

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

ПРОЕКТИРОВАНИЕ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ САНАТОРИЯ

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.03 – Гостиничное дело*

Исполнитель:
Колесникова Анна
Евгеньевна,
студент группы ГГ-41 z
заочного отделения

«___» _____ 2016 г.

Допущена к защите
Зав. кафедрой туризма и
гостеприимства
_____ А.И. Фишелева

«___» _____ 2016 г.

Научный руководитель:
Л.А. Беляева,
доктор фил. наук, профессор

«___» _____ 2016 г.

Екатеринбург 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНИМАЦИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА.....	5
1.1. Сущность и структура анимационного менеджмента.....	5
1.2. Типология, виды и функции анимации.....	14
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ САНАТОРИЯ «ЛИПОВКА».....	29
2.1. Характеристика санаторно-курортного комплекса «Липовка»	29
2.2. Анализ показателей деятельности санатория «Липовка».....	36
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ САНАТОРИЯ «ЛИПОВКА».....	48
3.1. Анализ анимационных программ в санатории.....	48
3.2. Разработка анимационной программы.....	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	62
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	65
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Информация о санатории «Липовка».....	69
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Организационная структура санатория «Липовка».....	71
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Схема взаимодействия анимационной службы	72

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Актуальность работы заключается в том, что при наличии богатых рекреационных ресурсов, трудового потенциала медицинского персонала и высокого спроса на санаторно-курортные услуги популярность российских санаториев не высока. Основными причинами являются устаревшая материальная база, низкий уровень сервиса, отсутствие услуг организации досуга.

В связи с тем, что на 70% загрузку санаториев обеспечивает государственная система социального страхования, а стоимость пребывания в санаториях сравнительно с зарубежными аналогами высока, анимационные услуги являются дорогостоящими для внедрения дорогостоящих комплексов. Таким образом, востребованность анимационных услуг зависит от нестандартного подхода и квалификации сотрудников.

Складывается противоречие:

- между возможностью развития анимационной деятельности в санатории «Липовка» и недостаточным использованием потенциала для организации анимационных программ на его территории

Проблема исследования. В России организации анимационной деятельности уделяется еще недостаточно внимания. Как результат, значительное число туристов предпочитают отдых за рубежом. Тем не менее, многие отечественные специалисты туристской отрасли уже поняли, что развитие анимации и анимационного менеджмента способно внести большой вклад в развитие туризма.

Объект исследования – анимационное обслуживание в индустрии гостиничного сервиса.

Предмет исследования – состояние анимационного обслуживания в санатории «Липовка».

Цель исследования – разработать анимационную программу для санатория «Липовка».

Для достижения данной цели потребовалось решение следующих **задач**:

- выделить особенности анимационного менеджмента в индустрии сервиса;
- рассмотреть понятие, виды и функции анимационных услуг;
- дать характеристику санаторно-курортного комплекса «Липовка»;
- провести анализ показателей деятельности санатория «Липовка»;
- провести анализ анимационного обслуживания в санатории;
- разработать анимационную программу.

Теоретическая база исследования включает труды таких авторов, как: Г.А. Аванесова, А.М. Аносов, А.Ю. Бочкарев, Т.И. Гальперина, А.М. Демченко, И.Н. Ерошенков, Л.С. Зорилова, Т.Н. Третьякова и др.

Методология исследования. При написании работы использовались такие методы, как анализ, синтез, наблюдение.

Новизна исследования. Дана характеристика санаторно-курортного комплекса «Липовка», проведен анализ деятельности санатория, также проведен анализ анимационного обслуживания в санатории.

Практическая значимость работы заключается в том, что разработана анимационная программа для санатория «Липовка». Разработанный и предложенный сценарий анимационных мероприятий может использоваться в гостиницах и курортах России.

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНИМАЦИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

1.1 Сущность и структура анимационного менеджмента

Искусное выполнение анимационной стратегии и следование корпоративной концепции зависят от компетентности персонала и эффективности внутренней организации работы гостиничной анимационной службы. При реализации стратегии для главного менеджера по анимации приоритетной задачей является создание жизнеспособной структуры. Приведение организационной структуры анимационной службы в соответствие с ее стратегией и стратегией гостиничного предприятия в целом является одним из основных принципов стратегического менеджмента. Этим подчеркиваются важность анимационной деятельности в общей стратегии гостиничного предприятия и необходимость обеспечения этой деятельности ресурсами - человеческими, материальными, финансовыми. Это свидетельствует также о том, что для руководства гостиницы анимационная деятельность является стратегически значимой [6, с. 34].

Материальной базой в анимационной деятельности являются анимационные технические системы рекреационной инфраструктуры индустрии гостеприимства.

