РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ИНСТИТУТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**РОЛЬ И АНАЛИЗ**

**АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ СРЕДИЗЕМНОМОРСКИХ ОТЕЛЕЙ**

**ТУРЦИИ**

Выпускница

**ПУХНАРЕВИЧ Алина Юрьевна**

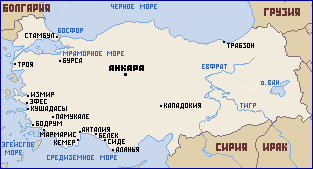
Научный руководитель

**КУРИЛО Лариса Витальевна**

2003 год

**В В Е Д Е Н И Е**

Странная страна Турция… Земля горных хребтов, плоскогорий и плодородных долин: она единственная расположена на двух континентах - Европейском и Азиатском, которые разделены Мраморным морем и проливами Босфор и Дарданеллы. Когда-то, сотни тысячелетий назад, и Босфор и Дарданеллы были горными реками, но после того, как горные цепи, соединявшие Грецию с Малой Азией, опустились в море, они стали проливами.

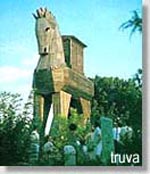


ТУРЦИЯ

Страна занимает территорию площадью 780 576 км2, из которых три процента находится в Европе (это Тракия), а оставшиеся 97 процентов - в Азии. Это Анатолия - высокогорное плато с долинами 15 рек, в древности называемое Малой Азией. Как стены окружают Анатолийскую возвышенность с юга горы Тавр (Торос), с севера - Черноморские (Понтийские горы). На востоке находятся потухшие вулканы и высокие горы, также берут здесь свое начало истоки рек Тигр и Евфрат.

С одной стороны - настоящее Средиземноморье: античные развалины, рыбацкие лодки и маслины размером со сливу, а с другой – исламский восток: ковры, муэдзины, лавки, где торговаться нужно отчаянно и страстно, а еще кебаб, лукум и долма.

Турция, расположенная на территории Малой Азии и Восточной Фракии, между Европой и Азией, где воды Дарданелл, Мраморного моря и Босфора разделяют два континента, - страна нескончаемого очарования. Ее культура уникальна, а история так же богата, как в древней Византии. Побережье Турции обычно ассоциируется с такими историческими личностями, как Клеопатра и Александр Македонский, для которых это место было романтическим убежищем; мы вспоминаем апостола Павла с его "Посланием к Ефесенянам"; а знаменитые слова Юлия Цезаря: "Veni. Vedi. Vici." - "Пришел. Увидел. Победил" - были произнесены в местечке Зела близ Анкары - нынешней столицы Турции.



Древние называли эту землю Малой Азией, турки именуют Анатолией. На севере ее омывают воды Черного моря, на западной стороне господствует Эгейское, а юг богат Средиземноморским побережьем. Сюда, с незапамятных времен, тянулись дороги из глубин Азиатского континента. Здесь можно наблюдать и снежные вершины, и степные нагорья с полноводными реками, и цветущие долины.

А если приехать в Турцию весной, на горнолыжный курорт, может выпасть уникальная возможность после дня, проведенного в катании на горных лыжах, спуститься на берег теплого и ласкового моря. На западе и юге, где господствует средиземноморский климат, летние месяцы жаркие и сухие, зима мягкая. Поэтому Анталия и прилегающий район называются Турецкой Ривьерой. Купаться можно с апреля по октябрь: в Анталии средняя температура воздуха в январе - от 6 до 15°С, в августе - от 23 до 34°С, температура воды - 27°С.

Здесь, на побережье раскинулись плантации маслин, цитрусовых, граната, винограда, банановых пальм. Для центральных равнин характерно господство континентального климата с холодной зимой и жарким и сухим летом. В восточных районах преобладает резко континентальный климат. Природа этих регионов тоже достаточно интересна, в степных районах расположены нагорья, где тополя, платаны или березы растут только в долинах рек, зато весной здесь много восхитительных ирисов и крокусов.

Буйная зелень, апельсиновые сады, банановые плантации и виноградники щедро покрывающие земли Турции, ее чудесный климат, прозрачный воздух и кристально чистая вода, обилие овощей, фруктов, роскошные отели и живописные пляжи – вот что делает отдых в Турции наполненным и запоминающимся и благодаря чему сюда устремляется на отдых такое множество туристов. Здесь можно наблюдать и снежные вершины, и степные нагорья с полноводными реками, и цветущие долины.

В последнее время Турция превратилась в крупный туристический центр, пользующийся огромной популярностью у жителей других стран, приезжающих сюда провести свой отпуск. Листая анкеты российских туристов, удивляешься: какой многоликой предстает она через впечатления наших граждан.

Для одних она ассоциируется с ярким, жарким и уже почти родным солнцем, теплым, нежным морем и прозрачным песком, на котором нежилась сама Клеопатра, величественными и завораживающими горами, могучими и прекрасными соснами; другим запомнился подводный мир, который «увидишь - и не забудешь уже никогда», яхты и морские круизы,



рафтинг – увлекательный и захватывающий спуск по горной реке, джип-сафари с острыми ощущениями и экзотикой,



аквалэнд с многочисленными горками, бассейнами и джакузи, рай для детей больших и маленьких: няни и мини-клубы, анимация и дискотеки, водные виды спорта и горные походы.

Культура – античная и современная: руины великих цивилизаций и суперсовременные отели, Эфес и турецкая ночь.



Античный город Эфес



Стамбул Голубая Мечеть

Отель Falez, (Анталия)

И не только россияне, а и представители других стран и народов: немцы, бельгийцы, голландцы, англичане, французы из года в год приезжают на побережье Средиземного и Эгейского морей, потому что именно здесь они могут отдохнуть по приемлемым ценам, получив при этом европейское качество обслуживания и отличный уровень отелей, где обслуживающий персонал обязательно владеет двумя и более языками (английским и/или немецким, французским, итальянским). Поражают территории, вмещающие такую большую инфраструктуру, на какую только способен полет творческой фантазии здешних организаторов.

Расположенные по побережью Средиземного моря отели обеспечивают высокий уровень обслуживания и удовлетворят любые, даже самые взыскательные требования, создают для туристов весь мыслимый комфорт и возможности для развлечений на любой вкус.

Здесь созданы все условия как для молодежи с ее романтическими увлечениями, так и для семейных пар, в том числе и для тех, кто проводит отпуск вместе с детьми. Сами гостиницы не похожи одна на другую, имеют свой, совершенно неповторимый образ, здесь и выдержанный в восточном стиле Top Kapı Palace, с башенками, похожими на минареты, а внутреннее его убранство напоминает дворец султана; и отель «Titanik », название которого само говорит за себя -гостиница, построенная в виде корабля, с комнатой-аквариумом, где часами можно наблюдать за необычными и для нас такими диковинными представителями морской фауны и флоры; и Аdora Golf Hotel, входящий в лучшую пятерку мира, с бескрайними полями для игры в гольф. А чего стоит высокобюджетный проект четырех гостиниц – «Венеция», «Московский Кремль», «Париж», «Вашингтон», где жилые здания самих гостиниц построены в виде всемирно известных достопримечательностей.

А, кроме того, Анталия - это просторные спокойные пляжи, сменяющиеся круто обрывающимися скалистыми плато и ласковые воды Средиземного моря.



Вообще, анталийское побережье - это десятки километров средиземноморских пляжей, протянувшихся от Текировы до Аланьи.

Средиземное море, по-турецки Akdeniz, в переводе означает белое, чистое, светлое море. Средиземноморское побережье Турции-одно из самых экологически чистых в мире. Разнообразие окружающей природы дает возможность каждому выбрать себе место отдыха по душе

Конечно, путешествие сюда – это всегда праздник, но зависит он от работы многих тысяч людей, от совместных усилий и организации работы служб предприятий туристского обслуживания.

Однако, мало построить шикарные отели. Оживить эти стены, дать возможность туристам проникнуться идеей устроителей данной гостиницы и стать ее участниками (будь то спортивная, оздоровительная или познавательная направленность) – вот главная задача принимающей стороны. И помогают в решении этой задачи аниматоры - люди, в чьих руках - самочувствие и комфорт, настроение и увлеченность самыми разнообразными идеями, затеями, развлечениями туристов, из чего в результате и складывается полноценный отдых.

Днем и ночью работает эта профессиональная команда массовиков-затейников, гарантируя незабываемые дни, насыщая их играми, спортивными конкурсами и соревнованиями. А вечером отдыхающих приглашают на представления, театральные и танцевальные шоу, мюзиклы, комедии, концерты классической музыки, кинофильмы на большом экране, вечеринки на пляже. Ведь самая главная их задача – создать туристу комфорт, сделать его отдых интересным, незабываемым, чтобы он вспоминал его как свое лучшее времяпрепровождение.

**1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ**

**В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

1.1. Место туризма в современном обществе

Индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся форм в международной торговле услугами. Значение туризма в мире постоянно возрастает, что связано с растущим влиянием туризма на экономику каждой отдельной страны.

В экономике государства международный туризм выполняет ряд важных функций:

1. Международный туризм является источником валютных поступлений для страны и средством для обеспечения занятости.

2. Международный туризм расширяет вклады в платежный баланс и ВНП страны.

3. Международный туризм способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие сферу туризма.

4. С ростом занятости в сфере туризма растут доходы населения и повышается уровень благосостояния нации.

Международный туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению, удельный вес которых в мировом экспорте 11% и 8,6% соответственно. В 2001 году суммарный доход стран мира от международного туризма составил более 7% от общего объема мирового экспорта и 3% - от мирового экспорта услуг.

Международный туризм в мире крайне неравномерен, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов. Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах и странах Ближнего Востока. На долю этих регионов приходится свыше 70% мирового туристического рынка и около 60% валютных поступлений. Примерно 20% приходится на Америку, менее 10% - на Азию, Африку и Австралию вместе взятые.

Что касается Турции, то количество туристов, посетивших страну в январе-августе 2002 года, увеличилось на 7.6% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года и достигло 8,82 миллиона человек. Согласно представленным данным Министерства туризма Турции, только в августе 2002 года количество иностранных туристов возросло на 19,3% или 1,91 миллиона человек.

Большая часть гостей Турции – 23% от их общего числа – приходится на долю жителей Германии. Россияне составляют 19%, британцы - 9,3%.



