

Российская международная академия туризма

**Гаранин Н.И.
Булыгина И.И.**

**Менеджмент туристской и гостиничной
анимации**

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Основные понятия в туристской анимации.....	4
1.1. Определение анимации в туризме и гостеприимстве	4
1.2. Организация досуга с древности до наших дней. Предпосылки развития туристской анимации	5
1.3. Функции туристской анимации	14
1.4. Типология анимации	15
1.5. Виды анимации – элементы анимационных программ.....	20
1.6. Анимация и спорт	21
1.7. Особенности и значение гостиничной анимации.....	22
Глава 2. Анимационный гостиничный менеджмент	26
2.1. Понятие менеджмента анимации	26
2.2. Функции анимационного менеджмента	32
Глава 3. Характеристика управляемой подсистемы в менеджменте гостиничной анимации	35
3.1. Классификация туристов и особенности работы с разными категориями туристов.....	36
3.2. Материальная база, оборудование, реквизит для обеспечения плодотворной работы анимационной службы гостиниц и туркомплексов	45
3.3. Гостиничные анимационные услуги и программы	47
3.4. Характеристика младшего обслуживающего персонала в гостиничных анимационных службах	49
Глава 4. Характеристика управляющей подсистемы в менеджменте гостиничной анимации	56
4.1. Требования к менеджерам анимационной службы	56
4.2. Методы подбора и управления персоналом анимационной службы	56
4.3. Технология создания и реализации анимационных программ.....	60
Глава 5. Примеры гостиничных анимационных программ.....	64
Примерная летняя анимационная программа для туркомплекса	68
Глава 6. Детская анимация в гостиницах	73
Глава 7. Игровой бизнес в туристской анимационной деятельности	85
7.1. Основные понятия в игровом бизнесе.....	86
7.2. Потребители услуг игровых заведений	88
7.3. Материальная база казино и особенности устройства.....	89
7.4. Менеджмент в игровом бизнесе	91
Литература.....	99
Приложения.....	105
Приложение 1 Словарь	105
Приложение 2 Рабочий день рядового тураниматора в Турции, Греции, Тунисе, Египте	108
Приложение 3 Шутливые конкурсы и игры для взрослых туристов, используемые турецкими аниматорами	110
Приложение 4 Развлечения и игры, культивируемые в гостиничной анимации	113

Введение

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

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.

Особенно остро ощущается нехватка специалистов по организации интересного, полноценного досуга в гостиницах, туристских комплексах, турбазах, пансионатах и санаториях. Имея иногда прекрасную материальную базу, многие туристские предприятия не используют ее и наполовину из-за отсутствия специалистов данного профиля.

В зарубежной практике специалистов по организации досуга на туристских предприятиях принято называть туристскими аниматорами. Там подготовке тураниматоров уделяется большое внимание.

Например, в американских колледжах и университетах готовят высококвалифицированные управленческие кадры для государственных и коммерческих предприятий, организующих досуг, начиная с 50-х годов. Существует система подготовки туристских аниматоров и в других развитых странах.

Назрела необходимость подготовки специалистов-аниматоров и в нашей стране. Пожалуй, для России эта проблема даже более актуальна, чем для благополучной Америки, поскольку мы живем в условиях смены социально - экономической организации общества, сопровождающейся тяжелыми кризисными явлениями. Старая система организации досуга в нашей стране фактически перестала существовать, нужно искать новые формы, воспитывать новое поколение менеджеров туристской анимации, способных сделать досуг на туристских предприятиях красивым, веселым, незабываемым. Если такие специалисты появятся на российских туристских предприятиях, то поток туристов в них значительно увеличится.

Однако существенным препятствием на пути подготовки аниматоров туризма является резкая ограниченность ее методического обеспечения, поэтому и появилась идея создания этого учебника.

Глава 1. Основные понятия в туристской анимации

1.1. Определение анимации в туризме и гостеприимстве

Понятие "**анимация**" имеет латинское происхождение (anima - ветер, воздух, душа; animatus - одушевление) и означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность.

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

Анимация - это разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии (туркомплекс, отель, круизный теплоход, поезд и т.д.), которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга.

Туристская анимация - это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие. Туристская анимация основана на личных человеческих контактах тураниматора (аниматора) с туристом, на человеческой близости, на совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса.

Анимационные гостиничные услуги являются одним из самых эффективных средств привлечения гостей в отель, влияющих на позитивную оценку туристом работы отеля в целом. Это своеобразные дополнительные услуги клиенту отеля, позволяющие занять его таким образом, чтобы пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха в отеле и позыв к возврату в этот отель еще раз.

Туристская анимация – наиважнейшая часть совокупной деятельности на туристском предприятии (в отеле, ресторане, на крупном теплоходе и т.д.). Это не просто забава, а выражение высокой степени профессионализма туристской деятельности, важнейшая составная часть туристского продукта. Поэтому, как и всякая другая деятельность на туристском предприятии, анимация должна быть планируемой, четко регламентированной и организационно управляемой деятельностью, обеспеченной материальными, финансовыми и кадровыми ресурсами.

Конечной **целью туристской анимации** является удовлетворенность туриста отдыхом, его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции туристской анимации.

Таким образом, **значение туристской анимации** заключается в повышении качества, разнообразия и привлекательности туристского продукта, увеличении количества постоянных клиентов, увеличении спроса на туристский продукт, повышении нагрузки на материальную базу

турпредприятия, а, следовательно, и повышение эффективности её использования, и, наконец, в повышении доходности и рентабельности туристской деятельности.

Уже в глубокой древности в постоялые дворы, харчевни и другие заведения для размещения и питания путников заманивали гостей всевозможными развлекательными мероприятиями и спортивными состязаниями. Попытаемся проследить историческую линию развития организации досуга и превращения ее в определенные туристские услуги.

1.2. Организация досуга с древности до наших дней. Предпосылки развития туристской анимации

Туранимация - это новое направление в туризме, которое, однако, в той или иной форме существовало и раньше, но имело другие названия и способы выражения.

Можно проследить историю возникновения индустрии развлечений с глубокой древности, с тех самых пор как появилась необходимость организации путешествий, обустройства путников и организации их развлечений.

Развлечения древних греков

Уже в Древних Греции и Риме возникали таверны, постоялые дворы, мансионы (государственные гостиницы в Древнем Риме), катагогии (гостиницы в Древней Греции), становившиеся важным элементом социальной и религиозной жизни. Хозяева постоялых дворов и таверн уже в древние времена заботились о досуге своих постояльцев. Для развлечения гостей они приглашали музыкантов, танцоров и акробатов, устраивали всевозможные состязания.

В качестве развлечения в древнегреческих постоялых дворах и тавернах устраивались бои животных и птиц: кошек, собак, петухов, перепелов. Распространенной была игра коттаб, суть которой сводилась к тому, чтобы выплеснуть оставшееся в чаше вино в мишень. Очень любили древние греки игру в кости и спортивные состязания. Недаром именно там зародились первые грандиозные спортивные состязания - Олимпийские игры.

Частыми посетителями таверн были мужчины, однако женщинам разрешалось развлекать гостей песнями и танцами[45а]. Для этой цели древнегреческие женщины, называемые гетерами, или "спутницами", получали специальное образование: обучались виртуозной игре на музыкальных инструментах и ведению остроумной, интересной беседы для увеселения мужских застолий. Обычно гетерами становились красивые девушки из низших слоев коренного населения или чужеземки.

Древние греки уделяли организации досуга большое внимание. Особенно тщательно готовили они большие традиционные праздники и соревнования, на которые съезжались люди со всей Греции и подчиненных

ей колоний. Всех этих людей необходимо было разместить, тщательно продумать программу и заранее отрепетировать.

Примером тому могут служить знаменитые Олимпийские игры. В Олимпию, как известно, стекались знаменитые спортсмены из всей Греции, где в течение целого месяца они должны были тренироваться и готовиться к соревнованиям. Для этого были построены стадионы, гимнасии (площадка для бега и метания), палестры (место для подготовки к прыжкам и борьбе) и т.д. Уже тогда вставал вопрос о размещении и питании, как спортсменов, так и зрителей, поэтому рядом со спортивными сооружениями и храмами возвышался леонидайон (гостиница для почетных гостей). Соревнования проводились в четкой последовательности, а, следовательно, были заранее кем-то продуманы и организованы.

У древних греков было много различных праздников. Наиболее крупные афинские праздники длились несколько дней, были традиционными и строго регламентированными. Праздники включали в себя заранее продуманные и хорошо организованные культовые церемонии; торжественные шествия; хоровые, музыкальные, гимнастические и пр. состязания с присуждением наград победителям; а также часы безмятежного народного веселья, когда каждому была предоставлена свобода веселиться так, как он хотел.[27а]

Не менее популярными и многолюдными были в Древней Греции театральные представления, устраивавшиеся в честь бога виноделия Диониса, на организацию которых афиняне не скупились, считая это проблемой государственного престижа. Ежегодно к этому празднику поэты сочиняли песни, которые исполняли танцоры и хор. За лучшее выступление присуждались призы. Первоначально хоры выступали на рыночных площадях, а позднее для зрелищ был построен открытый театр на склоне Акрополя, неподалеку от храма Диониса. Затем театры на большое количество зрителей, даже по современным понятиям, стали строиться по всей Греции.

Главным угощением на древнегреческих праздниках в честь бога виноделия было, конечно, вино. Устраиваемое пиршество непременно сопровождалось развлекательными программами для участников: появлялись ряженые – буйная свита Диониса: сатиры, вакханки, которых изображали переодетые юноши, веселый пастушеский бог Пан с растрепанными волосами и козлиными ногами. Начинались пляски под звуки флейт и песни.

Кульминацией праздника были драматические состязания, которые продолжались с восхода до заката и к которым в Афинах тщательно готовились. Главным назначением всех подобных праздников было отвлечение участников от повседневной будничной жизни, наполнение их сердец праздничным, радостным настроением. И надо отдать должное афинянам: цель эта достигалась ими с редкой последовательностью.

Не меньшее внимание организации развлечений и сооружению специальных досуговых учреждений отводилось и в Древнем Риме, но там уже был свой подход к данной проблеме.

Организация досуга у древних римлян

Римская империя имела огромные размеры, поэтому большому числу чиновников, воинов, купцов приходилось много ездить по делам. В результате для их размещения стала складываться довольно разветвленная сеть постоянных дворов и таверн. Отсюда же берут начало и популярные в современном мире национальные парки и сады.

Своеобразными культурно-досуговыми центрами в Древнем Риме были бани (термы), которые в эпоху империи возникали в качестве огромных сооружений с роскошным внутренним убранством. Тысячи римлян проводили в них свое свободное время: перед купанием на площадках для спортивных упражнений играли в мяч, состязались в беге, борьбе и поднятии тяжестей, затем мылись и плавали в бассейнах. Термы предназначались не только для купания и спортивных тренировок, здесь были так же библиотеки и залы для занятий. Здесь можно было встретиться с друзьями, узнать последние новости, сделать прическу и вкусно поесть. Руины таких бань свидетельствуют о том, что это были громадные здания со сложной системой нагрева и подачи воды.

Очень любили древние римляне скачки, устраивавшиеся в так называемом цирке, и кровавые гладиаторские бои, для которых строились специальные сооружения - амфитеатры. "Хлеба и зрелищ!" - это была особая политика древнеримских правителей, маскировавшаяся бесплатными раздачами продовольствия и бесплатными показами разнообразных зрелищ.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что уже в древнем мире уделяли большое внимание организации досуга. Видимо, и тогда были люди, которые управляли этим процессом, ведь кто-то же должен был продумывать сценарий подобных мероприятий, следить за размещением зрителей и пр. Известно, например, о существовании специальных гладиаторских школ, т.е. к проведению всех этих зрелищных мероприятий тщательно готовились.

Проведение досуга в средневековье

Были своеобразные «организаторы досуга» и артисты и в средневековье. Эти люди, благодаря церковной пропаганде, вызывали у средневековых жителей страх и восхищение одновременно. Церковь разрешала христианам смотреть театральные представления только с библейскими сюжетами. Уличных певцов и артистов, устраивавших представления на другие темы, церковь проклинала, обещая им вечные муки на том свете. Объяснение столь большой неприязни церковных служителей к бродячим артистам скрывалось в стойком убеждении, что люди, умевшие с помощью масок, кукол и других приспособлений перевоплощаться, были сродни Дьяволу.

Несмотря на все запреты трубадуры, жонглеры, шуты и другие бродячие артисты пользовались в те времена большой популярностью. Жизнь средневекового человека, заключенного в неприступных замках, редко покидавшего родной дом, была достаточно скучной и безрадостной, поэтому появление бродячих артистов всегда было праздником.

Наиболее привилегированными среди артистов того времени были трубадуры - поэты, исполнявшие свои стихи под музыкальный аккомпанемент. Песни, сочиненные трубадурами позже начинали исполнять бродячие певцы, которые, как правило, для привлечения внимания зрителей, чередовали исполнение песен с жонглированием и фокусами, за что их и называли жонглерами.

Очень любили средневековые обитатели цирковые номера с дрессированными животными: собаками, кошками и особенно обезьянами, которых считали человеческим отражением. Не менее популярными среди бродячих артистов были шуты и мимы, беспощадно высмеивающие всевозможные человеческие пороки и нелицеприятные поступки.

Средневековая знать увлекалась охотой и конными скачками, к которым детей приучали уже в 10—12 лет. Для более успешного усвоения знаний писали даже специальные руководства по охоте на зайца, оленя, кабана, по сигналам охотничьего рожка, по выслеживанию и разделке дичи, уходу за гончими.

Модным увлечением средневековья были игры в карты, на которых до нашего времени сохранилось изображение дам и рыцарей в средневековых костюмах. Кроме игры в карты, распространенной среди знати была игра в шахматы, простонародье же больше увлекалось игрой в кости. Несмотря на многие ограничения, даже в жестокое средневековье устраивались шумные праздники, соревнования и, конечно, знаменитые рыцарские турниры.

Турнирами назывались военные состязания, которые происходили на специально устроенной арене, окруженной местами для зрителей. Место проведения турниров выбиралось наиболее людное, чаще всего около больших городов, чтобы можно было привлечь большее количество зрителей. Обычно турниры назначались по какому-нибудь особенно торжественному случаю. На такие состязания съезжалось очень много народа: участники, знатные и почетные гости, прекрасные дамы, артисты, поэты и просто любопытствующие. Участвовали иногда целые отряды, а иногда пары рыцарей или оруженосцев.

Рыцарские турниры служили своеобразной тренировкой перед настоящими боями, поэтому на них разрешалось использовать только копья с закругленными концами и затупленные мечи, чтобы наносимые ими удары не представляли серьезной опасности для жизни. Нельзя было наносить удары в лицо противнику, по его седлу и лошади, а также нападать на него со спины. Несмотря на все эти предосторожности, несчастные случаи были не такими уж редкими, случались и трагические исходы, хотя турниры проводились по тщательно разработанным правилам, строго определявшим критерии отбора участников и правила их поведения.

Допуск на турнир для участия давал герольд, который тщательно проверял знатность рода и заслуги участника. Герольды же отработывали программу проведения праздника и непременно знакомили с ней потенциальных участников и гостей не меньше чем за месяц до проведения

турнира. По сути, герольды являлись своеобразными менеджерами на подобных мероприятиях, поскольку занимались их организацией и контролем за соблюдением правил и регламента.

Турнир продолжался несколько дней, в течение которых могли быть разыграны различные «стандартные ситуации» битвы: атака бастiona, взятие приступом вала, защита моста через реку. По условиям турнира победители могли брать соперников в плен, забирать их коней и оружие, получать выкуп. Позже излюбленным состязанием стал рыцарский поединок один на один, когда два соперника в полном вооружении старались свалить друг друга с коня, используя щит и копье.

Награждали рыцаря за победу золотом, драгоценностями или боевым конем с полным вооружением. Одним из самых волнующих моментов на рыцарском турнире был выбор «дамы сердца» победителем. После этого начинался грандиозный пир, на котором выступали съехавшиеся на турнир артисты и поэты.

Таким образом, в суровое средневековое досуг тоже был продуманным и организованным. Пышные зрелища и развлечения в городах и крупных поселениях помогали организовывать торговые, ремесленные и религиозные гильдии. Большие средства тратились на театральные представления, мистерии, храмовые праздники.

Досуг на Руси с древних времен до наших дней

Жизнь древних русичей была тяжелой, потому что приходилось много трудиться, чтобы заработать свой хлеб насущный. Свободного времени было не так уж много. Однако если такое время выпадало, то проводилось оно красиво и весело.

К первоначальным формам досуга можно отнести культовые праздники, которые проводились в соответствии с земледельческим календарем. Праздниками отмечались все важные для крестьян виды сельскохозяйственных работ, особенно начало сева и уборка урожая. Много праздников было в зимнюю пору, когда у крестьян высвобождалось время для развлечений. В это время устраивались всевозможные вечеринки, посиделки, снежные игры, калядки. До наших дней дошли шумные языческие праздники – святки, масленица, ночь на Ивана Купала.

Эти праздники были шумными, многолюдными с хороводами, гаданиями, веселыми играми, театральными представлениями (ряженьем), песнями и плясками. Были на этих праздниках и соревнования в ловкости и умении: кулачные бои, борьба и др.

Любили во время этих праздников полакомиться пряниками, блинами и другими лакомствами.

С появлением знати появляются и новые формы проведения досуга: пышные пиры, военные состязания, звериная и птичья охота. Хотя в народных праздниках князья еще долго принимали активное участие, да и к себе на пиры хлебосольные народ созывали.

Большие изменения в проведении досуга произошли с принятием христианства. Православная церковь не приветствовала многие из «бесовских игрищ», призывала к досугу степенному и достойному. Однако, успешно справившись с самим язычеством, так и не смогла до конца искоренить народные праздники. Смирившись, церковь подстроила эти праздники под православный календарь.

В средневековые церкви взяла на себя роль своеобразного культурного центра, регламентируя дни работы и отдыха, сосредоточив в своих руках обучение грамоте, переписывание книг и пр.

Народное же искусство стало развиваться в новых формах. Также как и в западноевропейских государствах на Руси можно было увидеть бродячих артистов-скоморохов, забавлявших публику песнями, танцами, цирковыми номерами и шутками. Были среди них и дрессировщики, особенно часто с дрессированными медведями, которые разыгрывали перед зрителями занимательные действия. Зрелища эти, несмотря на запрет церкви, пользовались большим успехом у публики.

Кроме народных представлений, любили крестьяне и, особенно, горожане провести свободную минутку в питейных заведениях: харчевнях, корчмах, кабаках, потому что здесь можно было не только поесть и выпить, но еще пообщаться и развлечься в свободные часы.

Знать же предпочитала теперь свои развлечения: пиры, игру в шахматы, охоту, те же потехи, только в исполнении собственных шутейных артистов. Большинства этих радостей была лишена женщина. Если простые крестьянки, оторвавшись от тяжелых работ, могли принять участие во всеобщих праздниках, то знатные могли наблюдать за веселым препровождением своих мужей издалека, в потайное окошечко, да и то не всегда.

Изменил такое положение русской женщины Петр Первый. Он произвел революцию в самой организации русского досуга: стал проводить знаменитые ассамблеи, устраивать многолюдные народные гулянья, приобщил к европейским формам проведения досуга.

В послепетровскую эпоху славные традиции, заложенные Петром, прижились и приумножились. Знать с огромным удовольствием собиралась на балы, проводила досуг в светских салонах, играла в карты и шахматы, устраивала карнавалы.

Досуг же крестьян был более традиционным, поскольку жизнь крестьян оставалась по-прежнему тяжелой. Несмотря на то, что праздников было куда меньше, чем будней, крестьяне устраивали посиделки, на которых молодежь общалась, присматривала себе пару, водила хороводы, устраивала игры. Все также любили традиционные календарные праздники: святки, масленицу и др. А народная русская свадьба вообще была интереснейшим спектаклем со сватовством, девичниками, мальчишниками, свадебным поездом, выкупом, русской баней и прочими атрибутами.

Начало 20 века характеризуется появлением новых форм досуга. Зародившаяся буржуазия предпочитает теперь закреплять сделки

посещением ресторанов, а тратить деньги в казино. У рабочих же времени и средств на досуг практически не было.

В конце 19-нач. 20 века в России начинает распространяться туризм как один из массовых форм досуга. Например, в 1907 году была создана Комиссия "Образовательные экскурсии по России", целью которой являлась организация и проведение экскурсий по крупным городам и природным заповедным местам Крыма, Кавказа, Урала, Средней Азии, прежде всего для малообеспеченных слоев: народных учителей, преподавателей, студентов и школьников.

С этой целью начали готовить и экскурсоводческие кадры, что способствовало быстрому развитию экскурсионного дела и расширению экскурсионных маршрутов. Для координации действий была создана Центральная экскурсионная комиссия, ставшая головной организацией для многих учебных округов России. Комиссия располагала музеем и обширной библиотекой.

После революции 1905-1907 годов, когда были сняты ограничения по передвижению по стране, туризм начинает охватывать все большие общественные слои: предпринимателей, интеллигенцию, господ инженеров и служащих, выезжающих на заграничные и российские курорты.[59a]

Время было беспокойное, шла подготовка к революции. В туризм стала вливаться активно демократически настроенная молодежь, которая использовала туристские путешествия и экскурсии для агитации и пропаганды своих взглядов.

После революции 1917 года проведение свободного времени коренным образом изменилось. Все было пронизано идеей революции, даже досуг посвящался митингам, собраниям, чтению и обсуждению революционных книг. Положительным моментом этого времени является ликвидация безграмотности, приобщение к чтению. Много стало отмечаться революционных и патриотических праздников.

В годы советской власти массовым стал туризм в нашей стране, поскольку благодаря профсоюзным дотациям внутренний туризм был вполне по карману работающему человеку. Досуг был неплохо организован, о нем заботились работники многочисленных клубов, домов отдыха, домов пионеров, библиотек, музеев, выставочных залов, руководители кружков, туристских станций и т.д.

Работа этой хорошо отлаженной системы была нарушена в годы перестройки. Прежние досуговые формы были перечеркнуты, а взамен им сразу ничего не предложено. В результате на несколько лет в досуговой сфере образовались пустоты, которые были заполнены массовым потреблением алкоголя, наркотиков, проституцией.

Люди с хорошими доходами предпочитали проводить свободное время за границей, потому что там сфере досуга уделяется гораздо большее внимание, чем в России. За рубежом бизнесмены вкладывают немалые средства в создание тематических парков со всевозможными аттракционами, игровыми автоматами, развлекательными центрами, спортивными

площадками, которые потом приносят большую прибыль их владельцам. Еще большую прибыль дают казино, боулинг-центры, ночные клубы, гольф-клубы.

На индустрию досуга работают промышленные предприятия, производящие соответствующее оборудование, программное обеспечение, мебель, декорации и прочие необходимые компоненты для обустройства развлекательных центров. В самой индустрии развлечений и в отраслях ее обеспечивающих заняты тысячи людей, получающих за свой труд довольно приличные доходы. Наконец, за рубежом уже на протяжении десятилетий идет подготовка квалифицированных кадров для сферы досуга и развлечений.

Совсем недавно и в России стали понимать, что этой отрасли необходимо уделять пристальное внимание, если стране нужно здоровое молодое поколение, если нужны здоровые и умные работники. В связи с тем, что здоровому образу жизни стали уделять все большее внимание, резко возрос интерес к активным видам отдыха и развлечениям. Стали возрождаться старые и предприимчиво разрабатываться новые игры, развлечения, забавы, виды спорта. Проблеме свободного времени стали посвящать новые издания, стали открываться новые специальности, заговорили, наконец, о хороших специалистах по туранимации.

Туристская анимация сегодня

Хотя и прослеживается история связи развлечений и гостеприимства через века от самых древних времен до наших дней, что естественно, все же **предпосылки возникновения туристской анимации** в её современном понимании заключаются в негативных последствиях индустриализации и урбанизации (рис. 1.1.).

Следствием быстрого технического развития (индустриализации) является в повседневной жизни повсеместное техническое окружение и экологическое загрязнение, монотонность труда, физическая и психическая утомляемость, нехватка времени и сил на творчество и любимое дело (хобби).

Урбанизация также создала различные негативные последствия: повышенная плотность населения, увеличенные жизненные нагрузки, усталость от городской суеты, от множественности случайных, поверхностных ("анонимных") человеческих контактов в городской среде.

Реакцией на эти негативные последствия является желание выехать из города на чистую природу, прикоснуться к духовным ценностям (истории, культуре, искусству), разнообразить жизненные впечатления, устранить физическую и психическую усталость, познать новое, новых людей, найти себя и проявить себя в общении с ними, побыть среди своих родных в обстановке отдыха и развлечений. И как следствие этого - повышенный спрос на такие туристские услуги как различные виды спортивно-самодеятельного туризма, хобби-туры, экологические

природоориентированные туры, экскурсионно-развлекательные маршруты, спортивно-увеселительные и лечебно-восстановительные услуги.



Рис.1.1. Предпосылки возникновения туристской анимации

Простые формы анимационной деятельности всегда являлись органичной частью туристской деятельности, турпродукта. Но массовым, индустриальным явлением туранимация становится в 70-ые годы прошедшего столетия в результате массового потребительского спроса на разнообразие турпродуктов и услуг в разных странах, и в результате отклика турпредприятий на этот спрос, результатом которого явилось приобретение средства для дополнительных доходов и прибылей туристских предприятий.

Послевоенный технико-технологический прогресс позволял создать необходимое для удовлетворения массового спроса материально-техническое оснащение анимационных программ. В эти годы уже большинство западных туристов не привлекали туры и программы путешествий, предлагающие

только проживание, питание и некоторый набор одних и тех же экскурсий. Возникла необходимость в разработке новой философии рекреационной деятельности в туркомплексах и гостиницах от курортных до деловых и конгрессных, необходимость в разнообразии форм и программ. Питание как услуга, например, развивалось в диетическое питание, питание плюс медицинский контроль, приготовление пищи с участием туриста, лечебное питание, дегустация блюд, дегустация вин, праздники пива и т.д.

В СССР высочайших вершин достигло русское чудо - самодеятельный спортивный туризм, массовое явление, элементы которого стали развиваться и в западных странах. В США мощнейшее развитие получили клубный отдых и отдых в национальных парках среди девственной природы. Спортивные танцы, аэробика, спортивные игры, тренажеры, массажи, сауны, бани стали неотъемлемой частью гостиничных услуг.

Таким образом, изменение характера (уклада, стиля) жизни современного человека, характера трудовой деятельности привело к изменению потребностей в отдыхе и соответственно к изменению содержания туристского продукта, который помимо размещения и питания стал также включать другие элементы, направленные на удовлетворение потребностей в развлечениях и веселом проведении досуга, в эмоциональной разгрузке. В обиходе туристской деятельности и терминологии гостиничного обслуживания возникло относительно новое (по крайней мере, для массового отечественного туризма) понятие "туристская анимация" - вид деятельности, направленной на удовлетворение анимационных потребностей туриста.

Организация такого отдыха связана с формированием и реализацией таких программ развлечений (анимационных программ), которые бы отвлекали отдыхающего от повседневных жизненных проблем, проводили его эмоциональную разрядку, являясь не только средством избавления от усталости, но и средством нейтрализации негативных сторон повседневной жизни.

1.3. Функции туристской анимации

Из трех главных **рекреационных функций** (лечебной, оздоровительной и познавательной) туристская анимация призвана выполнить прямым образом две функции - спортивно-оздоровительную и познавательную. Косвенным образом при соответствующих условиях выполняется и лечебная функция.

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

- **адаптационная функция**, позволяющая перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;
- **компенсационная функция**, освобождающая человека от физической и психической усталости повседневной жизни;

- **стабилизирующая функция**, создающие положительные эмоции и стимулирующая психическую стабильность;
- **оздоровительная функция**, направленная на восстановление и развитие физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;
- **информационная функция**, позволяющая получить новую информацию о стране, регионе, людях и т.д.;
- **образовательная функция**, позволяющая приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- **совершенствующая функция**, приносящая интеллектуальное и физическое усовершенствование;
- **рекламная функция**, дающая возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы о стране, о регионе, о туркомплексе, отеле, турфирме и т.д.

Такое разнообразие функций туристской анимации обусловило и многообразие видов анимационной деятельности, разновидностей анимационных программ и мероприятий.

1.4. Типология анимации

Различие толкований понятий "анимация", "гостиничная анимация", "туристская анимация" и т.д. связано с многообразием существующих форм и программ анимационной досуговой деятельности. Это разнообразие сказывается как при формировании туристских маршрутов и в гостиничном бизнесе, так и вообще в организации досуга людей в современной жизни: в странах, в городах, в городских управах и муниципалитетах, в парках, клубах и ассоциациях, в организациях и учебных заведениях. Поэтому можно говорить о городских и муниципальных, клубных и парковых, производственных и школьных анимационных программах - детских, юношеских, студенческих, для пенсионеров, для семей, для инвалидов, для национальных меньшинств и т.д.

