**Курсовой проект**

**"Проектирование услуги в культурно-досуговой деятельности "**

Екатеринбург 2011

**Введение**

В современном обществе происходит переосмысление роли культуры, обновление ее форм и функций. С одной стороны, культура по-прежнему воспроизводит традиционные отношения и образцы поведения, во многом предопределяющие поведение и мышление людей. С другой стороны, широко распространяются современные медиаформы (телевидение, кино, печать, реклама), что усиливает формирование идеологических и моральных стереотипов массовой культуры, современного стиля жизни.

Самый простой вид досуга – отдых. Он предназначен для восстановления затраченных во время работы сил и подразделяется на активный и пассивный. Пассивный отдых характеризуется состоянием покоя, которое снимает утомление и восстанавливает силы. Чем ты занят – не имеет значения, лишь бы можно было отвлечься, освободиться от напряжения, получить эмоциональную разрядку. Привычная простая деятельность дома вызывает настроение покоя. Это может быть простое соединение или летание, просмотр газет, настольная игра, непринужденная беседа, обмен мнениями, прогулка. Отдых такого рода не ставит перед собой далеко идущих целей он пассивен, индивидуален. содержит лишь зачатки позитивного досуга.

Досуг – деятельность в свободное время вне сферы общественного и бытового труда, благодаря которой индивид восстанавливает свою способность к труду и развивает в себе в основном те умения и способности, которые невозможно усовершенствовать в сфере трудовой деятельности. Раз досуг – деятельность, то это означает, что он не пустое время провождение, не простое бездельничанье и вместе с тем не по принципу: «что хочу, то и делаю». Это деятельность, осуществляемая в русле определенных интересов и целей, которые ставит перед собой человек. Усвоение культурных ценностей, познание нового, любительский труд, творчество, физкультура и спорт, туризм, путешествия – вот чем и еще многим другим может быть занят он в свободное время. Все эти занятия укажут на достигнутый уровень культуры молодежного досуга.

В современных условиях роль парков как традиционного места массового отдыха будет возрастать. Для многих жителей города отдых в парках становится зачастую единственной доступной возможностью провести время на природе, принять участие в массовых развлечениях. Для улучшения деятельности парков культуры и отдыха необходимо провести, поэтапную модернизацию устаревшего паркового хозяйства, оснащение их современной аттракционной техникой, подключение всех инженерных сетей к коммуникациям. В новых условиях следует пересмотреть традиционные направления деятельности парков.

В сегодняшней социально-культурной ситуации культурно – досуговая деятельность предстает как общественно осознанная необходимость. Общество кровно заинтересовано в эффективном использовании свободного времени людей. Сегодня досуг становится все более широкой сферой культурного досуга, где происходит самореализация творческого и духовного потенциала молодежи и общества в целом.

Цель моей работы: спроектировать услуги рекреации

Из данной цели вытекают следующие задачи:

1. Привлечь внимание посетителей;
2. Показать деятельность парка;
3. Создать дизайн парка.

Объектом исследования является парк отдыха. Предмет исследования деятельность парка.

**1. Теоретические аспекты сервисной деятельности в досуговой сфере**

Современная наука связывает сущность досуга с одним из полюсов человеческой деятельности, носящей в целом двухфазовый характер: «усилие – расслабление», «работа – отдых», «утомляющий вид активности – восстанавливающий вид активности» и т.п. Представление об отдыхе формируется как о деятельности, имеющей многофункциональное назначение, приобретающей сложное содержание, многообразные формы организации.

Важно уяснить характер досуговой деятельности в связи с теми потребностями, которые человек реализует в ее процессе. Известно, что потребности человека условно можно разделить на три типа:

* первичные, или врожденные, – физиологические потребности в отдыхе, пище, продолжении рода и др.; физические – в чистом воздухе, геоландшафтных и климатических условиях жизни; материальные в товарах повседневного спроса, пищевых продуктах и др.;
* социальные – потребности в общении, социальном обслуживании, транспортном передвижении и др.;
* культурные – потребности в образовании, духовном развитии, освоении художественных ценностей и др.

В досуге человек реализует все три указанных типа потребностей либо в тесном переплетении, либо в некоторой последовательности. Например, в туристическом путешествии человек одновременно испытывает нужду в физиологическом отдыхе (первичная потребность), общении (социальная), художественном развитии (культурная) и др.

Содержание досуговой деятельности

* непосредственные переживания, впечатления и состояния, которые испытывает человек, включенный в конкретный вид досуговогo занятия и тем самым удовлетворяющий свои потребности;
* осмысление человеком воспринимаемой информации, художественных образов, общего культурного контекста, который в этой время оказывается в фокусе его внимания;
* его оценки, которые возникают у него по поводу качества отдыха, а также услуг, если они ему оказываются в этом процессе.