В текущем году Турция рассчитывает привлечь 13-14 миллионов туристов, доход от которых, по оценкам местных властей, составит 10 миллиардов долларов.

Туризм занимает значительное место в международных отноше­ниях. Около 500 млн. человек ежегодно посещают зарубежные страны в туристических целях. Международный туризм является не только популярным видом отдыха, но и активно развивающейся сферой мировой экономики.

Итак, международный туризм, характерной чертой которого является то, что значительная часть услуг производится с минимальными затратами на месте, играет все более заметную роль в мировой экономике. Туристическая отрасль входит в число экономических форвардов, дающих внушительную величину добавленной стоимости.

Однако информация о развитии международного туризма не яв­ляется абсолютно точной, поскольку достаточно сложно измерить туристические потоки. Из-за отсутствия единого способа их учета значительно осложняется сопоставление статистических данных меж­ду странами.

Сегодня мы воспринимаем туризм как самый массовый феномен XXI столетия, как одно из самых ярких явлений нашего времени, которое реально проникает во все сферы нашей жизни и изменяет окружающий мир и ландшафт. Туризм стал одним из важнейших факторов экономики, поэтому мы рассматриваем его не просто как поездку или отдых. Это понятие намного шире и представляет собой *совокупность отношений и единство связей и явлений, которые сопровождают человека в путешествиях.*

Высокие темпы развития туризма, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные секторы экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии. На сферу туризма приходится около 6% мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов. Таким образом, в наши дни нельзя не заметить того огромного влияния, которое оказывает индустрия туризма на мировую экономику.

Важной особенностью современного этапа развития туризма и изменения его организационных форм является проникновение в туристский бизнес транспортных, торговых, промышленных, банковских, страховых и других компаний.

Интенсивное развитие международных туристских связей повлекло за собой создание многочисленных международных организаций, содействие лучшей организации этой сферы международных экономических отношений.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно назвать основные **черты** развития туризма в предстоящее десятилетие:

1. Дальнейший рост показателей международной туристской деятельности
2. Постоянное влияние экономической и политической ситуации в мире на туризм.
3. Определяющими факторами туризма станут социодемографические изменения, электронная информация и коммуникационные системы
4. Популяризация деятельности туроператоров, занятых как глобальным, так и средним и малым бизнесом
5. Одним из самых популярных регионов пребывания, видимо, станет Южная и Юго-Восточная Азия. В рамках этого потока будет усиливаться роль международного сектора России как центра транзитного обслуживания из Западной Европы, а также сегмента выездного туризма из России в указанные регионы.

**1.2. Понятие и классификация международного туризма**

Однако, понятие «туризм» имеет несколько расплывчатый ха­рактер. Во-первых, туризмом считается временное перемещение людей из мест, где они обычно проживают и работают, в другие места. Под "временным перемещением" условно понимается период до одного года. Во-вторых, согласно международной статистике, к ино­странным туристам относятся лица, посещающие другую страну (как минимум с одним ночлегом) с любой целью, кроме профессиональ­ной деятельности, оплачиваемой в этой стране.

Хотя в процессе развития туризма появились различные толкования этого понятия, особую значимость при определении этого явления имеют следующие критерии:

*Изменение места.* В данном случае речь идет о поездке, которая осуществляется в место, находящееся за пределами обычной среды. Однако нельзя считать туристами лиц, ежедневно совершающих поездки между домом и местом работы или учебы, так как эти поездки не выходят за пределы их обычной среды.

*Пребывание в другом месте.* Главным условием здесь является то, что место пребывания не должно быть местом постоянного или длительного проживания. Кроме того, оно не должно быть связано с трудовой деятельностью (оплатой труда). Этот нюанс следует учитывать, потому что поведение человека, занятого трудовой деятельностью, отличается от поведения туриста и не может классифицироваться как занятие туризмом. Еще одним условием является и то, что путешественники не должны находиться в посещаемом ими месте 12 месяцев подряд и более. Лицо, находящееся или планирующее находиться один год или более в определенном месте, с точки зрения туризма считается постоянным жителем и поэтому не может называться туристом.

*Оплата труда из источника в посещаемом месте.* Суть данного критерия в том, что главной целью поездки не должно быть осуществление деятельности, оплачиваемой из источника в посещаемом месте. Любое лицо, въезжающее в какую-нибудь страну для работы, оплачиваемой из источника в этой стране, считается мигрантом, а не туристом этой страны. Это относится не только к международному туризму, но и к туризму в пределах одной страны. Каждый человек, путешествующий в другое место в пределах одной страны (или в другую страну) для осуществления деятельности, оплачиваемой из источника в этом месте (стране), не считается туристом этого места.

Следовательно, туризм – это совокупность отношений, связей и явлений, сопровождающих поездку и пребывание людей в местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.

Туризм можно классифицировать по ряду критериев:

|  |  |
| --- | --- |
| Классификация  туризма | Краткая характеристика |
| по целям | маршрутно-познавательный; спортивно-оздорови-тель­ный; деловой и конгресс-туризм; курортный, лечебный; горнолыж­ный; фестивальный; охотничий; шоп-туризм; рели­гиозный; учебный и др |
| по степени  мобильности | передвижной; стационарный; смешан­ный |
| по форме участия | индивидуальный; групповой; семейный |
| по возрасту | зрелый; молодежный; детский; смешанный |
| по продолжи-тельности | однодневный; многодневный; транзитный |
| по использова-нию транспорт-  ных средств | автомобильный, желез­нодорожный; авиационный; водный; велосипедный; конный; ком­бинированный |
| по сезонности | активный туристский сезон, межсезонье, несезон |
| по географии | межконтинентальный, международный (межрегио­нальный), региональный, местный, приграничный |
| по способу  передвижения | пешеходный, с использованием традиционных транспортных средств, с использованием экзотических ви­дов транспорта (канатная дорога, фуникулер, дирижабль, воздуш­ный шар, дельтаплан) |

1.3. Характеристики и особенности видов туризма

В качестве признака, позволяющего классифицировать путешествия по *видам туризма,* можно использовать мотивационные факторы. При такой классификации следует исходить из основного мотива, побудившего человека от­правиться в поездку. Хотя мотивы не всегда определяются однозначно, все же можно выделить шесть видов туризма в системе его управления.

*Туризм с целью отдыха.*

Данный вид заключается в крат­ковременном или более продолжительном отдыхе с целью физического или психологического восстановления орга­низма. Кроме того, к этой группе относится и курортный отдых, при котором для лечения или восстановления сил используются природные свойства почвы, климата и мор­ской воды.

*Туризм с целью изучения культуры.*

Туризм, ориентиро­ванный на познание чужой культуры, подразделяется на познавательный и паломнический. Познавательный туризм характерен посещением исторических, культурных или географических достопримечательностей. Туристы, путе­шествующие с познавательной целью, чаще всего интере­суются социальными и экономическими отношениями посещаемых ими стран. Целью паломнического туризма является посещение мест, имеющих особое религиозное значение.

*Общественный туризм.*

Подразумевает путешествие с целью посещения родственни­ков, знакомых, друзей (в международной терминологии известен как visiting friends and relatives - VFR), а также клубный туризм. Клубный туризм отличается тем, что пу­тешествующие сознательно интегриру-ются в группы. Объе­динение в группы происходит при наличии интересую­щей людей развлекательной или спортивной программы.

*Спортивный туризм.*

К спортивному туризму относят­ся поездки с целью активного участия в спортивных ме­роприятиях, а также поездки, которые носят пассивный характер участия в спортивных соревнованиях.

*Экономический туризм*

Этот вид туризма объединяет людей, совершающих поездки из профессионального и коммерческого интереса: посеще­ние бирж, выставок, ярмарок и т.д.

*Конгрессовый (политический) туризм*

Подразделяется на дипломати­ческий туризм, участие в конгрессах, а также туризм, свя­занный с политическими событиями и мероприятиями.

Иногда необходимость конкретизации туризма по его формам возникает в связи с различной длительностью путешествий (продолжительные и непродолжительные путешествия). В этом случае в качестве основного крите­рия такой классификации выбран срок пребывания в пу­тешествии. Если путешествия различаются по такому внеш­нему критерию, как *длительность пребывания,* то можно сказать, что эти путешествия относятся к различным фор­мам туризма.

Существует много возможностей, позволя­ющих выделить формы туризма по внешним критериям: по происхождению туристов, по организационной форме, по длительности пребывания в путешествии, по возрасту, по транспортным средствам, по времени года или сезону.

На первый взгляд может показаться, что между фор­мами и видами туризма нет большого различия. В обоих случаях путешествия группируются исходя из *опре­деленных точек зрения.* Разница состоит в том, что виды туризма различаются по мотивации путешествую­щих, т.е. по внутренним факторам, а формы туризма — по внешним причинам и воздей­ствиям, что очень важно для менеджмента.

*Формы туризма в зависимости от происхождения тури­стов.*

В зависимости от происхождения путешествующих туризм подразделяется на внутренний и между­народный. В данном случае слово «происхождение» относится не к национальности или месту рождения че­ловека, а к его месту проживания и работы.

*Формы туризма в зависимости от его организации.*

В зависимости от форм организации различают паушальный (предоставление комплекса услуг за одну стоимость) и индивидуальный туризм. Паушальный тур — это стандартизирован­ный, предварительно организованный комплекс турист­ских услуг. Индивидуальный тур имеет те особенности, что турист организует и осуществляет его самостоятельно. Подобные туры называются также оди­ночными, но это не означает, что нужно путешествовать в одиночку, путешествовать можно семьей, группой, но при этом путешествие будет называться одиночным.

Понятие *«индивидуальный туризм»* чаще всего про­тивопоставляется понятию *«массовый туризм».* Массовый туризм первоначально означал, что в туризме участвуют многие люди. С течением времени это понятие приоб­рело отрицательное значение. В настоящее время с мас­совым туризмом ассоциируются отрицательные воздей­ствия, прежде всего паушального туризма, из-за чего понятия *индивидуальный туризм* и *массовый туризм* боль­ше не подходят для выделения форм туризма по количе­ству участников.

*Формы туризма в зависимости от длительности пребы­вания.*

Очень важной классификацией форм туризма яв­ляется их классификация в зависимости от продолжитель­ности пребывания.

Продолжительность путешествия относится ко вре­мени, которое затрачивается туристом в ходе поездки или пребывания в посещаемом месте или стране. Одноднев­ные путешествия классифицируются следующим образом: менее трех часов; три-пять часов; шесть-восемь ча­сов; девять-одиннадцать часов; двенадцать и более ча­сов.