Здесь мы будем говорить о туристской, рекреационной и гостиничной анимации, поэтому разграничим эти понятия (рис. 1.2.).



Рис. 1.2. Типология туранимации

Рекреационная анимация – вид досуговой деятельности, направленный на восстановление духовных и физических сил человека. Досуговые программы, реализуемые с рекреационными целями, могут проводиться как туристскими предприятиями с туристами и гостями, так и досуговыми предприятиями с местными жителями. Это дает нам право утверждать, что понятие рекреационная анимация шире, чем понятия туристская и гостиничная анимация.

Что касается туристской и гостиничной анимации, то они тесно связаны с рекреационной, т.к. главная роль анимационных программ как в отелях, туркомплексах и санаториях, так и специализированных анимационных турах заключается в оздоровлении отдыхающих, в отвлечении их от повседневных забот, в повышении настроения и т.д., иными словами в восстановлении жизненных сил и энергии.

Туристская анимация - это разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии (туркомплекс, отель) или на транспортном средстве (круизный теплоход, поезд, автобус и

т.д.), или в месте пребывания туристов (на городской площади, в театре или парке города и т.д.), которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга. Другими словами, туристская анимация - это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие.

При подготовке туристских анимационных программ учитываются многие особенности, позволяющие провести программу наиболее интересно, а именно:

- национальность туристов;
- возраст туристов (детские, молодежные, зрелого возраста, третьего возраста, комбинированная);
- пол (женская, мужская, совместная);
- численность (индивидуальная, групповая, массовая);
- активность участия туристов (активная, пассивная).

Кроме того, туристская анимация глобально подразделяется на три основных типа по важности, приоритетности и объему анимационных программ в общей программе путешествия (в турпродукте):

Тип 1. Анимационные туристские маршруты - целевые туристские поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, осуществляемых в разных географических точках. В данном случае анимационная программа является целевой, приоритетной и доминирующей в турпакете услуг не только по физическому объему, но и по "духовному", стимулирующему душевные силы (animatus - одушевление). Такая анимационная программа представляет собой ценообразующий фактор в турпродукте. Обычно эти программы предназначены для индивидуалов или однородных туристских групп, объединенных одним духовным интересом (профессиональным, хобби). Примеры и разновидности: культурно-познавательные и тематические; фольклорные, литературные, музыкальные, театральные, искусствоведческие, научные, фестивальные, карнавные, спортивные. Или, например, турпоездки, организованные для любителей игры в казино по казино-центрам, расположенным в разных странах. Некоторые примеры туристских анимационных маршрутов приведены в таблице 1.1.

Таблица 1.1.

Примеры туристских анимационных маршрутов: поездки на национальные, традиционные праздники, фестивали в другие страны и регионы

Поездка в страну	Цель поездки
в Англию	Рочестерский фестиваль трубочистов с 29 апреля по 1 мая отмечается с 1735 года. Фестивальное веселье по случаю окончания отопительного сезона и зимней «страды»

	трубочистов проходит в три этапа. На рассвете на вершине холма Блубелл под песни и танцы в окружении костров просыпается «Джек- в зелени»- зеленый человечек, символизирующий приход весны. Затем по улицам Рочестера проходит парад трубочистов с персонажами: милорд (во главе процессии), миледи (собирает казну), клоуны, барабанщики. Затем нарядные гулянья, ярмарки музыкальных инструментов. в завершении- бал трубочистов и финальная процессия по улицам.
в Аргентину	Праздник «День изобретателя» 19 сентября в Буэнос-Айрес. По улицам везут огромную фигуру Ласо Биро- эмигранта из Венгрии, который бежал сюда от войны в 1939 г. и в 1943г. запатентовал изобретение... «шариковой ручки», которую впервые выпустили в Аргентине в 1945г.
в Италию	Праздник кошек 17 февраля в городе Перуджии, впервые появившийся в 1986г. (февраль- начало итальянской весны, итальянцы трепетно относятся к кошкам) Выставки картин кошек, рассказы, лекции, стихи о кошках, художники рисуют их «портреты»
в Германию	На праздник пива
в Таиланд	Праздник черепах в начале марта в тайской провинции. Пханг Нга в течение семи дней. В этот день в море отпускают маленьких только что родившихся черепах, которых выращивают специально или подбирают на пляже. праздник проводится для обострения внимания к исчезающим рептилиям, занесенным в красную книгу и нещадно уничтожаемым из-за вкусного мяса, а также из-за красивого панциря.
во Францию	На праздники различных гурманов: - на карнавал шоколада в Мон-Бильяр; - на фестиваль яблок в Гавр; - на праздник кулинарного искусства в Дижоне; - на празднование начала сезона сбора грибов трюфелей- «черного жемчуга». Перигора, ноябрь.
в США	Праздник холодного чая (весь июнь). Появился в Сент-Луисе (штат Луизиана) в 1904 г. с легкой руки торговца чайного павильона Ричарда Блечинуина, добавившего в чай лед. Праздник горячего чая- в январе.
в Россию	Праздник победы в Бородинской битве «Военно-историческая реконструкция эпизодов Бородинского сражения». Реконструкцию выполняют члены военно-исторических клубов России, стран СНГ, Европы, США (около 1000 человек). Зрителей-туристов собирается 15-20 тыс. человек.

в Бразилию	Карнавал в Рио-де-Жанейро
в Европу	Рождественские праздники
в Испанию	Праздник «Томатина»- большая помидорная война. Последняя среда августа (с 11 утра и до вечера) г.Букол, 70 км севернее Валенсии. Празднуется с 1944г.
в Англию	Веселый студенческий рок-фестиваль «болотные танцы» в Гластонбери.
в Италии	Традиционная (более 100 лет) апельсиновая «война» в городке Иврея (недалеко от Турина – оригинальный сценарий празднования Дня города)

Тип 2. Дополнительные анимационные услуги - анимационные программы, предназначенные для "поддержки" основных туристских услуг, оговоренных в турпакете, в технологических перерывах, обусловленных переездами, задержками в пути (судно, поезд, автобус, гостиница, вокзал, аэропорт,...), в случае непогоды (при организации спортивных и самодеятельных туров, на пляжных курортах), отсутствие снега в горнолыжных курортах и т.д.

Тип 3. Гостиничная анимация – комплексная рекреационная гостиничная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристом, на человеческой близости, на совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса, преследующая цель реализации новой философии гостиничного обслуживания, повышения качества обслуживания, уровня удовлетворенности туриста отдыхом и используемая в маркетинговой стратегии гостиницы как одна из главных основных привлекательных услуг.

Гостиничная анимация понятие наиболее узкое из трех рассматриваемых, поскольку предполагает только организацию досуга на туристских предприятиях: туркомплексах, отелях, гостиницах, турбазах и др. Иными словами, *гостиничная анимация – это досуговая деятельность, предлагаемая гостиницами, отелями, туристскими комплексами. Это часть туристской анимации, хотя и наиболее значимая.* Причем, анимационные программы различаются при клубной организации отдыха, в гостиничных цепях и в гостиницах разной целевой направленности и разной величины.

1.5. Виды анимации – элементы анимационных программ

С точки зрения системного подхода туристская анимация – это удовлетворение специфических туристских потребностей в общении, движении, культуре, творчестве, приятном времяпровождении, развлечении.

Диапазон этих потребностей очень широк, поскольку люди, отправляющиеся на отдых, вкладывают в это понятие совершенно разный смысл, а именно: для одних отдых – это путешествие, для других – чтение книг, для третьих – прогулка по лесу, для четвертых – рыбалка и т.д. Соответственно этому спросу в практике туристского обслуживания сложились следующие **виды анимации, удовлетворяющие различные потребности туристов (отдыхающих):**

- **Анимация в движении** – удовлетворяет потребность современного человека в движении, сочетающемся с удовольствием, с приятными переживаниями.
- **Анимация через переживание** – удовлетворяет потребность в ощущении нового, неизвестного, неожиданного при преодолении трудностей, при открытиях, при общении.
- **Анимация через общение** – удовлетворяет потребность в общении с новыми людьми, с интересными людьми, с открытием внутреннего мира людей и познанием себя через общение.
- **Анимация через успокоение** – удовлетворяет потребность людей в психологической разгрузке от повседневной усталости через успокоение, уединение, контакт с природой, потребность в покое и «праздной лени».
- **Культурная анимация** – удовлетворяет потребность людей в духовном развитии личности через соприкосновение с памятниками и современными образцами культуры страны, региона, народа, нации.
- **Творческая анимация** – удовлетворяет потребность человека в творчестве, в демонстрации своих творческих созидательных способностей, в установлении контактов с близкими по духу людьми через совместное творчество, сотворчество.

Реальные анимационные программы носят чаще всего комплексный характер по отношению к данным видам анимации, а перечисленные виды анимации являются составляющими элементами этих программ, как бы кирпичиками того здания, которое представляет собой анимационная программа.

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

1.6. Анимация и спорт

Основой единства анимации и спорта является то, что туристская анимация должна способствовать стимулированию жизненных сил, вовлекать отдыхающих в активную деятельность, а также выполнять спортивно-оздоровительную функцию.

Практически ни один отель, турбаза или туркомплекс не обходятся без спортивных площадок, спортивных и тренажерных залов. Конечно, большую часть отдыхающих настоящими спортсменами не назовешь, но приобщение их к активной деятельности, к спортивным играм, регулярным занятиям спортом, является уже само по себе шагом вперед для оздоровления и способствует стимулированию жизненных сил.

Для проведения спортивных мероприятий на высоком уровне необходим хороший инвентарь и квалифицированный персонал для каждого из предлагаемых видов спорта. Спортивные игры, соревнования, занятия аэробикой, плаванием в отелях и туркомплексах организуют тураниматоры под руководством опытного спортивного менеджера-инструктора. Организацией специализированных туров на спортивные игры, соревнования, олимпиады занимаются туристские фирмы.

Крупные курортные и туристские комплексы могут иметь и отдельные специализированные спортивные клубы, при создании которых учитываются географические, рекреационные особенности местности и традиции страны.

Если туркомплекс находится на берегу моря или какого-то крупного водоема, то туристам может быть предложен парусный спорт и классические занятия на воде: серфинг, водные лыжи, банана, каноэ и др. Туркомплексы, расположенные в горах могут предложить катание на горных лыжах и пр. Могут быть предложены и другие виды спорта и развлечений в качестве основных в том или ином туркомплексе при наличии соответствующей материальной базы и тренеров:

- велоспорт;
- водный спорт;
- верховая езда;
- теннис;
- стрельба из лука;
- полеты на аэростате;
- футбол;
- пэйнтбол;
- боулинг;
- бильярд;
- дартс;
- гольф и др.

Специализированные спортивные клубы при туркомплексах разрабатывают и предлагают свои мероприятия и программы, работая в

тесном сотрудничестве с анимационной службой комплекса. Чем более тесным будет содружество спорта и туристской анимации, тем больший оздоровительный и экономический эффект оно принесет.

Наряду с отдельными видами спорта могут предлагаться и спортивные занятия общеукрепляющего характера. Например, для тех отдыхающих, которые привыкли бегать по утрам, аниматоры предлагают с утра пробежаться вместе с ними. Гостям, которые любят наслаждаться красотами природы, можно предлагать лодочные прогулки, джип-сафари, рафтинг, велосипедную или пешеходную прогулку по местности. Тем, кто любит ритмичные занятия под музыку, можно предложить занятия аэробикой, водной аэробикой, каратеробикой, танцами.

Анимация и спорт тесно взаимосвязаны и имеют большое значение в туризме, поскольку являются привлекательными факторами для туристов.

1.7. Особенности и значение гостиничной анимации

Для отдыхающего потребность в развлечении стоит на третьем месте после вкусной и разнообразной пищи и комфортабельной и уютной комнаты. Поэтому анимация занимает одно из главных мест в структуре отеля и представляет собой отдельную службу, тесно связанную с другими и имеющую большое значение.

Задача анимационной службы в постоянном контакте с отдыхающими, результаты которого в значительной степени влияют на общий отзыв об отдыхе. И именно благодаря этому контакту отель может иметь определенный процент постоянных клиентов. Отели, которые стремятся увеличить этот процент, в основном это семейные отели, стараются из года в год не менять состав анимационной команды, совершенствуя её работу.

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

Наличие анимационной службы говорит о статусе отеля. Ведь для нормальной и плодотворной работы анимационной команды необходимо иметь на территории отеля вместительный и комфортабельный амфитеатр, детскую площадку со всеми ее атрибутами. Также требуется постоянное обновление материальной базы – костюмов, декораций, спортивного и игрового инвентаря. Такие затраты по карману не каждому отелю, поэтому анимационная служба присутствует в основном только в структуре отелей 4-х и 5-ти звезд.

В последние годы все большее количество туристских комплексов старается поднять свой уровень обслуживания именно за счет наличия в своей структуре анимационной службы. Ведь если гость в целом провел свой отдых весело и интересно, то он может закрыть глаза на некоторые

недостатки: неудобства во время перелета и размещения, плохая погода и отсутствие в баре любимого натурального сока и т. д. И для того, чтобы сгладить все эти мелкие неудобства, которые в принципе могут испортить весь отдых, в работу вступает анимационная служба.

Гостиничная анимация организуется самой гостиницей, туркомплексом, создает соответствующую гостеприимную, комфортную, дружескую атмосферу в отеле, удовлетворяет потребностям туристов в физическом и духовном развитии, в эмоциональном обогащении через приятные переживания; имеет комплексный характер из-за охвата всех видов и форм анимации; создает возможность для хорошего общения, приятных личных и совместных переживаний, развлечений; мобильна, непринужденна, интимна, воздейственна, убедительна из-за довольно продолжительного времени проживания туриста в гостинице, воспринимаемой как свой дом; имеет постоянный характер, ежедневный контакт с туристом, позволяет учесть их пожелания вплоть до альтернативных, выбрать подходящую форму, учесть особенности группы и индивидуальные; достаточно легко организуема особенно при хорошем техническом оснащении. Кроме того, в гостинице, туркомплексе в определенных программах, в определенное время, при определенных условиях возможно вовлечение персонала отеля (особенно контактной службы) в анимационные программы, что придает им особый колорит и дружественный гостеприимный характер.

Значение гостиничной анимации для отеля, туркомплекса заключается в повышении степени удовлетворенности туриста гостиничным обслуживанием, в повышении комплексности и качества гостиничной услуги и как следствие - в повышении имиджа отеля, в расширении активного туристского сезона на периоды межсезонья, в подъеме престижности профессий гостеприимства в результате профессиональной, интеллектуальной, эффективной работы талантливых гостиничных тураниматоров. Туристская гостиничная анимация - это палочка-выручалочка, единственное спасательное средство в гостеприимстве при неблагоприятных погодных условиях (холодное ветреное море, бесснежная зима на лыжном курорте), при задержках транспорта и других неприятностях и катаклизмах.

Государственный (народно-хозяйственный) и социальный эффект от туранимации в рекреационной деятельности в прямом и косвенном виде выражается в сотнях миллионах долларов в год, определяется эффектом от оздоровления нации в результате эффективного отдыха и складывается из следующего:

- 1.экономия рабочего времени и снижение затрат на больничное обслуживание, посещение поликлиник, за счет сокращения пребывания в больницах и поликлиниках,
- 2.сокращение временной нетрудоспособности за счет профилактики заболеваемости,

3. возрастании объема производства и национального дохода за счет увеличения производительности труда и снижения смертности населения в трудоспособном возрасте.

Контрольные вопросы к главе 1.

1. В чем сущность туристской и гостиничной анимации?
2. Покажите роль и значение анимационной услуги как составной части туристского продукта.
3. В чем заключается значение туристской анимации?
4. Каковы главные требования к организации анимационной деятельности?
5. Проследите на исторических примерах взаимосвязь гостиничных и анимационных услуг.
6. В чём предпосылки возникновения туристской анимации как массового индустриального явления в конце XX века?
7. Опишите функции туристской анимации.
8. Дайте определение рекреационной, туристской и гостиничной анимации.
9. Охарактеризуйте различие трех основных типов туристской анимации в зависимости от важности, приоритетности и объема анимационных программ в общей программе путешествия.
10. Приведите примеры анимационных программ, в которых сочетались бы различные виды анимации, например, анимация через общение и культурная анимация, анимация через успокоение и творческая анимация.
11. Объясните, почему спорт и анимация через движение является основным элементом гостиничных анимационных программ, покажите это на нескольких примерах.
12. В чем особенности гостиничной анимации и её значение?

Глава 2. Анимационный гостиничный менеджмент

2.1. Понятие менеджмента анимации

Процесс преобразования потребностей туриста (гостя) в его удовлетворенность отдыхом, путешествием производится на основе и с использованием взаимодействующих систем среды гостеприимства: материально-технической базы, природного комплекса, культурно-исторического комплекса, рекреационной инфраструктуры и обслуживающего персонала (рис. 2.1).

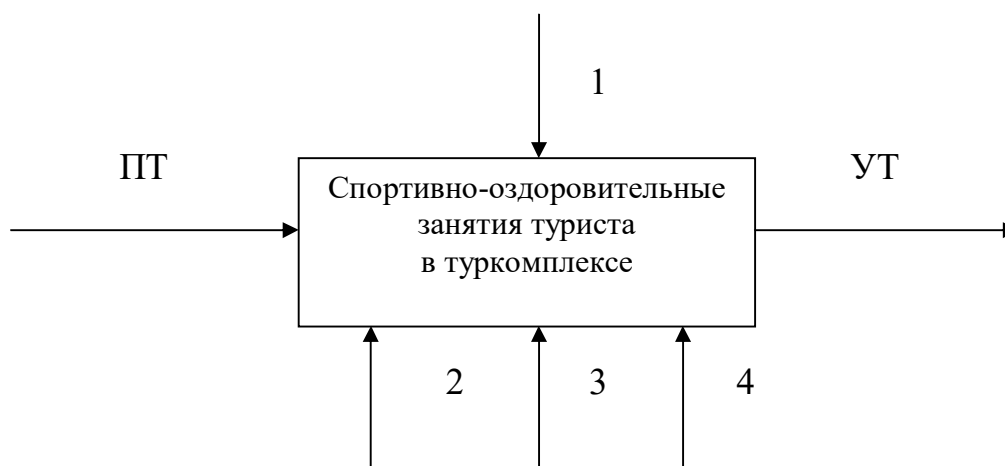


Рис. 2.1. Управляемая анимационная подсистема:

ПТ - потребности туриста в развитии и совершенствовании биологической (физической) природы человека и общей культуры (социальной природы); УТ – удовлетворенность туриста; 1 – природный и культурно-исторический комплексы; 2 – материально-технические системы и средства ТК; 3 – труд обслуживающего персонала и реально-достижимый уровень обслуживания на данном этапе; 4 – менеджмент спортивно-оздоровительной деятельности в ТК.

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 и покой, обрести новых друзей, полюбить, получить эмоциональный заряд, или эстетическое удовольствие и т.д.

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

потребности туриста и удовлетворённость туриста это соответственно характеристика состояния туриста на входе и выходе среды гостеприимства.

Природный комплекс - это взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание природных объектов и явлений, это 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 окружении туристского комплекса (места размещения и обслуживания туристов), вовлекаемых аниматорами в той или иной мере и форме в процесс удовлетворения потребностей туристов в познании, эстетическом наслаждении и комфорте и т.д. **Материальной базой** в анимационной деятельности являются анимационные технические системы рекреационной инфраструктуры туркомплекса. **Обслуживающий персонал** производит, собирает, сохраняет и доставляет туристам комплекс анимационных услуг, 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 осуществляет свой весомый вклад в выполнение всех этих трех условий положительного преобразования потребностей в удовлетворенность, используя при этом все упомянутые системы среды гостеприимства. Комфорт безопасности у гостя наступает в том случае, когда он начинает ощущать дружескую атмосферу вокруг себя и других в отеле. Это достигается усилиями и искусной работой аниматоров - вспомним о рычагах адаптационной и стабилизирующей функций анимации: адаптационная функция позволяет перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой (раскрепощенной, комфортной); стабилизирующая функция создает положительные эмоции и психическую стабильность, что является базовым ощущением комфорта безопасности. Ежедневное дружеское общение и участие в анимационных программах с аниматорами завершает процесс формирования комфортной, безопасной среды гостеприимства.

Анимационные программы на протяжении всего периода пребывания туриста в отеле, используя остальные функции анимации и виды анимации, должны обеспечить выполнение и первого фактора удовлетворенности: ощущение исполненности желания, мечты, цели путешествия - публично объявляемых, осознаваемых самим туристом, а в идеале и подсознательных. Их постепенное выявление шаг за шагом является высшим мастерством гостиничного аниматора. Гостиничные аниматоры должны умело и эффективно использовать природно-климатические и культурно-исторические ресурсы внешней среды туркомплекса и внутренние материально-технические ресурсы в управлении процессом преобразования потребностей туристов в удовлетворенность в части информационного,

экологического, эстетического, интеллектуального, психического, физического комфорта и наслаждения. Так или иначе это приводит персонал туркомплекса не только к моральному успеху, но к коммерческому.

Для реализации такой эффективной анимационной деятельности нужны три составляющие: 1) материально-техническая база в основном для спортивно-оздоровительных и развлекательных занятий, 2) концепция гостиничной анимационной деятельности с приложением типовых анимационных программ и методик их адаптации к реальным группам и персоналиям, 3) и талантливые аниматоры, которые способны воплотить эту концепцию и эти программы, методики в жизнь. Центральную и системообразующую роль в этой тройке должен выполнять (рис.2.2) анимационный менеджер (в крупных отелях главный анимационный менеджер), руководящий штатом талантливых аниматоров и косвенно управляющий (через технического директора) обслуживающим персоналом технических анимационных объектов и оборудования, а также работниками других служб, так или иначе участвующих в анимационном обслуживании туристов.

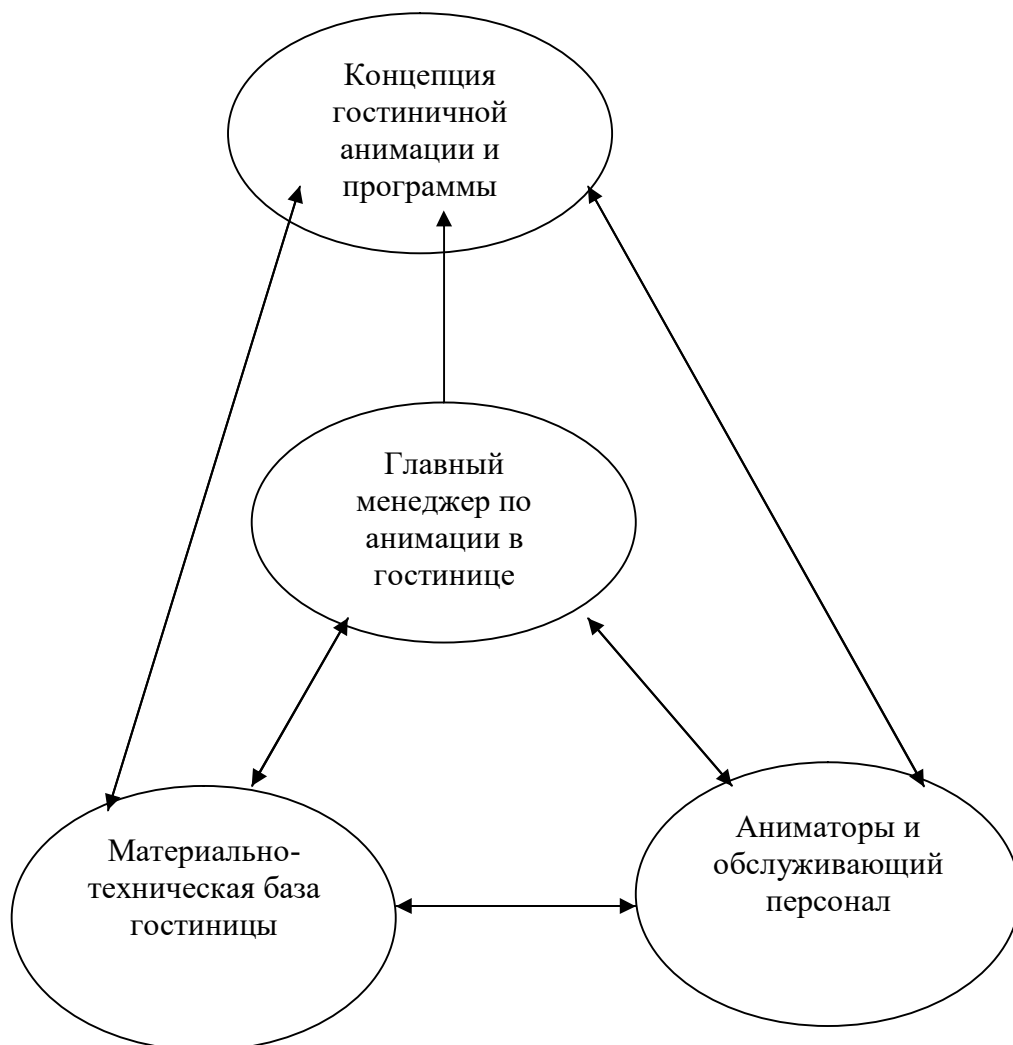


Рис. 2.2. Составляющие эффективной гостиничной анимационной деятельности

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

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

Анимационный менеджмент имеет свою специфику, которая выражается в следующем:

- специфическом предмете труда, которым является деятельность управляемых анимационных систем и служб,
- специфическом орудии труда, которым является анимационная программа,
- результате труда, которым является удовлетворенность отдыхающих проведенным досугом.

С точки зрения системного подхода анимационный менеджмент представляет собой (рис. 2.3) систему управления, в которой **управляемой подсистемой (объектом управления)** являются туристы, состояние их здоровья (физического, психического, нравственного, соматического), исполнительный персонал анимационной, технической и других служб туркомплекса, участвующих в процессе анимационного обслуживания туристов, а **управляющей подсистемой (субъектом управления)** является руководящий персонал анимационной службы туркомплекса, который выступает здесь в качестве системообразующего фактора. С другой стороны, анимационный менеджмент является подсистемой (рис.2.4) более общей системы управления туркомплексом (менеджмента гостеприимства).

Анимационный менеджмент включает в себя стратегию и тактику управления. **Стратегия 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 внешней и внутренней среды и с точки зрения доходности гостиничного бизнеса. **Тактика** - это конкретные методы и приемы достижения цели в рамках принятых ограничений (рис. 2.5).

