отличие от более молодых групп населения. Таким образом, должны быть организованы усиленные рекламные кампании для стимулирования спроса этой группы населения, особенно в период недозагрузки туристских предприятий и в межсезонье.

#### **Гостиница «Биллури Ситора»**

«Гостиница Биллури Ситора» – находится в исторической части города Самарканд, в районе «Хаваси». От отеля, гости могут пройти пешком до таких памятников как Некрополь «Шахи-Зинда», мечеть «Биби Ханум», знаменитый «Сиабский базар» и увидеть кипящую жизнь старого города. Официально вступила на рынок гостиничных услуг в октябре 2013. Гостиница предназначена для корпоративных клиентов и туристов. Номерной фонд отеля «Billuri Sitora» составляет 12 комфортабельных номеров, это двухместные номера категорий «стандарт», а также несколько номеров double bed. Во всех номерах имеется необходимое оснащение: телефон, телевизор, бесплатный доступ в Интернет через Wi-Fi, фен, в ванных комнатах — современная сантехника и необходимые туалетные принадлежности, весь номерной фонд имеет систему кондиционирования. В наличии номера для «некурящих» и «курящих» гостей. В стоимость номера включен завтрак «Шведский стол»



Все номера оснащены приборами индивидуального климат-контроля, несколькими уровнями системы безопасности, сейфами, спутниковым телевидением. Деловые встречи, семинары и тренинги, для всего этого необходимы специально оборудованные помещения. Отель располагает только летним залом для проведения мероприятий. Летний зал имеет специализированную зону для кофе-брейков и фуршетов. Минимальное время аренды помещения – 1 час. К стандартному набору оснащения зала, входящему в стоимость аренды, предлагается дополнительное специальное оборудование и большой выбор вариантов конференц-пакетов, кофе-брейков и бизнес-ланчей.



Гостиница оборудована автоматической системой управления, имеет резервное электроснабжение, автономное отопление, горячее водоснабжение, систему скоростных лифтов, а также гостиница оснащена пожарной и

охранной сигнализациями. Персонал гостиницы состоит из десяти человек, которых характеризует следующая таблица (таблица № 7).

**Таблица № 7**

**Штатное расписание персонала гостиницы «Биллури Ситора»**

Наименование сотрудников	Количество сотрудников
Директор	1
Заведующий гостиницей	1
Администраторы	1
Горничные	3
Электрик	1
Сантехник	1
Садовник	1
Охранник	1

В стоимость номера гостиницы «Биллури Ситора» также входит услуга проживания и завтрак.

Также гостиница предоставляет такие бесплатные услуги как:

- служба безопасности 24 часа;
- кабельное телевидение с новостями и развлекательными каналами;
- утренняя побудка;
- предоставление утюга и гладильной доски по требованию;
- услуги консьержа;
- служба подтверждения бронирования авиа (ж/д) билетов;
- вызов скорой неотложной помощи;
- комнатный сейф с индивидуальным кодом в каждом номере.

К платным услугам относится:

- 24-х часовое обслуживание в номерах;

- мини-бар;
- международная телефонная связь;
- услуги прачечной и химчистки;
- просмотр видеофильмов на заказ;
- предоставление машины в аренду;
- услуги бизнес-центра (сканирование, печать, ламинирование, отправка факса);
- высокоскоростной беспроводной Интернет.

Гостиница «Биллур Ситора» предлагает отличный сервис по проведению конференций и банкетов, имеется бизнес-центр. Офисы, залы и конференц-комнаты снабжены необходимым техническим оборудованием.

После проведенных наблюдений и изучений гостиницы «Биллур Ситора» стало известно, что в гостинице не существует никаких анимационных программ.

Исходя из классификации туристов по полу, по возрасту, по уровню образования и по этнической принадлежности были составлены следующие анимационные программы:

### ***Анимационная программа для семейных туристов***

#### **День 1**

Анимационная программа «**Веселые игры**»

Программа назначена для семейных туристов

Возрастная категория туристов: Взрослые – от 25 до 35, дети – от 12 до 16

Сценарий: Туристы познакомятся с красотой Узбекистана. После рассказа про Узбекистана, туристы приглашаются в зал гостиницы для просмотра фильма истории становления Узбекистана. После окончания фильма будет разыграна мини-викторина, в которой будут задаваться элементарные вопросы, например в каком веке произошло вторжение арабов на территорию Туркестана? и тому подобие. После окончания викторины

выигравшим дадут сувенир площади Регистана, а проигравшим памятку об Узбекистане с важнейшими историческими датами.

Продолжительность: с 19:00 до 21:00

Расходы: Аренда зала гостиницы-40\$ Организатор-40\$ Раздаточный материал-50\$ Итого:130\$

## День 2

Анимационная программа: **«Конкурс на лучшую пару отеля»**

Программа назначена для семейных туристов

Программа рассчитана на-10-12 чел

Сценарий: Женщина садится на стул в одном конце стены, ей на колени стелят полотенце, ставят небольшой поднос и на него ставят пустой стакан. Мужчина встает на другом конце сцены, ему завязывают глаза, крутят вокруг себя три раза, ставят между ног бутылку с водой и открывают ее. Он должен дойти до своей женщины и налить в стакан воды, женщина может подсказывать дорогу (прямо, влево, вправо). У какой пары стакан окажется полнее та пара и выиграет.