Обслуживающий персонал производит, собирает, сохраняет и предоставляет отдыхающим анимационные услуги, стремясь обеспечить высокое качество обслуживания.

Удовлетворенность путешествием, отдыхом определяется тремя основными взаимозависимыми и взаимообусловленными факторами [3, с. 56]:

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

3) ощущением безопасности среды гостеприимства.

Гостиничная анимация вносит весомый вклад в выполнение всех этих условий положительного преобразования потребностей гостя в его удовлетворенность, используя при этом все упомянутые системы среды гостеприимства. Ощущение безопасности у гостя наступает в том случае, когда он начинает чувствовать дружескую атмосферу в отеле вокруг себя и других. Это достигается усилиями и искусной работой аниматоров. Ежедневное дружеское общение гостей с аниматорами и участие их в анимационных программах завершают процесс формирования для них комфортной, безопасной среды гостеприимства.

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

Гостиничные аниматоры должны умело и эффективно использовать природно-климатические и культурно-исторические ресурсы внешней среды и его внутренние материально-технические ресурсы в управлении процессом преобразования потребностей туристов в удовлетворенность в части предоставления им через анимационные услуги информационного, экологического, эстетического, интеллектуального, психического, физического комфорта и наслаждения. Так или иначе, это приводит не только к моральному удовлетворению персонала своим трудом, но и к коммерческому успеху [21, с. 98].

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

Анимационный менеджмент имеет свою специфику, которая выражается: в специфическом предмете труда, являющемся деятельностью управляемых анимационных систем и служб; в специфическом орудии труда, которым является анимационная программа, в результате труда, которым является удовлетворенность отдыхающих проведенным досугом [32, с. 102].

С точки зрения системного подхода анимационный менеджмент представляет собой систему управления, в которой управляющей подсистемой (субъектом управления) является руководящий персонал анимационной службы, выступающий здесь в качестве системообразующего фактора. Управляемой подсистемой (объектом управления) являются туристы и состояние их здоровья (физического, психического, нравственного, соматического), а также исполнительный персонал анимационной, технической и других служб, участвующий в процессе анимационного обслуживания.

С другой стороны, анимационный менеджмент наряду с другими составляющими является подсистемой более общей системы управления туркомплексом - менеджмента гостеприимства [41, с. 76].

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

Таким образом, менеджмент гостиничной анимации - это система управления процессом предоставления потребителю комплекса анимационных услуг, направленная на достижение стратегической цели

функционирования индустрии гостеприимства в условиях туристского рынка.

Анимационный менеджмент как один из видов специализированного менеджмента осуществляется посредством выполнения взаимосвязанных и взаимопроникающих во времени функций планирования, организации, мотивации и контроля анимационной деятельности, которые реализуются при решении определенных задач [13, с. 34].

Функция «планирование» [13, с. 45]:

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

Функция «организация» [13, с. 46]:

- организация и управление отношениями предприятия гостеприимства во внешней среде по вопросам анимационного менеджмента;
- оптимизация использования ресурсов при выполнении целей и задач анимационного менеджмента;
- формирование эффективной организационной структуры анимационного менеджмента предприятия гостеприимства, подбор,

расстановка, подготовка, воспитание кадров, специалистов разного уровня и квалификации для анимационного обслуживания;

- организация взаимодействия с другими службами предприятия гостеприимства по вопросам анимационного обслуживания: с технической службой (по вопросам эксплуатации технических анимационных установок, систем, сооружений), службой приема и размещения (по ежедневным вопросам работы с клиентом и по изучению потребительского спроса), с финансовой службой (по вопросам финансов), а также с транспортной, туристско-экскурсионной, вспомогательной и другими службами, с которыми необходимо взаимодействовать в процессе анимационного обслуживания;

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

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

Функция «мотивация» [39, с. 65]:

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

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

- превращение любого работника предприятия индустрии гостеприимства в частичного сопредпринимателя, морально и материально

заинтересованного в результатах не только анимационной деятельности, но и гостиничного комплекса в целом;

- повышение квалификации и профессионального роста кадров, создание и поддержка престижа анимационной и гостиничной деятельности;
- создание благоприятных условий для самореализации человека в деле, который руководствуется высокими мотивами, гуманистическими и эстетическими ;

функция «анализ и контроль» [13, с. 51]:

- анализ анимационной деятельности ТК и представление его показателей, включая и экономические, высшему управленческому звену в любой момент времени для оперативного и стратегического управления этой деятельностью;
- корректировка концепции, тактических целей, анимационных программ и методик в соответствии с реальными обстоятельствами и результатами деятельности и анализа;
- корректировка планов и проектов гостиничного комплекса и его подразделений с точки зрения анимационного обслуживания гостей;
- контроль исполнения управленческих решений в рамках анимационного менеджмента; контроль технической и других служб в вопросах эксплуатации анимационных технических средств.