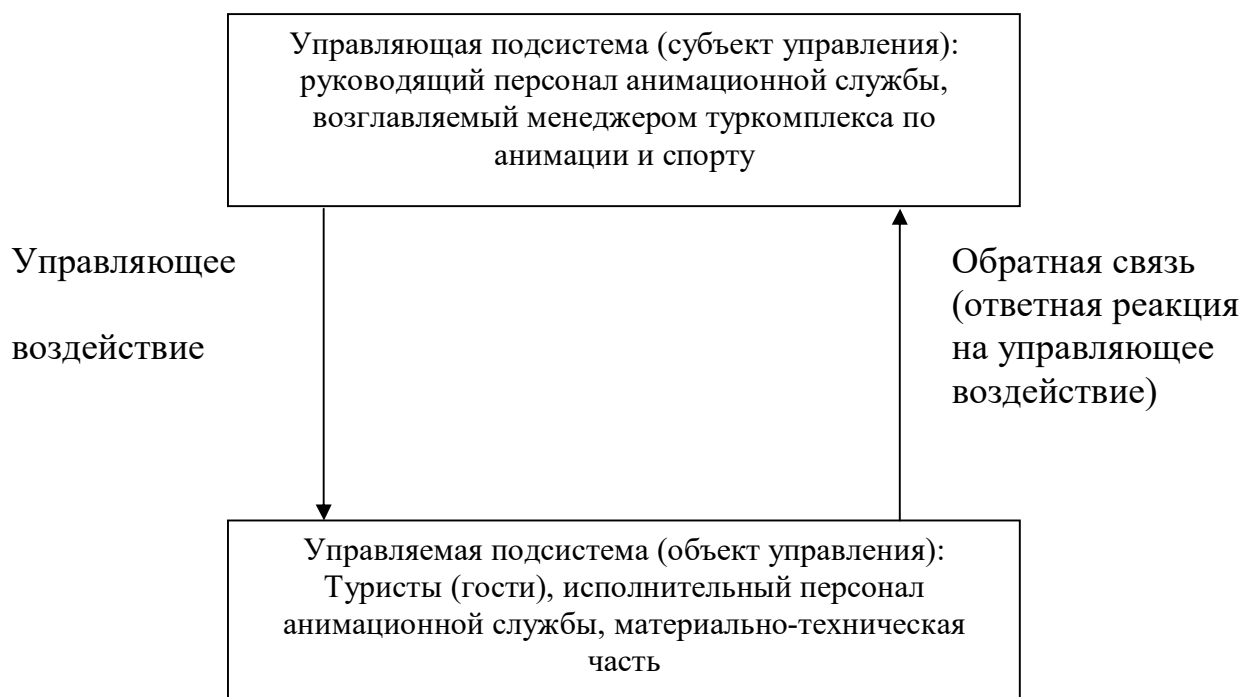


Рис. 2.3. Объект и субъект управления в анимационном менеджменте туркомплекса

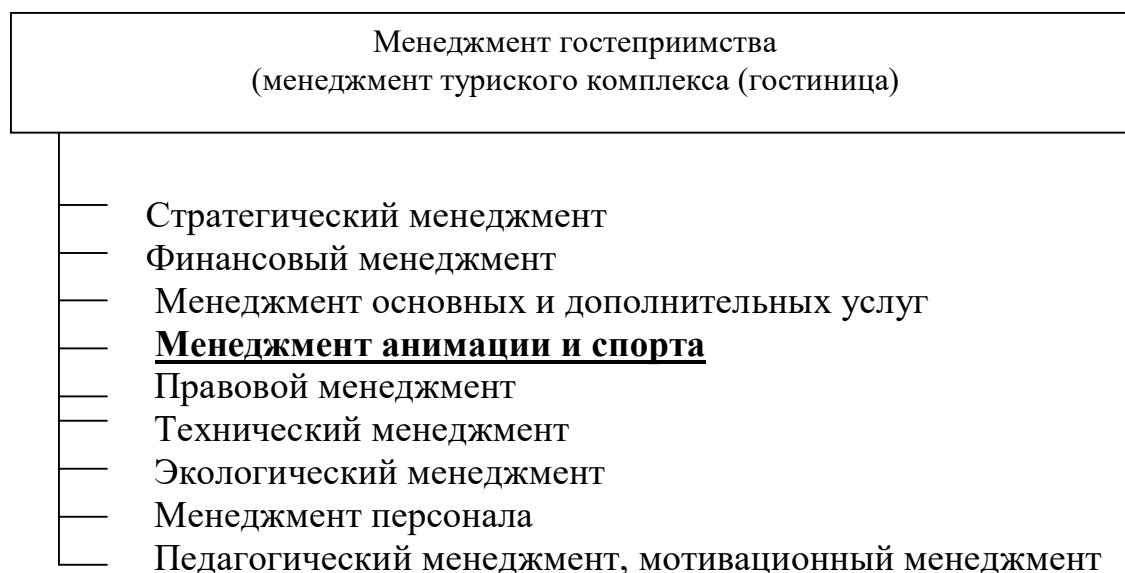
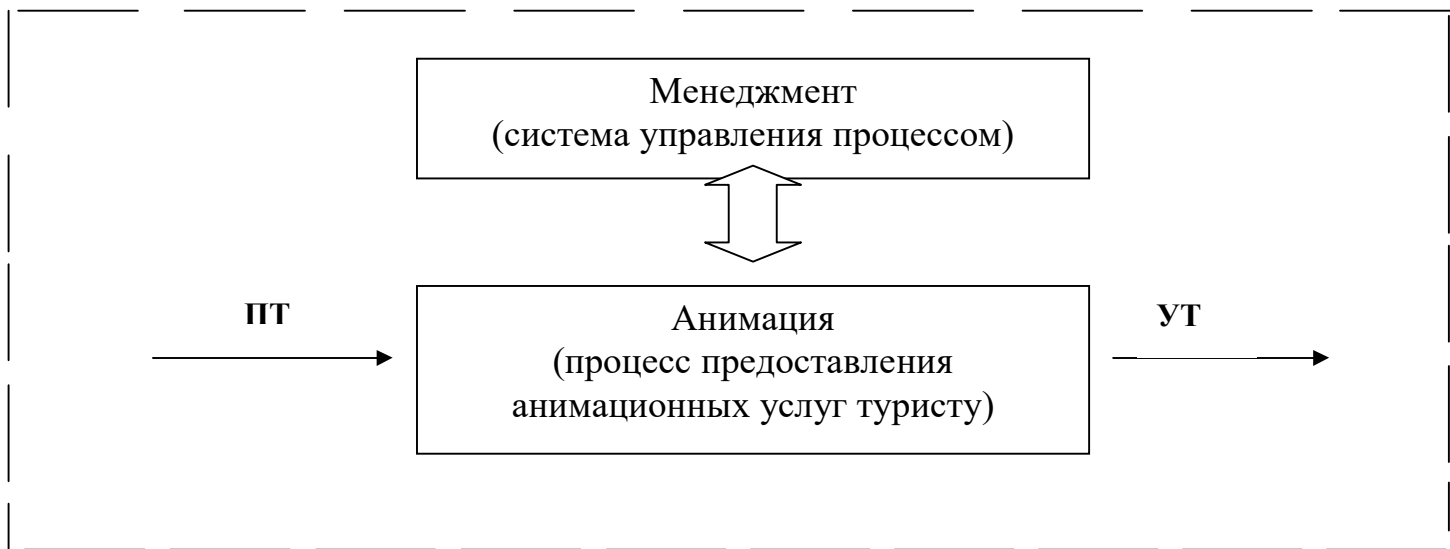
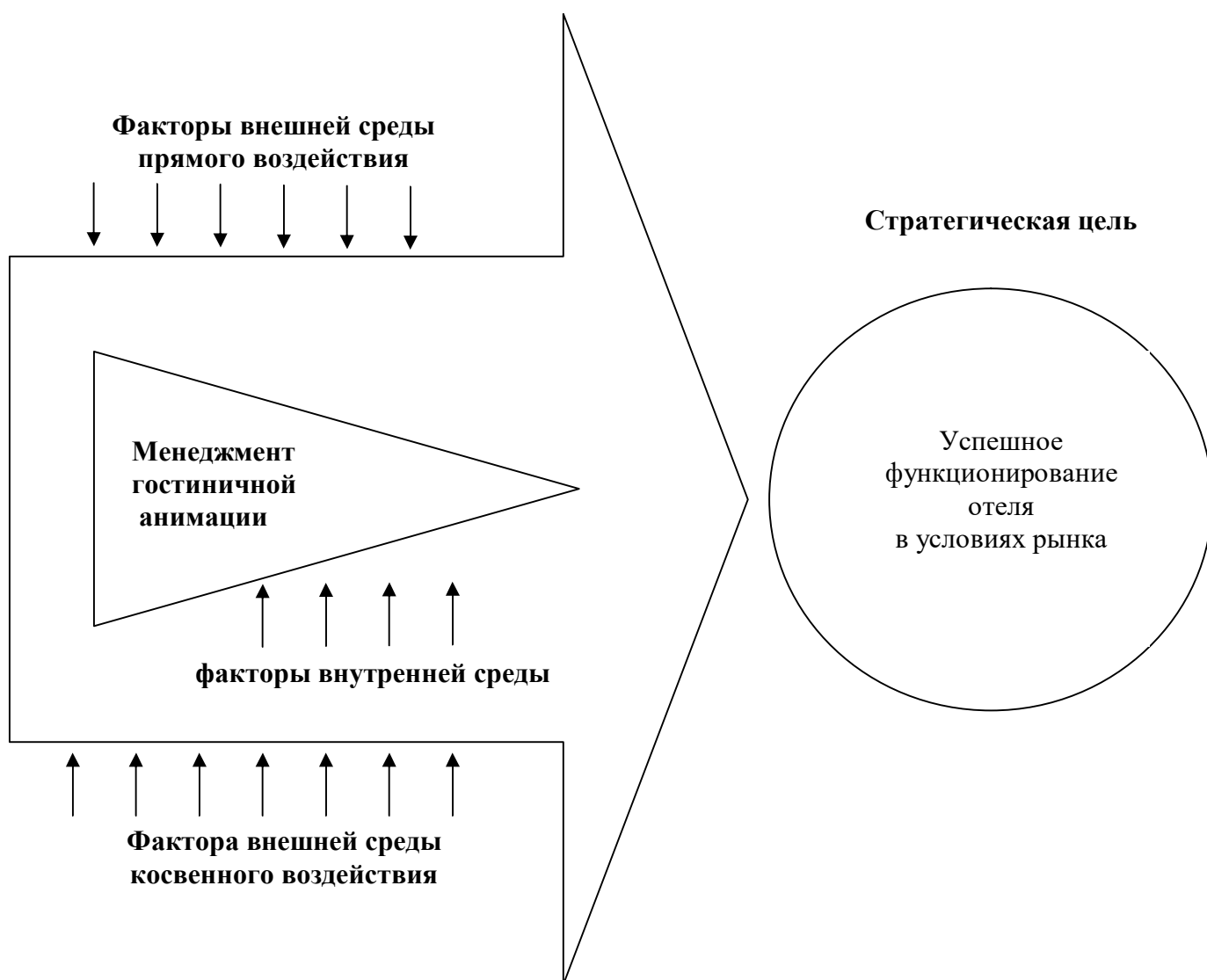


Рис. 2.4. Менеджмент анимации как одна из подсистем управления туристским комплексом (гостиницей)



а)



б)

Рис. 2.5. К определению понятия менеджмента гостиничной анимации

2.2. Функции анимационного менеджмента

Анимационный менеджмент, как один из видов специализированного менеджмента, осуществляется посредством механизма, который работает в результате выполнения взаимосвязанных и взаимопроникающих во времени осуществления функций планирования, организации, мотивации и контроля анимационной деятельности.

Функция "ПЛАНИРОВАНИЕ".

Реализация этой функции связана с решением следующих основных задач анимационного менеджмента ТК:

- разработка анимационной стратегии и концепции ТК, согласованной с маркетинговой стратегией ТК;
- разработка типовых анимационных программ и алгоритмов (методик) их адаптации к реальным группам и туристам;
- анализ факторов, влияющих на полноту и эффективность осуществления анимационного менеджмента и конъюнктуры гостиничного рынка района, региона, страны с точки зрения анимационной деятельности;
- 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 бюджет и в бизнес-план ТК - итоговый документ по планированию деятельности ТК.

Функция "ОРГАНИЗАЦИЯ".

Реализуется при решении следующих основных задач:

- организация и управление отношениями ТК во внешней среде по вопросам анимационного менеджмента;
- оптимизация 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 туркомплекса по вопросам анимационного обслуживания: с технической службой по эксплуатации технических анимационных установок, систем, сооружений; со службой приема и размещения по ежедневным вопросам работы с клиентами и по изучению потребительского спроса; с финансовой службой по вопросам финансов; транспортной, туристско-экскурсионной, вспомогательной и другими службами, с которыми необходимо взаимодействовать в процессе анимационного обслуживания;
- разработка совместно со службой финансового менеджера инвестиционной политики по вопросам реализации анимационной

концепции, участие в формировании инвестиционного портфеля по данному вопросу;

- "риск-менеджмент": разработка путей снижения рисков и организация системы мероприятий по профилактике и минимизации "анимационных рисков", т.е. рисков, связанных с нарушением анимационного обслуживания туристов и с потерей потенциальных клиентов в результате недостаточно высокого или плохо ориентированного анимационного обслуживания.

Функция "МОТИВАЦИЯ".

Реализуется путем решения следующих основных задач:

- творческая работа по развитию личности сотрудников анимационной службы, их способности к внутренней мотивации совершенствования анимационного мастерства;
- разработка способов внешней мотивации к труду, способов морального и материального поощрения за аниматорский профессионализм и результаты труда, формирование принципов заинтересованности, определение параметров удовлетворенности в труде по анимационному обслуживанию туристов;
- превращение любого работника ТК в частичного сопредпринимателя, глубоко заинтересованного морально и материально в результатах анимационной и в целом гостиничной деятельности;
- повышение квалификации и профессионального роста кадров; создание и поддержка престижа профессиональной анимационной и гостиничной деятельности;
- создание благоприятных условий для самореализации человека в деле, основываясь на высоких мотивах, гуманистических и эстетических ценностях.

Функция "АНАЛИЗ и КОНТРОЛЬ".

Реализуется путем решения следующих основных задач:

- анализ анимационной деятельности ТК с выдачей высшему управленческому звену в любой момент времени для оперативного и стратегического управления показателей этой деятельности ТК, включая экономические показатели;
- 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 службы и других служб ТК в вопросах эксплуатации анимационных технических средств;

Контрольные вопросы к главе 2.

1. Охарактеризуйте влияние различных систем среды гостеприимства на процесс преобразования потребностей туриста в его удовлетворенность. Объясните влияние анимационной деятельности персонала в этом преобразовании.
2. Что необходимо для эффективной анимационной деятельности?
3. Назовите и охарактеризуйте две составляющие понятия «анимационный менеджмент». Дайте его определение.
4. Что является предметом, орудием и результатом труда менеджера по анимации.
5. Опишите анимационный менеджмент как систему управления, выделите в ней объект и субъект управления, системообразующий фактор. Охарактеризуйте ее как часть общей системы управления туристским комплексом.
6. В чем заключается стратегия и тактика управления анимационным процессом?
7. Назовите четыре основные функции анимационного менеджмента как одного из видов специализированного производственного менеджмента. Покажите взаимосвязь и взаимопроникновение во времени этих функций.
8. Какие задачи анимационного менеджмента реализуются при выполнении функций: а) планирования? б) организации? в) мотивации? г) контроля?

Глава 3. Характеристика управляемой подсистемы в менеджменте гостиничной анимации

Управляемая подсистема состоит из двух основных частей:

- первую составляют туристы, для которых создается анимационная служба и придумываются анимационные программы;
- вторая включает в себя исполнительный персонал анимационной, технической и других служб туркомплекса, участвующих в процессе анимационного обслуживания туристов.

Гостиничная анимация задумывается, организуется и проводится сообразно потребительского интереса, который изучается на основе анкетных опросов, личного контакта персонала фронт-офиса с гостями, изучения предшествующего опыта обслуживания гостей в своем отеле и в других отелях. При этом учитывается национальность, возраст, пол, и другие особенности категорий и групп туристов, а в идеале учитываются и индивидуальные особенности каждого туриста: на постоянных посетителей отеля в компьютерной базе данных службы приема и размещения ведется постоянно обновляемое (даже по мелочам) досье. Созданные типовые программы анимации для определенных категорий (групп) туристов должны таким образом адаптироваться для конкретных условий и конкретного состава групп.

Только такой подход может удовлетворить потребительский взыскательный интерес и потребности гостей отеля. И это очень важно для гостиничного предприятия, так как анимационная составляющая (компонента) занимает по значимости для туристов в общей программе (философии) гостеприимства всегда одно из первых мест. Это подтверждается и средней мировой статистикой: во-первых, в анимационных программах принимают участие до 60% отдыхающих (процент тем меньше, чем больше стоит анимационная программа); во-вторых, от 25 до 50 % туристов, принявших участие в анимационных программах, ставят при анкетных опросах анимационную компоненту выше основных услуг по значимости в концепции гостеприимства.

Оперирование среднестатистическими величинами, тем более общемировыми, всегда может быть подвергнуто критике, особенно в таких достаточно тонких вещах, как анимация, но все-таки они являются некоторыми ориентирами. Тем более не нужно забывать, что анимационная услуга - это часть покупаемого (!) турпродукта, покупаемой (!) гостиничной услуги. Мотивы участия туристов в тех или иных анимационных программах должны быть предметом постоянного, бдительного, заинтересованного (персонализированного и статистического) изучения всеми без исключения гостиничными работниками. Это должен быть стандарт работы, обусловленный философией гостиничного производства.

Итак, остановимся подробнее на характеристике каждой из групп, составляющих управляемую подсистему, поскольку без учета возможностей,

способностей и других особенностей анимационной деятельности не получится полноценной программы, которая принесет удовлетворение обеим сторонам.

3.1. Классификация туристов и особенности работы с разными категориями туристов

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

Очевидно, например, 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 потенциальных потребителей. Люди со средним образованием больше предпочитают увеселительные поездки. Люди с высшим образованием склонны к интеллектуальному отдыху. Конечно, потребителей анимационных услуг нельзя четко разделить по категориям дохода, возраста, пола и рода занятий, можно сделать это лишь условно.

Например, некоторые рабочие могут иметь достаточно высокие доходы, но их досуговые потребности могут резко отличаться от потребностей административных работников или крупных бизнесменов. Однако, аниматорам, которые должны планировать свои программы с учётом интересов клиентов, важно уметь правильно классифицировать гостей и туристов, чтобы составить программы на любой вкус.

Для того, чтобы угодить туристу, 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.

Существуют различные виды классификации туристов, наиболее часто встречающиеся представлены на рис. 3.1.

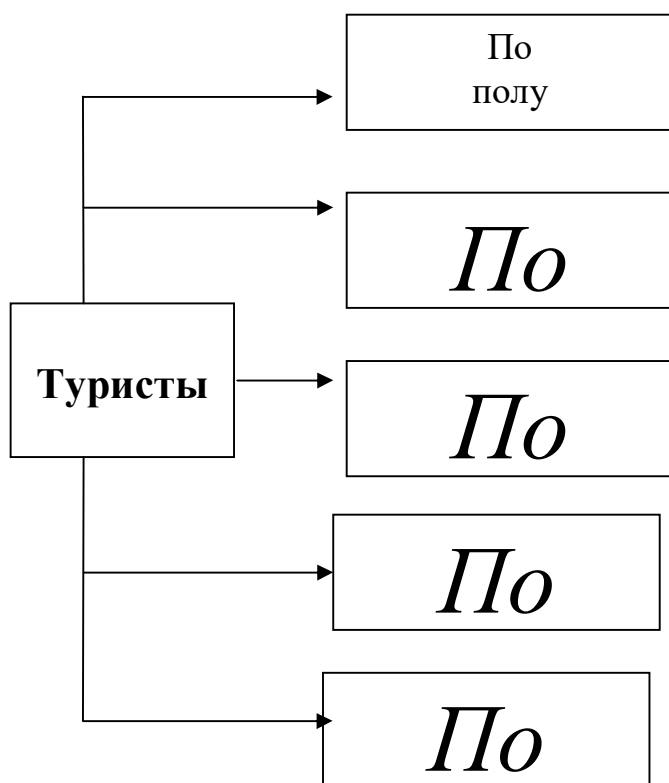


Рис.3.1. Классификация туристов

При составлении программ отдыха тураниматорами должны учитываться возрастные особенности групп отдыхающих. Это 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.

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 путешествующих. 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.

Формы работы с разными возрастными группами отдыхающих

Учитывая ведущий тип деятельности и особенности, различным возрастным категориям отдыхающих на туристских базах можно предлагать следующие формы досуговой деятельности:

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

Подросткам – школьникам наряду с перечисленными формами можно предлагать и другие. Дети этого возраста отличаются достаточно большой активностью, требовательностью и даже придирчивостью по отношению не только к себе, но и к окружающим их людям. Круг интересов подростка обширен. Это возраст романтики и мечты, поэтому для этой категории особенно привлекательны походы и романтические встречи и путешествия. Чем насыщеннее жизнь ребят в этом возрасте, тем она им больше нравится, поэтому школьникам можно предлагать экскурсии, беседы, спортивные соревнования, соревнования юных туристов, конкурсы (врачей, эрудитов, парикмахеров, хозяйшек и пр.), дискотеки, «живые» газеты, викторины, эстафеты, кольцовки (песен, стихов, загадок), школу вежливости, рыцарские турниры, веселые часы и праздники.

Для молодежи программы несколько меняются. К этому периоду жизни юноши и девушки становятся физически зрелыми, формируется их мировоззрение и характеры. Основными видами деятельности этого периода являются учеба и производительный труд, которые требуют большого напряжения сил, но энергии и задора в этом возрасте не занимать, поэтому в досуговую программу для молодых людей можно включать: КВНы, вечера, дискотеки, аукционы, ярмарки, театральные представления, фестивали, шоу, спартакиады, олимпиады, диспуты, походы, игры по типу телевизионных: «Что? Где? Когда?», «Поле чудес», «Умники и умницы», «Колесо истории» и др.

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

Для пожилых людей, которым все чаще хочется вспомнить свои молодые годы и все, что с ними связано, неплохо предложить такие формы проведения досуга как посиделки, чаепития, вечера (старинной музыки, романса, воспоминаний). В этом возрасте накоплен уже большой жизненный опыт, приобретены бесценные навыки, которыми люди этого поколения стремятся поделиться с молодежью, поэтому было бы уместным предложить им представить свой опыт, например, на выставках рукоделий.

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

Классификация туристов по их отношению к проведению досуга

Первый тип. Инициативные туристы, которые заранее планируют как рабочие дни, так и дни отпуска, поэтому инициатива по организации досуга будет принадлежать им. Главная задача тураниматоров в работе с этим типом туристов – умение выслушать и выполнить почти готовую программу, подыграть инициативным туристам. Здесь требуется импровизация и ни в коем случае не допустим перехват инициативы.

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

отдых, который дает им возможность расслабиться, отдохнуть от стремительного темпа жизни (рыбалка, охота, выезд на природу и пр.)

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

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

Пятый тип. Пассивные туристы, склонные к домашним формам досуга: чтению книг, просмотру телевизионных программ, многочасовому отдыху на пляже. Эти люди часами могут сидеть у телевизора или читать книги. Для такого типа туристов подойдут программы, в которые включены игры на пляже, видеотека, вечерние шоу.

Шестой тип. Неисправимые скептики и ворчуны. К сожалению, встречается и такой тип туристов. Это наиболее сложная категория. Этих людей очень трудно чем-либо увлечь, однако при разнообразии предлагаемых программ возможно, и они найдут себе развлечение.

Тураматорам, организаторам досуга, необходимо знать и учитывать особенности каждого из этих типов личности при составлении досуговых программ.

Национальные особенности туристов и учет этих особенностей при составлении анимационных программ

Представителям народов долго безвыездно живущих в течение многих лет на своей родине кажется, что их способ жизни, манеры поведения, вкусы и социальные взаимоотношения являются целесообразными и правильными, в то время как любые отклонения от устоявшегося стереотипа принимаются за странности или особенности национального характера.

Наша планета богата разнообразием народов и культур, каждая из которых является огромным достоянием. Изучением национальных, культурных и языковых и других особенностей того или иного народа занимается наука этнография.

Слово "*этнография*" греческого происхождения, в буквальном переводе звучащее как "*народоописание*". Это общественная наука, основным объектом изучения которой являются народы-этноты. Основным предметом этнографии составляют характерные, традиционные черты повседневной (бытовой) культуры народов, образующие в совокупности с языком их специфический, этнический облик.

Специалистам, занятым в туристской отрасли, необходимо знать национальные особенности туристов, их привычки, вкусы, наиболее приемлемые формы досуга.

Этнические особенности формируются и изменяются в течение длительного времени. Факторами, влияющими на формирование и изменение этносов можно считать:

- географическую среду;
- этническое окружение и его культурное воздействие на этнос;
- традиции, унаследованные от предков;
- религию и пр.

Этническая картина мира пестра и разнообразна. Рассмотреть ее в деталях в условиях одного параграфа невозможно, поэтому остановимся на кратких характеристиках некоторых специфических особенностях национальных туристов, с которыми приходится сталкиваться российским аниматорам.

Больше всего приходится работать со своими соотечественниками, поэтому начнем характеристику с россиян.

Российские туристы открыты, часто излишне доверчивы, отличаются широтой души и оптимизмом, надеясь на «авось» даже в самых неподходящих ситуациях, азартны, очень любят все дешевое, а еще больше достаемое даром. Любят отдыхать с размахом, с хорошей песней и плясками. К оздоровительным мероприятиям относятся с прохладцей, потому что здоровье в России пока еще не считается главной человеческой ценностью. Старшее поколение склоняется к интеллектуальным формам досуга, среднее – к пляжному отдыху, а молодежь к активно-деятельному.

Немцы педантичны, пунктуальны, хладнокровны, деловиты. Они относятся к жизни со всей серьезностью, отличаются своей экономностью, поэтому, заплатив за отдых, они стараются получить все удовольствия, предоставляемые отелем, по возможности участвовать во всех мероприятиях. Любят театр, изучение обычаев, посещение базаров. Немцы - самый многочисленный отряд туристов за рубежом. Они любители прогулок на природу, относятся к природе бережно и заботливо как к своей и чужой собственности. В пределах Германии немцы учтивы, аккуратны, экономны, разумны и вежливы. За границей любят отдыхать приятно, весело, простодушно, коллективно. Многие любят выпить, поесть, петь народные песни. От отпуска стараются взять по максимуму: все солнечные ванны, все экскурсии, развлекательные вечера и программы.

Поляки: основными чертами польского национального характера является коллективизм, приспособляемость, дар импровизации и способность выжать максимум из имеющегося на данный момент под рукой. Поляки отдыхают и работают одинаково продуктивно.

Американцы не любят ездить за границу, считая что у них в США есть и тропики и арктические районы, два океана и единая валюта, одинаковый уровень комфорта и т.д. А за границей возможны всякие неудобства. Тем не менее высокий уровень жизни в США обеспечивает

многим возможность путешествовать. Среди них много пенсионеров, путешествующих группами и энергично стремящихся многое увидеть и познать, а также туристов-бизнесменов.

Испанцы энергичны, но неорганизованны, и часто непредсказуемы. Они очень любят всевозможные новшества, развлечения и удовольствия, в том числе и азартные игры. В особой чести у этого народа песни и танцы. Особенно захватывающее зрелище представляют собой испанские танцы: красивые, энергичные, зажигательные. Семью, детей, домашний очаг испанцы ставят превыше всего, поэтому любят отдыхать всей семьей где-нибудь на берегу моря, наслаждаясь громкой музыкой и вкусными яствами. Испанцы очень любят всевозможные праздники, существующие или несуществующие на самом деле, любят зрелищные мероприятия, типа корриды, фейерверков и пр.

Французы общительны, аккуратны, щеголеваты, обладают «французским» 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 нем. Являясь экспериментаторами по природе, французы с большим уважением относятся ко всякого рода новшествам и выдумкам, поэтому участвуют в них всегда с удовольствием. Любят интимную обстановку, тихую и далекую от большого города.

Французы умеют организовать свой досуг, будь то отпуск или выходной день. Очень любят французы заниматься спортом (во Франции даже автостоянки имеют свои спортивные площадки), поэтому спортивные программы и развлечения для них подходят как нельзя лучше.

Англичане в обыденной жизни педантичны, недоверчивы, осторожны, крайне редко проявляют свои истинные эмоции. Однако на отдыхе они преображаются, руководствуясь девизом "веселиться, не взирая на возраст и обстоятельства". Они предпочитают активный отдых со всевозможными соревнованиями и состязаниями (неважно спортивными, интеллектуальными или шуточными), в которых они непременно стремятся выиграть. Даже пожилые люди вечером, когда уже, казалось бы, давно пора спать, с удовольствием отплясывают на дискотеке наравне с молодежью. Они соглашаются участвовать во всех предлагаемых им мероприятиях, порой даже еще не зная правил, любят острые ощущения. Главное для них - не дать себе скучать.

Шведы - приверженцы протестантской трудовой этики, поэтому они постоянно работают или учатся. Пятидневный ежегодный отпуск стремятся использовать с максимальной пользой. Особенно активно шведы хотят насытиться за этот период солнечным теплом, поскольку солнце для Швеции с ее суровым климатом, - роскошь. Зато и рабочую обстановку они любят чередовать с отдыхом, устраивая всевозможные конференции, семинары, совещания где-нибудь на пароме или испанской Ривьере. Эти деловые встречи сопровождаются непременно экскурсионным

обслуживанием и обильными застольями, что является вознаграждением компании, оплачивающей сотрудникам их прилежный труд. Шведы охотно занимаются спортом, особенно любят занятия по спортивному ориентированию, театр, познание культуры, истории, нравов и обычаев местного населения.

Греки представляют собой клубок противоречий, который испокон веков интриговал и зачаровывал путешественников и историков. Греки умные и тщеславные, энергичные, но неорганизованные, нетерпеливые, страстные, темпераментные, в тоже время совершенно неуверенные в себе. Греки очень общительны, любят развлечения, праздники, богатые застолья, путешествия, уикэнды.

Японцы очень дисциплинированно относятся к своим туристским обязанностям. Организованные в группы, увешанные фотоаппаратами, они любят экскурсии, любят снимать и фотографироваться, часто записывают на видеокамеру экскурсионные объекты. Они музыкальны, любят песни других народов. Любят изучать за границей культуру других народов. Меньше их интересуют природные объекты и пляжный отдых за границей.

Различие анимационных программ для мужчин и женщин

Гостями отеля могут быть как мужчины, так и женщины. Причем, планированием отдыха, как правило, занимаются женщины, поэтому заинтересовать женскую половину особенно важно.

С каждым годом женщины становятся все более важным сегментом туристского рынка, т.к. современные женщины имеют приличные доходы, работу, ранее занимаемую только мужчинами, а, следовательно, и большую потребность в полноценном и качественном отдыхе.

Дамы стараются посещать различного рода гимнастики, при чем для них не важно в каком количестве. Чем больше, тем лучше. Мужчин же больше привлекают разнообразные соревнования, будь то спортивные - футбол, настольный теннис, или интеллектуальные - турнир по шахматам.