Естественно, что в период досуга человек стремится испытать положительные эмоции, сосредоточиться на конструктивных мыслях, получить качественный сервис – словом, добиться тех состояний, которые связаны с рекреационным эффектом.

Другой фактор, позволяющий добиться желаемого содержания, связан с реализацией человеком на досуге своих устремлений, воплощения собственной жизненной позиции. Это направление досуга можно обозначить как обращение человека к любимому делу (хобби). Тот, кто не в состоянии реализовать себя на работе, кого угнетает однообразие повседневного существования, в свободное время стремится восстановить баланс между напряжением и рекреацией в любимом занятии, в котором можно проявить себя с наибольшей свободой и широтой.

Однако организаторы досуга давно поняли, что такие увлечения открывают для бизнеса поистине безграничные возможности. Изучив наиболее массовые виды самодеятельно-досуговых занятий, они предлагают на рынке услуги и товары, которые работают на потребительский спрос.

Под целями досуга понимаются представления о совокупном результате, которого хочет добиться человек в тех или иных досуговых занятиях и которые осознаются им как предпочтительные, желаемые. Субъективные цели человека более специфически обусловлены, нежели цели прагматических занятий. Если в трудовой деятельности, в домашнем хозяйстве человек руководствуется в основном целями, связанными с практической пользой, экономией физических сил, материальным эффектом своей работы, то цели досуга человек пытается вывести за утилитарные рамки. В конечном счете цели, безусловно, выполняют положительные или негативные функции, связанные с рекреацией, хотя сам человек видит в них возможность получить удовольствие.

Главное в досуге – гедонистический, неутилитарный характер проведения свободного времени, свобода от привычных обязанностей, реализация тех аспектов внутреннего развития, которые затруднительно осуществить в других областях практики. Поэтому досуг в представлении человека контрастен рабочим будням, общественным обязательствам. домашним нагрузкам.

Мотивы досуга имеют более сложный характер, чем цели. Если цели досуга чаще всего формулируются самим человеком, то мотивы (совокупность внутренних предпосылок и внешних причин) не всегда им осознаются в полной мере и во всем объеме. Они могут приобретать как открытый, так и неявный для других и для человека характер, оцениваться как вынужденные (внешние), так и добровольно принятые (внутренние).

Мотивацию досуга далеко не всегда можно определить по высказываниям человека. Здесь, как правило, сложно переплетены потребности, рациональные цели, бессознательные влечения, неявные желания и комплексы человека. Мотивы обращения к тому или иному виду досуга исключительно разнообразны, весьма гибки, подчас прихотливы, отображая субъективные предпочтения, внешние обстоятельства, а также скрытые установки, которые сам человек не всегда может рационально осмыслить.

Однако исследователи и организаторы досуга обязаны подходить к свободе выбора досуговых занятий критически. Американский социолог Г. Маркузе считает досуг несвободным в той мере, в какой он регулируется бизнесом, а также зависит от экономического положения общества и конкретного человека. Если семье сложно выделить деньги на отдых, то вряд ли правомерно говорить о свободе выбора досуговых форм.

Кроме мотивов, связанных с рекреационными целями, с достижением свободы действия, культурно-досуговая деятельность содержит важные для внутреннего развития личности возможности: расширение жизненного опыта, осмысление собственного и чужого существования, умножение социальных коммуникаций и индивидуальных форм общения, наличие творческого начала, получение тактильных, зрительных и вкусовых ощущений и др.

Дж. Дюмазедье считает, что досуг представляет собой единство трех мотивационных устремлений, играющих важную роль в развитии индивида: а) желание добиться релаксации и разнообразия переживаний; б) увеличить объем своих знаний, создать условия для игры эмоций и памяти; в) расширить возможности своего участия в спонтанном социальном участии и непосредственном межиндивидуальном общении.

Функции досуговой деятельности в жизнедеятельности человека.

Досуг создает для человека возможности реализовать потребности и аспекты его внутреннего развития, что невозможно в полной мере в деловой сфере, в домашнем хозяйстве, на фоне повседневных забот. Особо следует выделить ***воспитательные и просветительные функции*** досуга. На первый взгляд может показаться, что они значимы в основном для детей и юношества. Вместе с тем эти функции остаются важнейшими и в более зрелом возрасте человека. В это время ему в меньшей степени, но все же необходимо расширять кругозор, сохранять социальные связи, отзываться на требования времени.

В повседневной жизни досуговая активность выполняет множество различных функций ***рекреационно-оздоровительного*** и ***терапевтического*** типа. Без их реализации у многих людей неизбежно формируются состояние стресса, повышенный невротизм, психическая неуравновешенность, переходящие в устойчивые болезни.