Переходя к рассмотрению анимационного сервиса как нового направления в организации досуга отдыхающих, необходимо отметить, что анимационно-культурная деятельность наиболее полно представлена на Западе. За рубежом постепенно увеличивается объем свободного времени у населения, а, следовательно, идет процесс качественного увеличения досуговых программ и услуг. Индустрия развлечений начала там развиваться более полувека назад, результатом чего является развитая система организации досуга. Более всего в этом деле преуспели США, Канада, страны Западной Европы (Германия, Франция, Дания, Бельгия, Нидерланды, Финляндия) [34, с. 87].

Туристский анимационный сервис наиболее развит в курортных зонах, где он способствует повышению аттрактивности туристских путешествий и качества отдыха. В курортных зонах всего мира существует четкое осознание того, что особая роль принадлежит организации досуга отдыхающих: игровым мероприятиям, активным соревнованиям, различным шоу и праздникам и т. д. На Западе основной деятельностью анимационного сектора являются ежедневные программы развлечений, включающие в себя ассортимент бесплатных услуг анимации для взрослых и детей.

У каждого объекта туристского размещения имеется своя ежедневная развлекательная программа, структура которой зависит от количества и контингента отдыхающих, расположения объекта, персонала, графиков питания, экскурсий и др. Анализ опыта стран с успешно развивающейся туристской отраслью показывает, что в индустрии развлечений требуются качественные программы, дорогостоящее и высококачественное оборудование, новые подходы в управлении, высококвалифицированный персонал [16, с. 112].

Главной характеристикой успешного отдыха для туристов является психологическое состояние в течение отдыха, настроение. При организации обслуживания отдыхающих важно четко понимать, что само по себе высококачественное состояние объекта туристского размещения не обеспечит полноценный комфорт для туриста. Оживить стены отеля, дать возможность отдыхающим проникнуться идеей его устроителей – вот главная задача принимающей стороны.

Разрабатывая штатную структуру объекта размещения и анализируя влияние персонала на психологическое состояние отдыхающих, необходимо принять во внимание, что основную роль в создании того или иного психологического климата в отеле играет персонал анимационного сервиса – аниматоры. В конечном счете, именно от их личностных качеств и умения создать у туристов особое настроение и ощущение комфорта, уюта зависит, насколько полноценным будет отдых гостей отеля.

Профессиональная анимационная команда сектора организует и проводит игры, конкурсы и спортивные соревнования, приглашает на представления, театральные и танцевальные шоу, мюзиклы, комедии, концерты классической музыки, просмотр кинофильмов, вечеринки на пляже и т. д. Деятельность анимационных секторов отелей способна сгладить незначительные недостатки сервиса и повысить доходность отеля [43, с. 64].

Любой способ проведения досуга хорош только тогда, когда он психологически оправдан. Людям, чья работа требует постоянного напряжения, полезен отдых разрядка, снимающий усталость и стрессы. Некоторые люди, наоборот, нуждаются в активизации своих сил. Кроме того, в анимационной деятельности в обязательном порядке следует учитывать и половозрастные особенности контингента отдыхающих. Отсюда необходимость разработки целенаправленных программ, предполагающих задействование культурно досуговых учреждений, находящихся в данной местности. Чем разнообразнее программа отдыха, тем она интереснее. Это особенно актуально при разработке анимационных программ для детей [21, с. 54].

Ежедневная программа анимации при объекте размещения может включать в себя [16, с. 56]:

1) спортивные игры и соревнования для взрослых (аэробика на пляже или в бассейне, волейбол, водное поло, дартс, армрестлинг, настольный теннис, стрельба из лука и пневматического пистолета и др.);

2) детские программы (игры и конкурсы в детском городке и бассейне, вечерние развлекательные программы, тематические праздники);

3) вечерние шоу программы (шоу конкурсы, игровые шоу, комические шоу, дискотеки, выступления эстрадных коллективов, художественная самодеятельность, проведение тематических вечеринок – диско 80 х, живая музыка и т. д.).

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

адаптационную, позволяющую перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;

компенсационную, освобождающую человека от физической и психической усталости повседневной жизни;

стабилизирующую, создающую положительные эмоции и стимулирующую психическую стабильность;

оздоровительную, направленную на восстановление и развитие физических сил человека;

информационную, позволяющую получить новую информацию о стране, регионе, людях и т.д.;

образовательную, позволяющую приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;

совершенствующую, приносящую интеллектуальное и физическое усовершенствование;

рекламную, дающую возможность через анимационные программы сделать посетителя носителем рекламы региона, санатория [37, с. 76].