Продолжительность: с 19:00 до 21:00

Расходы: Аниматор-50\$

Аренда посуды - 60\$

Итого:110\$

## День 3

Анимационная программа: Музыкальная постановка « Дух старины»

Сценарий: Пешая рогулка по улице Мирзо Улугбек до театра « Эль Мерос» для просмотра музыкальной постановки «Дух старины», где можно ознакомиться с костюмами и танцами узбекского народа XIV-XV веков., по дороге туристы могут зайти в магазин свадебные платья, в сувенирные магазины и бутики и купить для себя что нибудь. После этого в театре будет организована фотосессия в костюмах для желающих. В конце всем туристам раздаются буклеты с фото.

Продолжительность: с 18:00 до 19:00

Входной билет: - 20\$

Организатор-30\$

Буклет с фотографиями-20\$

Примерка костюма -5\$

Итого: 270+5\$

### *Анимационная программа для взрослых людей*

#### **День 1**

Анимационная программа: **«Виноградная лоза»**

Возрастная категория туристов: от 26 до 64 взрослые люди

Дегустация различных сортов вин в доме русского купца Дмитрия Филатова.

Сценарий: Дегустация различных сортов вин в доме русского купца Дмитрия Филатова. Поездка в дом русского купца Дмитрия Филатова, на базе которого функционирует винзавод Самарканда. Туристы будут пробовать различные вина, гид будет рассказывать о происхождении винзавода, о сортах вин и процессе приготовления вина. Туристы могут купить различные вина.

Продолжительность: 3. часа

Расходы: Транспорт-100\$

Гид-40\$

Вино 5 видов-100\$

Итого:240\$

#### **День 2**

Анимационная программа: Спектакль **«Сила в справедливости»**

Сценарий: Спектакль с участием туристов и знакомство с нравами древнего Узбекистана. В конференц-зале гостиницы все украшается в стиле XIV-XV веков, в зале на троне сидит Амир Темур, слева – музыкант играет тихую мелодию, сзади стоит слуга с опахалом. Амир Темур сидит очень

угрюмый и серьезный. В руке он держит свиток с донесением о том, что Италия собирается напасть и захватить Самарканд. В это время в зал приглашаются туристы, им раздают слова на листах и представляют как посланца из Рима. Задача туристов – заключить мир с А. Темуром, не поддаваясь на провокации и уловки. В конце спектакля А. Темур заключает дружественный союз с туристами – посланцами и преподносит им дары из личного сундука. Все участники-сами туристы.

Продолжительность: с 18:00 до 20:00

Расходы: Аренда зала-30\$

Переводчик-20\$

Музыкант-30\$ Декорации-50\$

Одежда и набор украшений -80\$

Итого:210\$

### День 3

Анимационная программа: **«Незыблемая память»**

Сценарий: Написание портретов для туристов. Туристы приглашаются на открытую веранду на втором этаже, где их будут ждать мастера по чеканке, мозаике, золотошвей и художники. Туристы располагаются где кому удобно, выбирают мастера и пока мастер будет рисовать или выкладывать мозаику, гид будет рассказывать о происхождении мастерства, также и мастер может поделиться некоторыми секретами мастерства. Для женщин предусмотрено также вышивание платков золотой нитью.

Продолжительность: с 17:00 до 19:00

Расходы: Мастера 8 чел.-400\$

Гид-30\$

Стоимость портрета(платка)-20\$

Итого:450\$

## ***Анимационная программа для молодежи***

### **День 1**

Анимационная программа: **«Традиции из глубины веков»**

Возрастная категория туристов: от 18 до 25 лет – молодежь, студенты

Сценарий: Знакомство с традициями народа Узбекистана. Во внутреннем дворе гостиницы все украшают в национальном стиле. Постановка начинается с показа свадьбы. Входит жених с музыкантами, невеста сидит в центре согласно обряду и традиции жених забирает невесту. После этого стену освобождают, выносят бешик с ребенком (куклой), туристов приглашают поучаствовать. Женщин переодевают и усаживают рядом с бешиком, потом пожилая женщина из махали начинает рассказывать и показывать как надо ребенка укладывать в бешик. По окончании представления туристам раздаются памятные подарки.

Продолжительность: с 18:00 до 20:00

Расходы: Актеры-60\$

Люди с махали-50\$

Музыканты-100\$

Инвентарь-100\$

Переводчик-30\$

подарки-200\$

Итого: 540\$

### **День 2**

Анимационная программа: Фольклорное шоу **«Базар Байрами»**

Сценарий: Поездка на площадь Регистан. Эта удивительная программа будет проводится в медресе «Шердор». Туристам будет представлена программа «Бозор байрами» ( «Праздник на базаре» ). Здесь представляется уникальная возможность увидеть сразу несколько старинных обрядов, которые связаны собой одной сюжетной линией. Здесь и любовь дочери Бая к бедному крестьянину, которая разрешается свадьбой «Туй». Свадебный

обряд показан с момента сбора приданого, выкупа невесты и свадьбы под звуки национального карная - сурная. Здесь также будет представлен обряд рождение ребенка «Бишик Туи». Все обряды сопровождаются живой музыкой, песнями и танцами. Акустика в медресе Шер-Дор позволяет делать звук чистым и звонким, словно каждая нота отталкивается от звенящей майолики цвета индиго.