Особое внимание необходимо уделить семейному досугу, который выполняет восстановительную функцию семьи, т.е. имеет своей целью восстановление и поддержание здоровья, удовлетворение различных духовных потребностей. Семьи посещают отели в любое время года. Семейные пары составляют люди в возрасте от 35 до 54 лет, которые тратят много денег на путешествия и развлечения. Большинство людей этого возраста хорошо образованы. Приоритетным для них является самосовершенствование. Получение новой информации они считают необходимым средством расширения кругозора, но не роскошью. Удовлетворение нужд этой группы - важный фактор для дальнейшего успешного развития туристского комплекса.

Часто родители выезжают на отдых вместе с детьми дошкольного и младшего школьного возраста. Большой наплыв семейных туристов приходится на летний период и во время школьных каникул. И здесь для

аниматора главной задачей является максимально занять ребенка, чтобы дать родителям возможность спокойно отдохнуть, не заботясь о своем чаде. Для этого в отеле имеется детский клуб, в котором работают аниматоры, говорящие на всех необходимых языках, имеющие педагогическое" образование или же работающие с детьми не первый год. Там предусмотрена своя отдельная программа, занимающая детей с утра и до вечера. А после ужина, перед вечерним шоу, с детьми проводится детская дискотека.

В качестве оценки полноценности досуга используются два основных критерия. Первый - объем свободного времени, отводимого на семейный досуг. И второе - содержание досуга. Оба показателя определяются уровнем развития духовного мира родителей, финансовыми возможностями семьи, а также всем укладом жизни.

Поэтому очень важно, чтобы у семьи была возможность высвободить время для содержательного совместного досуга.

Содержание семейного досуга определяется интересами каждого члена. В семье, где все увлекаются туризмом или являются заядлыми театралами, гораздо проще организовать совместный досуг, чем в той, где в свободное время папа занят охотой и рыбалкой, мама - вязанием, сын - роликами, а дочь - танцами и рисованием.

Однако часто даже внешне разные интересы можно объединить одной идеей. Например, разные потребности детей и взрослых можно реализовать во время совместного отдыха.

3.2. Материальная база, оборудование, реквизит для обеспечения плодотворной работы анимационной службы гостиниц и туркомплексов

Хорошо организовать работу анимационной службы можно только при наличии достаточной материальной базы. Для проведения шоу-программ, организации спортивных игр и других развлечений необходимы соответствующее оборудование и реквизит. Поскольку отдых каждый понимает по-своему, то и предложение должно быть разнообразным. Чем богаче материальная база, тем большее количество развлечений можно предложить.

Материальная база для анимационных программ должна включать в себя:

- *оборудование для отдыха на пляже:* водные аттракционы, башни свободного падения, зонты, горки, лодки и пр.;
- *оборудование для детских площадок:* качели, карусели, беседки, горки, игровые и пневматические аттракционы, оформительские фигуры в виде сказочных персонажей, надувные карнавальные костюмы и пр.;
- *помещение, мебель и необходимый реквизит и инвентарь для мини-клуба:* игры, краски, книжки-раскраски, пластилин, пазлы,

наборы формочек, куклы, машинки, цветная бумага., карандаши и т.п.;

- *оборудование для подвижных игр и тренажерных залов:* спортивные тренажеры, экстремальные аттракционы, мишени, аксессуары для пэйнтбола, бадминтона, футбола и пр.;
- *помещение, книги и мебель для библиотеки;*
- *помещение и инвентарь для станций и пунктов проката лодок, водных велосипедов, лыж и пр.;*
- *помещение, амфитеатр или оборудованную площадку на открытом воздухе для проведения массовых мероприятий и развлекательных шоу;*
- *оборудование, декорации и набор костюмов и реквизита для сцены;*
- *видео-, проекционное, звуковое, сценическое и светотехническое оборудование для проведения шоу, дискотек, конкурсов и соревнований;*
- *игровые автоматы;*
- *оборудование и помещения для бильярда, боулинга, казино, если последние предусмотрены.*

Курортный отель или клубный отель нуждаются в особой инфраструктуре и больших возможностях, чтобы предложить туристу полную анимационную программу (теннисные корты, баскетбольные, волейбольные и другие спортивные и игровые площадки, парковые аттракционы, виндсерфинг, лодки, ныряние с аквалангом, бассейны, аквапарки, пляжные бары, таверны, кинотеатры, дискотеки, ночные клубы, боулинг-центры, бильярдные, казино, тотализаторы и т.д.). Дизайн этих объектов требует особого внимания: нужно соблюдать правила безопасности, центры деятельности должны располагаться недалеко друг от друга, недалеко от моря, недалеко от торговых точек (баров и закусочных).

Технические объекты для проведения анимационных программ, многие из которых перечислены выше, представляют собой сложную техническую и социальную систему, успешное функционирование которой в системе гостеприимства зависит от целого ряда факторов: месторасположения, совершенства и надежности оборудования и т.д. При эксплуатации этих объектов и систем технической службой и специализированными организациями возникает множество технических, экономических и организационных проблем, комплексное решение которых должно начинаться еще при проектировании этих объектов (а лучше и оптимальнее всего при проектировании туркомплекса), а завершаться - грамотным и эффективным анимационным менеджментом.

Для поддержания материальной базы в рабочем состоянии необходимо иметь хозяйственника, который бы следил за исправностью оборудования и инвентаря, а при необходимости производил ремонт. Основная же ответственность за сохранность материальной базы ложится на

аниматоров, непосредственно с ней работающих, для чего необходимо с ними проводить соответствующий инструктаж.

Материальная база анимационной службы нуждается в постоянном обновлении, но из-за нехватки средств происходит это не так часто, как надо. Поэтому аниматоры должны не только сами бережно обращаться с оборудованием, реквизитом и костюмами, но и призывать к этому туристов и гостей отеля.

3.3. Гостиничные анимационные услуги и программы

В комплексе программное анимационное воздействие на человека во время его отдыха в той или иной мере решает проблему становления, развития, сохранения и восстановления его здоровья: соматического, физического, психического, нравственного (табл. 3.1.)

Таблица 3.1.

Компоненты здоровья	Типы анимационных гостиничных программ		
	однородные	комбинированные	
Соматическое	Комплексные комбинированные		
Физическое	Спортивные	Спортивно-оздоровительные	
Психическое		Спортивно-развлекательные	Спортивно-познавательные
Нравственное			

Эти компоненты здоровья и определяют соответствующую условную типологию направлений и программ туристской анимации:

- 1- спортивные, спортивно-оздоровительные программы; спортивно-развлекательные;
- 2- зрелищно-развлекательные, приключенческо-игровые программы;
- 3- познавательные; спортивно-познавательные; культурно-познавательные, экскурсионные, обучающие, любительские и творческо-трудовые программы; для каждого из этих направлений можно выделить характерные формы анимационной деятельности;
- 4- комплексные программы, комбинируемые из однородных программ.

Культурно-познавательные анимационные программы строятся на соприкосновении туриста с культурно-историческими и духовными ценностями нации, страны, местного населения региона расположения туркомплекса и включают в частности: посещение музеев, театров, кинотеатров, художественных галерей, парков, выставок, национальных фольклорных мероприятий, концертов, вечеров поэзии, встреч с известными деятелями культуры и т.д. Некоторые из этих программ зависимы от платежеспособности туристов, уровня их интеллектуального развития. В то же время уроки национального языка, викторины, вечера национальных обычаев и т.д. являются доступными для всех.

Приключенческо-игровые анимационные программы строятся на соприкосновении туриста с интересным, волнующим, необычайным, например: ролевые игры и конкурсы, посещение пещер, пиратская вылазка, вечер народных преданий и легенд, ночной поход, ночной спуск на горнолыжном курорте, тематический пикник, рыбалка и т.д. Программы имеют спрос вне зависимости от возраста, пола, национальности, образования.

Любительские (творческо-трудовые) анимационные программы строятся на привлечении туристов к творчеству, сотворчеству, состязанию в творческих способностях, к приобретению навыков мастерства. Строятся они с привлечением местных возможностей на интересе к национальным особенностям. После участия в такой программе гость может задать себе, в частности, такой вопрос: "чему ты научился?" - общению на местном национальном языке, получил уроки национальной кухни, национальной музыки и инструментов, танцев, и т.д. Формы проведения этих программ могут быть самыми разнообразными: аукцион поделок из природных материалов, конкурс любительской фотографии, конкурс талантов, фестиваль авторских стихов и песен, концерт вокальных и инструментальных исполнителей, выставка детского рисунка, песочной скульптуры и т.д.

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

Анимационные программы типа "общение по интересам" являются по сути дела комбинациями из упомянутых программ, однако здесь необходимо уделить больше внимания той непринужденной, ненавязчивой, комфортной обстановке, которая располагала бы к общению соответственно интересам, желаниям, темпераментам, национальностям и т.д. Во многих случаях необходим хороший аниматор - "затравщик", катализатор такого общения.

При разработке анимационных программ стремятся достичь, в частности, следующих целей:

- удовлетворить потребность самовыражения,
- поощрить туристов (гостей, отдыхающих) развивать свои умения,
- направить развлечения и навыки в созидательное русло,
- позабыть о ежедневных проблемах и стрессах,
- жить как можно естественнее,
- изменить имидж и расслабиться,
- приобрести дополнительные знания в области культуры.

Для того чтобы удовлетворить потребности гостей разных национальностей, разных возрастов, разных достатков и возможностей (физических, интеллектуальных и т.д.) и в разное время, программы анимации должны меняться:

- а) по содержанию,

- б) по интенсивности,
- в) по времени проведения,
- г) на протяжении сезона и по другим параметрам.

Анимационные программы в значительной мере зависят от размера отеля, его месторасположения, функциональной ориентации, имеющихся возможностей (в том числе по спектру оказываемых дополнительных услуг), а также от профессионализма тураниматоров, глубины их специализации и наоборот степени универсальности, от их таланта.

Качество и объем выполняемых анимационных программ в туркомплексах, отелях определяется в существенной степени наличием требуемого персонала, количеством персонала и, в целом, эффективностью анимационного менеджмента.

В небольшом отеле анимационными программами может заниматься один человек - менеджер туранимации, в туркомплексах среднего размера - отдел (служба) туранимации, а в крупных курортных и клубных туркомплексах - специализированные крупные анимационные центры - центры досуга.

3.4. Характеристика младшего обслуживающего персонала в гостиничных анимационных службах

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

Общие требования предъявляемые к аниматорам практически во всех отелях следующие:

- умение создавать семейную атмосферу, атмосферы радости и дружбы;
- приветливость и улыбчивость;
- способность к коммуникации с любым гостем;
- знание всех способов досуга;
- отличное знание английского и немецкого языков;
- хорошая образованность, честность, дисциплинированность, надежность, талантливость;
- способность работать в команде;
- способность к различным анимационным концептам различных отелей при смене работы;
- работа должна доставлять удовольствие;
- возраст моложе 30 лет (холостой или незамужняя);
- не страдающий алкоголизмом и употреблением наркотиков;
- психическое и физическое здоровье, отсутствие хронических заболеваний, отсутствие аллергии на солнце.

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

Спектр задач, решаемых аниматорами довольно широк, однако для каждого специалиста можно выделить свой.

СПЕКТР ЗАДАЧ АНИМАТОРОВ:

Танцоры

- 1- контакт с гостями
- 2- проведение оздоровительных программ
- 3- вечерние развлечения

Миниклуб

- 1- контакт с гостями
- 2- программа миниклуба
- 3- вечерние развлечения

Спорт и игры

- 1- контакт с гостями
- 2- анимационные игры (игры в бассейне, карточные игры, пляжный волейбол, творчество и т.д.)
- 3- вечерние развлечения

Велосипедный спорт

- 1- контакт с гостями
- 2- проведение программы по велоспорту
- 3- участие в вечерних развлечениях, если это необходимо

Теннис

- 1- контакт с гостями
- 2- проведение программы по теннису
- 3- участие в вечерних развлечениях, если это необходимо

Водный спорт

- 1- контакт с гостями
- 2- проведение программы по водному спорту
- 3- участие в вечерних развлечениях, если это необходимо

Квалификационные требования к аниматору

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

Прежде всего, необходимо отметить, что тураниматор непременно должен обладать следующими качествами личности: коммуникабельность, качество прирожденного лидера, терпеливостью, ответственностью, интеллигентностью, а также иметь актерские задатки.

Труд аниматора, если различать его по продукту, будет конструирующим новые идеальные продукты труда (программы), новые технологии обслуживания населения, следовательно, его следует отнести к непроизводственной сфере человеческой деятельности (табл.3.2).

Таблица 3.2.

Трудограмма тураниматора

Составляющие трудограммы	Описание труда тураниматора
Предназначение профессии, ее роль в обществе	Организация досуга, создание и реализация досуговых программ
Распространенность профессии (типичные для данной профессии учреждения)	Гостиницы, турбазы и туркомплексы, летние и зимние лагеря отдыха, туроператорские фирмы, бюро путешествий и экскурсий, станции юных туристов, турклубы и т.д.
Предмет труда	Человек
Профессиональные знания	Обозначено в квалификационных требованиях
Профессиональные умения	Обозначено в квалификационных требованиях
Средства труда	Компьютеры с банком типовых сценариев, программ; спецоборудование (для спортивного туризма, для зрелищных мероприятий и пр.)
Условия труда	Различные в зависимости от направлений деятельности (например, во время экскурсий - в помещении, в транспорте, на открытых площадках и т.д.) Однако в зависимости от вида, вся тураниматорская деятельность проходит в условиях повышенной ответственности за жизнь и здоровье людей.
Организация труда	Составление и реализация досуговых программ, организация и проведение досуговых мероприятий, создание банка типовых сценариев и программ.
Продукт труда (или его результат)	Индивидуальные или групповые программы отдыха, которые будут полностью удовлетворять запросы потребителя, что и является критерием его оценки
Возможные уровни профессионализма и	1 уровень - функционеры анимационных мероприятий (экскурсоводы, групповоды, проводники, инструкторы по видам спортивного самостоятельного туризма,

квалификационные разряды	методисты и т.п.). Функционеры проводят мероприятия, запланированные в программе. 2 уровень - организаторы туристских мероприятий (слетов, походов, экскурсий, поездок, сборов, эстафет) составляют сценарии проведения данных мероприятий, планируют комплекс услуг, связанных с их проведением. 3 уровень - менеджеры-специалисты осуществляют управление тураниматорской деятельностью турпредприятия, составляют комплексные анимационные программы.
Права представителей данной профессии: психологическая и социальная безопасность, наличие благоприятного микроклимата в профессиональной среде, социальные гарантии, размеры оплаты труда и отпуска и т.д.	Будут формироваться в процессе поступлений данных специалистов на рынок труда. Скорее всего, труд высококвалифицированных специалистов на рынок труда. Скорее всего, труд высококвалифицированных специалистов в данной отрасли будет хорошо оплачиваемым, поскольку требует большого напряжения сил и энергии, вовлечения творческого потенциала, сопряжен с высокой ответственностью за жизнь и здоровье людей, ненормированным рабочим днем. Особая нагрузка будет приходиться на туристские сезоны, поэтому отпуск у такого специалиста должен планироваться на межсезонье.
Обязанности представителя данной профессии	Соблюдение профессиональных этических норм, выполнение должностных функциональных обязанностей.
Позитивное влияние данной профессии на человека	В данной профессии могут быть в полной мере реализованы творческие и организаторские способности.
Негативные стороны профессии	На этапе зарождения данной профессии тураниматорами предстоит еще только формирование интеллектуальной базы: банка типовых сценариев и программ, описание методов и форм работы с отдыхающими, обобщение отечественного и зарубежного опыта в организации досуговой деятельности.

Если же рассматривать труд тураниматора с точки зрения содержания, то это свободный, творческий труд, требующий высокой квалификации и знаний, о чем свидетельствует модель специалиста по туранимации, включающая в себя основные виды профессиональной

деятельности, необходимые качества личности и основные квалификационные требования к специалистам данной отрасли (табл.3.3).

Таблица 3.3.

Модель специалиста по туранимации

Виды профессиональной деятельности	Качества личности	Специальные знания и умения для каждого вида деятельности (квалификационные требования)
Самодеятельная спортивно-туристская деятельность	Находчивость, наблюдательность, качества прирожденного лидера	Знания: -отечественного и зарубежного опыта спортивного туризма; -организационной структуры профессиональной деятельности в сфере спортивного туризма; -методы и средства проведения методической работы в области спортивного туризма. Умения: -организовать спортивно-туристскую деятельность; -применять в профессиональной деятельности новейшие достижения в данной отрасли, а также современные средства и оборудование; -разрабатывать туристские досуговые программы и маршруты.
Физкультурно-оздоровительная деятельность	Физическая тренированность, ловкость,	Знания: -отечественного и зарубежного опыта массовой оздоровительной работы; -организационную структуру профессиональной деятельности; -методы и средства организации физкультурно-оздоровительной деятельности. Умения: -организовать физкультурно-оздоровительную деятельность; -с позиций современных достижений психолого-педагогической науки и передовой практики разрабатывать индивидуальные и групповые физкультурно-оздоровительные досуговые программы для населения.

Зрелищно-развлекательная деятельность	Коммуникативность, артистизм, эмоциональность	Знания: -туранимации, основ театрального искусства, режиссуры, и др. специальных дисциплин; -организационной структуры профессиональной деятельности; умения: -организовать зрелищно-развлекательные мероприятия; -применять на практике знания по рекреалогии, валеологии, туранимации; -разрабатывать и реализовывать зрелищно-развлекательные программы для населения.
Познавательно-экскурсионная и обучающая анимационная деятельность	память, эстетический вкус, интеллект	Знания: -по истории мировой и художественной культуры; -по экскурсоведению, религиоведению и краеведению; -организационной структуры и содержания профессиональной деятельности в сфере экскурсионного туризма и музейной деятельности. умения: -определять общие и конкретные цели и задачи экскурсионной деятельности как составной части гармоничного развития личности; -осуществлять агентско-операторскую и методико-экскурсионную деятельность; -проводить маркетинговые исследования; -конструировать циклы музейно-экскурсионного обслуживания; -программировать туристско-экскурсионную деятельность.

Контрольные вопросы к главе 3

1. Что входит в управляемую подсистему (объект управления) в менеджменте гостиничной анимации?
2. На основе чего изучается потребительский интерес гостей к гостиничной анимации?
3. Каким образом обычно классифицируются туристы по потребительским интересам?
4. Расскажите о предпочтительных формах анимационной работы с разными возрастными группами отдыхающих.
5. Как разделяются туристы по своему отношению к проведению досуга?
6. Расскажите каким образом учитываются национальные особенности туристов при составлении анимационных программ.
7. Попробуйте составить этнический портрет различных народов: белорусов, украинцев, татар, казахов и т.д.
8. Что включает в себя материально-техническая база для реализации анимационных программ?
9. Дайте классификацию анимационных программ в зависимости от компонент здоровья гостя, которое восстанавливается при анимационном воздействии.
10. Охарактеризуйте каждый вид анимационных программ.
11. Каких целей стремятся достичь при разработке анимационных программ?
12. От чего зависит объем и качество анимационных программ, осуществляемых в отеле?
13. Назовите общие требования, предъявляемые к аниматорам отеля.
14. Что входит в спектр задач аниматоров?
15. Что является предметом труда, средствами труда, условиями труда и продуктом труда аниматоров?
16. Назовите специальные знания аниматора при проведении различных видов анимационных программ.

Глава 4. Характеристика управляющей подсистемы в менеджменте гостиничной анимации

4.1. Требования к менеджерам анимационной службы

4.2. Методы подбора и управления персоналом анимационной службы

Учитывая огромное значение анимационной деятельности как для общества в целом, так и для доходов туркомплексов (за счет качественного обслуживания и удовлетворения потребностей туристов, повышения спроса на качественный турпродукт), ей необходимо уделить самое серьезное внимание.

Важен правильный подбор персонала в службу анимации, подготовка квалифицированных специалистов для этой сферы деятельности и постоянное повышенное внимание к работе этой службы в отеле (туркомплексе). Остановимся на каждом из этих пунктов в отдельности.

Подбор персонала

После того, как определена структура и количественный состав анимационной службы, начинается подбор персонала. От того насколько хорошо он будет подобран, зависит слаженность работы анимационной команды. Подход к подбору кадров у разных туркомплексов и отелей разный, иногда диаметрально противоположный. Например, некоторые престижные отели и курортные комплексы, имеющие свою профессионально разработанную программу, принимают на работу аниматорами только молодых людей, не имеющих опыта работы в данной сфере деятельности. Туркомплексы, не имеющие определенной программы, рады принять на работу опытных аниматоров.

Однако есть определенные требования, которых придерживаются все менеджеры анимационных служб. Это, прежде всего, требования, предъявляемые к некоторым *личным качествам аниматоров*:

- коммуникабельность, даже талант общения с людьми,
- качество прирожденного лидера,
- актерские задатки,
- терпеливость,
- ответственность,
- интеллигентность,
- дипломатичность,
- тактичность,
- дисциплинированность.

Еще больше, чем рядовые члены анимационной команды, этими качествами должны обладать менеджеры по туранимации. Все, кто решил работать в этой сфере, должны быть очаровательными и творческими людьми, владеющими иностранными языками, техникой PUBLIC RELATIONS, т.к. они являются связующим звеном между руководством отеля и гостями.

Кроме требований к личностным качествам, определенные требования предъявляются к *состоянию здоровья, физической форме* аниматоров.

Поскольку рабочий день аниматора длиннее, чем у других работников туркомплекса (во время завтрака они должны уже развлекать гостей, а ложиться спать после того, как ушел последний посетитель с дискотеки, часто далеко за полночь), то необходимо, чтобы аниматоры были здоровыми людьми как физически, так и психически. При этом обязательно оговаривается, что претенденты ни в коем случае не должны страдать алкоголизмом (алкоголь в небольших количествах, как правило, аниматорам разрешен) или употреблять наркотики.

Аниматорам приходится проводить много времени на солнце, поэтому важно выяснить, что у претендентов нет аллергии на солнце.

Поскольку, аниматорам приходится часто выходить на сцену, заниматься спортивными играми и аэробикой, то необходимо, чтобы они были в хорошей физической форме. Больше всего это касается тех аниматоров, которые устраиваются в качестве танцоров. Многие отели сразу предупреждают, что в случае непредвиденных расходов, связанных с изменением веса танцоров более, чем на 10 %, часть этих расходов будет возмещаться за счет зарплаты самих аниматоров.

Как правило, есть ограничения *по возрасту и даже социальному статусу* аниматоров. При приеме на работу в качестве аниматоров предпочтение отдается холостым (незамужним) молодым людям, как правило, не старше 30 лет.

Наконец, самое важное для сохранения престижа и высокого стандарта отеля или туркомплекса – подбор грамотных, квалифицированных специалистов. Какими именно знаниями и умениями должен обладать тураниматор?

Общение с людьми разных национальностей обязывает знать 1-2 иностранных языка. Работа с разными возрастными категориями туристов обязывает разбираться в возрастной психологии и педагогике. Разнообразные виды деятельности (спортивные игры, танцы, выступление в шоу-программах, работа с детьми и пр.) заставляют овладевать многими умениями и навыками.

Таким образом, аниматоры должны быть разносторонне образованы и владеть навыками организации и проведения большинства вышеперечисленных видов анимационных программ во всех их конкретных формах. Для этого аниматоры должны получать соответствующее образование в учебных заведениях и проходить постоянное повышение

квалификации на базе отеля (туркомплекса). Это в идеале, однако, если за рубежом существует специальное образование аниматоров, то в России такое образование получить сложно, поэтому обучение сезонных аниматоров проводится непосредственно в туркомплексе. Во время обучения производится оценка персонала на профессиональную пригодность.

Оценка персонала

На первом этапе знакомства с претендентами в анимационную службу после личной беседы изучаются анкетные данные, результаты тестирования, сертификаты, отзывы, рекомендации, характеристики и предлагаемые аниматором программы. Уже на этом этапе складывается определенное мнение о будущем аниматоре.

Однако, первого, по сути, заочного знакомства недостаточно, любого из претендентов необходимо смотреть во время практической деятельности. Для этого предоставляется возможность поработать в качестве аниматора хотя бы один пробный день. Второй этап позволяет быстро и эффективно отобрать профессионально пригодных специалистов, которые принимаются на работу.

Прием на работу

Прием на работу является очень ответственным моментом в работе с персоналом. Важно, чтобы условия, предлагаемые будущим работникам в самом начале знакомства, были оговорены в контракте и, впоследствии выполнены. Для этого необходимо заранее знать финансовые возможности туркомплекса (отеля), чтобы у аниматоров был стимул работать с полной отдачей.

Контракт – это юридический документ, в котором оговариваются условия работы, условия отдыха, проживания, питания, оплаты труда и пр. **См. Приложение** Чем подробнее будет этот документ, чем больше в нем будет предусмотрено спорных ситуаций, тем легче будет решать какие-либо конфликты и недоразумения. Контракт составляется в двух экземплярах и подписывается руководством туркомплекса и аниматором.

Возможности профессионального роста персонала

Для того, чтобы у аниматоров был стимул постоянного повышения квалификации, совершенствования навыков и умений, необходимо показать аниматору возможности профессионального роста. Это является дополнительным стимулом для персонала.

За последнее десятилетие индустрия туризма и досуга значительно выросла и сейчас в 4 раза превосходит автомобильную отрасль, поэтому она имеет большое экономическое значение.

Индустрия досуга очень разнообразна, она охватывает общественный, частный, коммерческий сектор, включая туризм, искусство, культуру, музеи, национальное наследие, спорт, места отдыха, парки и т.д.

Индустрия досуга находится под влиянием изменений, происходящих на телевидении, в средствах массовой информации, информационных технологиях, а также изменений социальных вкусов и привычек.

Многие люди признали необходимость уделять больше внимания проблеме здоровья и улучшению состояния окружающей среды. Правильная организация досуга может способствовать решению этих проблем и повлиять на уровень жизни. Все это привело к тому, что все большее количество людей вовлекается в организацию досуга. Организаторы могут находиться на разных ступенях служебной лестницы, в зависимости от квалификации.

Всего в служебной лестнице аниматорской службы возможны 3 основные ступени (см. рис.):

1. младший персонал анимационной службы;
2. организаторы анимационных программ и мероприятий: хореографы, инструкторы, тренеры и др.;
3. менеджеры-специалисты.

3. Менеджеры-

2. организаторы анимационных программ и мероприятий: хореографы, инструкторы, тренеры и др.

1. Младший персонал

УЧАСТНИКИ АНИМАЦИОННЫХ

Рис. 4.1. Уровни профессионализма

На самой высокой ступени данной профессиональной лестницы стоят менеджеры-специалисты по туранимации.

Новой, быстро развивающейся и растущей индустрии – организации досуга – нужны грамотные, хорошо образованные менеджеры.

Обучение организации досуга в очной или вечерней форме, с получением соответствующих степеней, национальных дипломов, а также краткосрочные курсы и программы осуществляются в рамках следующих специальностей:

- Менеджмент досуга
- Менеджмент досуга и туризма
- Менеджмент туризма

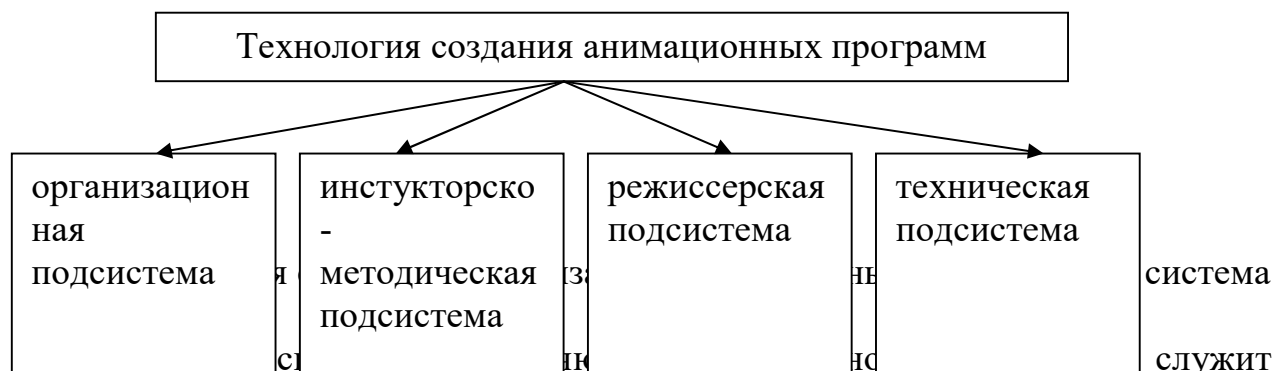
4.3. Технология создания и реализации анимационных программ

Под **технологией** следует понимать набор приемов труда аниматора, организацию этого труда, использование инструментов и приспособлений.