Путешествия с ночевкой можно классифицировать следующим образом: 1-3 ночи; 4-7 ночей; 8-28 ночей; 29-91 ночь; 92 – 365 ночей.

Продолжительные путешествия, как правило, допол­няются непродолжительными поездками. К непродолжи­тельным поездкам относятся *транзитные поездки, однодневные поездки* и *кратковременный туризм*.

Тран­зитный туризм — это остановки туристов по пути следо­вания к месту назначения.

Однодневный туризм - это туры продолжительностью в свето-вой день: они не пред­полагают остановки на ночлег. Особенно важная форма непродолжительного туризма - кратковременный туризм.

Кратковременный туризм включает в себя деловой туризм и поездки на выходные дни. Независимо от того, совер­шаются поездки в деловых или личных целях, средняя их продолжительность составляет 2-4 дня, т.е. включа­ют минимально - один, максимально - три ночлега.

*Формы туризма в зависимости от возраста путе­шествующих.*

При классификации форм туризма учиты­вается также возраст путешествующих. По возрастной шка­ле определены следующие группы туристов:

* дети, путешествующие со своими родителями;
* молодежь (ту­ристы в возрасте 15-24 лет);
* относительно молодые, эко­номически активные люди 25-44 лет;
* экономически активные люди среднего (45 – 64 лет) воз­раста (путешествуют, как правило, без детей);
* пенсионе­ры (65 лет и старше).

*Формы туризма в зависимости от транспортных средств.*

В зависимости от транспортного средства, используемого для перемещения туристов из одного места в другое, раз­личаются следующие формы туризма: авиатуризм, авто­бусный, железнодорожный, автомобильный и морской.

*Формы туризма в зависимости от времени года.*

В зави­симости от времени года различается зимний и летний туризм. Сезонная классификация форм туризма показы­вает колебания спроса на туристские услуги в течение года. Время, в которое совершается максимальное количество поездок, называется туристским сезоном, период спада путешествий — межсезоньем. Туристские сезоны в раз­ных регионах могут не совпадать.

Кроме предложенных шести критериев существуют и другие точки зрения, позволяющие классифицировать пу­тешествия по формам. Более полно предлагает классифицировать туризм Всемирная туристская организация по следующим ти­пам:

* *внутренний туризм —* путешествия жителей како­го-либо региона по этому региону;
* *въездной туризм* — путешествия по какой-либо стране лиц, не являющихся ее жителями;
* *выездной туризм —* путешествия жителей какой-либо страны в другую страну. Эти основные типы туризма могут по-разному сочетаться, образуя категории туризма.

Эти категории туризма могут от­носиться не только к какой-либо стране, но и к региону; термин «регион» — к какому-то району в пределах какой-либо страны, либо к группе стран. Определение **«***туризм в пределах страны***»** охватывает собой внутренний и въезд­ной туризм;*«национальный**туризм»* — внутренний и выез­дной туризм;*«международный туризм»* — въездной и выезд­ной.

**1.4. Классификация туристов**

При изучении туристического бизнеса очень важно правиль­но ответить на следующий вопрос: кто и какими турист­скими услугами пользуется? При этом следует подумать о том, будут ли представители разных семей отды­хать одинаково и совпадут ли их потребности в турист­ском продукте. Ответ однозначен — нет. В связи с этим всех туристов можно классифицировать по следующим признакам:

* в зависимости от их активности;
* в зависимости от стиля жизни.

Традиционно среди туристов по их *активности во вре­мя отпуска* выделяют шесть групп:

*Любители спокойного отдыха.* Его представители от­правляются в отпуск для того, чтобы освободиться от по­вседневных стрессов и отдохнуть в спокойной и приятной обстановке. Они боятся посторонних и большого скопле­ния людей. Спокойно отдыхающих отпускников привле­кают солнце, песок и море.

*Любители удовольствий.* Это тип очень предприимчи­вых туристов, которые во время отдыха заняты поиском разнообразных удовольствий и предпочитают светскую ат­мосферу. Применительно к ним чаще всего употребляют­ся такие слова, как флирт, дальние прогулки, ночные развлечения.

*Любители активного отдыха.* Эти туристы любят приро­ду и создают активную нагрузку своему телу. Предпочи­тают размеренное движение и пребывание на свежем воз­духе. Их отпуск можно совместить с лечением.

*Любители спортивного отдыха.* В отличие от актив­но отдыхающих у туристов-спортсменов все внимание сконцентрировано на соревнованиях. Для них очень ва­жен спорт — их хобби. Они не страшатся физических нагрузок.

*Отдыхающие с целью познания, изучения.* Данный тип туристов заинтересован в повышении своего образователь­ного уровня, познании нового.

*Любители приключений.* Лишь немногие любители ост­рых ощущений отправляются в странствие в одиночку и при этом подвергают себя действительно серьезному рис­ку. К типу искателей приключений можно отнести таких туристов, которые ищут необычных впечатлений с опре­деленной долей риска. Для них риск — это возможность испытать себя.

Классификация туристов по группам в зависимости*от стиля их жизни* предполагает более углубленный подход к выделению типов, так как рассматривает человека и его поведение не изолированно, а в связи с его жизненной позицией, отношением к различным вещам и его жела­ниями.

При выделении групп туристов в зависимости от сти­ля их жизни в основу положен не какой-то отдельный критерий, а общее отношение человека к своей жизни. Сделать это очень сложно, так как тенденции и экономи­ческая ситуация в обществе подвержены очень сильным изменениям во времени.

В зависимости от стиля жизни выделяют четыре груп­пы туристов: *любители наслаждений, тенденциозные, се­мейные и исключительно отдыхающие туристы*. При дан­ной классификации следует иметь в виду, что выделенные группы постоянно изменяются и границы между ними очень расплывчаты.

*Любители наслаждений.* Представители данной группы предъявляют очень высокие требования к качеству отдыха. Для них путешествие — это способ самовыражения. От отдыха они желают получить удовольствие, позволить себе некоторые слабости или дать себе спортивную нагрузку.

*Тенденциозные туристы.* Для туристов, входящих в дан­ную группу, отдых — это возможность найти и проявить себя как личность. Это отдыхающие с высокими требова­ниями, но, в отличие от «наслаждающихся жизнью», им не нужны условия класса люкс. Они ищут единения с при­родой, тишины и возможности психологической разгруз­ки. Они осознают проблемы окружающей среды, интересуются политикой и культурой намеченного для по­сещения региона.

*Семейные туристы.* В эту группу входят исключитель­но семьи с детьми. Семейные туристы любят проводить свой отпуск в кругу семьи, друзей, родственников. Они отдыхают в спокойной и удобной обстановке, покупают услуги по выгодным ценам, не любят, чтобы им мешали. Чаще всего обслуживают себя сами.

*Всецело отдыхающие.* Важнейшим условием для тури­стов этого типа является возможность отдохнуть. В дан­ную группу входят сравнительно пассивные туристы, ко­торые проводят свой отпуск традиционным способом: довольствуются тишиной, долго спят, любят вкусно и обильно поесть, совершают короткие прогулки или недаль­ние поездки. Любители такого отдыха радуются, если на время отпуска могут быть сохранены их любимые при­вычки, ведь они не любят экспериментировать.

Итак, на основании изложенного в первой главе данной работы можно сделать вывод о том, что из года в год международный туризм играет всё более заметную роль в мировой экономике и становится одним из важнейших его факторов.

Все большую роль начинают играть анимационные технологии в туризме

2. ПРОГРАММНЫЙ ТУРИЗМ

И АНИМАЦИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

В RESORT-ОТЕЛЯХ

**2.1. Создание психологического климата в гостинице**

Все вышеизложенное подводит нас к мысли о том, что каждый человек, переходя в разряд туриста, в каком-то смысле меняется внутренне. Так как большинство турецких отелей, расположенных по побережью Средиземного моря, ориентированы на иностранцев, которые от предстоящего отдыха ждут не просто физического и психологического восстановления организма, но и еще чего-то особенного и необычного, чего они лишены в обыденной жизни в своей стране, то гостиница и должна стать тем местом, феерией, волшебной сказкой, куда бы они смогли окунуться, открыть для себя совсем иной мир вселенной и забыть на эту неделю, две, три насущные проблемы их настоящей жизни.

И одной из основных задач, стоящих перед руководством отеля, принимающего туристов, является не обмануть эти ожидания.



Поэтому все, что делается в отеле, направлено на организацию максимально комфортных условий для отдыха, создание атмосферы изобилия, праздника, в общем, всех тех предпосылок, при которых туристу захотелось бы возвращаться именно в этот отель вновь и вновь.

Реализация этих задач осуществляется всеми службами отеля. Начиная с работников reception, встречающих туриста в день его прибытия, горничных, убирающих комнаты, работников охраны, обеспечивающих безопасность пребывания в отеле, персонала службы питания, других сфер обслуживания и заканчивая топ-менеджерами, стремятся соответствовать данному представлению, т.к. от всех вместе и каждого в отдельности зависит настроение туриста, ощущения удовольствия и хорошего впечатления от проведенного отдыха.

Поэтому в обучении персонала гостиницы, кроме профессиональных знаний, умений и навыков, менеджеры обязательно обращают внимание на такие качества, как тактичность, приветливость, деликатность, коммуникабельность, умение внимательно выслушать и оперативно отреагировать на возникшие трудности и проблемы у туриста, чтобы тот чувствовал себя самым дорогим и желанным гостем. Одной из составляющих, которая создает психологическую атмосферу хорошего отдыха, является дружелюбное отношение к гостям и непременная, искренняя улыбка на лицах обслуживающих людей. Это и есть тот «плюс еще что-то», та изюминка, которая хоть и не включается в стоимость, а только подразумевается, играет большую роль в создании имиджа и законченного образа отеля, оживляя разнообразный спектр предоставляемых услуг и оснащений.

Кроме этого, администрация отеля старается организовать работу, основываясь на индивидуальном подходе к каждому клиенту.

Поздравления с **днем рождения туристов.** На основании регистрационных листов работники выделяют гостей, чьи дни рождения попадают на период пребывания в отеле. Заранее для каждого именинника готовится поздравительная открытка , празднично оформляется стол в ресторане, заказывается торт, звучит музыка в его честь, а вечером аниматоры со сцены поздравляют туристов и произносят пожелания.