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

Итак, разнообразные анимационные программы, сочетающие в себе все виды анимации и которые воплощают в жизнь энергичные и доброжелательные, тактичные и высококвалифицированные творческие работники анимационной команды, способствуют улучшению имиджа учреждения, наделяют его конкурентными преимуществами и гарантируют возврат клиентов в данный отель, так как клиент вернется именно в понравившееся ему место.

1.2 Типология, виды и функции анимации

Необходимость в отдыхе становится все более актуальной. Это связано с большим ускорением темпов жизни, увеличивающимися психофизическими нагрузками, которые сопровождаются огромным количеством информации, непрерывно обрушивающейся на человека. В целях восстановления физических и психологических сил люди все более нуждаются в отдыхе. Рекреация (от лат. *recrea- tio* — возвращение к здоровью, восстановление) становится необходимым условием нормальной человеческой жизни, средством компенсации напряжения, восстановления работоспособности и условием продолжения самого производства.

В широком значении слова под рекреацией понимается не только восстановление физических и психических сил каждого члена общества, но и всестороннее развитие его духовного мира, творческих способностей. Считается, что рекреационный эффект достигнут в случае, если человек начинает испытывать состояние психофизиологического комфорта и готовности воспринимать новые нагрузки.

Выделяются два типа рекреации [19, с. 77]:

- компенсаторный — рекреационная деятельность, компенсирующая затраты живых сил человека до нормального уровня;
- расширенный — рекреационная деятельность, позволяющая компенсировать затраты живых сил человека с определенным запасом.

Одним из основных параметров, характеризующих рекреационную деятельность, выступает рекреационное время, которое имеет определенную структуру. Типичный пример структуры рекреационного времени в течение жизни человека приведен в табл.1.

Таблица 1

Структура рекреационного времени в течение жизни человека

Виды рекреационного времени	Продолжительность, тыс. часов	Доля, %
<u>Инклюзивное (в течение рабочего дня)</u>	20	4
<u>Ежедневное (после работы)</u>	204,4	40
<u>Уик-энд (в конце рабочей недели)</u>	178,1	34,8
Отпускное	40,3	8
Пенсионное	70,1	13,2
Итого	512,9	100

Выделенные массивы рекреационного времени по-разному выполняют функции простого и расширенного воспроизводства сил человека [22, с. 1-2].

Инклюзивное время — время простого компенсаторного восстановления сил — встроено в бытовую и трудовую деятельность человека.

Ежедневное время — время компенсаторно-расширенного восстановления; включает постоянную рекреационную деятельность: краткосрочные прогулки, утреннюю зарядку, спортивные игры, купание, чтение.

Уик-энд — еженедельная рекреационная деятельность, отнесенная на конец рабочей недели (поездки за город, на дачу и т.д.), выполняет функции расширенно-компенсаторного восстановления.

Отпускное время — представляет собой рекреационную деятельность, отнесенную на конец рабочего периода, и выполняет функции расширенного восстановления.

Пенсионное время — время выхода человека на пенсию.

Пенсия — регулярное (обычно — ежемесячное) денежное пособие, выплачиваемое лицам, которые достигли пенсионного возраста, имеют инвалидность или потеряли кормильца.

Одним из наиболее действенных способов отдыха и рекреации является туризм. Развитием устойчивого и общедоступного туризма занимается Всемирная организация по туризму (World Tourism Organization) — учреждение Организации Объединенных Наций. Сокращенное название этой ведущей международной организации — ЮНВТО (UNWTO). Статистика ЮНВТО свидетельствует о том, что при огромном многообразии разновидностей туризма, до 70 % туристских поездок совершается с целью отдыха. Смена привычной для человека социально-культурной среды подвигает его к поиску соответствующего эмоционального фона, что может быть достигнуто через развлечения. Развлечения способствуют снятию накопившихся стрессов, восстановлению эмоциональной уравновешенности [2, с. 99].

В постиндустриальном обществе, а на этой стадии развития общества в XXI в. пребывает большинство стран мира, включая Россию, произошло резкое смещение акцентов с количества товаров и услуг на их качество. В постиндустриальном обществе приоритетным считается качество жизни — возможность получать широкий спектр услуг в области здравоохранения, образования, отдыха и культуры, причем высокого уровня.

Современный потребитель туристских услуг избалован обилием туристских предложений, рассчитанных на широкий диапазон интересов, определяемых индивидуальными особенностями, жизненным опытом, системой мировоззрения и многими другими факторами. Однако есть нечто общее, объединяющее потенциальных туристов — это туристская мотивация, т. е. желание совершить туристскую поездку, и определяется она, прежде всего, возникающими у человека рекреационными потребностями [18, с. 203].