Кроме того, досуговая активность позволяет личности осознать противоположные векторы своего существования. С одной стороны, досуговые занятия создают возможность межличностного взаимодействия со многими незнакомыми людьми (во время праздников, массовых зрелищ, путешествий и т.п.) и тем самым рождают ощущение единения, всеобщей связанности людей друг с другом. С другой стороны, человек на досуге нередко стремится остаться один, ощутить умиротворяющий эффект уединения, задуматься над теми сторонами своего бытия, которые в повседневных заботах не попадают в фокус его внимания. Вместе с тем, на отдыхе человек без труда завязывает знакомства, спонтанно и дружески взаимодействует с разными людьми. Но эта свобода позволяет глубже понять особую значимость близких людей, осознать роль семейно-родственных отношений.

В целом досуговая активность способна выполнять функции оздоровления психики, развития внутреннего мира, расширения индивидуальной жизненной среды. Таким образом, досуг интегрирует множество разрозненных аспектов жизни человека в единое целое, формируя у него представления о полноте своего существования. Без досуга жизнь современного человека была бы не только ущербной, она лишилась бы одного из своих базовых стержней, стала бы труднопереносимой.

**2. Практическая часть**

**2.1 Анализ потребителя**

Чтобы открыть парк, нужно, прежде всего, провести анализ рынка будет ли спрос на ту или иную услугу, например на аттракцион «Ожившие легенды фараона».

Потенциальными потребителями данной услуги будут люди всех категорий от маленьких детей до пожилых. Я думаю, что в основном парк будет пользоваться спросом у молодых семей с детьми, а так же семейным парам без детей.

Доминирующими социальными индикаторами, определяющими поведение потребителей моей услуги, будет: уровень дохода.

Культурные ценности в потребительском поведении:

1. Ценности, ориентированные на другого – отражают взгляды общества на уместные отношения индивидуумов и групп в обществе.
2. Ориентированные на среду – отношение общества к его экономической, технической и физической среде.
3. Ориентированные на себя ценности – отражают ценности и подходы к жизни, которые считают желательными индивидуальные члены общества.

сервисный парк досуговый обслуживание

**2.2** **Предлагаемая услуга**

Свое предложения я могу отнести к потребительскому виду. Услуга делится по принципу вещественности, так как действие направлено на человека и в ходе такой услуги необходимо физическое присутствие заказчика.

**2.3 Выбор места для парка**

Для парка перспективой служит то, что если он стоит одиночестве, то есть по близости нет никаких других развлекательных центров и виден из далека.

Чтобы открыть парк очень важно учесть следующие факторы:

* Число людей проживающих в районе;
* Уровень их дохода;
* Удобство;
* В какой зоне находиться парк;
* Является ли этот район растущим;
* Парковка для машин;
* Легко ли увидеть парк со стороны;
* Привлекательность;
* Местонахождение: на сколько привлекательна местность, где находиться парк.

Идеальным местом расположения моего парка «Остров желаний будет район Академический. Так как это новый развивающийся район, я считаю, что в каждом районе должны быть развлекательные центры.

Парк должен привлечь к себе внимание широкого круга потребителей, а это можно достичь лишь тогда, когда он расположен в нужном месте, предлагает интересную услугу, а также обслуживание.

**2.4 Дизайн парка**

Ландшафтный дизайн – важнейший элемент благоустройства территории. Это не просто устройство искусственных водоемов, альпийских горок, беседок, мостиков и дорожек, это ключ к гармонии на придомовой территории Вашего загородного дома.

Существуют различные методы ландшафтного проектирования садов, главное – понять их суть и отразить при воплощении в жизнь. Например, при проектировании сада в пейзажном стиле следует использовать групповые посадки деревьев и кустарников

Необходимо при планировании не только ясно представлять все компоненты сада, но также анализировать их гармоничное расположение, уместность, определять все минусы и плюсы используемых построек и посадочного материала. Выполняя ландшафтное проектирование пользуются приёмами формирования пространства, разбивки территории, большое внимание уделяют взаимоотношению растительности и среды, биологическим свойствам и декоративным качествам растений.

Итак, первый этап ландшафтного проектирования любой территории начинается с осмотра местности. Важно учитывать место, где будет разбит участок. Особенности рельефа отображаются на топографических картах, там отмечаются самые высокие точки, крутые склоны, уступы, все ровные территории и возвышенности – это необходимый элемент, так как от этого зависит вся планировка.

Структура парка:

1. Аллеи;
2. Фонтаны;
3. Искусственные водоемы;
4. Скамьи;
5. Беседка;
6. Летнее кафе «Рябинка»;
7. Детское летнее кафе «Игрушка»;
8. Аттракционы:
	* Железная дорога;
	* Карусель;
	* Ожившие легенды фараона;
	* Тир;
9. Площадка для волейбола;
10. Поле для мини-футбола;
11. Водоем для купания с дельфинами;
12. Фигуры сказочных персонажей, выполненных из воска;.
13. Санитарная зона.