Продолжительность: с 18:00 до 21:00

Расходы: Актеры – 80\$

Музыканты – 100\$

Инвентарь – 70\$

Переводчик – 30\$

Итого: 280\$

### День 3

Анимационная программа «**Золотое шитье с мастером Нилюфар**»  
Сценарий: Традиционное узбекское золотое шитьё является очень важным нашего народа, без золотошвейных одежд еще не какая девушка не вышла замуж, никакие свадьбы и мероприятия не проходят без этих блестящих одежд. Именно данная программа включает в себе участие туристов в процессе золотошвейного шитья. Процесс очень интересный, веселый и одновременно очень серьезный.. Участники сядут за специальными столами, на которых они будут шить, мастер Нилюфар и ее помощницы покажут как туристам правильно шить и будут петь наши народные песни. Продолжительность шитья продолжается 20 минут, после того мастер будет ставить оценки и победительница получит приз – тюбетейку шитую из золотых ниток и будут примерять золотые изделия: халаты и фотографироваться на память в золотошвейных изделиях которые славятся своей неповторимой красотой. Это очень интересно.

Расходы: Организатор-50\$

Мастер Нилюфар-70\$

Итого: 130;

### **2.3 Организация тематического мероприятия при составлении анимационных программ**

**Организация тематического мероприятия** – дело творческое и сложное. Организуя тематические мероприятия, аниматорам следует проявить максимум изобретательности и выдумки, позаботиться, чтобы он был обличен в яркую эмоциональную форму, чтобы никто не уходил с вечера равнодушным.

**Тематическое мероприятие** — это идейно и сюжетно организованное единство, связная цепь устных выступлений, действий, зрительных образов, слитых в рамках сюжета сценарно – режиссерским замыслом.

В основе тематической анимационной программы обязательно должен лежать сценарий, т.е. подробная литературная разработка содержания тематического вечера, в которой в строгой последовательности излагаются отдельные элементы действия, раскрывается тема, показаны авторские переходы от одной части действия к другой, приводится примерное направление всех публицистических выступлений, вносятся используемые художественные произведения или отрывки из них, предусматриваются средства повышения активности участников, оформление и специальное оборудование помещений клуба.

Отсутствие тщательно разработанного сценария мероприятия, замена его лишь сценарным или режиссерским планом или так называемым планом организации будущего мероприятия приводит к несоразмерности и несогласованности отдельных его частей, механическому их соединению, обеднению выразительных возможностей и недостаточному раскрытию идеи тематического вечера. Профессиональный подход к работе, в частности к проведению тематических мероприятий, требует от сегодняшних аниматоров умения составлять сценарий и воплощать его.

Рассмотрим основные этапы работы над сценарием тематического мероприятия. В начале работы необходимо придумать идейно-тематическую основу будущего мероприятия, четко определяются тема и идея. В аниматорской практике эти понятия часто недооцениваются, смешиваются, подменяются одно другим, что неминуемо сказывается на качестве сценария.

Анимационная программа по теме: «Бешик туй»

Сценарий: Наш национальный обычай «Бешик туй». Во внутреннем дворе гостиницы украшают в национальном стиле, выносят бешик с ребенком, туристов приглашают поучаствовать. Женщин переодевают в национальную одежду и усаживают рядом с бешиком, потом пожилая женщина из махали начинает рассказывать и показывать как надо ребенка укладывать в бешик.

**Тема** – круг жизненных явлений, отобранных и освещенных автором в сценарии. Другими словами, тема – это то, о чем автор хочет рассказать участникам вечера.

**Идея** – основной вывод, основная мысль, авторская оценка изображаемых в сценарии событий. Идея – это то, ради чего проводится вечер. На основе идеи решаются методические вопросы.

Идея сценария, ставшая точкой зрения автора, служит стержнем для подбора документального и художественного материала, представляет конфликт, композицию, образный строй, подбор выступающих. Нечеткость идеи, как правило, оборачивается нечеткостью сценария, его основных смысловых акцентов.

Тема обычно задана с самого начала, а к идее, как общему главному выводу, сценарист и режиссер должны подвести участников и зрителей театрализованного действия. Типичная ошибка некоторых практических работников состоит в том, что они нередко стараются подать идею в готовом виде с самого начала тематического мероприятия. Между тем задача в том, чтобы пробудить активное восприятие действия, заставить каждого как бы

включиться в события и самому осмыслить идею, которой подчинено развитие действия. В этом творческом процессе зритель становится соучастником массового мероприятия.

Анимационная программа: «Узбекская свадьба»

Сценарий: « Узбекская национальная свадьба » - это программа очень интересная и туристам понравится, потому что они в ней будут участвовать. Число участников составляет четыре гостя или туриста, двое из них участвуют в роли жениха и невесты, оставшиеся двое в роли друзей или свидетелей. Участников одевают в национальную одежду, после чего мулло читает никох. После этого жених и невеста друг друга угощают сладостями, играет национальная музыка и танцуют танцоры.

Тема и идея неразрывно связаны друг с другом и в совокупности создают идейно-тематическую основу сценария. Однако для создания клубного сценария, как и всякого литературного произведения, определить его тему еще не достаточно. В сценариях зачастую отсутствует конкретный сюжет, т.е. основные, развивающиеся по ходу действия события, цепь событий, построенных на конфликте.