Технология создания и реализации анимационных программ – процесс сложный и многоплановый, поскольку решает следующие задачи: создание анимационных программ, экономический просчет стоимости программы, рекламу программ, их реализацию и, наконец, творческое воплощение запрограммированных анимационных мероприятий с последующим анализом. Данный технологический процесс представляет собой целостную систему, в которой взаимодействуют все компоненты.

Технология создания и реализации анимационных программ как система состоит из нескольких взаимосвязанных подсистем (Рис.):

- *организационная подсистема* – организация совместной деятельности анимационной команды, экономического, технического, рекламного отделов;
- *инструкторско-методическая подсистема* – создание и переработка сценариев мероприятий, разработка текстов экскурсий, подбор спортивных игр и соревнований, составление маршрутов походов с последующей выработкой методических рекомендаций на основе обобщения опыта;
- *режиссерская подсистема* – распределение ролей, план репетиций, постановка;
- *техническая подсистема* – подготовка площадки (сцены) для анимационных мероприятий, реквизита, декораций, освещения, музыкального сопровождения, костюмов и пр.



основанием функционирования анимационной службы. Анимационная деятельность это реальный и совершенно особый мир с присущими ему правилами действия. Эти действия совершают профессионалы для того, чтобы включить в процесс их совершения как можно большее число людей. Здесь существуют свои специфические закономерности функционирования анимационной деятельности.

Технологический процесс создания анимационных программ включает следующие элементы:

- объект деятельности: обслуживаемого население, посетители (группы – коллективы людей и отдельные личности);
- субъект деятельности: руководители, специалисты анимационной службы;
- собственно анимационная деятельность (процесс воздействия субъекта на субъект) со всеми ее компонентами.

Все элементы функционирования технологического процесса находятся в единстве и взаимодействии, 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, повседневно изучать аудиторию, настроения, интересы и запросы различных групп населения. Без знания людей трудно рассчитывать на достижение желаемого результата, на повышение эффективности интеллектуального и эмоционального воздействия на аудиторию.

Этапы разработки и проведения 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.

Итак, технологический процесс включает три основных этапа:

- подготовку;
- проведение программы,
- анализ проведенной программы.

Успех анимационной программы во многом зависит от правильно организованной рекламной кампании.

Реклама анимационных программ

Реклама, как известно, это информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг с целью их реализации и создания спроса на них. Сложилось так, что анимационные программы рекламируются на очень низком уровне, даже в тех туристских предприятиях, где эти программы есть.

Реклама анимационных программ - это инструмент, с помощью которого потребителю дается информация о содержании, особенностях, привлекательности данной программы с целью заинтересовать потребителя, побудить его приобрести рекламируемый товар, стать участником анимационной программы. Приступая к разработке рекламы анимационных программ, необходимо

- оценить финансовые затраты на рекламу, учитывая собственные финансовые возможности, получаемую от реализации программ прибыль, расценки на выполнение рекламных материалов и пр.;

- определить потенциальных потребителей и составить их характеристику по демографическим (возраст, пол), этническим, признакам, социальному статусу, уровню доходов и пр.;
- выявить конкурентов и определить преимущества собственных программ, на которые можно обратить внимание в рекламе;
- определить каналы и способы распространения рекламы.

Очень важно выработать свой фирменный стиль, который воспринимается как гарантия качества предлагаемых анимационных программ. При выработке своего фирменного стиля необходимо учитывать:

- основные направления деятельности;
- сегменты рынка, для которых предназначены разрабатываемые программы;
- основные рекламные средства;
- преимущества или особенности разрабатываемых программ.

Глава 5. Примеры гостиничных анимационных программ

В прибрежном гостиничном комплексе «Sirene City» (курорт Белек, Турция) анимационные услуги входят в стоимость путевки наряду с основными.

Материальной базой для анимации и спорта здесь служат 5 бассейнов (два открытых, один из которых с водными горками, два детских, один закрытый с подогревом воды), оздоровительный центр, две турецких бани, солярий, сауна, массажный кабинет, шесть теннисных кортов с освещением для ночных игр, волейбольные площадки на пляже, четыре футбольных поля, два из которых малые, поля для игры в гольф, баскетбольная площадка, площадка для стрельбы из лука и настольного тенниса, бильярд, дартс, шахматы, нарды. На пляже имеется база для занятий туристами водными видами спорта: парусным и вводно-парашютным, каноэ, серфинг, водные лыжи и мотоциклы, катание на водном банане, ботча, водное поло. Необходимо отметить, что этот туркомплекс предназначен для отдыха и не является специализированным спортивным туркомплексом.

Анимационно-спортивные и экскурсионные программы «Sirene City» разнообразные и ежегодно совершенствуются бригадой аниматоров, которыми руководит управляющий. В бригаду кроме спортивных инструкторов входят менеджеры по музыкальному оформлению, диджеи, танцгруппа, аниматоры детского клуба, костюмер, информационная служба. Экскурсионное бюро с гидами-экскурсоводами выделено в отдельную структурную единицу.

В летний период штат аниматоров увеличивается за счет студентов-стажеров и других сезонных работников. Ежедневная анимационная программа (дневная и вечерняя) объявляется для туристов утром и вечером на четырех языках – немецком, английском, турецком и русском. Пример такой программы дан в табл. _____, а набор тематических вечерних шоу в табл. _____. Анимационная программа видоизменяется ежедневно в течение 14 дней, затем циклично повторяется. Двухнедельный цикл, также как экскурсионная программа, связан с длительностью обычной типовой путевки.

Таблица

Пример анимационной программы в ТК «Sirene City» на 1 день

Время проведения анимационных мероприятий	Содержание анимационных мероприятий
9.25	В определенном месте собирается группа аниматоров для обсуждения плана работы на день, который фиксируется в книге «Учет рабочего времени»

9.30	Начинает работу мини-клуб, фитнес-центр и команда водного спорта
10.00	По микрофону регламентируется анимационная программа на данный день (перечисляются дневные и вечерние мероприятия, на немецком, английском, турецком и русском языках)
10.00	Аэробика
10.30	Волейбол (футбол, баскетбол, теннис, шахматы и т.д.)
11.00	Водная гимнастика
11.30	Водное поло
12.00	Игры на коктейль
13.00-15.00	Перерыв на обед
15.00	Проводятся турниры (теннис, шахматы, нарды, футбол, волейбол, баскетбол, настольный теннис, ботча, водное поло и т.д.)
15.00	Стрельба из лука
15.30	Степ-аэробика
16.00	Волейбол, ботча
17.00	Футбол
18.00	Теннис, уроки по теннису
19.00-21.30	Перерыв
21.30	Начало вечернего шоу (программа шоу повторяется каждые 14 дней).

Таблица

Тематические вечерние шоу

№	Название шоу	Краткое описание шоу

Так, например, в пятизвездочном отеле «ОФО» (Анталья) спортивные услуги сосредоточены в спортклубе, в состав которого входит фитнес-центр (тренажерный зал), зал аэробики, бассейн, сауна, турецкая баня, джакузи.

Спортклуб возглавляет менеджер спортклуба, в подчинении которого находятся круглогодично 4 штатных сотрудника-тренера фитнес-центра и зала аэробики, массажисты турецкой бани. В высокий летний сезон на работу в спортклуб принимаются дополнительные сотрудники или студенты-стажеры. В летние месяцы спортклубом проводятся различные спортивно-развлекательные программы и шоу на пляже, в бассейне, весной – специальные банные дни и чаепития.

В межсезонье в спортклуб привлекаются жители города. Это входит в обязанности менеджера спортклуба, который таким образом не только управляет клубом, но и занимается маркетингом, продажами, рекламой спортивных услуг (отдельно). Постоянные посетители спортклуба из числа влиятельных представителей города объединены в спортклуб и имеют VIP-карточки членов спортклуба «ОФО». Это позволяет повысить доход от использования спортивной базы отеля в межсезонье. Члены спортклуба имеют право пользоваться всеми спортивными сооружениями и услугами, а также имеют скидки на другие услуги в отеле (проживание – на 50%, ресторанное обслуживание – на 30%, бытовые услуги – на 10%, оздоровительные услуги – на 15%).

Таблица

*Курсы (программы) оздоровления, лечения, омолаживания в Центре Анны
Аслан (отель «ОФО», Анталья)*

Наименование курса (программы)	Комплекс составляющих процедур

Таблица

Стоимость оздоровительных процедур в Центре Анны Аслан

№	Наименование процедуры	Стоимость в долларах (при одноразовом применении*)

**Примечание: при многократном применении в составе комплекса (программы курса) стоимость существенно уменьшается*

Оздоровительные услуги в отеле «OFO» сосредоточены в Центре молодости и красоты, который использует и развивает методы оздоровления и лечения, омоложения профессора, доктора наук Анны Аслан. Здесь предлагается туристам несколько различных курсов (программ) лечения, оздоровления, омолаживания (табл. _____), каждый из которых представляет собой определенным врачом комплекс (пакет) процедур (табл. _____). После консультации и осмотра врача центра, по рекомендации врача и с учетом желания туриста (пациента) можно пройти один из курсов оздоровления в течение одной, а лучше двух недель при условии ежедневного посещения Центра и прохождения 3-4 процедур в день.

Примерная летняя анимационная программа для туркомплекса

Как уже было сказано выше, анимационная программа состоит из дневной, вечерней и программы мини клуба. Рассмотрим более подробно каждую из них.

Дневная программа.

10.00 - Утренняя гимнастика. Длится 30 минут. Основная часть легкий стрейчинг-растяжка, никаких трудных и тяжелых упражнений. 10,30 - Дартс /дротики/ и боча /французский мяч/, проводится на траве и может занимать от 15 до 30 минут, в зависимости от количества участников. Правила ее чем-то напоминают боулинг. Каждому игроку раздается по одному мячу, размером со среднее яблоко. Ведущий кидает маленький, с пинг-понговый шарик, мячик, и задача участников подкатить свой мяч как можно ближе к основному. После этого, как все игроки кинут, ведущий дает очки первым трем, находящимся ближе остальных к шарик. Игра проходит в несколько туров, по окончании подсчитываются очки и победителю вручается коктейль. Чтобы сделать игру более веселой, мячик можно кидать из разных позиций: наклонившись, через ногу, с закрытыми глазами и т. п.

11.00-Водная гимнастика. Проводится в бассейне, под быструю, ритмичную музыку, длится 30 минут. Периодически упражнения модно менять, чтобы не было скучно делать одно и тоже.

12.00 - Игра у бассейна. Это в большинстве случаев - игра в бассейне, и здесь есть своя отдельная программа на 1-2 недели. В проведении этой игры участвуют все аниматоры, и главной задачей является вовлечение как можно большего количества участников. Предлагаем описание некоторых, наиболее интересных игр:

1. "Серфинг-такси". Участники разбиваются на команды по 4 человека, двое стоят на одном конце бассейна, а двое других на противоположном. Первый участник ложится на серфинг, плывет к противоположной стороне и забирает второго. Уже вместе они плывут обратно, берут третьего и затем возвращается за четвертым. Все это делается на время. Какая команда сумела сделать это быстрее, и при этом по дороге никого не потерять, та - и победитель.

Существует и другой вариант этой игры. Берутся уже два серфинга и две команды человек по 8-10. Правила те же - половина участников каждой команды идет на другой конец бассейна и так же по одному они будут садиться на серфинг. Но здесь уже команды соревнуются между собой одновременно. И та команда, которая, смогла быстрее собрать всех своих членов и в полном составе добраться до противоположного края бассейна считается победителем.

2. Есть еще одна увлекательная игра, с применением серфинга – "эстафета". Участвуют две команды, задействованны два серфинга. Первые участники обеих команд ложатся на серфинг, гребут к противоположной стороне бассейна, дотрагиваются до стены, возвращаются обратно и передают эстафету следующему.

3. "Баскетбол на серфинге". Игра не командная. Человек встает на серфинг, который находится в бассейне, метрах в трех от края. На краю стоит ведро. Задача игрока - закинуть мяч в ведро, на это дается 3 попытки.

4. "Ныряние за ложками". Игра тоже не командная. В бассейн кидаются определенное количество ложек, и задача игрока за один нырок собрать как можно больше.

5. Еще одна "эстафета". Две команды. Участники, по одному от команды одновременно плывут до противоположной стороны бассейна и обратно. Но плавание осложняется тем, что во рту у игроков находится ложка с пинг-понговым мячиком в ней. И терять этот атрибут нельзя.

6. Следующая игра не требует физической нагрузки. Участвуют две команды. Первые участники прыгают в бассейн с завязанными глазами. Ведущий кидает в воду теннисный мячик, и они, при помощи указаний своей команды /прямо, лево, право/ должны его найти. Чей представитель нашел, та команда и получает очко. И так все участники по очереди. В конце, какая команда набрала в сумме больше очков, та и победила.

7. "Теннис". Участвуют две команды, по одному представителю от каждой отправляют на противоположный край бассейна, им дают по ведру в руки. Участники команд по очереди при помощи теннисной ракетки пытаются перекинуть мячик через бассейн и попасть в ведро. У каждого игрока, три попытки. Чья команда в сумме набирает большее количество очков, та и победила.

8. Еще одна, игра с серфингом, не командная. Два серфинга связываются недлинной веревкой. На каждый серфинг ложатся по одному участнику, и по команде начинают грести в разные стороны. Суть - кто кого перетянет, на свою сторону. Игра проходит в виде соревнования /1/4 финала, полуфинал, финал/. В конце выявляются 2 победителя - среди мужчин и среди женщин.

9. "Перетягивание каната". Две команды стоят на противоположных сторонах бассейна и по команде начинают перетягивать канат. Задача команды "стянуть" другую в бассейн.

10. "Полотенце". Две команды, атрибуты - ведро и полотенце у каждой команды. Участники выстраиваются в две шеренги один за другим, в конце ставится ведро. Первые участники мочат полотенце в бассейне и через ноги передают по шеренге, последний выжимает его в ведро. Цель - за определенное время набрать больше воды.

11. "Волейбол с водными шарами". Две команды стоят по обе стороны натянутой сетки. Вместо мяча дается воздушный шарик, наполненный водой. Задача команды не лопнуть шар на своей стороне и кинуть его так, чтобы у противников это произошло. Используется 15-20 шаров. Чья команда больше забивает, та и побеждает.

12. "Водное поло". Проводится при непосредственном участии анимации - команда аниматоров против команды гостей. При чем анимации обычно человек 10, а гостей может быть 20-25. Правила, как и в обычном поло, но только гости не могут трогать анимацию, а той в свою очередь

позволено все - топить, не давать плыть и т.п.

Это перечень наиболее интересных игр, который постоянно пополняется. По окончании игры у бассейна исполняется клубный танец. Далее у анимации свободное время.

14.30 – Микадо. Игра не командная, атрибуты - длинные /около 1 метра/ тонкие палки. Ведущий бросает их в одну кучу так, чтобы они лежали друг на друге. Задача участника поднимать по одной так, чтобы другие не пошевелились. Игра проходит в 3-4 тура. Кто в сумме набрал больше палок, тот и победил.

15.00 - Коктейль игра. По масштабу примерно такая же, как игра у бассейна, но только немного потише, и не командная. Тоже есть своя отдельная программа.

1. "Рефлекс". Ведущий держит горизонтально палку. Задача участника, поймать ее, когда тот отпустит. Дается 3 попытки.

2. "Хулохоп". Кто накрутит обручем за 1 минуту большее количество оборотов.

3. "Верблюд". Каждый участник берет в рот по кусочку льда. Задача - плюнуть его как можно дальше.

4. "Мяч в ведре". С помощью столба натягивается веревка, которую участник держит в двух руках. Под другим концом веревки стоит ведро. Задача - прокатить по веревке мяч /футбольный/ и уронить его в ведро.

5. "Мячик в чашке". Участник держит в руке чашку, перевернутую вверх, дном, на которое кладется пинг-понговый мячик. Задача - перевернув чашку поймать в нее мячик. Дается 3 попытки,

6. Игрок держит в руке коробку из-под теннисных мячей. Ведущий кидает их, ударяя о землю. Задача - поймать максимальное количество мячей /4/ в коробку.

7. На столе ставятся стаканы разной формы с бумажками-заданиями. Участник должен с определенного расстояния попасть пинг-понговым мячиком в любой из них. Попад, он достает задание и выполняет его.

Это может быть "прыгнуть в бассейн", "поцеловать аниматора", "выпить стакан пива" и т. п.

15.30 - Турнир по настольному теннису.

16.00 - Водный волейбол.

16.30 - Водное поло.

17.00 - Аэробика или степ-аэробика.

17.30 - Митинг с репетицией вечернего шоу /проводится не всегда/.

В 19.00 или в 19.30, в зависимости от того, во сколько открывается ресторан, начинается энтренс. Гостей еще раз приглашают на шоу.

21.00 - Детская дискотека. Состоит из 6-8 песен с несложными повторяющимися движениями.

22.00 - Шоу. Вначале шоу на сцену выходят два ведущих, как правило, один из них - шеф. Говорится небольшое приветствие присутствующих на. 4-5 языках, после чего начинается само шоу. Программа шоу расписывается на две недели.

1 понедельник. "Скетч шоу". Юмористические сценки, инсценировки анекдотов. В среднем 5-6 номеров.

1 вторник. "Мисс отеля". Из четырех участниц-гостей при помощи жюри выбирается лучшая дама отеля. Предлагается 5-6 конкурсов.

1. Спеть под фонограмму.

2. Нарисовать с закрытыми глазами слона.

3. Показать под музыку 5 сексуальных позиций на, стуле.

4. Исполнить танец живота.

5. Поменять ребенку /эту роль выполняет жюри/ подгузник - кусок простыни на время.

6. Приготовить майонез.

По окончании конкурсов подводятся итог и оглашается лучшая дама, которой анимация вручает призы - бутылка шампанского, бесплатное фото с анимационной командой, бесплатный массаж в спортивном центре отеля.

1 среда. "Бинго". То же самое, что и лотерея. Билеты платные и продаются анимацией во время энтренса и перед шоу. Проводится бинго каждую неделю.

1 четверг. "Отрывки из мюзиклов". Это танцевально-музыкальное шоу. Используются отрывки из известных мюзиклов - "Фантом", "Кошки", "Мисс Сайгон" и другие, Обычно 5-6 номеров.

1 пятница. "Русское ревю. Приглашается, профессиональная танцевальная группа.

1 суббота. "Скетч шоу с участием гостей". Юмористические сценки, требующие большого количества участников /до 10 человек/. Для участия приглашаются гости. Обычно 5-6 номеров.

1 воскресенье. "Турецкая ночь". Приглашается турецкая фольклорная группа, приезжающая каждую неделю.

2 понедельник. "Танцевальное шоу". Используются отрывки из знаменитых танцевальных шоу с не очень сложной хореографией. Это "Грис", "Копа Копана" и другие. А если в команде есть свой хореограф, то придумываются собственные постановки.

2 вторник. "Мистер отеля". Из четырех участников выбирается лучший мужчина отеля. Так же предлагается 5-6 конкурсов.

1. Отжаться от пола определенное количество раз за определенное время.

2. Показать под музыку стриптиз и 3 позиции бодибилдинга.

3. Почистить на скорость картошку.

4. Исполнить балетный танец.

5. Спеть любимую песню, сначала нормально, а потом с пинг-понговым мячиком во рту.

6. Собрать из зала как можно больше обуви, штанов и маек. Подводятся итог, оглашается победитель, вручаются призы.

2 среда. "Бинго".

2 четверг. "Детское шоу". - Это шоу с участием детей организовывается мини клубом. Включает в себя около 10-ти музыкальных и

танцевальных номеров.

2 пятница. "Цирк". Приглашается профессиональная группа.

2 суббота. "Лучшая пара отеля". Из четырех пар участников выбирается лучшая семейная пара. Так же 5-6 конкурсов.

Кто из мужчин простоит дольше, держа свою даму на руках.

"Мумия". Дама обматывает мужчину туалетной бумагой. На этот конкурс отводится 2-3 минуты.

"Признание в любви". Пара признается друг другу в любви на языке кошек, собак, птичек, коров.

"Апельсин". Дама садится на стул с зажатым между ног маленьким ведерком. Мужчина из другого конца сцены должен перенести апельсин, зажав его между ног и положить в ведерко. Руки при этом у мужчины должны находиться за спиной.

"Шары". Пара должна на время лопнуть три воздушных шарика тремя способами: 1-прижимаясь друг к другу грудью, 2-спинами, 3-мужчина сидит на стуле, дама прыгает ему на колени.

"Переодевание". Накрывшись простыней, пара должна за две минуты поменяться одеждой.

Подводится итог, оглашается лучшая пара, вручаются призы.

2 воскресенье. "Турецкая ночь".

По окончании шоу все вместе танцуют клубный танец, после чего начинается дискотека, по ее завершении аниматоры могут быть свободны.

Программа мини клуба.

10.00 - Разукрашивание книжек.

10.30 - Детский дартс.

11.00 - Детская игра, у бассейна. Проводится в детском бассейне.

Также есть своя отдельная программа, рассчитанная на неделю.

Понедельник. "Эстафета" /с ложкой во рту/.

Вторник. "Нырание за ложками".

Среда. "Полотенце" /правила те же, что и во взрослой игре/.

Четверг. "Перетягивание каната". Команды стоят не по краям, а в самом бассейне.

Пятница. Собирается пинг-понговых мячиков в бассейне с завязанными глазами.

Суббота. "Баскетбол". Ребенок стоит в бассейне и бросает мяч в ведро, стоящее на его краю.

Воскресенье. Еще одна "эстафета". Две команды стоят на одной стороне бассейна, на противоположной - 2 палки с равным количеством привязанных к ним воздушных шариков. Задача участников доплыть до шаров, лопнуть один, вернуться обратно и передать эстафету другому. Выигрывает та команда, которая быстрее лопнет все шары. Чтобы игра проходила веселее, две команды можно разделить, повязав им повязки разных цветов, или написав краской на теле название команды. Так как дети очень любят водные игры, то это мероприятие, может длиться 30-45 минут. После игры мини клуб закрывается до 14.30.

14.30 - Лепка из пластилина.
15.00 - Детский боулинг на траве.
15.30 - Рисование красками.
16.00 - Собираание пазлов.
16.30 - Раскрашивание лиц.
В 17.30 мини клуб закрывается.
В 22.00 в амфитеатре проводится детская дискотека.

Глава 6. Детская анимация в гостиницах

В курортных гостиницах детям должно уделяться большое внимание, поскольку счастливый ребенок приносит счастье своим родителям, а значит повышает эффект от предоставленной услуги втрое. Для организации детской анимационной деятельности используют как материальную базу для взрослой анимации, так и специальные сооружения, помещения и оборудование для детей.

Цель аниматоров мини-клуба: максимально интересно занять детей, чтобы дать возможность родителям отдыхать спокойно, не заботясь беспрестанно о детях, их местонахождении и безопасности.

Работа аниматоров в мини-клубах имеет свою специфику. Прежде всего, в мини-клубе должны работать аниматоры-профессионалы, имеющие специальную педагогическую подготовку и, по возможности, опыт работы с детьми. Кроме того, желательно, чтобы перед началом работы в мини-клубе аниматоры прошли курс практической анимации и обязательный инструктаж по технике безопасности. Работа по обучению аниматоров (планирование работы, репетиции, подготовка костюмов, разработка праздников, анализ проведенных мероприятий и пр.) и совершенствованию их работы должна продолжаться в течение всего периода работы в мини-клубе.

Аниматоры должны быть, по природе, людьми добрыми, чуткими, общительными и внимательными. Аниматоры должны уметь решать межличностные конфликты детей, направлять их деятельность, заинтересовывать, увлекать. Аниматор должен обеспечить каждому члену детской группы возможность для активного участия во всех делах, постоянно меняя состав участников и распределение ролей в детских группах.

Для родителей, отдающих своих детей аниматорам, самым важным фактором является обеспечение их безопасности, поэтому важно, чтобы аниматоры были внимательны, предупредительны, а при необходимости, могли оказать ребенку первую медицинскую помощь.

Для того чтобы родители и дети были информированы о работе мини-клуба, необходимо проводить красочные рекламные мероприятия в начале каждой недели отдыха в виде анонса, а затем ежедневно более подробно. Можно провести экскурсию для детей и их родителей по мини-клубу. Важно, чтобы информация давалась на родном языке отдыхающих или языке им понятном.

Анимация в гостиничном мини-клубе должна отличаться от развлечений детей в школе или детском саду своей праздничностью, красочностью, эффектностью, чтобы запоминалась детьми надолго, поэтому важно подбирать интересные игры, развлечения, конкурсы; часто менять их. Необходимо продумывать альтернативные мероприятия на случай плохой погоды или каких-либо других непредвиденных обстоятельств. Программы для детей должны быть дифференцированы по возрастам:

- программы для детей от 3 до 6 лет,
- программы для детей от 6 до 9 лет,
- программы для детей от 9 до 12 лет.

Программы должны составляться с учетом особенностей детей данного возраста, поэтому составим краткую характеристику возрастных особенностей.

Дети младшего возраста: любознательны, подвижны, активны, но быстро утомляются, поэтому необходима быстрая смена деятельности. У детей этого возраста велик авторитет старших, они пытаются во всем подражать взрослым, с удовольствием играют, рисуют, лепят, барахтаются в воде. Однако надо помнить, что за детьми этого возраста надо следить очень внимательно, поскольку они быстро переутомляются, перегреваются и переохлаждаются, еще мало что знают и умеют. Особенно внимательно следить надо за играми на воде.

Дети среднего возраста: отличаются повышенной возбудимостью, эмоциональностью и даже конфликтностью. Они легко увлекаются игрой, соревнованием, творческим делом. Однако важно удержать этот интерес за счет ярких мероприятий, интересных дел.

Дети подросткового возраста: эта группа одновременно более интересная и сложная. В этом возрасте начинается половое созревание, идет перестройка всего организма. Дети-подростки нуждаются в деятельности, чтобы израсходовать свою неумемную энергию. Однако часто предложения старших воспринимают скептически, поэтому увлечь их гораздо труднее. Зато они с удовольствием танцуют на дискотеках, общаются со сверстниками, участвуют в конкурсах красоты и других «взрослых забавах». Подростков можно и нужно включать в разработку мероприятий, подготовку и проведение игр и соревнований, доверяя им роль лидеров.