Более того, к этому подталкивает сама жизнь: изменение стиля и уклада жизни современного человека требует периодического отрыва от индустриально-урбанистического окружения и отдыха, сопровождающегося эмоциональной разгрузкой. Подобную задачу может хорошо выполнить

туристская поездка в сочетании с правильно организованным анимационным сопровождением. Анимация призвана сделать отдых интересным, полноценным и незабываемым. Тем более что современный производственно-технологический уровень позволяет создать любое оснащение для анимационных программ.

Анимация — это наиважнейшая часть совокупной деятельности на туристском предприятии, важнейшая часть турпродукта. Конечной целью туристской анимации является удовлетворённость туриста отдыхом — его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции туристской анимации. Нельзя представить анимационную программу без ее формулы.

Анимационная программа имеет свою формулу, и она составляется по следующей схеме [5].

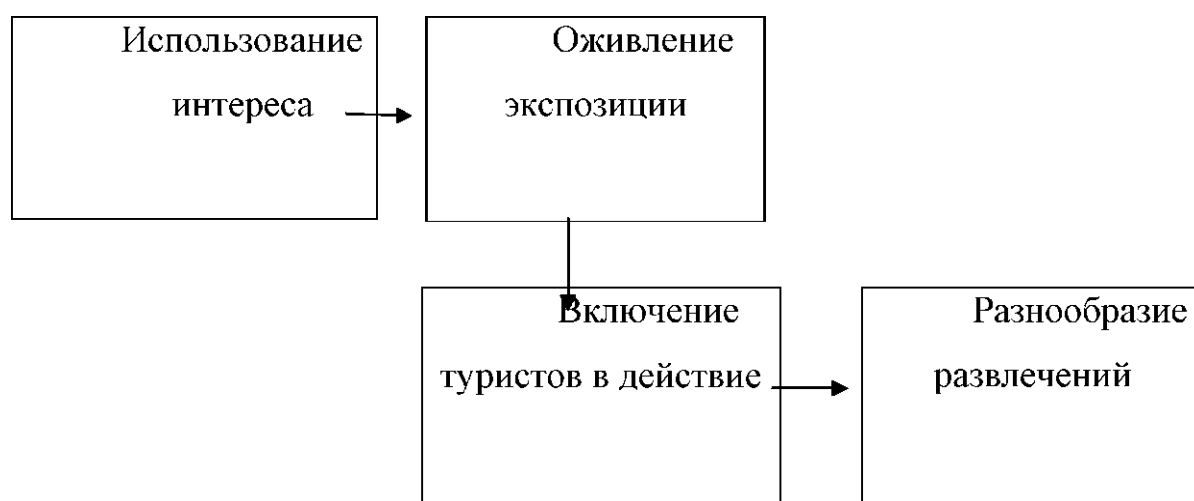


Рис.1. Формула анимации

Исходя из этой формулы, можно сформулировать методические основы анимации в туризме [5, с. 77]:

- Тесное взаимодействие оператора с центрами досуга и развлечений, организаторами фестивалей и карнавалов и т.п., а также активное включение данных мероприятий программы обслуживания;

- Составление сценариев отдыха (или мероприятий), учитывающих тематику и личностно-психологическое восприятие происходящего;
- Реализация полного комплекса обслуживания на базе разработанного сценария, предусматривающего всевозможные потребности туриста на маршруте, взаимоувязка услуг и действия;
- Работа аниматоров с туристами по внесению изменений в сценарий в соответствии с погодой и другими обстоятельствами.

В общем смысле анимационная туристская деятельность следует понимать как тесное взаимодействие досугово-развлекательного и сервисного комплексов с личностным подходом к обслуживанию и развлечению каждого туриста.

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

Как было выше сказано, существует и социально-культурная анимация. Социально-культурная анимация - это исторический, культурный, музейный туризм, это обращение к произведениям искусства, знакомство с памятниками, посещение международных кинофестивалей, театральные зрелищные мероприятия. Туристам интересно не только спортивно зрелищный или развлекательные типы анимации, но и социально-культурная анимация тоже.

Термин «анимация» (от лат. *anima* — воздух, душа; *animatus* — одушевление) впервые появился во Франции в начале XX в., когда был принят закон о создании различных ассоциаций, и анимация трактовалась как деятельность, направленная на пробуждение и усиление живого интереса к культуре, художественному творчеству и означала в конечном итоге побуждение к активности. Вскоре термин «анимация» стал применяться в международном туризме, и появилось даже особое направление социально-культурной анимации — туристская анимация.