Поиски яркого, интересного **сюжета** – неотъемлемая часть работы над сценарием, важное требование клубной драматургии. Избрав сюжет для массового мероприятия, нужно организовать художественный и публицистический материал так, чтобы сюжет развивался от события к событию, в сценическом действии.

Развитие сюжета в сценарии тематического вечера невозможно без определения и разработки конфликта. Он может выражаться в преодолении людьми трудностей, препятствий при достижении определенных целей.

Если выбрана тема сценария, определена идея, найден сюжет. Следующим шагом становится разработка **композиции** будущего сценария, т. е. реализация конфликта, развитие сюжета в сценическом действии.

Композиция есть организация действия, а значит, и соответствующее расположение материала.

В начале сценария необходима экспозиция, т. е. короткий рассказ о событиях, предшествовавших возникновению конфликта, вызвавших его. Экспозиция в сценарии обычно перерастает в завязку. Экспозиция и завязка должны быть предельно четкими, лаконичными. Они несут большую психологическую нагрузку, так как сосредоточивают внимание зрителя, готовят его к восприятию действия, настраивают на определенный лад.

Следующая часть сценарной композиции — основное действие, т. е. изображение процесса борьбы, ее перипетий, цепи событий и столкновений, в которых решается конфликт. Основное действие обычно распадается на цепь взаимосвязанных и взаимообусловленных эпизодов. Каждый из них имеет свою логику, свою внутреннюю композицию, через которую красной нитью проходят идея и тема сценария.

Это антуражные события с ролями и атрибутикой, тематической подборкой музыки и места проведения. В данном мероприятии гости становятся непосредственными участниками программы, её персонажами в тщательно разработанных образах. Специалисты нашей компании смогут перенести Вас и Ваших гостей в любое место и время, не важно будет ли это прием в великолепном дворце королевы Ели заветы, или же пиратская вечеринка на вражеском фрегате. Одна из важнейших составляющих организации такого мероприятия – эксклюзивный сценарий, который разрабатывается индивидуально, в зависимости от события и пожелания заказчика. Форма – тематическое мероприятие подойдет для любого торжества, будь то корпоративный Новый год или Юбилей компании.

Анимационная программа по теме: «Вышивки So'zana»

Сценарий: Туристы приглашаются в магазин «Сюзане» который расположен неподалеку от архитектурного памятника Биби Ханым. В просторном помещении магазина представлены невозможные образцы

вышивок сюзане, разложенных на витрине и прямо на полу магазина, туристы также увидят расшитые чапаны, тубетейки и многие другие. Туристы могут примерить и даже сфотографироваться в национальных одеждах даже купить себе на память.

Действие в сценарии подчиняется следующим основным методическим требованиям:

1. Строгая логичность построения сюжета и развития конфликта. Каждый эпизод сценария должен быть логически обусловлен, связан смысловыми мостиками с предыдущим и последующим. Заметим, однако, что логичность совсем не обязательно должна означать хронологическую последовательность, как это часто понимается авторам и клубных сценариев.

2. Постепенное нарастание действия. Заданное экспозицией-завязкой действие должно развиваться по нарастающей линии к кульминации и развязке.

3. Законченность каждого отдельного эпизода. Сценарий всегда состоит из эпизодов. Каждый из них обладает внутренней логикой построения и должен быть обязательно закончен, прежде чем начинается, другой. В миниатюре каждый эпизод должен повторить все элементы сценария, законченную композицию.

Действие обязательно должно быть подведено к кульминации, т. е. к наивысшей его точке. В момент кульминации наиболее концентрированное выражение находит идея клубного театрализованного представления

После кульминации должна следовать развязка – финал действия. Это весьма важная часть композиции, ее отсутствие или незавершенность оставляет ощущение неоконченности всего мероприятия. Финал несет особую смысловую нагрузку, так как является наиболее выгодным моментом для максимального проявления активности участников массового мероприятия. Распространенной формой финала в массовом мероприятии

являются объединенное выступление на сцене всех исполнителей, коллективное массовое пение, принятие письма, клятвы, обращения.

Чтобы подобранный материал не представлял собой «рваного монтажа», не страдал бы излишней пестротой, был стройным произведением, важно обрабатывать стыки между эпизодами. Удачный монтаж создает ощущение целостности, слитности двух совершенно разных элементов: песни и кинокадров, музыки и драматургического фрагмента, сливает воедино художественную иллюстрацию и документальное выступление. Умение монтировать разнообразный материал в единое целостное произведение – это важнейший навык клубного сценариста.

Наряду с устными выступлениями обычно широко используются наглядные и художественные иллюстрации, дополняющие и обогащающие каждое отдельное выступление и всю тему. Хорошо, когда демонстрируются новые методы работы, образцы продукции, действующие модели машин, схемы, диаграммы, показываются сцены из спектаклей, фрагменты из кинофильмов, произведения изобразительного искусства, исполняются различные музыкальные произведения.

#### Анимационная программа «Самаркандский Ремесленный Центр»

Сценарий: Туристы приглашаются на Площадь Регистан, пешком пройдут по Ташкентской дороге и посещают «Ремесленный центр», туристы посмотрят как ювелиры изготавливаются наши национальные изделия – сережки, кольцо, браслеты, кольца и другие. Также туристы посетят мастера национальных инструментов усты Дильмурод, который на глазах у публики создает прекрасные, с тонким вкусом рубабы, дутары, тамбуры и сато. Посещая этих мастерских туристы могут себе что-нибудь на память.

