

**Дубровская А.А.**  
Тверской государственный университет, г. Тверь, Россия  
Научный руководитель:  
**Бодрова Ю.В.**  
к.и.н., доцент, Тверской государственный университет,  
г. Тверь, Россия

## **РЕСТОРАННАЯ АНИМАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ**

**Аннотация.** Статья посвящена изучению роли анимационных программ в системе маркетинговых мероприятий предприятий питания, направленных на повышение потребительской лояльности. Автором произведен обзор анимационных практик на рынке ресторанных услуг г. Твери и сделан вывод о перспективности использования данного ресурса

**Ключевые слова:** анимационная программа, потребительская лояльность, общественное питание

Тверской рынок ресторанных услуг отличается высоким уровнем конкуренции, что обусловлено не только ростом туристических потоков в город, но и активно развивающейся ресторанной культурой местного населения. [1, с.16]

По данным Федеральной службы государственной статистики на 1 октября 2023 г. Тверская область занимает седьмую строчку в рейтинге субъектов Центрального федерального округа по количеству объектов общественного питания (1755 объектов) [4]. Значительную долю (43 %) от общего числа предприятий питания составляют рестораны, кафе, бары.

Важным условием развития предприятий питания является увеличение потребительской лояльности, выражающейся в формировании преданности потребителей определенному заведению и понижению уровня их вовлеченности в действия конкурентов.

Для достижения поставленной цели предприятиями разрабатываются разнообразные программы лояльности, направленные на стимулирование повторных покупок, увеличение объема продаж, укрепление связи между клиентом и компанией.

Безусловно, самым эффективным инструментом повышения потребительской лояльности выступает обеспечение высокого качества обслуживания. Вместе с тем, в ресторанном бизнесе активно применяется внедрение акций и скидок, дисконтной или бонусной программы. Особое место в программе лояльности занимает организация анимационных мероприятий.

Анимация – это деятельность по разработке, созданию, формированию и предоставлению развлекательных программ для проведения досуга.

Современная анимация определяется как формула «Трех D»: *delassiment* (расслабление), *divertissement* (развлечение), *development* (развитие). Целью аниматорской деятельности является сопровождения отдыха человека от физического восстановления (расслабление) через переживание радости и удовольствия (развлечение) к удовлетворению потребностей творческой созидательной деятельности (развитие). [2, с.1]

Внедрение анимационных программ в деятельность предприятий гостеприимства обусловлено дифференциацией потребительских требований к сфере дополнительных услуг общественного питания. Для современного потребителя посещение предприятия питания направлено не только на удовлетворение базовой потребности в пище, но и на получение возможности расслабиться, принять участие в интерактивных действиях, приобрести новый опыт, положительные эмоции и заряд энергии, что в результате может обеспечить высокий уровень удовлетворенности.

Существует огромное количество видов ресторанной анимации, подходящих для каждого отдельного мероприятия и ориентированных на различные сегменты потребителей. К числу наиболее популярных относятся новогодние и корпоративные праздники, музыкальные шоу-программы, танцевальные вечера с «живой» музыкой, кулинарные мастер-классы, дегустации и тематические мероприятия. [3, с. 18]. Виды и формы анимации зависят от концепции заведения и его целевой аудитории.

Изучение рынка питания г. Твери позволяет констатировать повсеместную организацию предприятиями питания новогодних анимационных программ, направленных преимущественно на увеличение единовременной выручки. Самым популярным видом анимации является проведение в выходные дни танцевальных вечеров с «живой» музыкой, предоставляющих гостям возможность отдыха после трудовой недели.

Систематическая ресторанная анимация как инструмент повышения потребительской лояльности используются в деятельности органического количества предприятий питания, к числу которых следует отнести этнические кафе и рестораны. Например, кафе грузинской кухни «Тбилисимо» проводит дегустационные вечера, гала-ужины и мастер-классы по приготовлению фирменных блюд [6]. Данные мероприятия знакомят с этническими гастрономическими традициями, стимулируют продажи, повышают лояльность потребителей и, соответственно, доходность заведения.

Регулярные анимационные программы являются непременным видом сервиса предприятий питания, ориентированных на семейных гостей и детскую аудиторию. Семейное кафе «Дома у друзей» организует выступления известных поп-исполнителей и местных кавер-групп для взрослых, детские мастер-классы по рисованию и приготовлению несложных

блюдо [7]. Кафе «Причал» специализируется на организации детской анимации в форме творческих мастер-классов выходного дня и тематических костюмированных праздников с анимационными героями, играми, мастер-классами по приготовлению блюд [6].

Детская ресторанный анимация стимулирует приток семейных гостей, способствует вовлечению детей в культуру потребления услуг питания и повышению потребительской лояльности к заведению, увеличивает средний чек заведения, следовательно, его доходность.

Подводя итог, следует отметить, что ресторанный анимация обладает множеством преимуществ: во-первых, она выступает инновационной формой досугово-познавательной деятельности, во-вторых, стимулирует продажи услуг питания и доходность бизнеса, в-третьих, способствует повышению лояльности постоянных посетителей и привлечению новых. Изучение опыта ресторанный анимационной деятельности г. Твери позволяет определить наиболее популярные виды анимации – новогодние корпоративные программы, танцевальные вечера с «живой» музыкой, детские творческие мероприятия и костюмированные праздники. Тем не менее, повышение потребительской культуры влечет необходимость широкого внедрения в деятельность предприятий питания разнообразных по содержанию анимационных программ.

#### Библиографический список

1. Бодрова Ю.В., Лукьянова А.В. Современное состояние рынка услуг общественного питания на примере ресторанов японской кухни г. Твери // Современные тенденции развития мировой, национальной и региональной индустрии гостеприимства: сб. статей участников V Междунар. научно-практ. конф. Тверь, 8-9 декабря 2016 г. Тверь, 2016.
2. Волкова И.А. Анимация как вид социально-культурной деятельности // Национальная ассоциация ученых. 2020. № 57-2 (57). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/animatsiya-kak-vid-kulturno-dosugovoy-deyatelnosti> (дата обращения: 12.11.2023).
3. Ермакова Е.Е. Анимационный сервис: учебное пособие. Тюмень: издательство Тюменского государственного университета, 2016.
4. Количество объектов розничной торговли и общественного питания в 2023 году, единиц // Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya>
5. Кафе «Причал»: сайт. Тверь, 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://prichalcafe.ru/>
6. Кафе «Тбилиссимо»: сайт. Тверь, 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://tbilissimo.rest/>
7. Кафе «Дома у друзей»: сайт. Тверь, 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://doma.restaurant/>