Таблица

Примерная программа гостиничного мини-клуба на 2 недели

1 неделя 1 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Пикник на природе Мастерская «Умелые	игры в бассейне	водные лыжи

	руки»		
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Метание стрел
14.00	Конкурс загадок или викторина	Пляжные игры	Катание на банане
15.00	Пикник	Турнир по теннису	Стрельба из лука
16.00	Детская аэробика	Настольные игры	Игры в бассейне
17.00	Коктейль-игры	Игры в мяч: футбол, водное поло, баскетбол, боулинг, мини-гольф	Теннис
18.30	Детский ужин		Настольные игры
19.00	Детское видео		
20.00	Детская дискотека	Встреча участников заключительного мероприятия, распределение ролей	

1 неделя 2 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Мастерская «Умелые руки»	Детская аэробика	водное поло
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Пешие прогулки (20 минут)
14.00	Олимпийские игры	Олимпийские игры	Катание на банане / горном велосипеде
15.00	Полдник	Теннис	Теннис
16.00	Детская аэробика	Волейбол	Олимпийские игры
17.00	Коктейль-игры	Настольный теннис	Игры в мяч
18.30	Детский ужин	Подготовка к шоу	
19.00	Детское видео		
20.00	Детская дискотека		

1 неделя 3 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Мастерская «Умелые руки»: мозаика	Метание стрел	Водные лыжи
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Занятия по желанию
14.00	Веселые игры	Водное поло	Катание на банане
15.00	Полдник	Теннис	Стрельба из лука
16.00	Детская аэробика	Настольные командные игры	Игры в бассейне
17.00	Коктейль-игры	Игры в мяч	Метание стрел
18.30	Детский ужин	Подготовка к шоу	
19.00	Детское видео		

20.00	Детская дискотека	
-------	-------------------	--

1 неделя 4 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Водная гимнастика	Детская аэробика	Водное поло
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Пешие прогулки, экскурсии
14.00	Олимпийские игры	Теннис	Катание на банане
15.00	Полдник	Настольные командные игры	Стрельба из лука
16.00	Детская аэробика	Волейбол	Игры в бассейне
17.00	Коктейль-игры	Мастерская «Умелые руки»	Игры в мяч
18.30	Детский ужин	21.00 Встреча участников детского шоу	
19.00	Детское видео	21.30 Детское шоу	
20.00	Детская дискотека	22.30 Детский праздник на дискотеке	

1 неделя 5 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Мастерская «Умелые руки»	Занятия по желанию	Водные лыжи
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Метание стрел
14.00	Рисование портретов	Водное поло	Катание на банане
15.00	Карнавал	Карнавал	Стрельба из лука
16.00	Детская аэробика	настольная командная игра	Игры в бассейне
17.00	Коктейль-игры	Игры в мяч	настольная командная игра
18.30	Детский ужин		
19.00	Детское видео		
20.00	Детская дискотека		

1 неделя 6 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
-------	---------	---------	------------------

10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Игры в бассейне в бассейне	Мастерская «Умелые руки»	Турнир по водному поло
11.00	Катание на банане	Катание на банане	
14.00	Час сказок	Ралли «Загадки»	Катание на банане/горном велосипеде
15.00	Надувные шары	Водное поло	Пляжный волейбол
16.00	Детская аэробика	Турнир по настольным играм	Игры в бассейне
17.00	Коктейль-игры	Настольные игры	Игры в мяч
18.30	Детский ужин		
19.00	Детское видео		
20.00	Детская дискотека		

2 неделя 1 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Мастерская «Умелые руки»	Игры в бассейне	Водные лыжи
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Метание стрел
14.00	Игры в бассейне	Игры на пляже	Катание на банане
15.00	Настольные игры	турнир	Стрельба из лука
16.00	Детская аэробика	настольная командная игра	Игры в бассейне
17.00	Коктейль-игры	Игры в мяч (футбол, баскетбол, водное поло)	Турнир по настольному теннису
18.30	Детский ужин		
19.00	Детское видео		
20.00	Детская дискотека		

2 неделя 2 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Тематический день: цирк. Мастерская «Умелые руки»: костюмы	Детская аэробика	Водное поло
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Пешие прогулки (20 мин.)
14.00	Рисование портретов	Волейбол	Катание на банане/горном велосипеде
15.00	Клоунада (приходить с трюками)	Занятия по желанию	Пляжный волейбол
16.00	Цирковое представление		каное
17.00	Коктейль-игры	Настольный теннис	Игры в мяч
18.30	Детский ужин	Тематический день ЦИРК проводится в день циркового шоу	
19.00	Детское видео		
20.00	Детская дискотека		

2 неделя 3 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Тематический день: футбол. Мастерская «Умелые руки»: футболки	Метание стрел	Водные лыжи
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Занятия по желанию
14.00	Игры в мяч на ловкость	Водное поло	Катание на банане
15.00	Матч по мини-футболу	Теннис	Стрельба из лука
16.00	Детская аэробика	настольная командная игра	Игры в бассейне в бассейне
17.00	Коктейль-игры	Игры в мяч	Метание стрел
18.30	Детский ужин		

19.00	Детское видео	
20.00	Детская дискотека	

2 неделя 4 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Водная гимнастика	Детская аэробика	Водное поло
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Пешая прогулка (20 мин.)
14.00	Мастерская «Умелые руки»: соленое тесто	Мастерская «Умелые руки»: соленое тесто	Катание на банане/горном велосипеде
15.00		Теннис	Пляжный волейбол
16.00	Детская аэробика	Веселые соревнования	Игры в бассейне
17.00	Коктейль-игры	Теннис или в мяч	Игры в мяч
18.30	Детский ужин		
19.00	Детское видео		
20.00	Детская дискотека		

2 неделя 5 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Мастерская «Умелые руки»: раскрашивание соленого теста	Мастерская «Умелые руки»: раскрашивание соленого теста	Водные лыжи
11.00	Катание на банане	Катание на банане	Метание стрел
14.00	Рисование портретов	Водное поло	Катание на банане
15.00	Карнавал	Карнавал	Стрельба из лука
16.00	Детская аэробика	настольная командная игра	Игры в бассейне в бассейне
17.00	Коктейль-игры	Игры в мяч	Соревнования
18.30	Детский ужин		
19.00	Детское видео		
20.00	Детская дискотека		

2 неделя 6 день

Время	3-6 лет	6-9 лет	9-13 (до 15) лет
10.00	Информация	Информация	Информация
10.15	Водная гимнастика	Игры в бассейне в бассейне	Соревнования по водному поло
11.00	Катание на банане	Катание на банане	
14.00	Мастерская «Умелые руки»	Надувной мяч	Катание на банане/горном велосипеде
15.00	Игры на пляже, соревнования	Водное поло	Пляжный волейбол
16.00	Детская аэробика	Соревнования	Каное
17.00	Коктейль-игры	Настольные игры	Игры в мяч или теннис
18.30	Детский ужин		
19.00	Детское видео		
20.00	Детская дискотека		

Поскольку большое значение в детской анимации занимают тематические дни и подготовка к ним, остановимся на них подробнее.

1. Тематический день «Черепашки»

Первая половина дня

Мастерская «Умелые руки»: *поделки из соленого теста.*

Дети лепят из соленого теста маленьких черепах в виде кулонов и брелков. Перед обжигом в печи можно сделать отверстие для брелка или вылепить фигурку черепахи.

Уголок творчества (для детей старшего возраста): *рисунки черепах на футболках или козырьках.*

Вторая половина дня

Изготовление цепочек с кулонами в виде черепах;

Веселые игры. Тематика: черепахи

Черепашьи гонки

2 или более детей встают напротив друг друга. К стульям привязывают шерстяной ниткой не менее двух черепах из бумаги. По команде «старт» дети начинают дергать за нитку и тянуть черепах к финишу. Выигрывает тот, чья черепаха первой пересечет финишную линию.

Игра в препятствия «Поиск черепашьих яиц»

Проводится в мини-клубе: на территории мини-клуба прячут черепашьи яйца – разрисованные камешки. По команде дети начинают искать «яйца», но для этого им надо преодолеть несколько препятствий, например: перелезть через стул, под столом и только затем можно попасть в мини-клуб. Кто нашел одно или несколько «яиц», быстро бежит назад и кладет свои «яйца» в гнездо. Побеждает тот, кто быстрее соберет все яйца.

Проводится на пляже: яйца зарывают в специально отведенном месте пляжа. По команде дети бегут через препятствия к месту, где зарыты яйца и начинают их искать. Побеждает тот, кто отроет больше яиц.

Игры можно сфотографировать и сделать фотоальбом с подписями, посвященный этому событию. Альбом красиво оформить. Этот альбом-фотохроника может служить долгие годы. Его можно показывать детям, которые приедут на следующий год. Этот альбом следует хранить на самом красивом месте.

2. Тематический день «Шао Линь»

Проводится только в турецких (2 раза в сезон) и тунисских (3 раза в сезон) мини-клубах.

Первая половина дня

а) Мастерская «Умелые руки»: китайские шапочки. Из картона вырезается круг, раскрашивается. После этого до середины круга делают разрез, круг складывают в шапку и скрепляют. Затем прикрепляются 2 шерстяные нитки.

Вторая половина дня: посещение Tai-Chi, уроки Qui Gong

3. Тематический день «Закладка сада»

Первая половина дня

Мастерская «Умелые руки»: цветочные карточки.

Каждый ребенок подбирает цвет и форму для своего цветка (подготовлены заранее). Затем цветок вырезают и раскрашивают, украшают аппликациями из цветной бумагой и закатывают в прозрачную пленку. Перед ламинированием на карточке следует написать имя ребенка и дату, затем прикрепить веревку. После обеда эти этикетки прикрепляются к уже посаженным растениям. Этикетки следует хорошо заламинировать, чтобы надписи сохранились до следующего года и можно было прочесть, кто какое растение посадил. Значение этого дня состоит в том, что дети приедут на следующий год и скажут: «Это дерево посадил я».

Вторая половина дня

- рассказываем истории
- дети получают маленькие садовые лопатки и цветочные этикетки со своими именами. Затем все идут к месту, которое отвел садовник.
- каждый ребенок получает саженец
- дети выкапывают ямки, сажают саженцы, засыпают их землей и поливают
- прикрепляют к саженцу этикетку
- фотографирование.

Рекомендации: Желательно, чтобы дети перед посадкой саженцев надели фартучки рассказать детям о том, как нужно обращаться с саженцами в качестве помощника пригласить 1 садовника, взять большую лейку пригласить фотографа

4. Тематический день «Мозаика»

Первая половина дня

- сбор камней (не очень больших, различного цвета);
- раскраска камней;
- если есть возможность, то можно собирать ракушки и затем использовать их при составлении мозаики.

Вторая половина дня

- каждый ребенок получает свою рамку. Эта рамка (деревянная) заполняется цементом или аналогичным материалом. После этого дети укладывают раскрашенные камешки в цемент. Дети старшего возраста могут самостоятельно выложить узор. После этого мозаика должна высохнуть. (Рамка должна оставаться закрытой и лежать на земле).
- каждый ребенок укладывает свои камешки сразу в общую большую раму.

Рекомендации: Большая рама подготавливается заранее. Ее используют в течение 2-3 лет. Для нее следует найти особое место. В первом случае дети участвуют при цементировании маленьких рамок. Во втором случае камни укладываются сразу. Результат тот же, что и при закладке сада. Когда дети приезжают на следующий год, они смогут сказать: «Это сделал я!»

5. Тематический день «Олимпиада»

Это мероприятие проводится 2 раза в неделю (каждые 2 недели). В конце недели победители из 3-х групп получают золотые медали.

Первая половина дня

Мастерская «Умелые руки»: медали для победителей имеют круглую форму и вырезаются из белого картона. Затем их раскрашивают и по внутреннему краю наклеивают бахрому. Из цветной бумаги вырезают цветок и наклеивают на разрисованную сторону медали. Из цветной шерсти делают цепочку. Цветным маркером ставят «номер места». Размер медали должен быть не меньше чем картонная подставка под пивные кружки.

Вторая половина дня

Олимпийские игры

Виды соревнований можно отбирать по следующим критериям:

- олимпийские игры в бассейне;
- олимпиада в мини-клубе;
- в зависимости от численности группы;

Лучше всего проводить соревнования с личным зачетом. Соревнования должны проводиться с секундомером. Показатели времени заносятся в

паспорт олимпийских игр. Золотую медаль завоюет тот, кто по завершению двух олимпиад будет иметь самое лучшее суммарное время.

6. Тематический день «Пикник»

Первая половина дня

Мастерская «Умелые руки»: веселая лампа из соломки. Вырезаются бабочки (по 2 для каждой лампы). Лампы готовятся заранее. Лампы раскрашивают и наклеивают аппликации. В заключении лампа из соломки крепится между двух бабочек. Лампы из соломки берут с собой на пикник, который проводится в этот же день после обеда.

Вторая половина дня

Пикник проводится на территории клуба.

- Можно объединить с ралли «загадки». В конце ралли находится место, где проводится пикник.
- Преследование продолжается до самого места проведения пикника; одна группа преследует другую по стрелкам.
- Пикник устраивается с фруктами, сэндвичами, соком.

Некоторые детские анимационные мероприятия целесообразно проводить вместе с родителями. Например, неплохо по окончании отдыха показать родителям, чему научились дети за время отдыха – устроить концерт, конкурс, шоу или другое заключительное мероприятие. Такое мероприятие можно снять на фото- и видеопленку и вручить в качестве призов или подарков родителям.

Чтобы детям было интереснее и веселее, ведущие могут переодеваться в костюмы клоунов, пиратов, индейцев и т. п. Так же аниматоры мини клуба занимаются подготовкой и проведением детских шоу. Репетиции начинаются за неделю. Главное - задействовать всех желающих, но навязывать детям что-то, если они этого не хотят нельзя. Многие дети дома занимаются в танцевальных, спортивных, музыкальных кружках и имеют готовые номера. Это облегчает работу аниматоров. Тем детям, у которых нет специальной подготовки, предлагаются готовые танцы с легкими движениями. Так же дети очень охотно исполняют песни под фонограмму, пародируя знаменитых певцов. В конце шоу на сцену приглашают всех детей, и они вместе с анимацией исполняют клубный танец, после чего им вручают большой торт.

Подготовка к заключительному анимационному мероприятию требует много времени, сил, энергии, но зато и отдача от него большая, поскольку родители с огромным удовольствием наблюдают за выступлениями своих чад: повзрослевших, загоровших, научившихся играть на сцене, танцевать или освоивших какие-либо другие умения и навыки. Родители всегда будут довольны проведенным отдыхом, если он в первую очередь понравился ребенку.

Дети тоже получают дополнительную мотивацию, узнав, что им доверят тоже выступать на сцене, как настоящим артистам в красивых

костюмах или они будут соревноваться и смогут показать свои умения, после чего будут вознаграждены отличными подарками, призами и симпатией зрителей.

Глава 7. Игровой бизнес в туристской анимационной деятельности

Многие гостиничные и туристские комплексы предлагают своим клиентам в качестве дополнительных услуг возможность отдохнуть в игровых заведениях, являющихся чаще всего их структурными подразделениями. Сегодня игровой бизнес считается одним из самых перспективных направлений развития гостиничной анимационной деятельности, т.к.:

- приносит солидный доход гостиничному предприятию;
- обеспечивает круглогодичной работой сотрудников комплекса, как непосредственно работников казино, так и баров, ресторанов их обслуживающих;
- дает возможность современного цивилизованного отдыха клиентам.

Таким образом, можно с уверенностью прогнозировать дальнейший рост игрового бизнеса и утверждать, что бизнес этот перспективен. Для того чтобы внести в игровой бизнес качественные изменения, необходимо поднять профессиональный, культурный, технический уровни. Процесс усовершенствования касается буквально всех его сторон:

- Усовершенствования правовой базы, регламентирующей игровой бизнес, поскольку та правовая база, которая существует на сегодняшний день не охватывает весь необходимый круг вопросов и проблем игрового бизнеса. Особенно много недоработок в местных законодательствах, которые нередко противоречат федеральному.
- Усовершенствования финансовой деятельности и налогообложение: обретение игровыми заведениями финансовой самостоятельности для возможности вложения прибыли в расширенное воспроизводство, более современное оборудование, программное обеспечение; разработка новой системы налогообложения, которое позволит развиваться этому виду бизнеса во благо общества.
- Усовершенствования материальной базы: строительства специально спланированных и оборудованных помещений для занятий игровым бизнесом; организация отечественного производства современного игрового оборудования хорошего качества с целью его удешевления; разработка новых типов игровых автоматов и программного обеспечения игрового бизнеса.
- Усовершенствования внутренней структуры управления игровыми заведениями с целью обеспечения четкой и оперативной работы игровых заведений.
- Подготовки квалифицированных кадров: разработка единой системы профессионального обучения и единого требования к представителям специальностей, связанных с игровым бизнесом; введения новых специальностей в вузах и образовательных заведениях среднего звена; обеспечение учебного процесса соответствующей литературой и преподавательским составом.

Когда эти усовершенствования будут сделаны, в этой сфере начнет действовать настоящая конкурентная борьба, которая позволит удешевить услуги игорных заведений, заставит разрабатывать программы для людей разного уровня достатка и превратить их в настоящие досуговые центры, где каждый найдет себе занятие по вкусу.

Уже сейчас на российский рынок выходят все новые предприятия игорного бизнеса и каждое из этих предприятий, привлекая к себе клиентов, старается разнообразить свои программы, создать соответствующий стиль и атмосферу заведения. Казино, ночные клубы являются культурно–развлекательными центрами с хорошим уровнем обслуживания. Остановимся подробнее на основных понятиях, используемых в игорном бизнесе.

7.1. Основные понятия в игорном бизнесе

Часто встречающиеся последние годы термины: «игорный бизнес», «игорное дело», «игорный дом» и другие связанные с этой отраслью термины оказалось не так легко найти в словарях, поскольку раньше о них не принято было говорить, тем более описывать в литературе. Литература, освещающая проблемы игорного бизнеса, стала появляться совсем недавно. Наиболее полное толкование данных терминов дается в книге Павлюковой Т.С. «Бизнес казино. Крупье». *Игорный бизнес* трактуется автором данного пособия как «легальный способ зарабатывать деньги путем эксплуатации феномена игры»¹ (Рис. 7.1.)

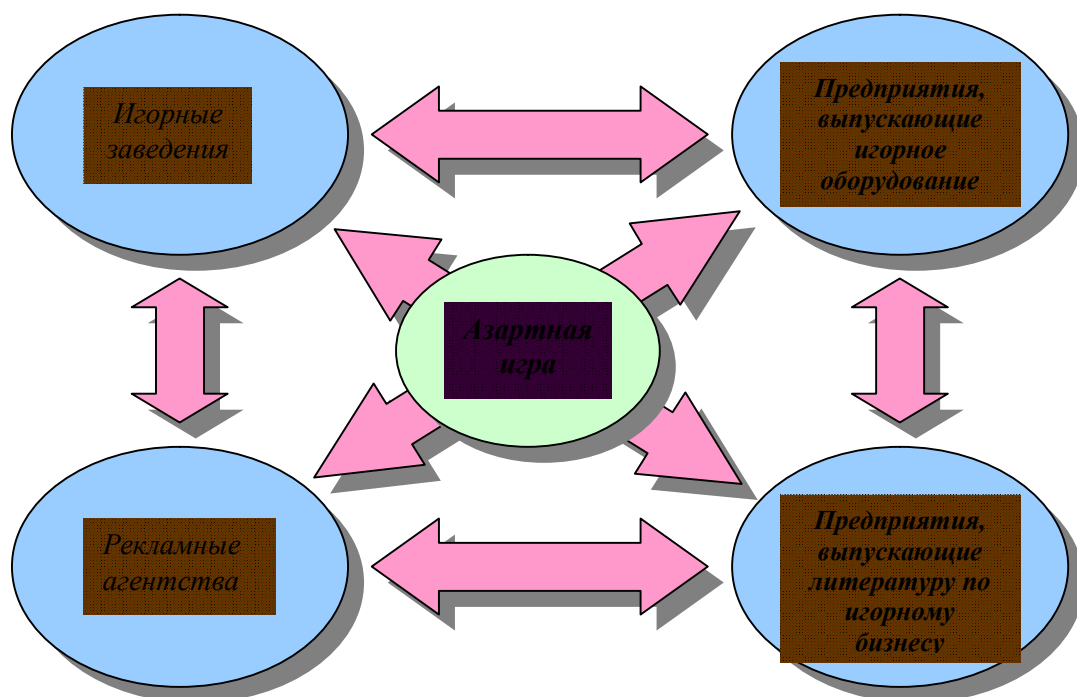


Рис. 7.1. Игорный бизнес

¹ Павлюкова Т.- Бизнес казино. Крупье. Ростов–на–Дону: "Феникс" – 2000 г. - С. 200

К игорному бизнесу относят:

- игорные заведения: игорные дома, казино, клубы, залы с игровыми автоматами;
- предприятия по выпуску оборудования и аксессуаров для игорного бизнеса;
- издательства, выпускающие книжную продукцию для игорного бизнеса.

Игорные заведения – это специальные заведения, где организованы игры в карты, рулетку и другие, как правило, азартные игры.

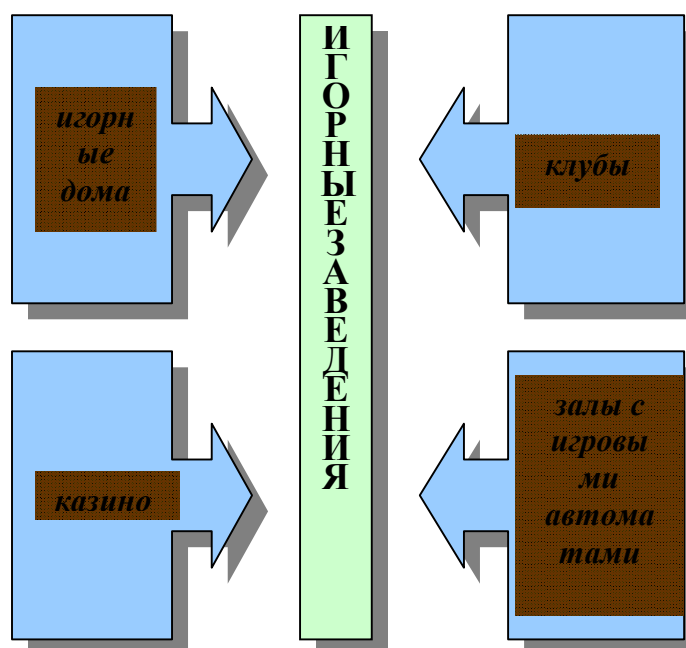


Рис. 7.2. Игорные заведения

Игра – основа игорного бизнеса. Понятие «игра» трактуется в разных словарях по-разному. Педагогическая энциклопедия дает следующее определение: «игра – один из видов деятельности человека и животных»².

Вопрос о механизме и силе воздействия игр на человека до сих пор не до конца изучен, хотя исследований на эту тему достаточно много. Этим вопросом интересуются многие философы, педагоги, психологи, медики.

Одни из них считают игру обучающим фактором, неким тренингом, позволяющим адаптироваться в сложной ситуации, подготовиться к будущим испытаниям, другие видят в игре, деятельность, совершаемую ради получения удовольствия, удовлетворения каких-либо желаний или потребностей (например, потребности в интеллектуальном или физическом развитии, желание быть первым и пр.)

² Педагогическая энциклопедия. Гл. ред. – А.И. Каиров и Н.Ф. Петров. Т. 2. – М.: «Советская энциклопедия», 1965. – С. 138.

Однако почти все ученые, исследовавшие феномен игры приходили к мнению о том, что игра занимает важное место в жизни человека на всех ее этапах и чаще всего выполняет полезную функцию, будь то тренинг или активное времяпровождение с целью отдыха или разрядки.

Во время игры происходит быстрая смена ситуаций, возникает заинтересованность и азарт. Понятие *азартная игра* имеет давнюю историю. В прежние времена азартные игры называли роковыми, поскольку многие люди, увлеченные игрой, оставляли в казино целые состояния. Энциклопедический словарь трактует «азарт» как сильное увлечение³.

Таким образом, *азартная игра* – это особый вид игр, вызывающий сильное увлечение, как правило, связанное с материальной заинтересованностью. Многих людей в азартных играх привлекает возможность тренировки умственных способностей, развития внимания, специфических навыков и умений.

Среди азартных игр часто выделяют три группы *в зависимости выигрыша и проигрыша от случайности*: азартные, коммерческие и престижные.

Азартные игры – игры, в которых выигрыш, в основном, зависит от случая, совпадения, а не от умения или интеллектуальных способностей игрока, не случайно завсегдатаи игорных домов очень суеверны.

Коммерческие или интеллектуальные игры, такие как бридж или преферанс – это игры, в которых выигрыш зависит в большей степени от опыта, умений и интеллектуальных способностей игрока и в меньшей – от везения.

Престижными считаются игры, в которых результат зависит только от мастерства и интеллектуальных или физических способностей игрока (шахматы, шашки и спортивные игры).

В современных казино предлагается чаще всего стандартный набор азартных игр: рулетка, покер и Блэк Джек, каждая из них имеет свои разновидности:

- Рулетка: американская, русская, французская, рулетка с дополнительным полем и др.
- Карточные игры: Блэк Джек (BLACK JACK), покер и его разновидности, сека (или русский покер), баккара, макао.
- Игры в кости: крэпс, сик-бо, покер на зарах и др.

Сейчас всё большую популярность приобретают игровые автоматы, т.к. приносят казино большую выручку.

7.2. Потребители услуг игорных заведений

В последние годы круг потребителей услуг игорных заведений значительно расширился. Посетителями игорных заведений становятся не только "новые русские". К ним прибавились и другие категории населения,

³ Энциклопедический словарь/ гл. ред. Б.А. Введенский. – М. 1953. Т.1.– С. 32.

которые вполне готовы пожертвовать своей зарплатой ради игры. Конечно, наиболее частыми посетителями игорных заведений являются те люди, которые не мыслят себе жизни без казино, но их не так уж много. Посещают игорные заведения самые разные представители социальной лестницы:

- бизнесмены;
- популярные артисты и спортсмены и т.д.;
- интеллигенция: преподаватели, медики, юристы;
- студенты и молодежь из обеспеченных семей;
- подростки, увлекающиеся игрой на игровых автоматах.

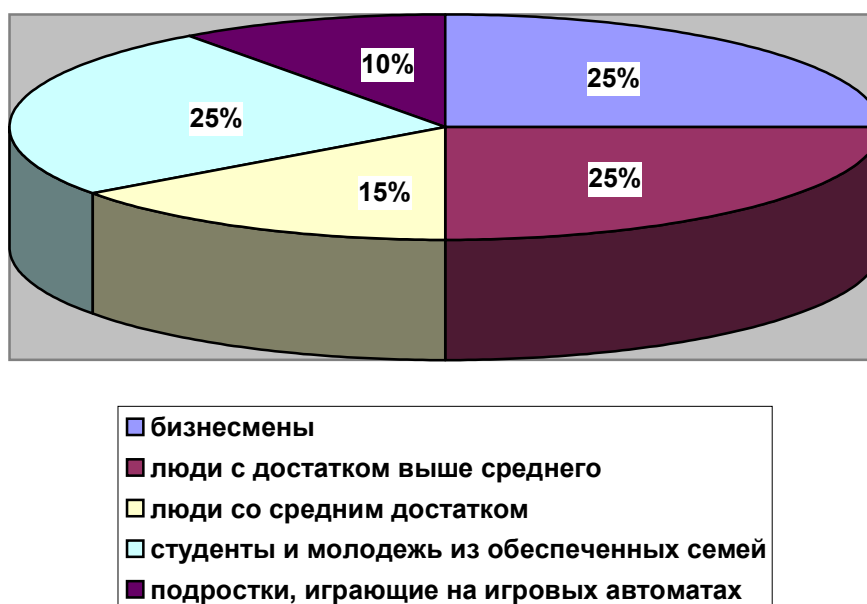


Рис. 7.3. Потребители услуг игорных заведений

В игорных заведениях можно встретить людей всяких национальностей, чаще встречаются мужчины и реже женщины в возрасте от 20 до 50 лет.

Чем лучше будет оснащено и оборудовано казино, тем большее количество клиентов оно может привлечь, поэтому далее рассмотрим необходимую для успешной работы казино материальную базу.

7.3. Материальная база казино и особенности устройства

Современные казино представляют собой культурно-развлекательные центры с обслуживанием на высоком уровне и с обеспечением безопасности клиентов. В большинстве игорных заведений для посетителей предусмотрены бесплатные напитки и закуски, музыка, шоу-программы; многие казино устраивают фуршеты для играющих.

Порядок и условия деятельности казино определяется действующим законодательством РФ, подзаконными актами министерств и ведомств,

регламентирующей деятельность досуговых центров. Деятельность казино строится на основе проведения на его территории игр с выплатой денежных выигрышей в точном соответствии с установленным для данного казино правилами игр.

Для успешного функционирования казино необходимо правильно сформировать его материальную базу, продумать имидж, дизайн, интерьер, т.е. соответствующим образом обустроить его.

Казино представляет собой стационарный (передвижной) досуговый центр конкретного типа (открытого, закрытого), являющийся структурным подразделением головной организации (предприятия) определенной организационно-правовой формы. Основными целями казино являются: предоставление услуг населению в области организации досуга на высоком профессиональном и культурном уровне, а также извлечение прибыли.

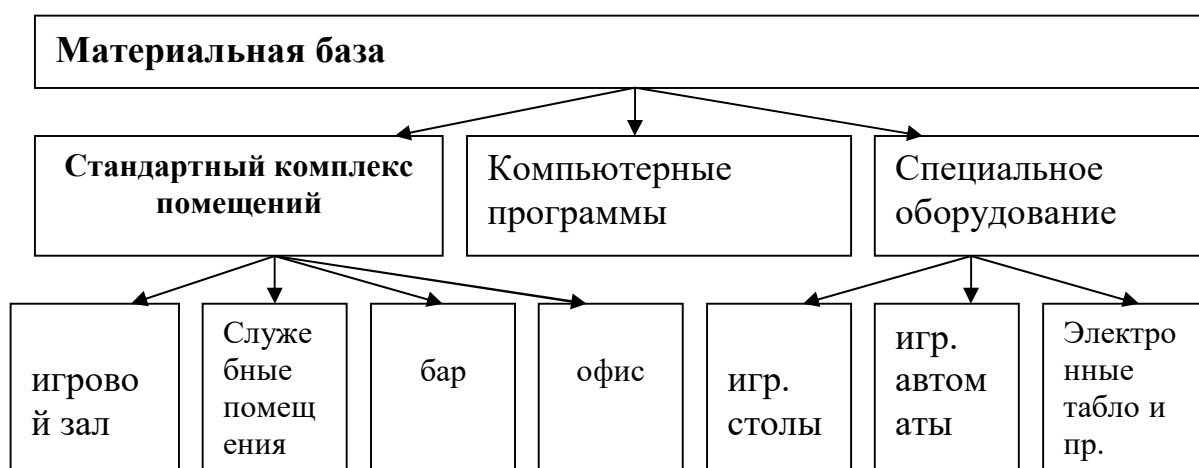


Рис. 7.4. Материальная база казино

Для работы казино необходимы следующие материальные составляющие (Рис. 7.4.):

1 Стандартный комплекс помещений с соответствующими их назначению параметрами:

- Игровой зал – специально оборудованное для ведения игр помещение, где в определенном порядке размещены игровые столы с местами для посетителей и рабочими местами для сотрудников казино. В игровом зале имеются также касса для ведения денежных расчетов с посетителями и зона отдыха посетителей. Размеры игрового зала определяются, прежде всего, количеством игровых столов из расчета 15-20 кв.м на стол для игры в Блэк Джек и 20-25 – на стол для игры в рулетку. Площадь, выделяемая для оборудования кассы, должна составлять не менее 5 кв.м. Средний размер зоны отдыха для посетителей примерно 20 кв.м. Соответственно минимальный размер игрового зала должен быть приблизительно 75-100 кв.м. На территории игрового зала или рядом должен находиться бар.