По социально - психологической ситуации, лежащей в его основе, театрализованный тематический вечер чрезвычайно близок к массовому празднику на открытом воздухе. Не случайно такие вечера, как правило, проводимые клубами в праздничные дни или посвящаемые важнейшим

событиям в жизни данного коллектива, села, города, страны, порождают праздничное состояние человека.

Наличие особого психологического состояния народной массы, выливающегося в праздничную, ситуацию, создает потребность в такой форме массовой работы клуба, которая заставила бы людей испытать эмоциональное потрясение и побудило бы к активному массовому действию. Очевидно, не всякий тематический вечер в клубе должен быть таким, хотя все они в той или иной степени театрализованы, т. е. построены по законам театра, что диктуется их обязательной сценарной основой.

Так, тематическое мероприятие отличается от других мероприятий не только наличием темы и программы, ее раскрывающей, но и тесным слиянием информационно-логической и эмоционально-образной линий в едином сценарии. Диапазон тематического вечера очень широк. Он может представлять собой простейшее иллюстративное соединение информационно-логического и эмоционально-образного начал, но может перерасти в синтетическое театрализованное массовое представление.

Все, что происходит в тематической анимационной программе нацелено на нечто конкретное, например, посвящено знаменитой личности, празднику, важной исторической дате ит.д.

Тематическая анимационная программа представляет собой событие, историю, действие, нацеленное на определенную тему, вопрос. Все, происходящее по этой программе должно соответствовать выбранной тематике.

## **ГЛАВА III. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СОСТАВЛЕНИЯ АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ**

### **3.1. Праздничные мероприятия как анимационные объекты**

Для создания праздничные мероприятия конечно же учитываются наши узбекские национальные особенности - культуры, традиции, праздники.

Менеджеры анимации в основном строят развлекательные программы на основе традиций нашего города, ставят перед собою в качестве одной из задач познакомить иностранных гостей с обычаями, нравами, жизнью народов, населяющих Самарканду. Узбекский народ любит и умеет праздновать. Свадьба, юбилей, национальные праздники - любое праздничное мероприятие в Узбекистане проходит весело, гостеприимно при большом количестве гостей с обилием наивкуснейших национальных блюд под звуки национальных инструментов и по традиции с зажигательными танцами.

Главный государственный праздник - День независимости, который торжественно отмечается 1 сентября. Еще два значимых праздника - это День Конституции, отмечается он 8 декабря, и День памяти и почестей, который, как во многих других странах отмечается 9 мая. Одними из самых значимых мусульманских праздников являются Рамазан-хайит и Курбан-хийит. Праздник Рамазан-хайит - это прекрасный праздник духовного и нравственного очищения. По исламским законам этот праздник начинается на 9-й месяц мусульманского года Хиджры после окончания 30-дневного поста. Курбан-хайит - один из самых важных мусульманских праздников. В этот день верующие совершают положенные ритуалы, а затем принимают гостей или сами идут в гости, занимаются благотворительностью.

Например великий праздник «Навруз» в Узбекистане ежегодно торжественно празднуется, в этот день все одевают национальную одежду,

девушки тюбетейку и платье шитое из атласной ткани, в парках устраивают ярмарки где можно видеть наши национальные блюда и все это туристы могут видеть, восхищаться и участвовать. Древнейший народный праздник Навруз ("Навруз байрами") отмечается 21 марта в день весеннего равноденствия.

Навруз — праздник весны или нового года. Термин «Навруз» состоит из двух персидских слов «нов» (новый) и «руз» (день), то есть первый начальный день важнейшего праздника арийцев. Его празднуют в течение вот уже нескольких тысячелетий. Смысл этого праздника заключается в том, что именно в день весеннего равноденствия, когда продолжительность дня и ночи составляет по 12 часов, взаимодействие природы и человека достигает абсолютной гармонии: наступает период пробуждения и обновления. Навруз считается началом нового года и является традицией, основанной на взаимопонимании человека и природы.

Анимационная программа: «Навруз байрами»

Сценарий: В день праздника «Навруз» туристов приглашают на большой городской парк имени Алишер Навои, где устраиваются ярмарки, которые представляют наш узбекский народ наши национальные блюда, сладостей, танцы, кураш и многое другое. Туристы могут попробовать наше главное блюда «Сумалаяк». Туристы увидят невесток в национальных одеждах, которые делают поклон со специальным платком шитым из золотой нитью и насладиться узбекскими песнями.

Считается, что Навруз - это что-то большее, нежели просто праздник. Сколько веков Наврузу, столько и поверью, что чем веселее и радостнее он пройдет, тем щедрее будет к людям природа. Поэтому льются в этот день обрядовые песни Навруза, танцуют и веселятся люди, радуются приходу весны, дарят друг другу подарки, помогают сиротам и неимущим. В эти дни природа начинает оживать, деревья расцветают, люди просыпаются и

снимают с себя свои серые зимние наряды, появляется зелень... и начинается приготовление блюд из трав. Навруз очень яркий праздник Узбекистана

Вообще, организация праздников - это один из важных моментов в построении анимационных программ в Самарканде, и здесь главное - не упустить деталей, характерных именно для этого праздника, и внести сюда познавательные и привлекательные для всех туристов элементы.

Анимационными объектами являются те места, где происходят различные шоу программы, игры, праздники. В Самарканде анимационных объектов очень много, и я хочу рассказать про Регистана.