Туристский терминологический словарь определяет термин «анимация» как комплекс по разработке и предоставлению специальных программ проведения свободного времени, организации развлечений и спортивного проведения досуга.

Анимация является одним из направлений культурно-досуговой деятельности. Оно имеет определенную рекреационную функцию — это повышение удовлетворенности отдыхом, более скорое и полное восстановление моральных и физических сил. Под культурно-досуговой деятельностью понимается специфическая активность людей, проявляемая ими во время досуга.

Особое внимание следует обратить на то, что культурно-досуговая деятельность создается, развивается и существует в рамках общепринятой культуры страны, народа, сообщества и подразумевает позитивную ценностную ориентацию [6, с. 102].

Присущая некоторой части любого сообщества антиобщественная активность, при которой понятие отдыха неотделимо от пьянства, хулиганства и т.д., нельзя рассматривать в качестве культурно-досуговой деятельности.

Согласно толковому словарю В.И.Даля, досуг — это свободное, незанятое время, гулянки, а досужий человек — умеющий, способный к делу, ловкий, искусный, хороший мастер своего дела. Наши предки не считали свободное время временем для безделья, скорее, наоборот, досуг должно было употреблять для приобретения новых знаний и навыков, совершенствования мастерства [21, с. 61].

Исходя из внутренней потребности, интересов, уровня культуры и существующих возможностей, человек во время отдыха может заниматься самыми разнообразными видами деятельности:

1. спортивно-оздоровительной деятельностью — занятиями спортом и физической культурой, использованием других видов времяпрепровождения, связанных с определенной физической активностью);

2. любительскими занятиями на природе — охотой, рыбной ловлей, сбором грибов и ягод и др.;
3. занятиями, связанными с искусством и творчеством;
4. интеллектуальной деятельностью (чтением, разгадыванием кроссвордов и др.);
5. общением;
6. различными видами развлечений (играми, танцами, зрелищами и т. д.);
7. путешествиями и экскурсиями, предпринимаемыми ради удовольствия.

Определенную помощь в удовлетворении этих разнообразных интересов и потребностей отдыхающих призвана оказать социально-культурная анимация. В идеале социально-культурная анимация служит не только снятию накопившегося психологического и физического напряжения, но и должна способствовать раскрытию способностей человека, его творческого потенциала, обогатить его новыми знаниями и навыками, помочь преодолеть имеющиеся у человека комплексы и включить его в реальное действие.

В связи с этим анимационная деятельность отличается рядом характерных черт:

- осуществляется в свободное время;
- отличается свободой выбора, добровольностью, активностью, инициативой как одного человека, так и различных социальных групп;
- обусловлена национально-этическими, региональными особенностями и традициями;
- характеризуется многообразием видов на базе различных интересов взрослых, молодежи и детей;
- отличается глубокой индивидуальностью; носит гуманистический, культурологический, развивающий, оздоровительный и воспитательный характер.

Туристская анимация — это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие, способствующее его рекреации. Туристская анимация основана на личных контактах аниматора (менеджера туристской анимации) и туриста, на человеческой близости, совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туристского комплекса [21, с. 105].

Анимация преследует цель активного продвижения туристического продукта и роста доходности туристического бизнеса за счет повышения качества обслуживания посетителей и расширения количества предоставляемых услуг. Кроме этого, положительные эмоции, полученные туристом в ходе анимационных программ, побуждают его к повторному посещению туристского комплекса (отеля, круизного теплохода и т.д.).

Организация такой деятельности связана с формированием и реализацией программ развлечений (анимационных программ), которые смогли бы отвлечь отдыхающего от повседневных жизненных проблем, способствовать его эмоциональной разрядке, являясь не только средством избавления от усталости, но и средством нейтрализации негативных сторон повседневной жизни.

При подготовке анимационных программ учитываются такие особенности посетителей, как пол, возраст, национальность, а также готовность участия туристов в различных действиях.

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

- адаптационную, позволяющую перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;
- компенсационную, освобождающую человека от физической и психической усталости повседневной жизни;
- стабилизирующую, создающую положительные эмоции и стимулирующую психическую стабильность;

- оздоровительную, направленную на восстановление и развитие физических сил человека;
- информационную, позволяющую получить новую информацию о стране, регионе, людях и т.д.;
- образовательную, позволяющую приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- совершенствующую, приносящую интеллектуальное и физическое усовершенствование;
- рекламную, дающую возможность через анимационные программы сделать посетителя носителем рекламы региона, санатория [37, с. 76].