Туристов, которые приезжают в отель не один раз, называют **repeat guests**. При заселении таких клиентов администрация заранее присылает в номер корзину с фруктами и открытку. Туристы, которые приезжают в отель повторно – это благодарные и, конечно же, желанные гости, это значит, что им понравилось в прошлый раз и они решили, при возможности такого многообразия выбора турецких отелей, провести свой отпуск здесь еще раз. Кроме того, они с удовольствием рекомендуют его и своим друзьям, родственникам, коллегам по работе. Поэтому администрация заинтересована в том, чтобы их было, как можно больше и уделяет им особое внимание.

Вся информация по туристам вводится в компьютерную базу отеля. Используя свой банк данных, администрация ведет с гостями переписку: поздравляет их с праздниками, с днями рождений, информирует о нововведениях в будущем сезоне, приглашает посетить отель в период отпуска, предлагает скидки.

Администрация отдает таким гостям приоритет, им могут быть выделены лучшие номера в отеле, предоставлены значительные скидки на услуги.

Особый подход требуют **V.I.P клиенты**. Само название говорит за себя - это очень важные люди :политические деятели, артисты, крупные бизнесмены и другие широко известные личности. Администрация заранее готовится к их встрече, посылает в комнату шампанское, фрукты, организует дополнительную систему безопасности, предлагает дополнительные услуги, бронирует места в специальных ресторанах a la carte, организует трансфер из отеля в аэропорт и т.д. Посещение отеля V.I.P клиентами повышает имидж отеля, значительно увеличивает его доход, влияет на темпы развития отеля.

Инфраструктура гостиницы должна включать все службы, необходимые для комфортного проживания и эффективного отдыха. Чем выше категория отеля, тем большие требования предъявляются к сфере обслуживания. Гостиница – это как мини-городок, в котором есть и свой доктор, обеспечивающий круглосуточное медицинское обслуживание гостей; и мини-детский сад со своими сиделками, нянечками, воспитателями, которые могут полностью взять на себя заботу о детях, и дать возможность родителям расслабиться и спокойно и полноценно отдыхать; это и парикмахерские, где смогут удовлетворить самые изысканные требования гостей из разных стран; и магазины, имеющие в своем ассортименте самые разнообразные товары, необходимые туристу на отдыхе. Каждый отель имеет свою службу охраны, которая гарантирует гостям безопасность и покой.

Еще одна важная служба в отеле – guest relations. Эта служба является посредником между гостями и администрацией отеля. Со всеми вопросами, возникающими в период проживания в гостинице, претензиями, пожеланиями туристы обращаются именно в эту службу. Задача персонала этой службы – внимательно выслушать, постараться помочь, корректно и деликатно решить возникшие проблемы. Помимо этого, служба постоянно проводит анкетирование гостей для изучения требований, вкусов, пожеланий туристов, выявления каких-то негативных моментов в работе. Это помогает корректировать работу всех служб отеля, совершенствовать и улучшать сервис.

Но основными людьми, играющими важную роль в создании того или иного психологического климата в гостинице, являются аниматоры, их личности и их умение создать у туристов особое настроение и ощущение комфорта и уюта.

**2.2. Профессионализм и личностные качества аниматора**

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

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

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

Аниматор – тот же артист, и вся его деятельность требует постоянной самоотдачи – ежедневно, ежеминутно, на протяжении пятнадцати и более часов в сутки. Не всякий может выдержать столь активный и бурный ритм, поэтому так важно хорошо организовать работу аниматоров.

Структуру менеджмента анимации можно представить себе следующим образом:

|  |
| --- |
| Генеральный менеджер отеля |

|  |
| --- |
| Менеджер-аниматор |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Методист-аниматор |  | Организатор-аниматор |

|  |
| --- |
| Аниматоры-исполнители |

Главный в системе анимации – менеджер по анимации. Он подчиняется непосредственно генеральному менеджеру, который, в свою очередь, подчиняется владельцу отеля.

Как специалист широкого профиля, менеджер анимационной деятельности призван выявлять, удовлетворять и развивать социально-культурные интересы разных групп населения, разрабатывать целевые анимационные программы и социальные технологии их осуществления, стимулировать инновационные движения в сфере туризма, управлять экономическими механизмами организации анимационной деятельности, внедрять эффективные педагогические методики развития культурно-эстетического творчества.

Принципиальная особенность специалиста-аниматора в том, что знание социологии, экономики, политологии, права, теории управления, основ режиссуры и ряда других, общественно значимых и весьма престижных сегодня наук выступает не как самоцель, а как существенное средство реализации ведущей метафункции социально-культурной деятельности - приобщения человека к достижениям мировой культуры, всемерное развитие его творческого потенциала.

Менеджер-аниматор должен знать психолого-педагогические основы управления временным коллективом, с которым работает, быть лидером в разнообразных туристских коллективах, отличающихся по возрасту, составу, образованию, социальному положению, уметь влиять на мнение окружающих.

Важное значение имеет склонность к лидерству, а именно: умение проявлять инициативу, привлекать и направлять внимание других, предлагать им решение, способность разговаривать на языке своих сторонников.

Менеджеры-аниматоры должны обладать высокими деловыми качествами, глубокими знаниями психологии людей, практическими навыками работы в условиях четко отлаженного механизма..

Менеджеру по анимации подчиняются:

* методист-аниматор (хореограф), который занимается подготовкой сценариев и постановкой шоу, разработкой костюмов и проведением репетиций;
* организатор-аниматор, который обеспечивает организацию процесса анимационной деятельности всем необходимым.

Помимо людей, которые непосредственно являются частью команды animation, делать более яркими и красочными представления помогает и художник (если его нет среди аниматоров), который оформляет декорации к представлениям, рисует к ним анонсы, афиши и другие материалы, и портной, который шьет и отвечает за вечерние костюмы аниматоров.



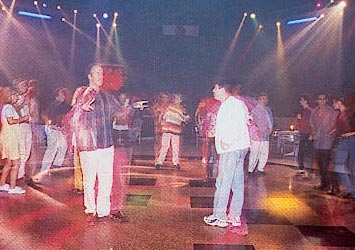
Стать аниматором непросто. Аниматор должен изначально владеть определенными навыками работы и умениями, а также должен быть психологически готов к этой работе. Всему этому учат новичков – от преодоления языкового барьера до искусства перевоплощения в свой персонаж. Кроме того, проводятся специальные семинары и практические занятия по танцам, разработке программы на сезон, проведению спортивных игр и соревнований. Каждые две недели анимационная программа меняется, поэтому рабочий день аниматора проходит очень напряженно.



Утро начи-нается в семь часов. Личная гигиена, зарядка, завтрак.

В девять утра аниматоры собираются на собрание, где решаются организационные вопросы предстоящего дня, после этого начинается общение с гостями - занятия йогой, утренняя гимнастика.

После обеда и водной гимнастики в бассейне – перерыв до самого ужина, ну а за ужином следует наиболее насыщенная анимационная программа: спектакли, танцы с гостями, общение в барах, развлекательные шоу.



Вместе с аниматорами работают певцы, профессиональ-ные танцоры и музыканты, которых часто специально на вечер приглашает и оплачивает администра-ция отеля.

Заработки же самих аниматоров варьируются в зависимости от опыта работы: аниматору, который не танцует, а только развлекает публику, могут предложить зарплату в 250-300 долларов. А танцующий, поющий и играющий на музыкальных инструментах, владеющий хотя бы английским (а лучше и немецким) языком аниматор может заработать 600 и более долларов в месяц. Знание русского языка тоже очень важно – летом до 70% гостей в отеле - русскоговорящие туристы, поэтому среди аниматоров достаточно много людей из стран СНГ.

При хорошо развитых системах клубного отдыха требуется большое количество специалистов в области анимационной деятельности.

По большому счету, деятельность аниматора направлена на развитие творчества туристов, обогащение содержания анимационной деятельности, поиск новых форм работы с учетом современных запросов, использование материальных и выразительных средств полном объеме.

А если вооружить работников сферы туризма интересными и увлекательными программами, учитывающими возрастные и психологические особенности, местные традиции и традиции других стран, то это позволит сделать туризм массовым, способным вовлечь в свою сферу все социальные слои населении, в том числе молодежь.

Во второй главе ,рассматривая программный туризм и анимационное обслуживание в гостиницах, мы делаем вывод о том, что в современном мире в условиях жесткой конкуренции на рынке туристских услуг невозможно представить гостиничный комплекс без организации в ней анимационной деятельности.

**3. РОЛЬ И СУЩНОСТЬ**

**АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ**

**В ИНФРАСТРУКТУРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА**

**НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЕЙ**

**СРЕДИЗЕМНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ ТУРЦИИ**

**3.1. Программы анимации, их формы, задачи**

В настоящее время во всем мире стало активно использоваться совершенно новое направление – анимация, т.е. оживление отдыха и организация непосредственных впечатлений от личного участия в мероприятиях. Это явление в туризме рождено конкуренцией между равными по великолепию интерьеров и сервису курортами. Была найдена формула «анимация обслуживания»

Одно из направлений анимации в туристской индустрии - анимация отдыха туристов в гостиницах и центрах отдыха (курортах), где аниматоры работают с туристами постоянно, и основная задача этих работников - не дать людям соскучиться.

Чаще всего такие работники встречаются в клубах типа all inclusive.Днем туристы могут их видеть за прилавком бутика или обучающими новичков на корте, на спортивных состязаниях или рыбалке, организованных для туристов.

Вечером те же аниматоры организуют красочное шоу, предусматривающее участие в нем туристов. В качестве формы аниматоры имеют яркие футболки. На футболке - карточка с именем аниматора и флагами стран, языками которых он владеет.

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

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

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

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

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

* *возраст и пол* будущих зрителей (если это семейный отель, какой его контингент, будут ли смотреть нашу программу дети, люди старшего поколения и т.д.);
* *социальное положение и профессиональную занятость* (является ли наш отель закрытым клубом для аристократов и избранной части бизнесменов или это молодежный лагерь для студентов)

*национальность* (особенности культур и традиций);

* *сТилль жизни* отдыхающих в отеле людей (классический, экстремальный, «домострой»,и т.д.);
* *состояние здоровья* (особенно это важно в разработке спортивно-оздоровительных программ);

1. **что** заложено в основу анимационной программы (главная идея и цели ее достижения);
2. **как** построить анимационное событие.