Площадь **Регистан** входит в число красивейших площадей мира, ее называют жемчужиной Центральной Азии. Эту славу площадь приобрела благодаря уникальным памятникам средневекового восточного зодчества, окружающим ее с трех сторон в виде прекрасного архитектурного ансамбля: медресе Улугбека (1417-1420 гг.), медресе Шер-Дор (1619-1636 гг.) и медресе Тилля-Кари (1646-1647). Этот ансамбль считается величайшим среди сооружений Исламского мира.

Площадь Регистан - который состоит из трех ансамблей, является самым главным историческим достопримечательностям нашего города Самарканда, он очень богат со своей историей. Регистан привлекает внимание из давних времен многих туристов. Регистан и как анимационный объект привлекает аниматоров, менеджеров по созданию туристических программ. На Регистане проводятся очень много мероприятия. Например - Международный Музыкальный Фестиваль « **Шарк Тароналари**» - каждые два года 25-30 августа проводится ставший уже традиционным международный музыкальный фестиваль "Шарк тароналари". Первый фестиваль "Шарк тароналари" состоялся в 1997 году на котором приняли участие музыкальные коллективы и исполнители из 31 страны. Сегодня он стал одним из популярных и известных фестивалей не только в Средней Азии, но и далеко за ее пределами. Свидетельством этому является то, что

год от года растет не только количество и творческий уровень конкурсантов, но и расширяется география стран-участниц фестиваля.

На VII фестивале в 2009 году приняли участие конкурсанты уже более чем из 50 стран. В 2013 году более 55 стран участвовали. В данном фестивале традиционным стало проведение международной научно-теоретической конференции, посвященной вопросам музыки, на которой участвуют ученые со всего мира.

Проведение в Самарканде по инициативе Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова такого грандиозного праздника музыки стало важным культурным событием в области международного сотрудничества, дало возможность не только наладить творческие контакты между исполнителями, музыкальными деятелями и учеными разных стран, но и позволило интегрировать музыкальные процессы, происходящие параллельно на разных культурных континентах. На этот фестиваль приезжают из многих стран в Самарканд, туристам, которые приезжают к нам путешествовать, им предлагают как анимационная программа- посещать этот фестиваль.

Следующим анимационным объектом является Самаркандский театр исторического костюма «Эль Мероси». В «Эль Мероси» предлагаются различные шоу – программы, в которых языком пластики и жеста рассказывается о жизни, быте, обычаях, обрядах и т.д. жителей Самаркандского региона с древнейших времён до настоящего времени. Программе одиннадцать фрагментов исторического прошлого Самарканда. Зрители знакомятся с костюмами следующих эпох и периодов: бронзы, расселения скифов, саков, массагетов, вхождения в державу Ахеменидов, периода толерантности многих религий, вхождение в империю Кушан, столицы древнего Согда и государства Тимуридов, Самарканда XIX века.

В «Эль Мероси» также есть незабываемое по красоте шоу, показ костюмов. Это программа называется «Мгновение вечности» который

представит коллекцию костюмов, головных уборов, ювелирных украшений с древних времен до настоящего времени, костюмы различных эпох, ставшие летописью жизни наших предков, которые языком цвета, формы, орнамента и рисунка раскрывают нам многие сокровенные тайны и законы красоты народного творчества.

В программе использованы фрагменты музыкальных произведений, они включают в себя классическую музыку (най, гиджак, дутар, дойра), попури восточных мелодий в исполнении лучших отечественных и зарубежных исполнителей с применением звуковых эффектов (звуки природы, звуки битвы, хрип коней, звон мечей, звуковых музыкальных треков и микшерных обработок). Это шоу - программа у гостей оставит яркое впечатление, она заставит человека проникать в древние времена и почувствовать все в реале.

Сила народного костюма столь велика, что позволяет почувствовать связь с древнейшими истоками культуры, обычаями и обрядами. Великолепие и магический смысл вещей, орнаментов и рисунков - все это доставит истинное эстетическое наслаждение.

Следующим анимационным объектом является медресе **Шердор**, которое входит в состав Ансамбль Регистан как было высшесказано. Это фольклорное шоу «**Базар Байрами**», программа проводится в медресе «Шердор», в площади Регистан.

Много удовольствия и незабываемых впечатлений вы получите, соприкоснувшись с обрядами узбекского народа уходящих корнями в глубокую древность. Побывав на представлении «Бозор байрами» в медресе Шер-Дор представляется уникальная возможность увидеть сразу несколько старинных обрядов, которые связаны собой одной сюжетной линией. Это и традиционный праздник на базаре с его песнями, танцами, словесными перепалками, масхарабозами, циркачами, где все веселятся, балагурят, много шутят и смеются.

Здесь и любовь дочери Бая к бедному крестьянину, которая разрешается свадьбой «Туй». Свадебный обряд показан с момента сбора приданого, выкупа невесты и свадьбы под звуки национального карная - сурная.

Обряд рождение ребенка «Бишик Туи». Все обряды сопровождаются живой музыкой, песнями и танцами.

Акустика в медресе Шер-Дор позволяет делать звук чистым и звонким, словно каждая нота отталкивается от звенящей майолики цвета индиго. Народный художественный коллектив подкупает своей искренностью, правдивостью и самобытностью, что доставляет истинное наслаждение. Программа очень интересная и веселая.