Такое разнообразие функций туристской анимации обусловило и многообразие видов анимационной деятельности, а также и большую разновидность анимационных программ и мероприятий. Основные направления анимационной деятельности, предлагаемые туристам (анимационные программы, театрализованные представления, анимация в тематических парках и др.) отражены в таблице:

Таблица 2

Основные направления анимационной деятельности

Анимационные программы	Театрализованные представления	Анимация в тематических парках	Спортивная анимация	Гостиничная анимация
Праздничные мероприятия	Народные праздники	Аттракционы	Альпинизм	Азартные игры (казино, игровые автоматы)
Карнавалы	Рыцарские турниры	Встречи со сказочными героями	Стрельба из лука	Дискотеки
Маскарады	Рыцарские турниры	Встречи с героями мультфильмов	Аквапланирование	Концерты
Фестивали	Костюмированные балы	с героями мультфильмов	Бадминтон	Творческие ателье
Конкурсы	Спектакли в исторических интерьерах	Посещение экзотических стран	Езда на велосипеде	Бани, сауны
Ярмарки		Путешествия в прошлое и	Посещение тренажерных залов	Фитнесс
			Кегли	Кафе, бары
			Боулинг	Дартс и др.

		будущее	Картинг	
		и т.д.	Водные ви-	
			ды спорта	
			и др.	

Анимационные программы событийного туризма, театрализованные представления и организация развлечений в тематических парках часто выступают в качестве основной содержательной части турпакета, являются целью путешествия [18, с. 71].

Анимационные программы на протяжении всего периода пребывания отдыхающих в санатории должны обеспечить ему полную удовлетворенность (ощущение исполнения желания, мечты, достижения цели путешествия).

Спортивная анимация в силу огромного разнообразия возможных предложений и большой востребованности может использоваться для самого широкого спектра задач, стоящих перед работниками индустрии гостеприимства — от разработки программы путешествия до выполнения роли своеобразного спасательного средства при неблагоприятных погодных условиях (холодное ветреное море, бесснежная зима на лыжном курорте и т. п.), при задержках транспорта и других неприятностях.

Выделение направлений анимации условно, так как реальные анимационные программы носят чаще всего комплексный характер и содержат определенные элементы различных видов анимации. Такое сочетание делает анимационные программы более интересными и насыщенными, а наличие спортивной составляющей способствует восстановлению и укреплению здоровья, обеспечивая наибольший восстановительно-оздоровительный эффект [43, с. 81].

Анимационные программы охватывают наиболее широкие сегменты туристского рынка и находят любителей независимо от возраста, пола, национальности и образования. Некоторым образом ограничения могут возникнуть в связи с различной платежеспособностью туристов. Данное

направление анимации требует значительных финансовых затрат, привлечение большего количества специалистов, проведение рекламы [11].

Театрализованные представления часто используют местные возможности и особенности. В качестве примера можно привести оперные спектакли в интерьерах Выборгского замка и Ивангородской крепости. Этот вид анимационной деятельности требует дополнительного привлечения профессионалов и рекламного продвижения мероприятия. Данное анимационное направление имеет более узкий спектр ценителей. Чаще всего это более молодые и более образованные потребители.

Анимация в тематических парках пользуется наибольшей популярностью у любителей семейного отдыха, молодоженов и небольших молодежных групп. Причем основными посетителями подобных парков, более всего рассчитанных на детей, являются взрослые и в основном зарубежные туристы. Данный вид анимации требует большего числа персонала службы анимации.

Спортивная анимация — широчайший спектр предложений, причем кроме туристов, занимающихся спортом систематически, редко кто из туристов отказывается от пробы своих сил в том или ином спортивном развлечении. Спортивная анимация требует соответствующей материально-технической базы и подготовленных инструкторов [14, с. 191].

Санаторная анимация зависит от размера санатория, количества персонала, наличия отдельной службы анимации, материально-технической обеспеченности.

В части анимационной работы с посетителями и предоставления им широких возможностей для развлечений богатый опыт накоплен зарубежными специалистами. В заграничных санаториях уже на стадии их проектирования предусматриваются специальные оборудованные помещения и площадки для работы анимационных команд. В своей работе они широко используют новейшие достижения науки и техники. Менеджеры по анимации могут сделать востребованный туристский продукт на основе

любого природного явления. Достаточно вспомнить морские приливы в Сент- Мишель (Франция) или северные сияния на мысе Нордкап (Норвегия).

В индустрии развлечений и в отраслях, ее обеспечивающих, заняты тысячи людей, параллельно идет серьезная подготовка квалифицированных кадров для самой отрасли досуга и развлечений [12, с. 82].

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

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

Анимация как фактор социальной активности человека выступает в качестве формы и метода изучения сложившейся практики, требующей профессионально подготовленных специалистов данного направления общественной деятельности. Одно из направлений анимации в туристской индустрии - анимация отдыха туристов в гостиницах и центрах отдыха (курортах), где аниматоры работают с туристами постоянно, и основная задача этих работников - не дать людям соскучиться [6, с. 87].