Как правило, в начале нового сезона шеф аниматоров при содействии команды разрабатывает и утверждает анимационную программу на весь сезон. На каждый день недели (по часам) составляется точное расписание мероприятий, и на каждого члена команды возлагаются определенные обязанности по их проведению.

Общая программа анимации готовится таким образом ,чтобы развлекательные и спортивные элементы были разнообразны по своей форме, интересны туристам и чтобы в проводимых мероприятиях было задействовано как много больше участников.

Вечерние шоу должны повторяться не чаще, чем один раз в две недели, из расчета обычно двухнедельного пребывания гостей в отеле. Сценарий, музыка, свет, хореография, костюмы – все четко продумывается и организуется членами команды и руководителем, который часто сам принимает участие в шоу-программах.

Во время обеда и перед ужином аниматоры встречают гостей у входа в ресторан, желают приятного аппетита, знакомятся с новоприбывшими гостями, общаются с теми, с кем сегодня играли ,подсаживаются за столики ,и ,стараясь не допускать паузы в разговоре, развлекают гостей и приглашают принять участие в играх и развлекательных шоу после обеда. А занятые в вечернем шоу аниматоры проводят репетиции вечернего спектакля.

Все аниматоры, не занятые в спектакле, принимают участие в подготовке вечерних шоу и развлекательных программ: готовят декорации, костюмы, другой реквизит, гримируют актеров, помогают им одеться и т.д.

Ниже приводится примерное содержание программы отдыха туристов, рассчитанной ориентировочно на две недели.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Время проведения меро-приятия | Тематика | Название,  Краткая характеристика | Место проведе-ния | Ответст-венный | Дата проведения (периодич-ность) |
| **9:30** **– 12-00** | **Спортивно-развлекатель-ные игры** | - стрейчинг  - стрельба из лука  - хоккей на траве  - бочча  - крикет  - крокет  - мини-гольф |  |  | ежедневно |
| **12:00 – 13-00** | **Игры**  **у бассейна**  **Спортивные конкурсы** | - водное поло  - водная аэробика  - на лучшего  ныряльщика  - на лучшего пловца |  |  | 1 раз в нед.  ежедневно  1 раз в нед  1 раз в нед |
| **15:30 – 17-00** | **Спортивно-развлекательные занятия** | - футбол  - баскетбол  - волейбол  - степ-аэробика  - уроки танцев  - теннис настольный  - теннис большой |  |  | ежедневно  ежедневно  ежедневно  ежедневно  ежедневно  ежедневно  ежедневно |
| **20:00 – 22-30** | **Культурно-развлекательная программа** | Живая музыка.  Мини-дискотека  (для детей).  Конкурсы, викторины, лотерея |  |  | ежедневно  ежедневно  ежедневно |
| **22:30 – 03-00** |  | Вечернее шоу  Дискотека |  |  | Ежедневно |

3**.2. Спортивно-оздоровительное направление**

Спортивная анимация предполагает теоретическую подготовку, так как результат возможен только тогда, когда есть теоретическая база.

В основе спортивной анимации лежит здоровый образ жизни. Здоровый образ жизни объединяет все то, что способствует выполнению человеком общественных, профессиональных и бытовых функций.

Сохранение и укрепление здоровья – это основные функции спортивной анимации

Особое значение в комплексе мероприятий, направленных на развлечение туристов, уделяется всевозможным спортивным занятиям, состязаниям, конкурсам



.

И здесь может быть использовано все, что наработано и создано человечеством в этой области на данный момент. Это и давно знакомые всем игры с известными условиями и правилами; и совсем новые, разработанные прямо тут, в процессе общения; и предложенные кем-то из отдыхающих, модернизированные, приспособленные к данной ситуации и позаимствованные у коллег из соседнего отеля.

В играх аниматоры принимают участие в качестве игроков, ведущих и судей. В их задачу входит подогрев интереса и контроль за ходом игры, улаживание возможных конфликтных ситуаций.

Во время игры аниматор четко излагает правила, обеспечивает ее непрерывность, безопасность, организованное начало и окончание с обязательным итогом и объявлением победителей

Аниматоры создают такую атмосферу увлеченности и азарта, что находящиеся неподалеку туристы переключают свое внимание на игру и мало-помалу сами втягиваются в процесс.

Динамичность, заводной характер состязательности позволяет людям раскрепоститься, проявить какие-то способности, таланты. А, кроме того, командные игры еще и сближают.



Следовательно, создаваемая атмосфера соперничества – с одной стороны и коллективизма, взаимовыручки - с другой способствуют оживлению отдыха, а это и есть основная задача, стоящая перед аниматорами.



Вот лишь некоторые игры, рекомендованные для организации спортивно-оздоровительных мероприятий в resort-отелях:

|  |  |
| --- | --- |
| Название, термин | Краткое описание |
| Стрейчинг | Небольшая (на 15 мин.) утренняя гимнастика после завтрака |
| Стрельба из лука | Во время игры организуется конкурс на лучшего стрелка из лука, в конце недели подводится итог: выбирается лучший стрелок недели, которому выдается почетный диплом |
| Хоккей  на траве | Набирается две команды из числа туристов. Игра проводится по общепринятым правилам. |
| Бочча | Французская игра, проводимая на траве, грунте. На поле помещают маленький белый шарик. Каждый игрок получает по 2 больших металлических шара с насечками (рисками) – как бы опознавательными знаками принадлежности тому или иному игроку. Надо металлический шар бросить так, чтобы он оказался как можно ближе к метке – белому шару. У каждого игрока по 2 попытки. Выигрывает тот, чей шар оказался ближе всех к метке. |
| Крикет. | По ландшафту расставляются железные скобы ,участникам выдаются по деревянному мячу и бите и задача игроков- первым забить мяч во все ворота(скобы) |
| Мини-гольф | Аналог большого гольфа, расположенный на небольшой площади с большим количеством искусственных препятствий |
| Водное поло | Спортивная командная игра в мяч на воде. Играет две команды. Задача каждой команды – забросить мяч в ворота соперников |
| Водная аэробика | Комплекс специальных упражнений на воде в сопровождении ритмичной музыки. Занятия проводятся опытным инструктором, который разрабатывает комплекс упражнений с учетом оптимальных нагрузок для разных категорий туристов. Для привлечения большего интереса используют также элементы клоунады, развлекательных шоу с участием аниматоров. |
| Соревнование-конкурс | *на лучшего ныряльщика*  На дно бассейна помещают монетки или какие-то другие предметы. Участникам конкурса предлагается достать эти монетки. Выигравшим считается тот, кто за определенное время достал наибольшее количество монет  *на лучшего пловца*  Набирается группа из числа отдыхающих и по сигналу судьи-аниматора начинается заплыв. Выигравшим считается тот пловец, который раньше других достиг противоположного края бассейна. |

**3.3. Работа мини-клуба**

Одним из важных направлений аниматорской деятельности в отелях является анимация для детей.

На терри-тории пяти- четырехзвездоч-ных отелей действуют спе-циальные дет-ские клубы: «мини» - для детей 3-12 лет, и «юниор» - для молодежи 12-15 лет, где родители могут оставить своих детей на целый день под присмотром опытных аниматоров (как правило, с педагогическим образованием), чтобы поездить в свое удовольствие на экскурсии по городам и интересным уголкам Турции, или спокойно полежать неподалеку на пляже.



О наличии мини-клуба в гостинице уведомляет большой красочный стенд, установленный в холле гостиницы, у входа в главный ресторан или на пляж, на котором расписан график работы и предстоящие мероприятия для детей, чтобы уже при въезде в гостиницу гости могли быстро сориентироваться и определить туда своего ребенка. Название мини-клуба - сугубо индивидуально, но оно определяет дальнейшую политику и девиз данного отдела («Розовый бегемотик»).

План работы, как и общий план анимационной деятельности в гостинице, (исходя из двухнедельного, в данном случае, пребывания туристов), составляется заранее и, возможно, корректируется в ходе проведения занятий, в зависимости от присутствующего контингента детей и других условий. В этом плане должны удачно совмещаться и иметь оптималь-ное количество спортивных и культурных меро-приятий, необходимых для развития ребенка.



Работа в мини-клубе аниматором - большой труд, так, этот человек должен учитывать целый ряд физиологических и психологических особенностей детей разного возраста, создать такие условия, чтобы любому ребенку было в нем интересно и он смог проявить и реализовать себя как личность.

Для организации эффективной работы с детьми необходимо иметь соответствующие помещения пребывания детей в летние месяцы и в непогоду, оснащенные различным инвентарем для рисования, лепки, подвижных и развивающих игр и т.д.

Каждый день неизменно начинается со знакомства (дети встают в круг, называют свое имя, повторяют и запоминают имена других) и имеет свою тему, которая раскрывается в ходе спортивных и познавательных занятий и состязаний, совместно поставленных маленьких спектаклей, концертов и праздников.

Далее приводятся примеры организации нескольких таких праздников. (данное изложение дается только в русском варианте, но в работе с международным контингентом детей все реплики, действия, задания аниматоров, естественно дублируются на иностранный язык)

**День Нептуна**

(Участвуют 2 аниматора и дети 5-8 лет)

В начале праздника аниматоры и дети собираются возле бассейна .Один из аниматоров приветствует детей (другой может говорить тоже самое но на другом языке ,понятном нерусскоязычным детям)«Здравствуйте ,ну что, все мы здесь собрались ?Давайте посмотрим друг на дружку ,никого не забыли ?Так ,Рома здесь ,Бобби here ,Наташа тоже ,Ваня ,а где у нас Саша и Майкл?Where are Sasha and Michael? и т.д.

После приветствия и «переклички» ведущий аниматор говорит: «Ребята, а вы знаете, какой сегодня праздник? Что, правда не знаете? Сегодня же день Нептуна! А кто знает, кто такой Нептун? Это же царь подводного мира, он живет глубоко в море. И иногда, когда у него плохое настроение, он делает бурю на море (ведущий дует и руками показывает колыхание волн). А когда хорошее (аниматор улыбается и обводит взглядом собравшихся, руками показывая шТилль) - на море все спокойно и корабли могут плыть спокойно в любую сторону. А вы умеете плавать? Ну-ка посмотрим, кто у нас умеет плавать лучше всех – кто из вас первым переплывет этот бассейн?». По желанию выбираются дети, встают возле бассейна*,* и, с команды ведущего, дети начинают заплыв. Остальным детям предлагается роль судьи или наблюдателя за процессом соревнования. «Кто же у нас первым приплывёт? Это Ваня. Давайте поаплодируем ему. Он у нас лучший пловец. Молодец». Ну а сейчас давайте немножко растрясёмся. Один из аниматоров, надев парик и костюм русалки, выполняет с детьми под веселую музыку ряд разминочных упражнений с элементами клоунады. В конце разминки костюмированный аниматор увлекает всех бегом на пляж, где говорит: «Ой, смотрите какие красивые камешки на берегу. Какие они все интересные, посмотрите. А кто из вас найдет самый маленький (большой, красивый и т.д.)? Дети приносят камешки, их обсуждают, оценивают и всеми участниками определяется победитель.