Парк расположен на большой территории и рассчитан на большое количество посетителей, поэтому здесь, как и в обычных парках отдыха много развлекательных программ, как для детей, так и для взрослых.

Парк как бы разделен на две части. Первая часть находиться возле входа в парк. Здесь много растительности, и искусственных водоемов. Если мы зайдем в парк первым что мы увидим это аллея, которая по ночам освещается фонарями, за которыми находятся две спортивные площадки: для волейбола и футбола. Почти рядом стоят беседки, на фоне которых видны искусственные водоемы. С маленькими фонтанчиками.

Вторая часть парка находиться чуть дальше. На входе прямо по аллее мы придем к центральному фонтану. С правой стороны от него в ряд стоят клумбы с цветами, асфальтовые дорожки, детское кафе и водоем для купания с дельфинами. А по левой стороне мы увидим аттракционы, кафе для взрослых и все это освещается ночными фонарями.

**2.5 Технология обслуживания**

На входе парка посетителя встречает клоун, раздающий брошюрки. На территории парка есть такие места, где, не обязательно присутствие работника это спортивные площадки, беседки и т.д. Я считаю, что эти пункты можно пропустить. А о второй части парка можно рассказать подробнее.

Итак, посетитель заходит в кафе, где его с приветливой улыбкой встречают работники персонала. Затем он делает заказ у официанта, и в скором времени получает свою порцию. В случае если клиента не устраивает заказ, то ему в обязательном порядке должны заменить еду, то есть принести то же самое, либо что-то другое на усмотрение клиента. После завершения трапезы посетитель расплачивается, оставляя деньги на столике.

При обслуживании клиента официант обязан предоставить меню, а после того как принесет заказ пожелать приятного аппетита. Одежда спортивного фирменного стиля, то есть футболка с логотипом и бейсболка, чтоб не мешали волосы. После того как клиент уходит, за ним должны привести в порядок столик. Такая система работает как в кафе для взрослых, так и для детей.

Если посетитель зашел площадку с аттракционами, в этом случае он покупает билет в кассе и идет на нужное ему место. Возле аттракциона стоит контроль (так же как и в кино). Клиент должен показать билет, а тот в свою очередь следит за временем и дисциплиной.

Возле водоема с дельфинами есть специальное помещение, где можно переодеться либо взять спецодежду на прокат. Здесь своя касса. Посетитель также покупает билет и ждет своей очереди. В водоем запускают по 10 человек. Время плавания от 30 минут до часа.

**2.6 Анимация**

Анимация – это одна из важных составляющих в сервисной деятельности. В парке анимацией является музыка, звучащая из колонок, ночная подцветка, аниматоры, одетые в различных персонажей. А так же на входе стоит клоун, который раздает брошюрки.

**2.7 Инновации**

В парке появился новый аттракцион «Ожившие легенды фараона». Сделан он в виде гробницы фараона, через лабиринты которой и перестоит пройти храбрым исследователям. Тут есть чему удивиться: обрушивающиеся потолки, туманы и водопады, преследующий дух фараона, множество загадок и тайн.

Фирменный стиль:

1. Название парка «Остров желаний»
2. Логотип (рис 9)
3. Слоган «Мы исполним Ваши желания!»
4. Подарки – футболка с бейсболкой при посещении аттракциона «Ожившие легенды фараона».
5. Цвета: Синий, красный
6. Униформа: спортивная фирменная одежда: синяя футболка с логотипом и бейсболка.

Часы работы

Парк работает 3 месяца с июня по август. С 10:00 до 22:30.

Каждые выходные вход в парк платный 70 р. По будням в парк может прийти каждый желающий. Купание с дельфинами работает только по выходным. Остальные аттракционы работают ежедневно.

**Заключение**

В своей работе я решила поставленные задачи и пришла к выводу, что нужно развивать культурно – досуговые услуги. Так как это, во-первых, это актуально, во-вторых, это такая сфера без которой невозможно прожить. Если б не было таких развлечений жизнь казалась бы нам серой и скучной. Поэтому нужно придумывать что-то новое и интересное, так как на сегодняшний день в сфере обслуживания очень большая конкуренция. Для того что бы этот бизнес был успешным нужно очень хорошо поработать над своим проектом, сделать его как можно больше привлекательным и более доступным для любого жителя, чтоб был большой спрос на услугу.

**Список литературы**

1. Романович Ж.А., Калачев С.Л. – Сервисная деятельность.
2. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика
3. http://www.history.ru
4. Карнаухова, Краковская Сервисная деятельность. Учебное пособие