- Вспомогательные помещения: вестибюль, гардероб, санузлы, касса продажи входных билетов, пост сотрудников службы безопасности, комната отдыха для сотрудников, сейфовая комната, в которой хранится страховая сумма и документация казино, игровое оборудование.
 - Офисная часть: приемная и кабинет директора.
2. Специальное оборудование и компьютерные программы управления казино: игровые столы, стулья для игровых столов, игровые автоматы, соответствующие аксессуары (электронные табло, игровые жетоны и фишки, карты и т.д.)

Общий принцип устройства всех казино одинаковый. В каждом из них есть игровые столы, каждый из которых предназначен для конкретной игры и отличающийся от других разметкой сукна, касса и бар – это минимальный набор. При наличии средств этот набор может быть значительно расширен. Благодаря этому расширению материальной базы, количеству и качеству оказываемых услуг, дизайну, каждое казино обретает свой неповторимый облик, который привлекает клиента именно в это игорное заведение, а не в подобное рядом.

Одних посетителей больше привлекают огромные игорные заведения, рассчитанные на большой поток посетителей, других – клубные, элитные. Кто-то предпочитает классический стиль, а кого-то больше устраивает модерн. Молодежь привлекают шоу-центры: с дискотеками, концертами, выступлениями знаменитых певцов, игровыми залами, розыгрышами самых разных призов.

Все детали должны быть продуманы до мелочей: от цветовой гаммы и интерьера до разнообразия напитков и внешнего вида персонала. В зависимости от выбранного стиля заказываются игровые столы, стулья и сопутствующие аксессуары. Особенно важным является подбор и работа с персоналом, о которых пойдет речь ниже.

7.4. Менеджмент в игорном бизнесе

Подбор кадров

Подбор кадров – очень важная проблема для любой компании (огромного развлекательного центра, небольшого элитного клуба или зала игровых автоматов). Правильный подбор кадров также очень важен для создания соответствующей атмосферы.

Этот вопрос достаточно болезненный для игорных заведений, так как несмотря на то, что сегодня игорный бизнес даёт работу огромному числу людей в России, в стране практически нет единой системы профессионального обучения и единых требований к представителям специальностей, связанных с казино. Поэтому организаторам игорного бизнеса приходится самим заниматься подготовкой кадров, отбором, повышением квалификации и прочими проблемами.

Для работы в казино и других досуговых заведениях отбирается по большей части молодежь. Основными требованиями к претендентам являются:

- коммуникабельность;
- привлекательная внешность;
- умственные способности (в частности способности к устному счету);
- выносливость (работать приходится ночами в очень жестком режиме и с большим напряжением).

Менеджером в казино, как правило, может стать только человек, прошедший испытание в качестве крупье. Обслуживающий персонал подбирается в основном согласно тем же основным требованиям. Рост досуговой индустрии и игорного бизнеса вовсе не случаен. Растут доходы от этого бизнеса, появляется заинтересованность населения и бизнесменов.

Управленческая структура в казино и ночных клубах

Очень часто игровые автоматы, бильярдные столы, дорожки для боулинга и прочие развлекательные игровые приспособления устанавливаются в ночных клубах. Поэтому рассмотрим, как осуществляется управление в этих игорных клубах.

Управленческая структура в небольших клубах, как правило, включает в себя директора, финансового директора, директора-организатора досуговых программ и одного или нескольких менеджеров. (Рис. 7.5)

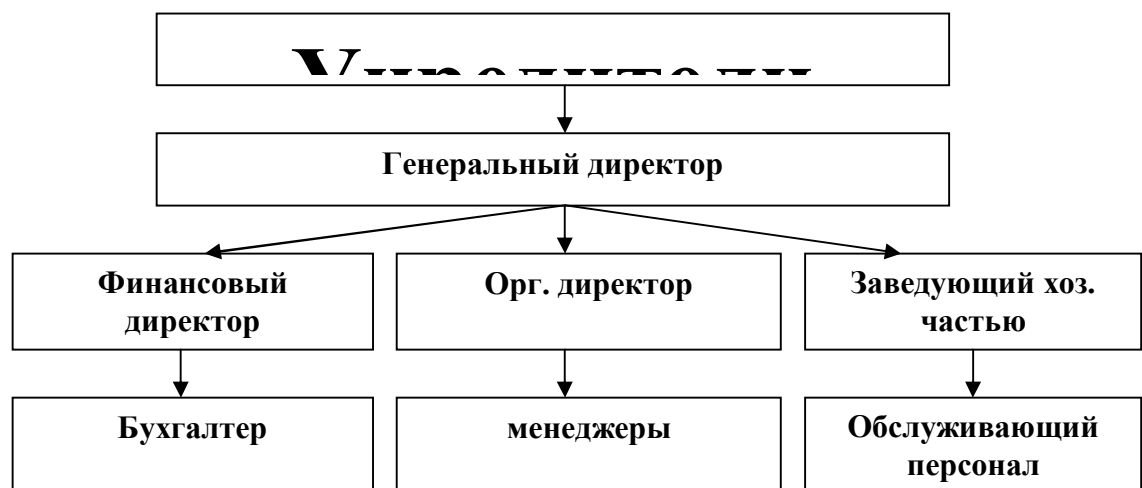


Рис. 7.5. Схема управления ночным клубом

В обслуживающий персонал клуба входят:

- работники службы охраны во главе с начальником охраны;
- администраторы, которые обеспечивают быстрое и качественное обслуживание посетителей, контролируют сохранность материальных ценностей, обеспечивают чистоту и порядок в помещении и пр.;

- официанты и бармены, обеспечивающие бесперебойное функционирование бара, оперативное выполнение заказов посетителей;
- маркер, в обязанности которого входит ознакомление посетителей с правилами игр, возможностями выигрыша призов или наказания штрафом. Маркер также обязан следить за своевременной оплатой клиентами услуг, соблюдением порядка, сохранностью инвентаря. В случае необходимости маркер должен составить клиенту партию в игре;
- гардеробщик;
- уборщица.

В зависимости от режима работы и доходов клуба состав персонала может увеличиваться, а круг обязанностей расширяться, так же как и в казино.

В казино существует своя профессиональная иерархия. Организуется казино по решению учредителей, которые для управления назначают управляющего. Управляющему подчиняются все ниже стоящие на служебной лестнице: менеджеры, бухгалтеры, кассиры, администраторы.

В свою очередь менеджерам подчиняются крупье, инспекторы и др.

На каждые два игровых стола один помощник менеджера, следящего за работой крупье, их называют пит – боссами, над ними стоит менеджер, который следит за их работой. Старший менеджер следит за работой всего игрового зала в целом. Старший менеджер отчитывается перед управляющим казино, который почти всегда находится в казино. Такая схема управления характерна для небольшого казино (Рис. 7.6.).

Более крупные казино имеют соответственно более разветвленную и сложную структуру управления (Рис. 7.7.).

В третьей схеме совсем не указывается обслуживающий персонал других служб в казино, речь идет только о персонале, работающем непосредственно на играх: электронных или за игровым столом. Указать весь персонал из-за его большой численности в такой схеме не представляется возможным.

Соответственно, если взять весь персонал, работающий в казино, включая барменов, службу безопасности и прочее, то схема будет более сложной и громоздкой. Рассмотрим более подробно состав обслуживающего персонала казино.

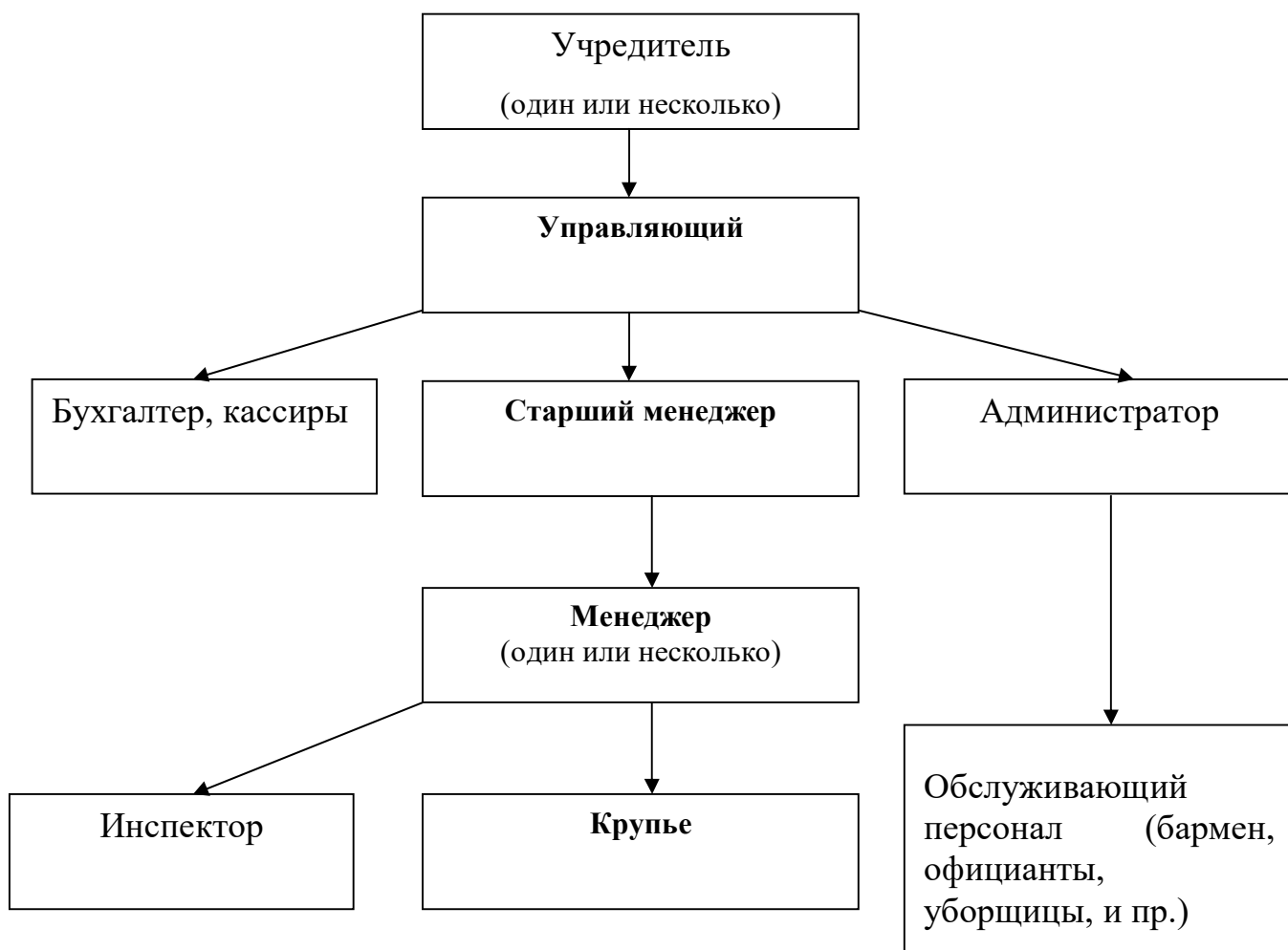


Рис. 7.6. Управленческая структура в небольших казино

В каждом казино существует охрана и служба ресепшп. Работа персонала на этом этапе чрезвычайно важна, ведь именно эти люди первыми встречают посетителя. Настроение клиента может либо заметно испортиться уже на входе, либо заведение может сразу вызвать у него симпатию. В хорошем казино должен быть отличный бар, т.е. доступный, с большим ассортиментом, быстрым и корректным обслуживанием. Многих клиентов привлекает наличие в баре бесплатных напитков.

В казино обычно два или несколько баров и один ресторан, в каждом баре есть бармен и несколько официантов. На кухне один шеф – повар и два его помощника. За работой бара, ресторана, кухни следит администратор, в обязанности которого входит поддержание порядка в залах.



Рис.7.7. Управленческая структура в больших казино
Обслуживающий персонал в казино

Служба охраны – один или два у главного входа в казино, один человек у служебного входа, один человек в игровом зале. Одна уборщица, один мусорщик, один кладовщик, один бухгалтер, два кассира. Пока речь шла о персонале не занятом непосредственно в игорном бизнесе. Теперь рассмотрим состав персонала в игровых залах.

Крупье

За каждым столом работает крупье, который ведёт игру, принимает ставки, забирает проигрыш и выплачивает выигрыш и контролёр, который следит за работой крупье. Эту функцию может выполнять и пит-босс. Крупье – ключевая фигура в казино, поскольку именно он следит за игрой, считает, раздаёт карты, запускает шарик, выдаёт участникам их выигрыши и забирает проигранные ставки. Хороший крупье должен быть одновременно аниматором и тонким психологом, умело раззадоривающим клиента во время игры и умеющим вовремя погасить любую отрицательную реакцию.

Подбор и обучение крупье должны быть очень тщательными, поскольку прибыль казино напрямую зависит от коммуникабельности и

компетентности крупье. Официально профессии крупье не существует, специальности такой нет. Поэтому готовят крупье в специальных школах, которые есть почти при каждом казино. В школу крупье обычно приходят коммуникабельные и симпатичные девушки и молодые люди, достигшие совершеннолетия, обладающие математическими способностями и хорошей памятью.

К крупье предъявляются очень жесткие требования, за малейшую провинность он может быть оштрафован или даже уволен. Но хорошо работающий крупье получает приличную зарплату, складывающуюся из двух частей: ставки и чаевых. Кроме того, часто администрация поощряет хорошую работу крупье и может повышать ее по мере наработки стажа и повышения компетентности.

Инспектор

Инспектор контролирует работу крупье, делает замечания и дает указания по организации и ведению игры. Его требования обязательны для исполнения крупье, работающим за данным столом. Инспектор определяет необходимость замены крупье за своим столом и сообщает об этом дежурному администратору, который принимает окончательное решение. В обязанности инспектора входит постоянная регистрация наличных денег, поступающих на стол от игроков. О поступивших суммах он регулярно сообщает дежурному администратору.

Менеджер

Для того чтобы стать менеджером, надо пройти всю иерархическую лестницу, начиная с крупье. Чем больше опыта работы, тем лучше работа менеджера. Большая ответственность возлагается на менеджера: он следит не только за работниками казино, но и за клиентами, контролирует ситуацию в зале. От него зависит создание особой атмосферы казино. Именно он та личность, вокруг которой вращается всё происходящее в казино. Все спорные вопросы, конфликтные ситуации решаются через менеджера. Его задача не просто решать их, но, в первую очередь, не допускать их. Чем лучше менеджер, тем меньше заметна его роль, тем более привлекательная атмосфера заведения.

Менеджер должен обладать многими качествами. Помимо того, что он должен отлично знать работу каждого подразделения, проводить грамотную маркетинговую политику, ему необходимо быть очень коммуникабельным, чтобы общаться с гостями непринуждённо и заинтересованно. Это нравится многим игрокам.

Управляющий (или директор)

Управляющий назначается учредителями или головной организацией. Он решает все вопросы по организации деятельности казино и несет ответственность за эту деятельность. Часто управляющий (директор) имеет заместителей, которые отвечают за материальную часть и за организацию работы обслуживающего персонала. Если заместители не предусмотрены, то управляющий сам организует работу персонала и формирует материальную базу и пр. Управляющий ведет внутреннюю документацию казино, которая включает в себя следующий перечень необходимых документов:

1. Положение о казино;
2. Расчет игровой деятельности;
3. Правила игр;
4. Вариант входного билета;
5. Трудовые контракты со всеми работающими в казино сотрудниками;
6. Договор подряда с рестораном;
7. Договор с банком на расчетно-кассовое обслуживание;
8. Договор с банком на сбор денежной выручки;
9. Договор с УВД на охрану;
10. Сертификат качества на оборудование от фирмы-изготовителя;
11. Квитанции на получение денежных выигрышей.

Таким образом, организация эффективной работы казино требует довольно большого количества обслуживающего персонала. Общее количество работающих в казино людей определяется головной администрацией и зависит от количества игровых столов, наличия бара или ресторана и др. составляющих.

Контрольные вопросы

1. Что такое игорный бизнес?
2. Почему игорный бизнес считается одним из перспективных направлений досуговой отрасли?
3. Какие игры вам известны? Чем отличаются они от азартных игр?
4. Какие азартные игры предлагаются в современных игорных заведениях?
5. Кто является потребителями услуг казино? Какие тенденции прослеживаются в изменении социального состава клиентов игорных заведений?
6. Какой материальной базой должно обладать игорное заведение для нормального функционирования?
7. Какими личными качествами должны обладать работники игорных заведений?
8. В чем сложность менеджмента персонала в игорном бизнесе?
9. Каковы должностные обязанности крупье, инспектора, менеджера, управляющего казино?

Литература

1. Афанасьев С. Что делать с детьми в загородном лагере. // Воспитание школьников. - 1994. - №3
2. Бочарова Н.И., Тихонова О.Г. Организация досуга детей в семье: Учеб пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Изд. центр «Академия», 2001..
3. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1995.
4. Булыгина И.И. Значение курса туранимации в подготовке менеджеров туризма // Актуальные проблемы туризма'99. - М.: РМАТ, 1999.
5. Булыгина И.И. Игра как наиболее эффективное воспитательное средство тураниматорской работы при организации детского досуга // Актуальные проблемы туризма'99. - М.: РМАТ, 1999.
6. Булыгина И.И. Особенности подготовки кадров в спортивно-оздоровительном туризме // Актуальные проблемы туризма'99. - М.: РМАТ, 1999.
7. Булыгина И.И. Проблемы воспитания подрастающего поколения и их решение средствами туризма // Актуальные проблемы туризма'99. - М.: РМАТ, 1999.
8. Булыгина И.И. Способы оптимизации изучения гуманитарных дисциплин // Актуальные проблемы туризма '99. - М.: РМАТ, 1999.
9. Булыгина И.И. Туранимация как метод и форма социальной активности личности // Актуальные проблемы туризма'99. - М.: РМАТ, 1999.
10. Булыгина И.И. Туранимация как перспективное направление в туризме.// Вестник СГСЭУ №1 2001. Изд-во СГСЭУ, 2001.
11. Булыгина И.И. Физическое воспитание подростков в туркомплексах - одна из сторон тураниматорской работы // Актуальные проблемы туризма'99. - М.: РМАТ, 1999.
12. Булыгина И.И., Гаранин Н.И. Абонементные экскурсионно-учебные туры и программы для детей // Актуальные проблемы туризма'99. - М.: РМАТ, 1999.
13. Булыгина И.И., Гаранин Н.И. Проблемы отдыха и досуга и пути их разрешения в условиях кризиса // Проблемы социального

- управления: межвузовский научный сборник. Вып.2. – Саратов: СГСЭУ, 2001.
14. Булыгина И.И., Гаранин Н.И., Гаранина Е.Н. Комплексный подход к созданию экскурсионных программ для отдыхающих // Проблемы социального управления: межвузовский научный сборник. Вып.2. – Саратов: СГСЭУ, 2001.
 15. Булыгина И.И., Гаранин Н.И., Соколова Л.В. Современный подход к организации туранимационной деятельности и подготовке специалистов. // Проблемы социального управления: межвузовский научный сборник. Вып.2. – Саратов: СГСЭУ, 2001.
 16. Вайке Алан Энциклопедия азартных игр. – М.: «Ефрат», 1994.
 17. Виноградов П.А., Жолдак В.И., Камалетдинов В.Г. Туризм и здоровый образ жизни // Основы физической культуры: Учеб. пособие. – Челябинск, 1997. – Ч.4.
 18. Воспитательная работа в туристском клубе. - М., 1986.
 19. Гольф как показатель цивилизованности и эталон состоятельности // Большая игра №3 1998.-С.74-75.
 20. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования «Менеджмент спортивного туризма». Проект./Сост. Квартальнов В.А., Лагусев Ю.М., Сеселкин А.И. – М., 1999.
 21. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования «Экскурсоведение и музееведение». Проект./Сост. Квартальнов В.А., Горский В.А., Каверина Т.П., Лагусев Ю.М., Ловчикова Е.Е., Маресева Г.Н., Остапец-Свешников А.А., Рапопорт В.А., Устименко В.Т. – М., 1999.
 22. Гранильщикова Ю. В. Семейный туризм. - М., 1983 – 48 с.
 23. Громкова М. Т. Адаптация незанятого населения к изменяющимся социальным условиям. – М., 1994.
 24. Жданова Е.И., Иванов С.В., Кротова Н.В. Менеджмент шоу-бизнеса. – М., 1997.
 25. Жуков М.Н. Подвижные игры: Учеб. для студ. пед. Вузов. – М.: Издательский центр «Академия», 2000.
 26. Зорин И., Квартальнов В. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. - Москва – Афины: INFOGROUP, 1994.
 27. Игрный бизнес /Сост. А.В. Пурник - М.: БиблиоМаркет, 1994.

28. Игры. Обучение. Тренинг. Досуг. Под ред. В.В. Петрусинского. - М., 1994.
29. Казаренков В. Свободное время – не просто отдых. // Клуб - 1998. - С.13.
30. Как добиться успеха: практ. советы деловым людям. / под общ ред. В.Е. Хруцкого. – М.: Республика, 1992.
31. Каллистов Д.П. Античный театр. - Л.: Издательство "Искусство", 1970.
32. Каллистов Д.П. Античный театр. - Л.: Издательство «Искусство», 1979.-175с.С.19
33. Картошка, пот и слезы // Взрослые игры №2 Ноябрь 2001. - С.09.
34. Квартальнов В. А. Гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность // Туризм: теория и практика: Избр. труды: В 5 т. – М.: Финансы и статистика, 1998. – Т. 1.
35. Квартальнов В. А. Туристский бизнес и система обучения кадров предприятий обслуживания: Зарубежный опыт. – М., 1990.
36. Квартальнов В. А., Зорин И. В., Чепик В. Д. и др. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальности «Рекреация и туризм»: Проект // Актуальные проблемы туризма. – М., 1997. – Вып. 1.
37. Квартальнов В.А. Избранные труды. Теория и практика туризма. 2 том. Социальный туризм. - М.: Финансы и статистика, 1998.
38. Кожевникова Н.И. Любить природу и искусство./ Отечество. – М., 1995.
39. Комаров Е.И. Организатор и организаторская деятельность. – М.: Московский рабочий, 1986.
40. Корсунцев С.Л. Без праздника нет детства.// Клуб. - 1998. - № 4 - С.11.
41. Культурно-досуговая деятельность. /под ред. А.Д. Жданова и В.М. Чижова, - М., 1998.
42. Маркова А. К. «Психология профессионализма». – М., 1996.
43. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Дело», 1992.
44. Методические рекомендации по организации и проведению физкультурно-массовой работы на туристской базе. – М., 1980.

45. Нам такой футбол не нужен // Взрослые игры №2 Ноябрь 2001.-С.08.
46. Некрасов И. Соревнования юных туристов // Воспитание школьников. 1996. - №3
47. Обучение и предпоходная подготовка туристов на плановых маршрутах. - М., 1987.
48. Организация и подготовка спортивного туристского похода. - М., 1986.
49. Организация обслуживания родителей с детьми в туристских учреждениях. - М., 1985.
50. Основные положения по организации туристской работы на туристских базах. - М., 1974.
51. Основы туристской деятельности: Учебник для учащихся туристских лицеев и колледжей – М.: РМАТ, 1992.
52. Основы управления в индустрии гостеприимства"/Пер. с англ. – М.: Аспект Пресс, 1995.
53. Павлюкова Т.- Бизнес казино. Крупье. Ростов–на–Дону: "Феникс" – 2000 г.
54. Педагогика. / Под ред. П.И. Пидкасистого. - М., 1998.
55. Педагогика. / Под ред. Ю.К. Бабанского. - М., 1988.
56. Педагогическая энциклопедия. Гл. ред. – А.И. Каиров и Н.Ф. Петров. Т. 2. – М.: «Советская энциклопедия», 1965.
57. Петрунин С.В. Вечер общения: Методическая рекомендация в помощь организаторам досуга молодежи. – Казань, 1989.
58. Попов С.В. Валеология в школе и дома (О физическом благополучии школьников) - Санкт-Петербург: "Союз", 1998.
59. Принципы планирования отдыха родителей с детьми в туристских предприятиях. - М., 1986.
60. Проблемы гуманизации дополнительного образования детей и формирование нравственных отношений в семье. - М., 1995.
61. Программы кружков «юные экологи-краеведы», «туристы-экологи», «младшие инструкторы по туристско-краеведческой работе и эколого-туристской подготовке». - М., 1991.
62. Романов С.Н. Игровой бизнес в России: история, законодательство, налогообложение, лицензирование. – Рязань: Узорочье, 1999.

63. Симонов В. П. Педагогический менеджмент: 50 НОУ- ХАУ в управлении педагогическими системами: Учебное пособие. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Педагогическое общество России, 1999.
64. Советская историческая энциклопедия \ Гл. ред. Е.М. Жуков. - М.: Советская энциклопедия, 1976. Т.16.
65. Советский энциклопедический словарь. Гл. ред. Прохоров А.М. - М.: "Советская энциклопедия", 1986.
66. Спортивные и подвижные игры, эстафеты в физкультурно-оздоровительном обслуживании туристских учреждений М. 1989.
67. Театрализованные праздники и зрелища 1964-1972. Авт. Предисл. М.И. Царев. Ред. Сост. Б.Н. Глан. – М.: Искусство, 1976.
68. Уокер Д. Введение в гостеприимство. М.: Издательское объединение "ЮНИТИ", 1999.
69. Упатов А. Серфинг- «болезнь доски» или другая реальность // Руссо Туристо №3 2001. - С.44-48.
70. Устюгов Б. Молчание быков // Взрослые игры №2 Ноябрь 2001.- С.040-041.
71. Усыскин Г.С. Очерки истории российского туризма - Спб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2000
72. Усыскин Г.С. В. В классе, в парке, в лесу (Игры и соревнования юных туристов). - М.: 1996.
73. Фурманов А.Г., Квартальнов В.А., Зорин И.В., Чепик В.Д. Тезисы докладов и сообщений международной научно-практической конференции «Развитие туризма в условиях современных интеграционных процессов. – Мн., 1997.
74. Чепик В.Д., Квартальнов А.В. Специалисты менеджмента спортивного туризма. // Актуальные проблемы туризма'99. - М.: РМАТ, 1999.
75. Чубаров Л. Праздники в лагере // Воспитание школьников. - 1994. - №3.
76. Чудакова Н.В. Праздники для детей и взрослых. - М., 1997.
77. Энциклопедический словарь / гл. ред. Б.А. Введенский. – М., 1953. Т.1.
78. Энциклопедия туриста. Гл. ред. Е.И. Тамм. - М.: «Большая Российская энциклопедия», 1993.

79. Эстетическое воспитание на экскурсиях. - М., 1986.

Словарь

1. **аниматор** – специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ проведения досуга, ориентирующий людей в многообразии видов досуга, организующий полноценный досуг, который является не только средством избавления от усталости, но и средством нейтрализации негативных сторон повседневной жизни.
2. **анимационная деятельность** – туристская, физкультурно-оздоровительная, культурно-массовая, развлекательная, познавательная, любительская, творческая деятельность, в которую вовлекаются туристы, отдыхающие, гости специалистами-аниматорами.
3. **анимационная служба** – один из отделов турпредприятия, в задачи которого входит развлечение туристов, гостей, отдыхающих.
4. **анимационное мастерство** – профессиональное мастерство, выражающееся, прежде всего, в умение составить интересную анимационную программу, соответствующую потребностям и запросам потребителя, а затем вовлечь туристов в анимационную деятельность.
5. **анимационное мероприятие** – элемент, составная часть анимационной программы, состоящий из определенных действий, объединенных общей задачей (спортивное мероприятие, развлекательное мероприятие и пр.)
6. **анимационный менеджмент** - это комплекс принципов, методов, организационных форм и технологических приемов управления анимационными системами (центрами, службами, отделами и т.д.), направленный на повышение эффективности их функционирования и развития.
7. **анимация** (от лат. anima, animus - дух, душа, animates – живой) - направление в туризме, целью которого является привлечение клиентов с помощью предлагаемых досуговых программ.
8. **анимация гостиничная** – деятельность по организации досуга людей, пользующихся услугами гостиницы, отеля и др. средств размещения.
9. **анимация туристская** – деятельность по разработке специальных анимационных туров и представлению специальных программ проведения свободного времени на туристских маршрутах.
10. **валеология** - наука о здоровье.
11. **валеология туристская** - наука об укреплении здоровья средствами туризма.
12. **досуг** (свободное время) - средство восстановления сил в процессе какой-либо деятельности, любительских занятий и пр.
13. **игорные заведения** – это специальные заведения, где организованы игры в карты, рулетку и другие азартные игры.