**День солнышка** превращается в игру «Путешествие на космическом корабле к звездам», во время которого делаются «остановки» на разных планетах солнечной системы, рассказывается о небесных светилах, организуются конкурсы на лучший рисунок на «небесную» тему, а в конце дня предлагается посмотреть закат солнца. Здесь же аниматор может обратить внимание детей на облака и придумать новую игру: представить себе, на что они похожи, и вместе сочинить историю с разными героями и предметами.



**Робинзонада –** утром детям объявляется о том, что во второй половине дня их ждет сюрприз – бал-маскарад. Но по сценарию оказывается, что пропал мешок с костюмами и его тут же предлагается найти. Объявляется соревнование, определяются участники из двух команд и организуются разнообразные конкурсы, загадки и лабиринты, разгадав которые, дети находят место, где был спрятан клад с одеждой.

Вечером все собираются на представление, где дети, переодетые и раскрашенные с помощью аниматоров, играют на сцене заранее выученные роли.

Итак, работа мини-клуба в отеле - творческий и кропотливый процесс и задачей детского аниматора является не просто организация досуга детей, развитие их познавательной, физической и психологической сферы, но и такой организации, при которой каждый день, проведенный ребенком в мини-клубе, превращался бы в целое событие, праздник, который останется ярким впечатлением его отдыха на Средиземном море.

**3.4. Культурно-досуговые мероприятия**

а). Основы культурно-досуговой анимации.

Основами культурно-досуговой анимации туристского обслуживания в отелях является:

* комплексный подход к организации мероприятий;
* свобода выбора этих мероприятий;
* театрализация: использование разнообразных приемов (образность, символичность, метафоричность, стилизация) и всех видов искусства (живопись, музыка, литература), при этом ход события определяется сценарием;
* персонификация.

К традиционным формам организации таких мероприятий относят:

* карнавал (народное гуляние в виде уличного шествия, парада, маскарада),
* раут (собрание людей, не предполагающее танцы);
* банкет (массовое собрание людей, в основе которого - обильное угощение);
* мистерия (театрализованная постановка пьесы религиозного содержания);
* раус (мероприятие по зазыванию зрителей перед презентациями, культурно-досуговыми программами);
* церемония (культовый благоговейный /государственный/ акт, который проводится в строгом порядке /церемониале/);
* шоу-представление, массовое зрелище.

Для того, чтобы удачно составить развлекательную программу для отеля, необходимо определиться с рядом критериев, а именно, с:

* **жанром**, при котором создается особая атмосфера и ощущения для зрителей (драма, клоунада, мюзикл и т.д.). При этом номера и фрагменты должны сочетаться таким образом, чтобы сложилась единая картина и связанная структура элементов данного представления;
* **названием** данного show, которое создает настрой и раскрывает его суть;
* **сценарным планом**, в котором обозначен перечень элементов, фрагментов, событий в процессе их развития, персонажей, их отношения и движение. Обязательно должна быть завязка, кульминация и развязка;
* **сценарием**, т.е. детализацией пунктов сценарного плана, а также работа над литературной частью - проработкой монологов и диалогов, изучением речевого стиля;
* **режиссерским планом** - перевод литературы на язык действия (если это постановка по мотивам литературного произведения), составление и координация непрерывной действенной цепочки ,и работа с техникой, светом и звуком.

Кроме этого важно - где будет разыгрываться данное действо (на летней площадке, в баре, около бассейна), определиться с темпом, ритмом, включением эффектных моментов и репетиционным периодом.

Вечерние представления являются главной частью развлекательной программы отеля. Они должны быть очень разнообразны по содержанию, постановке, костюмам и интересны для всех отдыхающих. Как правило, в них принимают участие все аниматоры. Организаторы стремятся сделать каждое представление ярким, красочным, запоминающимся, в каждом из них должна быть своя изюминка.

И по форме вечерние шоу бывают самые разные: это и небольшая бытовая сценка, разыгранная актерами-аниматорами, и серьезное театрализованное представление, в котором могут принять участие зрители из зала, гости, заранее приглашенные на ту или иную роль.

Далее приводится небольшой перечень представлений, пользующихся особой популярностью у гостей турецких отелей.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование шоу | Сюжет |
| Notre-Dame  de Paris | Театрализованная постановка по мотивам романа В.Гюго «Собор Парижской богоматери» |
| Moulin Rouge | Представление на основе французского кабаре «Moulin Rouge» |
| Cats | Мистерия о коте, который был выбран предводителем всех котов и истории его любви |
| Quin-show | Действие происходит в наши дни - группа подростков, фанатов Фреди Меркури, репетируют номер под музыку Quin для предстоящего конкурса. Внезапно они узнают о гибели своего кумира, но его призрак, появляющийся перед ребятами, вселяет в них надежду и веру в успех |
| Greace | История американской девушки, попадающей в новую школу Пройдя через первоначальное неприятие и непонимание со стороны одноклассников, она находит любовь одного из них на школьном балу |
| Легенда о Тиле Улленшпигеле | Красочное шоу, созданное на основе народного эпоса |
| Шоу Коперфильда | Небольшие сценки с элементами пантомимы, клоунады, с показом фокусов |
| Тысяча и одна ночь  (Турецкая ночь) | Постановка по мотивам восточных сказок с использованием восточного колорита, музыки и танцев |

б). Сценарий вечернего представления

В качестве примера более подробно остановимся на красочном шоу «Легенда о Тилле Улленшпигеле», которое впервые было поставлено аниматорами отеля «Phaselis Rose» в сезоне 1997г. Его сценарий основан на народном эпосе викингов и одноименной опере Вагнера. Действие спектакля происходит на площадке у бассейна, освещенного факелами, которые расставлены по всему его очертанию. Здесь же, на противоположной площадке расположились зрители.

В спектакле участвуют 8-10 активно занятых аниматоров и 12-15 привлекаются дополнительно, в том числе зрители из зала. Репетиции спектакля шли несколько дней.

Основные реквизиты: 2 шатра, огненные шары, ведро с бензином, набедренные повязки имитируют костюмы артистов.

Вечер, звездное небо, отдаленный шум морского прибоя, горящие факелы, отраженные в воде бассейна заранее создают атмосферу таинственности, загадки, в сочетании с тихо звучащей музыкой Вагнера они дают ощущение приближающейся беды, неизбежной трагедии.

Действующие лица под торжественную музыку с зажженными факелами проходят в ряд по краю бассейна на сцену и вставляют их в специально отведенные отверстия (в решетку стока воды) и начинают представление.

Сюжет разворачивается во времена викингов. Враги стоят у ворот государства, и все мужчины-воины уходят его защищать. В это время появляется злая колдунья и заколдовывает всех, кроме молодой королевы, которую уводит и приковывает к скале, а ключ выбрасывает в озеро.

Закончились военные действия, с войны возвращаются победившие воины и видят спящих жителей. Прикасаясь к каждому из них, воины их расколдовывают, но не видят среди горожан жены короля.

В результате поисков ее, наконец, обнаруживают, но не могут освободить, т.к. не могут найти ключ от цепей, которыми она прикована.

Здесь звучит ария прикованной королевы, она рассказывает, при каких обстоятельствах с ней произошла трагедия. Она же сообщает всем, что ключ лежит на дне озера. Король в горе, в своих страданиях он неутешен. В поисках ключа на озеро отправляются люди, но возвращаются ни с чем. (Аниматоры выплывают на виндсерфингах в центр бассейна и выполняют ряд синхронных движений на воде.). Придворные, чтобы как-то развлечь короля, устраивают перед ним танцы (музыка Вагнера вполне гармонично чередуется с зажигательными современными мелодиями), огненное шоу (двое актеров-факиров показывают номер с горящими шарами. (на концах двух длинных цепей закреплены большие шары из ваты, пропитанной керосином. Керосин поджигают и актеры начинают ритмично раскручивать шары на цепях, вращая их с разной амплитудой, в разных направлениях,) Зрелище необыкновенно красивое, какое-то жутковато-фееричное.

Но развлечения не приносят удовлетворения королю. Он поет арию, в которой призывает всех к поиску ключа. По требованию короля, каждый должен принести ему какой-либо ключ. Но тот, чей ключ не подойдет к замку цепей, в которые закована королева, будет подвергнут наказанию. Королю приносят ключи, но ни один из них не подходит, а тех, кто их принес, король сажает в тюрьму. Одна из девушек тоже решает отдать найденный ею ключ, однако, ее жених, Тилль, убеждает не делать этого, но она все же идет к королю. Ее ключ не подходит, и ее тоже заточают в крепость, а ее друга выгоняют из города. (Звучит ария девушки: она поет о разлуке с любимым).

Ночью Тилль прокрадывается в деревню и пытается похитить свою девушку. Но стража просыпается, их ловят, девушку вновь запирают, а молодой человек вызывает на дуэль короля. Тилль и король дерутся, и Тилль роняет меч. Едва король склонился, чтобы убить Тиля, появляется ангел и говорит Тиллю, где находится ключ. Тот ныряет в озеро, достает его и отдает королю, который освобождает королеву и отпускает невесту Тилля.

Король счастлив. Народ ликует. Победила любовь, справедливость восторжествовала.

Описанное представление, в силу сказочности и романтичности сюжета, получилось очень зрелищным и увлекательным. И, несмотря на не совсем профессиональную игру актеров, не оставило равнодушным ни одного зрителя, вызвало бурю эмоций, возгласы одобрения со стороны «зрительного зала». И особое торжество и удовлетворение испытывали актеры из числа отдыхающих. Они испытали ни с чем не сравнимое ощущение причастности к действию.

Программу завершает клубный танец на современную музыку, где называются имена аниматоров, задействованных в этом представлении.