### **3.2 Совершенствование анимационных программ в гостиничном бизнесе**

Глобальный рост и развитие туризма во всем мире оказывает большое внимание на содержание и организацию профессионального туристского образования. По оценкам специалистов, в настоящее время включение анимационных программ культурно – познавательного, спортивно – туристского, развлекательного характера в содержании туристских маршрутов и поездок, в работу отелей повышает их престиж и востребованность на рынке туристических услуг.

Анимация в гостиничном обслуживании составная часть всего сервиса клуба – отеля. Аниматор тот же артист и вся его деятельность требует постоянный самоотдаче. Не всякий может выдержать столь активный и бурный ритм, поэтому так важно хорошо организовать работу аниматора.

После изучения гостиницы «Биллури Ситора» стало известно, что гостиницу посещают в основном взрослые и пожилые туристы.

По таблице № 7 можно сделать вывод, что в большом количестве посещают туристы из Франции.

Французы – общительны, аккуратны, щеголеваты, обладают особым чувством юмора, влюблены во Францию и все французское. Они будто специально созданы для всевозможных торжеств - банкетов, фестивалей, праздников, которые превращают в грандиозные спектакли, наслаждаясь действием и собственным участием в них. Французы очень любят заниматься спортом, поэтому спортивные программы и развлечения для них подходят как нельзя лучше.

Одним из направлений анимационного туризма является костюмированные туры. Это например, программа туров с посещением различных народных ремесел, свадеб, обрядов, где туристы могут ознакомиться с национальной одеждой, примерить и сфотографироваться на память.

#### Программа «Золотое шитье с мастером Нилюфар»

Традиционное узбекское золотое шитьё является очень важным нашего народа, без золотошвейных одежд еще не какая девушка не вышла замуж, никакие свадьбы и мероприятия не проходят без этих блестящих одежд. Именно данная программа включает в себе участие туристов в процессе золотошвейного шитья. Процесс очень интересный, веселый и одновременно очень серьезный. Это программа назначена не только для молодых девушек, но и для взрослых женщин. Число участников 5-6 девушек. Участники сядут за специальными столами, на которых они будут шить, мастер Нилюфар и ее помощницы покажут как шить туристам и будут петь наши народные песни. Продолжительность шитья продолжается 20 минут, после того мастер будет ставить оценки и победительница получит приз – тюбетейку шитую из золотых ниток и будут примерять золотые изделия: халаты и фотографироваться на память в золотошвейных изделиях которые славятся своей неповторимой красотой. Это очень интересно.

#### Анимационная программа: «Фотиха туй»

Сценарий: Туристы приглашаются в ресторан гостиницы на «Фойхатуй», где накрыты столы с узбекскими сладостями, туристы располагаются по местам, после чего выводят невесту в национальной одежде взрослые женщины, невеста приветствует гостей своими поклонами, затем женщины со стороны жениха дарят невесте золотые изделия и играет национальная музыка и все танцуют.

Таким образом, анимационные программы нужно совершенствовать с учетом удовлетворенности туриста, ощущение исполнения желания, мечты и достижения цели от путешествия.

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

Первый тип. Анимационные туристские маршруты – целевые туристские поездки ради одной анимационной программе, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуге к другой, которые предоставляются в разных географических точках.

К таким анимационным программам относятся: культурно-познавательные и тематические, фольклорные и литературные, музыкальные и театральные, искусствоведческие и научные, фестивальные карнавальные и спортивные и многие другие.

Второй тип. Дополнительные анимационные услуги в технологических перерывах- программы, предназначенные для поддержки основных туристских услуг, оговоренных в тур пакете, и действующие в обстоятельствах, обусловленных переездами, задержками в пути и в случаях непогоды, а также в случае отсутствия снега на горнолыжных курортах.

Третий тип. Гостиничная анимация - комплексная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристами и совместном их участие в развлечениях.

Гостиничная анимация – понятие наиболее узкое из трех рассматриваемых, поскольку предполагает только организацию досуга в местах размещения туристов: туркомплексах, отелях, гостиницах, турбазах и т.п. Иными словами гостиничная анимация – это досуговая деятельность, предлагаемая гостиницами, отелями.

### **3.3. Нормативные основы охраны труда в гостиничном бизнесе**

Целью охраны труда является сохранение жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, Общее руководство соблюдением правил охраны и безопасности труда осуществляет генеральный директор, а организационно-техническую работу проводит главный инженер. Гостиница разрабатывает «Положение по организации работы по охране труда» и соответствующие инструкции для каждой категории работников. Ответственность за организацию и соблюдение мер охраны труда несут руководители служб, на которых возлагается:

- создание безопасных условий труда, предупреждение причин производственного травматизма и заболеваемости;

- проведение инструктажей на рабочих местах и обучение безопасным методам работы;

- обеспечение надзора за исправным состоянием оборудования, механизмов, инвентаря, ограждающих устройств, опасных мест, подсобных и санитарно-бытовых помещений;

- обеспечение правильной эксплуатации и эффективной работы вентиляционных устройств, кондиционеров, нормального освещения помещений и рабочих мест;

-разработка инструкций по технике безопасности с учетом специфики рабочих мест; обеспечение порядка на рабочих местах; соблюдения работниками правил, инструкций, приказов и указаний по охране труда.