14. **игорный бизнес** – бизнес, основанный на организации азартных игр.
15. **игра** – один из видов деятельности человека и животных⁴; занятие, служащее для развлечения, отдыха⁵
16. **игра азартная** – это особый вид игр, вызывающий сильное увлечение, как правило, связанное с материальной заинтересованностью.
17. **игротека** – коллекция игр или специальное помещение для хранения игр и атрибутов к ним.
18. **клуб** – организация, объединяющая единомышленников, людей с общими интересами и увлечениями (шахматный клуб, гольф-клуб и пр.)
19. **менеджер анимационной службы** – специалист, осуществляющий управление тураниматорской деятельностью турпредприятия, составляющий комплексные анимационные программы.
20. **методика** – совокупность методов обучения чему либо.⁶
21. **моделирование анимационной программы** – составление различных моделей анимационных программ с учетом интересов клиентов, их возраста, этнической принадлежности и других особенностей.
22. **обряд** – традиционное или ритуальное действие, связанное с определенными религиозными верованиями или сложившимися бытовыми традициями.
23. **отдых** состояние покоя либо такого рода деятельность, которая снимает утомление и способствует восстановлению работоспособности.⁷
24. **парк национальный** – территория с уникальными природными объектами и ландшафтами, находящаяся под охраной государства.
25. **парк тематический** – парк с их аттракционами и развлечениями, объединенными одной общей темой.
26. **поход** – организованное путешествие по заранее определенному маршруту.
27. **праздник** – торжественный день в честь какого-либо события (семейный праздник, национальный праздник и т.д.).
28. **программа** – определенная последовательность действий.
29. **программа анимационная** – это объединенная общей целью программа проведения туристских, физкультурно-оздоровительных, культурно-массовых, развлекательных, познавательных и любительских мероприятий с указанием места и времени их проведения.
30. **рекреация** – расширенное воспроизводство сил человека (физических, интеллектуальных и эмоциональных)⁸

⁴ Педагогическая энциклопедия. Гл. ред. – А.И. Каиров и Н.Ф. Петров. Т. 2. – М.: «Советская энциклопедия», 1965. – С. 138.

⁵ Ожегов С.И. Словарь русского языка: 70000 слов / Под ред. Н.Ю. Шведовой. – 21 изд., перераб. и доп. – М.: Рус яз., 1989. – С. 238.

⁶ Там же – С. 352.

⁷ Советский энциклопедический словарь. / Гл. ред. А. М. Прохоров. М. «Советская энциклопедия» 1986 г., С. 949.

Зорин И., Квартальнов В. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. - Москва – Афины: INFOGROUP, 1994. - С. 188.

31. **сценарий** – заранее составленный детальный план или описание какого-либо анимационного мероприятия.
32. **творческая мастерская** – объединение творческих людей или помещение для творческих занятий.
33. **технология** – совокупность производственных методов и процессов в определенной отрасли производства, а также научное описание способов производства⁹
34. **технология анимационной деятельности** - конкретные способы организации анимационной деятельности.
35. **форма анимационной деятельности** – внешняя оболочка определенного вида анимационной деятельности (эстафета, соревнование, конкурс, викторина, турнир, олимпиада и пр.)
36. **экскурсия** – одна из форм анимационной деятельности, предполагающая поход или поездку на объекты туристского интереса, сопровождаемые объяснениями экскурсовода.
37. **экскурсовод** – специалист по проведению экскурсий.
38. **ярмарка** – одна из форм анимационной деятельности, предполагающая распродажу каких-либо сувениров или товаров, сопровождаемая веселыми развлечениями.

⁹ Ожегов С.И. Словарь русского языка: 70000 слов / Под ред. Н.Ю. Шведовой. – 21 изд., перераб. И доп. – М.: Рус яз., 1989. – С.795.

Рабочий день рядового тураниматора в Турции, Греции, Тунисе, Египте

8.00-9.00 – завтрак

9.30-10.00 – собрание аниматоров, на котором обсуждается план дня, распределяются задания и места работы

10.00-10.30 – зазывание гостей и утренняя гимнастика

10.30 – пляжный волейбол

10.45 - Вооса – французская игра в шарики

11.00 – водный волейбол

11.15 – водная гимнастика

11.30 - Dart – метание дротиков

12.00 – игры у бассейна

В то время, как часть анимационной команды занимает гостей спортивными играми, другие аниматоры развлекают детей и взрослых. С 10.00 до 12.00 и с 14.30 – 17.30 работает мини-клуб для детей, в котором предлагаются всевозможные игры: домино, лото, пластилин, краски для раскрашивания в индейцев, клоунов и пр.

В те же часы работает анимационный бокс, в котором гости могут купить клубный диск, игральные карты, фирменные футболки и др. туристские товары, а также взять на прокат теннисные ракетки и пр. игровые принадлежности.

Один аниматор постоянно находится в кабине и объявляет программу анимационных мероприятий на ближайшее время.

12.45 - обед

13.00-14.00 – репетиция праздничного вечернего шоу, которое устраивается 2 раза в неделю или юмористических сценок для показа вечером.

15.00-15.30 – водное поло

В это же время свободные от работы аниматоры устраивают т.н. «комические походы», переодеваясь во врачей, слесарей, слепых, бомжей, гангстеров, монстров, молодоженов, уборщиков, балерин и пр. и выступая в этой роли перед гостями.

15.30-16.00 – Вооса

16.00-16.15 – обучение гостей танцевальным движениям

16.15-16.30 – Dart, Shaf1 bord (игра с деревянными дисками)

16.30-17.00 – пляжный волейбол

17.00-18.00 – аэробика

18.00-19.00 – отдых тураниматоров перед вечерними развлекательными программами

19.00 – приветствие гостей у ресторана на нескольких языках (занята небольшая часть анимационной команды)

20.00-20.30 – ужин с гостями

20.45-21.00 – подготовка костюмов

21.00 – детская дискотека

21.30-22.45 – развлекательное шоу

22.45 – 23.45 – клубный танец: тураниматоры идут в бар, танцуют вместе с гостями, разговаривают, общаются, развлекают

24.00-01.00 – дискотека для взрослых, которая может затянуться и до 03.00.

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

Шутливые конкурсы и игры для взрослых туристов, используемые турецкими аниматорами

Конкурс на лучшую пару отеля

1. **Сердце.** Женщина с закрытыми глазами должна пришить сердце к брюкам мужчине.
2. **Пинпонг.** Женщина должна протащить два шарика от пинпонга из одной штанины в другую, кто быстрее.
3. **Шарики.** Надо лопнуть шарики в 3-х разных позициях:
 - Лицом к лицу
 - Спина к спине
 - Лежа (у последней пары в последнем шарике пена для бритья)
4. **Тик-так.** Мужчине к ремню прикрепляют половник, а у женщины на этом же уровне сковородка. Надо половником ударять по сковороде. Победителем станет пара, которая успеет сделать большее количество ударов в минуту.
5. **Бутылочка.** Женщина садится на стул в одном конце сцены. 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 3 раза, ставят между ног бутылку с водой, открывают её. Он должен дойти до женщины и налить в стакан воды. Женщина может подсказывать дорогу (прямо, влево, вправо). У кого стакан окажется полнее, та пара и выиграла.
6. **Номер.** Ведущий говорит мужчине на ухо номер. Он должен нарисовать этот номер с завязанными глазами, а женщина должна угадать. Игра на время. Кто быстрее, тот и выиграл.
7. **О, мама-мия.** Женщина говорит эти слова и тянет их на одном дыхании, а за это время мужчина должен отжаться как можно больше раз.

Конкурс «Мистер отеля»

1. **Пиво.** А) Пиво налито в миску и его надо выпить ложкой, не касаясь миски. Б) В одну руку берется 0,5л кружка с пивом, рука вытянута перед собой. Кто дольше продержит.
2. **Поцелуй.** За 1 минуту надо поцеловать как можно больше девушек, сидящих в зале.
3. **Плейбок.** Пение под фонограмму.
4. **Балон-бисквит.** Раздается участникам 4 печенья (сухой бисквит) и шарик. Надо быстро съесть бисквит, не запивая, а потом быстро надувать шарик, пока он не лопнет.
5. **Мик-мек.** Игра проводится в несколько этапов. Все участники встают в круг (глаза в затылок). Если ведущий произносит цифру 1, то кладут

руку на голову соседу; если 2, то снимают шляпу с головы соседа и одевают на себя; если 3, то громко говорят: «Пи-пи» и приседают; если 4, то вытягивают руки к середине и говорят слово, например, «здравствуйте»; если 5 несильно хлопают соседа по плечу и говорят «мик-мек»; если 6, то разворачиваются к зрителям и, снимая шляпу, кланяются, а зрители хлопают. Ведущий произносит цифры в разноряд, а игроки выполняют команду. Жюри смотрит, кто меньше всех ошибся и оценивает.

Конкурс «Мисс отеля»

1. **Песня.** Проводится конкурс в 2 этапа: напеть песню и запомнить мелодию, во 2-ой раз напеть мелодию с водой во рту.
2. **Слон (верблюд).** Нарисовать слона с закрытыми глазами.
3. **Мумия.** Выбрать человека из зала и обмотать туалетной бумагой.
4. **Одежда.** За 3 минуты нужно собрать как можно больше одежды в зале (верхняя одежда – 5 баллов, нижнее белье – 10 баллов).
5. **Картошка.** К поясу привязывают нитку, на конце которой привязана картошка. Перед игроками тоже лежит по одной картошке, надо сбить их как можно больше.

Коктейль-игра

1. **Пинпонг-баскет.** А) теннисный мяч кидаешь об пол, а затем надо поймать его в чашку. Б) Стоит корзинка и в 3-х шагах от неё стоит игрок на коленях, руки за спиной. Ему кидают мячик, он должен лбом его отбить и попасть в корзину.
2. **Снайпер.** А) На столе стоит пластиковая бутылка, на горлышке которой лежит пинпонговый мячик. На расстоянии 20 шагов от неё стоит игрок. Игрок должен закрыть рукой один глаз и, пройдя это расстояние, сбить шарик щелчком. Б) Карандашом, привязанным к поясу сзади, попасть в бутылку. В) К спине игрока на уровне поясницы привязывают корзинку и бросают мяч, который игрок должен поймать. Г) Игроку в ремень на пояс вставляется верхняя часть пластмассовой бутылки и дается мяч от пинпонга. Надо подбросить мяч, а затем поймать его в «корзинку».
3. **Баскет-лед.** Нужно выплюнуть кусок льда, чтобы попасть им в корзину, которая стоит на столе в 3-х шагах от игрока.
4. **Эстафета с полотенцем.** Полотенце мочить и отжимать в ведро. Кто быстрее наполнит ведро водой.

«Олимпийские игры»

Первый раунд

1. **Ринг.** Рисуются квадрат, в который становятся участники команды. Чем больше человек сумеют поместиться в квадрате, тем лучше.

2. **Раздевание.** По 3-5 человек из команды из снятой с себя одежды выкладывают дорожку. У какой команды получится длиннее дорога, тот и выиграл.
3. **Шарики.** По 10 человек из команды привязывают к ногам (на уровне щиколотки) надувные шарики. Одна команда должна лопнуть шарики другой, наступая на них.
4. **Пирамида.** Из обуви всей команды складывается пирамида. Чья пирамида будет выше, тот и победил.
5. **Шапка, соломинка, стул.** Участники должны повторять движения «наоборот»: если ведущий одевает шляпу, они должны её снять, если вынимает изо рта соломинку, они должны взять её в рот, если садится на стул, они встают и т.д. Кто меньше ошибется, тот и выигрывает.

Второй раунд

1. **Перетягивание каната.**
2. **Пиво.** Надо выпить 0,5л пива, потом пробежать 20-30 метров, нагнувшись, прокрутиться на одном месте 15 раз, держась за столб, добежать назад, передать ход другому. Чья команда быстрее.
3. **Волейбол.** Волейбольную сетку закрывают до пола простынями так, чтобы одна команда не видела другой и играют на одной стороне до 5 очков и на другой.
4. **Футбол.** Команда из 5 человек играет, но их штаны сшиты между собой.
5. **Скачки в мешках.**
6. **Яйца.** Бросать друг другу яйца, постоянно увеличивая расстояние между собой. Останется одна пара, у которой яйцо не разобьётся.

Развлечения и игры, культивируемые в гостиничной анимации

Многие современные развлечения и игры были придуманы в далекой древности, потом на некоторое время могли быть забыты, чтобы в наши дни для кого-то стать страстным увлечением. Вот некоторые наиболее популярные современные игры и забавы.

Бильярд

Популярность бильярда в России очень велика. С 1998 года проходят чемпионаты России по русскому бильярду, которые собирают большое количество, как участников, так и болельщиков.

Установить точную дату происхождения этой игры очень сложно. Известно лишь, что игра эта имеет очень давнюю историю и берет свое начало в Азии. Полюбилась эта игра и в Европе, где в нее с удовольствием играли в высшем обществе. А теперь эти игры есть в каждом отеле.

Бинго

Бинго – всем известная игра в лото - родилась в Неаполе, затем попала во Францию, а в 18 веке распространилась в Испании и в других странах Европы. Одно время эта игра была развлечением королевского двора. Но со временем неапольское лото стало уделом простонародья. Внешне бинго, сохранив старые правила, получило современное техническое оснащение. Мешочек, из которого некогда доставали деревянные бочоночки с цифрами, заменил вращающийся барабан. Номер на выпавшем шаре игроки видят на экранах десятков телевизоров, установленных в зале, электронные табло четко фиксируют номера.

Боулинг

Боулинг – игра в кегли, является одной из самых демократичных и популярных игр современности. Игра состоит из 10 рамок, в каждой из которых надо стараться выбить 10 кеглей. На каждую рамку дается 2 попытки.

Несмотря на то, что боулинг-индустрия делает в России только первые шаги, развивается она очень стремительно. Практически во всех крупных городах России и крупных гостиницах есть боулинг-центры, которые становятся крупными развлекательными центрами семейной и молодежной направленности. Современные боулинг-центры оснащены автоматической системой подсчета очков и управления, состоящей из сети компьютеров; пинспоттерами с горизонтальным возвратом шара; дорожками для метания шаров, и мебелью для отдыха посетителей, барами.

Гольф

Зародилась эта игра в Шотландии, в 13 веке. В те времена большинство населения этой страны занималось скотоводством. Кочуя с места на место, пастухи развлекались тем, что своими посохами метали в ямки костяные шары. Со временем видоизменился посох, превратившись в клюшку, костяной шар заменили сначала мячом, набитым спрессованными перьями, а современный шар делают из пластика. Суть же игры осталась той же, хотя играют в нее теперь не простые смертные, а представители зажиточной элиты, объединяясь в клубы любителей гольфа.

Игра проходит на специально подготовленной местности площадью от 40 до 70 гектаров, где располагаются 18 полей разных размеров. Местность выбирается равнинная с красивым ландшафтом, либо этот ландшафт создается искусственно.

Каждое поле имеет некий круг коротко постриженной травы (грин) с лункой в центре (диаметром 10 см). Игрок имеет мяч и клюшку (клюшки используются разные – вуды, айроны, драйвер, патер – всего 14, они отличаются длиной, весом, наклоном ударной головки). Играющий должен пройти 18 лунок, наименьшим числом ударов (профессиональный уровень 70-72 удара). При прохождении игрока ожидают серьезные испытания: попадание мяча в песчаные ямы, которые специально делают в самых неожиданных местах, и помехи со стороны деревьев и кустарников, и потери мяча в высокой траве или в воле ручьев и прудов, специально созданных на гольф-поле.

Во многих городах Европы и Америки, в крупных курортных центрах созданы тренировочные поля и площадки для мини-гольфа. Площадки для мини-гольфа – настоящее поле, только уменьшенных размеров. Тренироваться могут все желающие, поскольку чем больше их будет, тем больше будет профессионалов, которые будут обслуживать гольф-клубы и гольф-центры. Для России гольф – увлечение новое. Далеко не во всяком городе можно встретить площадки для гольфа. Играют же в эту игру в России только люди очень состоятельные.

Дартс

История игры дартс (название образовано от английского слова dart–дротик) началась много столетий назад. Среди лучших игроков были король Англии Генри VIII и король Франции Шарль VI. Эта игра появилась в те времена, когда копья и дротики были среди основных видов оружия. Жизненная необходимость тренироваться постепенно трансформировалась в увлекательную игру в виде круга мишени, разбитого на сектора, и стрел-дротиков с острыми иглами-наконечниками. Игрок, хотя бы раз попавший дротиком в центр мишени (так называемый «Бычий глаз»), считался счастливым. В 1908 году дартс был признан как популярный вид спорта и отдыха. Дартс является одновременно спортом, отдыхом и развлечением. Эту

игру любят как дети, так и взрослые, потому что она развивает меткость, зоркость, координацию, арифметические способности и просто повышает настроение и дает эмоциональную разрядку.

В Великобритании, Германии, США, Австралии и многих других странах мира эта игра стала неотъемлемой частью национальной культуры. В России тоже много поклонников этой игры, создана даже Национальная федерация дартс России, которая регулярно устраивает соревнования, в том числе и лично-командный кубок России.

В настоящее время наряду с традиционным дартсом во многих развлекательных и курортных центрах устанавливается электронный дартс. Мишень электронного дартса имеет встроенный микропроцессор, дисплей для отображения результатов игры и панель управления. Дротики в электронном дартсе используются с безопасными пластиковыми наконечниками. Электронный дартс дает возможность программирования правил игры, количества игроков (одновременно могут играть не более 8 участников). Электронный дартс имеет еще одно преимущество – систему автоматического подсчёта очков.

Полеты на аэростате

Во всем мире это довольно распространенный вид развлечения. Если во времена Жюль Верна, описавшего путешествие на воздушном шаре, это явление было большой редкостью, то в наши дни таких смельчаков немало. Проводятся даже чемпионаты Европы и мира, кубковые состязания, фестивали и пр.

На ежегодном фестивале аэростатов в Альбукерке (США) в небо поднимается полторы тысячи воздушных шаров. Подобные соревнования и фестивали проходят в Японии, во Франции и многих других странах. За рубежом аэронавтикой занимаются многие. Спортивно-туристские вылеты вполне доступны для большинства населения. «Прокатиться» можно за 300-350 долларов за час.

Состоятельные же люди могут приобрести себе воздушный шар в постоянное пользование. Новый аэростат стоит порядка 10-15 тысяч долларов, в зависимости от модификации, подержанный можно купить гораздо дешевле.

В России тоже стали последнее время практиковать этот вид проведения досуга. Некоторые туркомплексы приобретают себе аэростаты с целью привлечения клиентов. Например, можно прокатиться на аэростате в Подмосковном Звенигороде над Истрой. Научиться летать на воздушном шаре довольно просто, куда сложнее научиться им управлять. Для этого надо закончить специальные курсы подготовки пилотов, которые действуют на базе учебно-технических центров гражданской авиации при Национальном аэроклубе (г. Москва) и при Великолукском аэропорте (Псковская обл.). Стоимость десятидневных курсов около тысячи долларов. В России уже больше 120 пилотов и интерес к ним продолжает расти.

Серфинг

Этот вид развлечения довольно древний. Популяризатором серфинга принято считать английского мореплавателя Джеймса Кука, который во время одного из своих путешествий попал на Гавайи[61]. Здесь мореплаватель поразился, большому количеству игр и соревнований, устраиваемых гавайцами. Больше всего Кука поразило катание гавайцев на досках по волнам океана, которое считалось у коренных жителей культовым действием, называвшимся в те времена «хее налу».

Для катания использовали два вида досок: один вид (алача), длиной около 3-х метров и весом около 10 кг, изготавливался из хлебного дерева и предназначался для бедных людей; второй вид (оло), весивший около 100 кг и длиной около 6 метров, благодаря чему мог развивать скорость десятки км в час, предназначался для вождей и их ближайшего окружения. Изготовление досок сопровождалось религиозными обрядами. Дереву, из которого потом получалась доска, перед тем как его срубить, приносилась жертва. Жертвой была рыба. После катания доски, тщательно высушив, заворачивали в материю и клали в надёжное место.

К тому времени, когда Джеймс Кук посетил Гавайскую землю, хееналу был в самом расцвете. Однако с приходом на острова белых людей этот вид спорта был объявлен сатанинским и вскоре о нём забыли на долгие годы. Вспомнили об этом чуде только в начале прошлого века.

В наши дни это очень популярный вид проведения досуга на море. Гавайские острова, подарившие миру этот вид развлечения, до сих пор считаются наиболее престижным местом для занятия серфинга. Занимаются серфингом и в Италии, и во Франции, и в Египте, и в Греции, и в России.

Для занятий серфингом нужно находиться рядом с морем, иметь большое желание, смелость и серфинговую доску. Множество морских курортов культивируют это спортивное развлечение.

Досок сейчас превеликое множество, различаются они по длине, материалу изготовления и, соответственно, цене.

Короткие доски (160-180 см) предназначены для профессионалов и для тех, кто более чем уверенно чувствует себя на волне.

Начинающим сферам нужна доска длиной в 200-230 см типа Tanker или Malibu style. Такая доска имеет форму вытянутого эллипса и не имеет острого носа в избежании столкновения с рифом или дном. Эта доска маневренна и наиболее безопасна. Есть доски и более длинные – 2,5-3 метра, на которой серфер просто катится по стенке волны, не делая никаких резких движений.

Обычно на побережье при гостинице существуют пункты проката досок, можно купить и даже заказать себе доску, только стоит это будет гораздо дороже.

Борьба в картофельном пюре

Последнее время в Англии стал популярным необычный вид спорта – женская борьба в картофельном пюре. В специальный неглубокий бассейн помещают картофельное пюре. Две девушки, одетые в короткие майки и шорты борются в этом бассейне, стараясь положить соперницу на лопатки. Зрелище вызывает бурный смех как у зрителей, так и у участниц.

Томатино

Суть данного развлечения состоит в том, что участники мероприятия кидаются друг в друга спелыми помидорами. В Лондоне, например, на такое мероприятие, которое длится около получаса, уходит 4 тонны спелых томатов. Через полчаса праздничная площадка и участники праздника становятся кроваво-красными, а затем продолжают гуляние. Надо сказать, что это действо нравится не только англичанам. В городке Буньоль, например, регулярно устраиваются фестивали «Томатина».

Кальцио

Кальцио – древняя игра флорентийцев. Есть сведения и о том, что такую же игру, но под названием «арпасто», практиковали древнеримские легионеры. Официальной датой рождения кальцио считается 17 февраля 1530 года, когда она была впервые проведена во время осады Флоренции войсками Карла Великого для поддержания боевого духа горожан. С тех пор в течение полутора веков флорентийцы забавлялись кальцио, затем на некоторое время о ней забыли, а второе рождение игры произошло во времена Муссолини в 30-е годы прошлого столетия.

В наши дни в кальцио во Флоренции играют ежегодно. Посмотреть на игру собирается много местных жителей и туристов. Играют две команды по 27 человек, одетых в костюмы 16 века. Местные жители приходят на игру тоже в старинной одежде, что особенно восхищает туристов.

Начинаются соревнования с красивого торжественного шествия по улицам Флоренции. Однако сама игра жестокая, с применением множества силовых приемов, что приводит к многочисленным, хотя и не очень опасным травмам. Команды пытаются попасть мячом в сетку противника, но при этом особо не любезничают с противниками. Команда-победитель получает приз – эквивалент веса тельца в телячьих бифштексах и ящик кьянти.

Карнавалы

В столице Румынии 30 и 31 мая проходит Карнавал Бухареста. Этот праздник четыре года назад организовала Диана Лупеску, знаменитая румынская актриса. Во время карнавала город возвращается в прошлое, звучит старинная музыка, люди одеваются в костюмы XIX века и... красят волосы в оранжевый цвет.

Во Флоренции проходит юбилейное карнавальное шествие в честь 900-летия возвращения крестоносцев из Святой земли - с гигантскими факелами, костюмами эпохи Возрождения и роскошным фейерверком.

Коррида

Коррида в переводе означает «бег быков». Возникла эта забава очень давно в Южной Европе и на островах Средиземноморья. Специально отловленных и разъяренных быков выпускали в праздничные дни прямо на улицы, где они нападали на любые движущиеся объекты, а умирять их выходили самые лучшие воины. Действо заканчивалось зажариванием быков на костре и пиршеством.

Со временем действие переместилось на арену. Владение искусством боя с быком стало отличительной чертой родовой испанской и португальской аристократии. Несмотря на запреты Папы Римского, на частую гибель тореадоров, коррида продолжала существовать.

В 17 веке на корриде пострадал племянник португальского короля, не успевший зарезать быка. После этого король попытался запретить корриду, но поскольку зрелище это слишком дорого было народу, король приказал запретить убивать быков на арене. С тех пор португальская коррида проходит более гуманно, нежели испанская. Испанская коррида предполагает сначала борьбу с быком пикадора на лошади, который пронзает шею быка полуметровым клинком, затем гоняет его по сцене, а потом только выходит тореро, чтобы добить быка. За поединком следят судьи во главе с Президентом корриды. Тореадора оценивают по мастерству исполнения приемов, которые он демонстрирует за полчаса театрализованного боя.

После португальской корриды быки остаются живыми и отправляются снова на ферму, чтобы произвести на свет потомство.

Современная португальская коррида предполагает несколько актов действия. Сначала в течение 20-30 минут с быком работает тореадор, затем ему на смену выходят форкадосы (бычьи плясуны), которые бросаются на быка, доводя его до изнеможения.

Бычий танец, состоит из трех частей. Первая часть – «терцио плаща», когда тореро «знакомится» с быком и испытывает его при помощи плаща – капоте. Во второй части – «терцио бандериллий» - тореро втыкает короткие пики в холку быка (для этого быку перед выходом на арену одевают на холку специальные толстые резиновые ошейники). Третья часть – «терцио мулеты» - самая опасная, когда в руках тореро красная тряпка. Когда бык понимает, что за мулетой ничего нет, а главный его противник – тореадор, то он начинает гоняться за человеком. На этом поединок заканчивается. Поединок считается выигранным, если человеку удалось вытеснить быка с центра арены. После того, как бык понял правила игры, его больше никогда не выпускают на арену.

Пэйнтбол

Зародилась эта игра в Северной Америке, когда американцы решили, что пистолеты, которыми они метили скот у себя на ранчо, можно использовать для игры.

Так появилось на свет то, что сегодня называют пэйнтболом. Позже пэйнтбол превратился в спорт, стал элементом индустрии развлечений отдыха, методом тактической тренировки служб безопасности и спец. подразделений. Самое первое оружие, которое было в распоряжении "древних" пэйнтболистов, дошло до наших времен почти без изменений в виде помпового пистолета PGP с магазином на 10 шаров, который работает от 12 гр. углекислотного баллончика. За почти двадцатилетнюю историю пэйнтбола появилось множество типов и моделей маркеров: от помповых до полуавтоматических и полностью автоматических, основанных на различных достижениях технической мысли. Если первые игры по пэйнтболу, впрочем, в то время это занятие называлось не иначе как военные игры или игры на выживание, прошли в девственных, нетронутых человеком субтропиках Северной Америки, то в настоящее время пэйнтбольные игровые площадки создаются по заранее утвержденным проектам и представляют собой полигоны, более похожие на сюжеты из новой всемирной, но не такой уж мирной истории или же сцены из стильных фильмов про это небезопасное, но интересное время. В спортивный же пэйнтбол играют на стадионах, открытых полях с привлечением зрителей и болельщиков - все как полагается.

В зависимости от типа поля спортивный пэйнтбол подразделяется на:

- Спидбол, где в качестве укрытий используются щиты или автомобильные покрышки,
- Гипербол, с укрытиями из пластиковых промышленных труб,
- Супэйрбол, с площадкой из надувных конструкций разных размеров, сшитых исключительно для пэйнтбола.

Фейерверк

Первые фейерверки устроил в России Петр I, увидевший это развлечение в Европе. Петр не просто перенял уже существующее, а создал в России несколько пиротехнических мастерских, в которых с огромным удовольствием сам занимался изготовлением пиротехнических составов. Так в России зародилась своя пиротехническая школа, которая стала достойным конкурентом своим зарубежным собратьям.

Фейерверки всегда были очень дорогим удовольствием и устраивались высшей знатью по особым случаям. Развлечение это было настолько популярно, что при строительстве дворцов и загородных особняков их владельцы предусматривали место для его проведения.

К сожалению, после революции к фейерверкам относились сначала как к проявлению мещанства, а затем и вовсе как к опасному мероприятию, которое может быть использовано против власти, поэтому в Советской России о подобном развлечении почти забыли. Исключение составляли

салюты в День Победы, которые разрешались опять-таки лишь в городах-героях. Настоящий «фейерверочный» бум начался в девяностые годы, когда была разрешена деятельность частных фирм по устройству фейерверков и был разрешен ввоз импортных и выпуск российских пиротехнических изделий. В настоящее время в этой области сложился определенный рынок услуг.