в). Расчет стоимости анимационной программы.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Перечень расходных статей | Ед.  измер. | Показатели  в натуральном выражении | Стоимость за единицу  (USD) | Итоговая стоимость (USD) |
| Реклама:  - афиши  - пригласительные билеты для V.I.P - туристов (разработка и печать) | шт  шт | 50  150 | 3,00  1,50 | 150,00  225,00 |
| Оборудование:  - аппаратура (звук, свет)  - декорации  - флористическое оформление сцены  - палатки–костюмерные визажистов, костюмеров  - плакаты и растяжки | час  шт  шт  шт  шт | 9  4  4  2  30 | 10,00  100,00  150,00  10,00  3,00 | 90,00  400,00  600,00  20,00  90,00 |
| Костюмы::  - изготовление костюмов и аксессуаров  - прокат костюмов | шт  шт | 25  2 | 15,00  10,00 | 375,00  20,00 |
| Зарплата персонала:  - актерам  - менеджеру анимации  - декораторам-оформителям | чел  чел  чел | 20  1  2 | 25,00  55,00  25,00 | 500,00  55,00  50,00 |
| Итого: |  |  |  | 2575,00 |

В основном, все приведенные цифры являются расчетными, так как значительная часть указанного в таблице перечня наименований, как например, оборудование, костюмы, приобретаются в начале сезона, а зарплата персоналу выплачивается один раз в месяц.

Помимо шоу, в вечернюю развлекательную программу входят также различные конкурсы, викторины, лотереи.

Как правило, на территории отеля организовано большое вечернее кафе, куда после ужина собирается значительная часть отдыхающих туристов. Для них проводятся всевозможные викторины с тематикой познавательного характера, конкурсы, coffee-games лотереи, такие, как например: лотерея «Бинго», конкурсы на лучшую пару, «Мисс отеля», «Женщины против мужчин» и др. с вручением простых и оригинальных призов за счет отеля.

Кроме того, у аниматоров в запасе имеется множество разнообразных игр, которые могут быть также использованы в ходе мероприятия.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование игры | Краткое описание |
| Кто первый? | На сцену выносится четыре стула, а из зала выбирается пять человек. Звучит музыка. Задача играющих - успеть сесть на стул по окончании звучания музыки |
| Мяч под подбород-ком | Выбираются две команды, которые встают в две линии (в каждой чередование: мужчина - женщина) лицом друг к другу. Условие - играющие должны держать мяч под подбородком, во время передачи дотрагиваться до мяча руками ни в коем случае нельзя, при этом разрешается касаться друг друга как угодно, лишь бы не уронить мяч. |
| Опустить яйцо | Пары встают спиной друг к другу, несколько наклонясь вперед. Между спинами (чуть пониже) зажато яйцо. Задание - аккуратно опустить его на пол. Выигрывает пара, у которой яйцо осталось целым. Яйцо можно заменить резиновым мячиком. При этом конкурс выигрывает та пара, мяч у которой, коснувшись пола, не укатился в сторону. |
| Подними мяч до подбород-ка | Партнеры (мужчина и женщина) становятся друг против друга, держа между животами маленький резиновый мяч. Задача - вращательными движениями докатить мяч до подбородка того, кто из партнеров меньше ростом. |
| Одень даму | Каждая дама держит в правой руке скрученную в клубок ленту. Мужчина губами берет кончик ленты и, не прикасаясь руками, обматывает лентой даму. Выигрывает тот, у кого наряд получится удачнее, или тот, кто быстрее справится с заданием |
| Находчивые гости | Приглашается несколько пар. Каждому участнику игры завязываются глаза. Затем к разным участкам одежды цепляются несколько бельевых прищепок. По сигналу ведущего нужно снять все прищепки со своего партнера или партнерши. Та пара, которая справится с заданием быстрее, выигрывает конкурс |
| Веселый портняжка | Для игры необходимо собрать две команды, в которых равное количество мужчин и женщин. Все они встают в линии (мужчина - женщина - мужчина - женщина). Выбираются два «портняжки». Каждый из них получает по небольшой деревянной палочке, в которую вдета длинная шерстяная нить (лучше, если она свита в клубок). По сигналу ведущего начинается «шитье». Мужчинам «портняжка» продевает нитки через штанины, а женщинам через рукава. Выигрывает тот «портняжка», который «прошьет» свою команду быстрее. |
| Перекати шарик | В игре участвуют несколько пар. Каждая пара получает по два пинг-понговых шарика. Мужчины прокатывают эти шарики из правого рукава дамы в левый рукав. Дамы прокатывают шарики через брюки мужчины из правой штанины в левую. |
| Куда вложить деньги? | Ведущий вызывает две пары (в каждой паре мужчина и женщина): «Сейчас вы постараетесь как можно быстрее открыть целую сеть банков, вкладывая в каждый только одну купюру. Получите начальные взносы! (Выдает парам деньги-фантики). Банками для ваших вкладов могут служить карманы, лацканы, и все укромные места. Постарайтесь как можно быстрее оформить свои вклады, открыть как можно больше банков. Приготовились, начали!». Ведущий помогает парам выполнять задание. По истечении 1 минуты ведущий подводит итоги. Ведущий: «Сколько купюр осталось у вас? А у вас? Великолепно! Все деньги вложены в дело! Молодцы! А теперь я попрошу женщин поменяться местами и как можно быстрее снять со счетов всю сумму. Открывайте банки, снимайте деньги! Внимание, начали!». (Звучит музыка, женщины отыскивают деньги у чужих партнеров). |
| Снайпер | Игрокам на талии укрепляются ремни, к которым на веревке подвешено яблоко. Перед игроками ставится дощечка с гвоздями. Необходимо как можно быстрее наколоть яблоко на гвоздь (посадить) |
| Огнетушители | Игрокам привязывают на ремни веревки, к концам которых прикреплены или спичечные коробки, или смоченная вата. Перед игроками ставится по зажженной свече. Конкурсантам нужно как можно быстрее без помощи рук потушить свечу. |
| Загони мяч в ворота | Каждому из участвующих к поясу впереди привязывается бутылка. На линию перед каждым положен пинг-понговый шарик. Выигрывает конкурс тот, кто первым загонит бутафорский шарик в ворота. |
| Ручеек | На пол кладется дорожка обоев – «ручеек». Женщинам предлагается широко расставляя ноги, пройти по «ручейку», не замочив ног. После первой попытки предлагается повторить «прогулку по ручейку», но уже с завязанными глазами. Все остальные будущие участницы игры не должны видеть, как она проводится. Пройдя «ручеек» с завязанными глазами, и в конце пути сняв с глаз повязку, женщина обнаруживает, что на «ручейке» лежит мужчина, лицом вверх (мужчина укладывается на обои уже после того, как выполнено задание, но еще не снята повязка с глаз участницы). Женщина смущается. Приглашается вторая участница, и, когда все повторяется снова, первая конкурсанта от души смеется. А потом третья, четвертая |
| Покорми меня | Гости разбиваются по парам. В каждой паре - мужчина и женщина. Задача каждой пары - совместными усилиями без помощи рук развернуть и съесть конфету, которую даст ведущий. Пара, сделавшая это первой, побеждает. |
| Покорми любимого | Гости делятся на пары. В каждой - мужчина и женщина. Перед каждой парой в нескольких метрах находятся тарелки с мороженым. Задача женщин - взять ложку, зачерпнуть мороженое и, взяв ложку за черенок губами, аккуратно вернуться к своему партнеру и покормить его, не выпуская ложки изо рта. Пара, первая съевшая мороженное, побеждает. |
| Передай карту | Гости располагаются в линию мужчина - женщина - мужчина - женщина. Первому игроку в линии дают обычную игральную карту. Задача - передать карту от одного игрока к другому, держа ее во рту. Руки не использовать. Можно усложнить задание, и после каждой передачи ведущий отрывает от карты по кусочку. В этой игре гостей можно разделить на команды и устроить командное соревнование. |
| Сюрприз | Гости становятся или садятся в круг. Под музыку они начинают передавать достаточно большую коробку. Как только ведущий останавливает музыку, гость, у кого оказалась коробка, приоткрывает ее и, не глядя, достает первый попавшийся предмет. По условиям игры этот предмет он должен надеть на себя и носить определенное время. Например - полчаса или до окончания праздника. Как только музыка возобновляется, гости снова начинают передавать коробку по кругу до следующей остановки. В коробку складываются самые разные предметы одежды: от детских чепчиков до огромных специально сшитых шляп |
| Поцелуй-чики | Ведущий вызывает в игру двух мужчин и двух женщин. Затем, завязав глаза двум участникам, ведущий задает им вопросы, показывая на того, на кого ему хочется. «Скажите, куда будем целовать? Сюда?». И показывает, например, на щечку (можно уши, губы, глаза, руки и т.д.). Задает вопросы ведущий до тех пор, пока участник с завязанными глазами не скажет «Да». Тогда ведущий спрашивает: «А сколько раз? Столько?». И показывает на пальцах - сколько раз, каждый раз меняя комбинацию, пока играющий не скажет: «Да». Ну, а потом, развязав глаза участнику, его и заставляют сделать то, на что он согласился – например, поцеловать коленку мужчины восемь раз. |
| Игра - шутка | В этой игре не будет победителей и проигравших, эта игра - шутка, чтобы повеселить гостей. В нее приглашается двое участников - мужчина и женщина. Мужчине объясняются правила игры – «Сейчас дама разместится на этом диванчике и возьмет в рот сладкую конфету, а ваша задача - с завязанными глазами - отыскать эту конфету без помощи рук и забрать ее, тоже ртом». Вся комичность ситуации заключается в том, что, как только мужчине завязывают глаза, на диванчик или кушетку укладывают мужчину вместо обещанной дамы. И сколько времени будет пытаться отыскать конфету у «дамы» выбранный кавалер, столько гости будут от души смеяться. |
| Тернистый путь | Ведущий приглашает три женатые пары. Мужчины становятся в 3-4 метрах от своих жен. Ведущий открывает 3 бутылки водки или вина и ставит их на пути каждого мужчины. После этого, каждому мужчине завязывают глаза, поворачивают несколько раз вокруг себя, ставят лицом к жене и просят дойти до нее и обнять. Когда мужчинам уже завязаны глаза, ведущий быстро убирает бутылки и меняет местами их жен. Зрителей просят сохранять молчание.3 |
| Финал | Формируются две команды: в одной мужчины, в другой женщины. По сигналу игроки каждой команды начинают снимать с себя одежду (какую они захотят) и выкладывать в линию. У каждой команды своя линия. Команда, сделавшая самую длинную линию из одежды, побеждает |
| Сказочная | Требуется: 5-10 человек играющих и детская книжка со сказкой (чем проще - тем лучше). Выбирается ведущий (он будет чтецом). Из книжки на отдельные листочки выписываются ВСЕ (!) герои сказки, включая, если позволяет количество человек, даже деревья, пеньки, речки, ведра..и т.д.. Методом жребия все тянут свои роли....Чтец начинает читать сказку, и все герои «оживают» |
| С лимон-ными дольками | Девушка ложится горизонтально, по ее телу раскладываются салфетки с лимонными дольками, причем одна обязательно в рот (проглатывать нельзя). Парню завязывают глаза, и он должен найти все дольки и съесть. Возможно запивание водой. Более мягкий вариант - вместо лимона - конфеты. Выигрывает быстрейшая пара |
| Кама-сутра | Расчерчивается квадрат размером примерно 2,5 x 2,5 м и делится на 16 клеток, обозначаемых цифрами. Двое заходят на него, и ведущий называет каждому из них часть тела (обычно ограничиваются 5-ю: голова, руки, ноги) и номер клетки. Игрок должен переместить свою часть тела в это место. Ведущий должен обладать чувством юмора, фантазией и беспристрастностью. Проигрывает тот, кому не удается очередная поза. Когда народ «расходится», в игру вступают 3..4..5 человек. |
| Крышки-половники | Участвуют несколько пар. Дамам к поясу впереди прикрепляют крышки от кастрюль, мужчинам - половник. Необходимо, не касаясь руками, стучать половниками по крышкам и издавать характерные звуки |
| Искатели | Игрокам выдаются карточки с определенными буквами. Задача участников - приложить (и удержать) все карточки к тем частям тела, у которых названия начинаются с указанных букв. Побеждает тот, кто сможет больше разместить карточек и не уронить их. |
| Одеваль-щики | Игрокам-мужчинам выдаются толстые зимние рукавицы. Их задача - как можно быстрее застегнуть большее количество пуговиц на рубашке или халате, который надевается поверх одежды их партнерши по игре. |
| Не смейся | Игроки садятся на корточки в круг (женщина – мужчина -женщина). Всех предупреждают, что смеяться нельзя (ведущему можно). Ведущий «торжественно» берет своего правого соседа (соседку) за ухо. Все остальные по кругу должны сделать то же самое. Когда круг замкнулся, ведущий берет соседа справа за щеку (нос, коленку….) и т.д. Из круга выбывают те, кто засмеялся. Оставшийся побеждает. |
| У кого на коленях? | На сцене по кругу расставляются стулья. На них садятся играющие - мужчины и женщины. Выбирается водящий. Ему завязывают глаза. Включается музыка, и водящий идет по кругу. Как только музыка прерывается, водящий останавливается и садится на колени к тому, возле кого он остановился. Тот, к кому он сел, должен затаить дыхание и не выдать себя. Остальные спрашивают: «У кого?» Если водящий угадает, у кого он сидит на коленях, то тот становится водящим. |