С каждым новым работником главный инженер проводит вводный инструктаж по технике безопасности, что отражается в контрольном листе. Затем на рабочем месте проводит первичный инструктаж руководитель службы. Лица, не прошедшие вводный и первичный инструктажи, к работе не допускаются. Повторные инструктажи проводятся со всеми категориями работников один раз в три месяца. Если работник привлекается к работам, не входящим в основные его обязанности, он должен пройти специальный инструктаж. С работниками, нарушившими правила, нормы и инструкции по технике безопасности, проводятся внеплановые инструктажи.

Администрация, при условии соблюдения настоящих Правил, гарантирует Клиенту, право пользования предоставляемыми гостиницей услугами без каких-либо вмешательств со стороны Администрации или других лиц, заявляющих, что они действуют от имени или по поручению Администрации.

Клиент принимает на себя обязательства по оплате оказываемых гостиницей услуг и несет ответственность за соблюдение настоящих Правил.

В случае обнаружения забытых вещей Администрация принимает меры по возврату их владельцу, согласно Правилам обращения с забытыми вещами, действующими в гостинице.

Клиентам надлежит бережно относиться к имуществу, оборудованию гостиницы, соблюдать санитарные нормы и общественный порядок.

В случае повреждения или утраты имущества гостиницы Клиент возмещает стоимость нанесенного ущерба в действующих на момент проживания ценах.

В случае нарушения сроков начала оказания услуг по договору или заявке на бронирование номера (места в номере) Клиент вправе:

- расторгнуть договор;
- назначить новый срок бронирования (в случае наличия новой заявки на бронирование);

При обнаружении недостатков услуг Клиент вправе по своему выбору потребовать:

- безвозмездного устранения недостатков;
- равноценной замены услуг;
- соответствующего уменьшения платы за услуги.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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 обеспечить работой тысячи людей.

Назрела необходимость в новых формах и методах организации досуга и в российских туркомплексах. Некоторые туристские 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.

Однако пока не будет привлекательных анимационных программ в наших турцентрах, туркомплексах, санаториях, пансионатах, ресторанах, музеях, парках, мы не сможем конкурировать с шагнувшими далеко вперед зарубежными туристскими и досуговыми предприятиями. Конечно, 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.

Не лучше обстоят дела и с подготовкой квалифицированных специалистов по организации досуга, недостаток которых ощущается везде, начиная с подростковых турклубов, заканчивая крупными туристскими комплексами.

Назрела необходимость подготовки организаторов досуга и менеджеров туранимации, способных сделать отдых красивым, веселым, незабываемым.

Наряду с устными выступлениями использованы следующие анимационные программы:

- наглядные и художественные иллюстрации;
- образцов продукции разнообразных народных ремесел Узбекистана;
- показ сцен из спектаклей;
- фрагменты из национальных обычаев, традиций страны;
- произведение изобразительного искусства;
- исполнение различных музыкальных инструментах танцев и песен народов.

## **РЕКОМЕНДАЦИИ:**

1. Совершенствование разработку тематических анимационных программ используя богатую туристическую инфраструктуру Узбекистана;
2. На основе составления анимационных программ рекламирование национальные традиции, обычаи регионов страны;
3. Развитие международного туризма как источника большой дополнительной прибыли отеля;
4. Увеличение имиджа и дохода средств размещения и предпосылки для повторного приезда гостей;
5. Конкуренция между отелями, стремящимся разработать отдых своих клиентов.
6. Определить нехватку квалификационных специалистов в туристском бизнесе занятых по организации интересного досуга.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 10.05.2012 г. N ПП-1754 «О программе развития сферы услуг в Республики Узбекистан на 2012-2016 годы»
2. Постановление Президента Республики Узбекистан от 27 ДЕКАБРЯ 2005 года № ПП-244 «О прогнозе основных макроэкономических показателей и параметрах государственного бюджета Республики Узбекистана на 2006 год»
3. Закон Республики Узбекистан «О национальной программе по подготовке кадров» (Ведомости ОлийМажлиса Республики Узбекистан, 1997 г., № 11-12, ст. 295; Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2007 г., № 15, ст. 1; 2013 г., № 41, ст. 543)
4. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 2 сентября 2002 года, № 310 «О мерах по дальнейшему развитию гостиничного бизнеса и международного туризма в Республике Узбекистан».
5. «Закон о туризме» Республики Узбекистан. 1999
6. Волков Ю. Ф. Технология гостиничного обслуживания. Ростов-на-Дону 2004.
7. Александрова А.Ю. Международный туризм: - М., 2001.
8. Тухлиев И.С. Основы туризма. Методичка. Самарканд: СамИЭС 2009
9. Тухлиев. И.С., Кудратов Ф.Х., Пардаев М.К. Организация туризма. Курс лекции. Самарканд. 2010.
10. Тухлиев. И.С., Хайитбойев Р., Ибодуллаев Н.Е., Амриддинова Р.С. Основы туризма. Самарканд.: СамИЭС 2010

11. Файзиев. Э.С. Основы сервисной деятельности. Курс лекции. Самарканд.: СамИЭС. 2007
  12. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой.
  13. Гальперина Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации – М., 2006.
  14. Квартального В. А. Туризм. Учебник. М. 2005
  15. Гаранин Н.И., Булыгина И.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. – М.,2004.
1. <http://vinzamo.uz>
  2. <http://avestaarttour.com>
  3. <http://www.tourism.uz>
  4. <http://www.sharqtaronalari.com>