**3.5. Праздничные мероприятия как анимационные объекты**

Менеджеры анимации в основном строят развлекательные программы на основе традиций Турции, ставят перед собою в качестве одной из задач познакомить иностранных гостей с обычаями, нравами, жизнью народов, населяющих Турцию. Широко и красочно отмечаются такие даты, как турецкий национальный Праздник Республики 29 октября, день Спорта и Молодежи 19 мая и др.

Турция - светская страна, но большинство людей, населяющих ее, исповедуют ислам, поэтому основные мусульманские религиозные праздники являются государственными, а, следовательно, и нерабочими днями (это Шекер байрам и Курбан байрам, что в переводе означает праздник сладостей и жертвоприношения) .В отелях этим праздникам посвящают вечерние программы (хотя это может быть и стандартная программа «Турецкой ночи», но с ознакомительно-поздравительными элементами), в ресторанах в этот день в меню включают особый праздничный сладкий десерт; на протяжении всего дня детям раздают шарики и конфеты, а ночью зажигают салют.

Однако в отели, расположенные на побережье Средиземного моря, приезжают отдыхать не только турки, но и граждане других стран. Поэтому при разработке и подготовке развлекательных комплексов и программ обязательно учитываются национальные особенности культуры, традиции, праздники, колорит стран, из которых в настоящее время прибыли гости. В первую очередь, это, конечно же, Рождество и Новый Год с обязательной установкой наряженной елки, организацией развлекательной программы с Санта-Клаусом и маленькими подарками от отеля.

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

Итак, на основе материалов третьей главы мы делаем вывод о том, что анимация в отелях, (в том числе и турецких) играет большое значение в создании благоприятного психологического климата в гостинице, тем самым создаёт предпосылки для повторного приезда гостей, что заметно способствует увеличению имиджа и дохода данной гостиницы.

**З А К Л Ю Ч Е Н И Е**

Глобальный рост и развитие туризма во всем мире оказывает большое влияние на содержание и организацию профессионального туристского образования.

По оценкам специалистов, в настоящее время включение анимационных программ культурно-познавательного, спортивно-туристского, развлекательного характера в содержание туристских маршрутов и поездок, в работу отелей повышает их престиж и востребованность на рынке туристских услуг.

Развлекаясь, человек или группа людей удовлетворяет свои духовные потребности, оценивает собственную личность, анализирует свою роль в масштабах различных подсистем. Процессы развлечения осуществляются как в естественной, так и в искусственно созданной обстановке.

Индустрия развлечений ставит своей целью создание условий развлечения т.е. совокупности явлений от наличия которых зависит процесс развлечения.

Социальная направленность развития индустрии развлечений выражается в том, что она служит формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся предпосылках. Индустрия развлечений, решая многогранные задачи (прежде всего воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, отдыха развития культуры человека) по сути своей формирует и развивает личность. Заполняя развлечениями часть своего свободного времени человек восстанавливает себя и как трудовую единицу.

Опыт развития индустрии развлечений в различных странах позволяет представить принципиальный состав ее самостоятельных единиц.

К сфере обслуживания населения развлечениями в мировой практике относятся предприятия туризма, включая средства размещения туриста. Ряд предприятий, организаций, учреждений обеспечивает развлечения в форме своей неосновной деятельности. Помимо гостиниц, к ним относятся зоны отдыха и исторические достопримечательности.

Индустрия развлечений выступает как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, привлекая значительные материальные, финансовые, трудовые ресурсы. В этом плане предприятия индустрии развлечений характеризуются специфическими технологиями, системами управления, результатом деятельности, организацией труда, персоналом.

Изучение туристов в качестве потребителей конкретных результатов индустрии развлечений безусловно имеет важное значение. В широком смысле радостные эмоции туриста могут быть связаны с любым моментом туристской поездки (передвижение к месту отдыха, фактом смены своего местоположения и самим отдыхом). Осуществляются и специальные виды деятельности, целенаправленно вызывающие соответствующие эмоции. Закономерности потребления продукции индустрии развлечения должны быть изучены в сопоставлении с предыдущим образом жизни человека.

Итак, на основании данной работы можно сделать следующие выводы:

1. Международный туризм играет всё более заметную роль в мировой экономике и становится одним из важнейших его факторов..

Все большее значение уделяется анимационным технологиям в туризме.

2. В современном мире в условиях жесткой конкуренции на рынке туристских услуг невозможно представить гостиничный комплекс без организации в ней анимационной деятельности.

3. Анимация в отелях, (в том числе и турецких) играет большое значение в создании благоприятного психологического климата в гостинице, тем самым создаёт предпосылки для повторного приезда гостей, что заметно способствует увеличению имиджа и дохода данной

гостиницы.

**Л И Т Е Р А Т У Р А**

1. В.А.Квартальнов. Туризм. «Финансы и статистика», Москва, 2003.
2. Г.М.Долматов. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы. «Феникс», Ростов-на-Дону, 2001.

1. Г.Е.Акимова. Лучшие игры для детей от 2 до 7. «Весь», Санкт-Петербург, 2001
2. Гуляев В.Г. Организация туристкой деятельности. – М.: Нолидж, 1996. С.120-143.
3. Зорин И.В. Менеджмент персонала. Планирование карьеры в туризме. Учебник. М., РМАТ, 1997 г.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. – М., 1998.
5. Чеботарь Ю.М. Туристский бизнес. - М.: Мир деловой книги, 1997.
6. Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес. – М., 1998.
7. Вояж. Журнал . – апрель 2000.
8. Туризм. Журнал . – 1999. № 37
9. Заграница. Газета об эмиграции, работе, отдыхе, учебе за рубежом. 15(68) апрель, 2002.
10. Весь мир. Журнал. 35(2.2002)
11. http://www.turkey.com

**СО Д Е Р Ж А Н И Е**

стр.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ | | | | 1 |
| 1. | МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ  В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ | | | 8 |
|  | 1.1.  1.2. | | Место туризма в современном обществе  Понятие и классификация международного туризма | 8  11 |
|  | 1.3. | | Характеристики и особенности видов туризма | 14 |
|  | 1.4. | | Классификация туристов | 19 |
| 2. | ПРОГРАММНЫЙ ТУРИЗМ И АНИМАЦИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В RESORT-ОТЕЛЯХ | | | 22 |
|  | 2.1. | Создание психологического климата в гостинице | | 22 |
|  | 2.2. | Профессионализм и личностные качества  аниматора | | 26 |
| 3. | РОЛЬ И СУЩНОСТЬ АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ В ИНФРАСТРУКТУРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЕЙ СРЕДИЗЕМНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ ТУРЦИИ | | | 32 |
|  | 3.1. | | Программы анимации, их формы, задачи | 32 |
|  | 3.2. | | Спортивно-оздоровительное направление | 35 |
|  | 3.3. | | Работа мини-клуба | 39 |
|  | 3.4. | | Культурно-досуговые мероприятия | 43 |
|  | а) | | Основы культурно-досуговой анимации | 43 |
|  | б) | | Сценарий вечернего шоу | 46 |
|  | в) | | Расчет стоимости анимационной программы. | 49 |
|  | 3.5. | | Праздничные мероприятия как анимационные объекты | 55 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | | | | 58 |
| ЛИТЕРАТУРА | | | | 61 |
| СОДЕРЖАНИЕ | | | | 62 |