Чаще всего такие работники встречаются в клубах типа «all inclusive». Днем посетители 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.

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

Таблица 4

Основные виды анимации, удовлетворяющие потребности посетителей

Вид анимации	Ожидаемый результат
Анимация в движении	Удовлетворяет потребность современного человека в движении, сочетающемся с удовольствием и приятными переживаниями
Анимация через переживание	Удовлетворяет потребность в ощущении нового, неизвестного, неожиданного при общении, открытиях, а также при преодолении трудностей
Анимация через общение	Удовлетворяет потребности людей в общении с новыми, интересными людьми в открытии внутреннего мира людей и познания себя через общение
Анимация через успокоение	Удовлетворяет потребности людей в психологической разгрузке от повседневной усталости через успокоение, уединение, контакт с природой, потребность в покое
Культурная анимация	Удовлетворяет людей в духовном развитии личности через приобщение к культурно-историческим памятникам и современным образцам культуры страны, региона, народа, нации
Творческая анимация	Удовлетворяет потребность человека в творчестве, демонстрации своих созидательных способностей и установлении контактов с близкими по духу людьми через совместное творчество

Из таблицы 4 видно, что существуют различные виды анимации, удовлетворяющие потребности посетителей, которые используются при составлении анимационных программ.

В процессе формирования анимационной программы ее организаторам следует ответить на вопросы [16, с. 88]:

1. Для кого делается программа, где определяется:

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

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

– национальность (особенности культур и традиций);

– стиль жизни отдыхающих (классический, экстремальный, «домострой», и т.д.);

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

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

3. Как построить анимационное событие.

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

На каждый день недели (по часам) составляется точное расписание мероприятий, и на каждого члена команды возлагаются определенные обязанности по их проведению. Общая программа анимации готовится таким образом, чтобы развлекательные и спортивные элементы были разнообразны по своей форме, интересны туристам и чтобы в проводимых мероприятиях было задействовано как можно больше участников [45, с. 61].

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

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

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

Также существуют типы и виды анимационной программы которые напрямую влияют на настроение и эмоциональный фон отдыхающих (табл.3).

Таблица 3

Типы и виды анимационных мероприятий

Тип анимации	Характеристика	Вид анимационных мероприятий
Санаторно-оздоровительный тип	соответствует состоянию здоровья	специальные оздоровительные программы в игровой форме, прогулки по терренкурам
Природно-рекреационный тип	находится в соответствии с местонахождением выбираемым самим туристом	пикник на природе с элементами оживления отдыха, общение с домашними и экзотическими животными и наблюдение за дикими животными, зоотерапия
Спортивно-зрелищный тип	согласуется с увлечениями	занятиями спортом и наблюдениями за спортивными соревнованиями, спортивными танцами
Культурно-развивающий тип	соответствует желанию познания окружающего мира через произведения искусства	Исторический, культурный, музейный туризм - обращение к произведениям искусства, знакомство с памятниками, посещение международных кинофестивалей, театрально-зрелищных мероприятий
Зрелищно-развлекательный тип	стремление отвлечься от повседневности	виды событийного туризма - карнавалы, фестивали, шоу

Таким образом, из данных таблицы можно сделать вывод, что типы анимационных мероприятий должны находиться в согласии с потребностями и возможностями отдыхающих и удовлетворять их разнообразные потребности.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ САНАТОРИЯ «ЛИПОВКА»

Материал удален, так как содержит информацию, представляющую коммерческую ценность.

ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ САНАТОРИЯ «ЛИПОВКА»

3.1 Анализ анимационных программ в санатории

Анимационная деятельность в санатории «Липовка» представлена анимационной службой, которая осуществляет реализацию анимационных программ.

Аниматор относится к категории исполнителей и является материально ответственным лицом. На должность аниматора назначается лицо, имеющее полное среднее или высшее образование и стаж работы по профилю не менее 1 года. Назначается на должность и освобождается от нее приказом директора обособленного подразделения. Аниматор непосредственно подчиняется художественному руководителю обособленного подразделения, а так же творческому директору организации.

При приеме на работу учитываются следующие личностные качества аниматора и художественного руководителя: коммуникабельность; инициативность; энтузиазм; гибкость; терпимость; склонность к творчеству; уверенность в себе; уравновешенность; стрессоустойчивость.

Чтобы поддерживать высокий стандарт обслуживания, центру требуются хорошо образованные, талантливые, честные и дисциплинированные сотрудники анимационной службы, которые получают удовольствие от своей работы. Они задают настроение отдыхающим, больше всех контактируют с гостями, играют ключевую роль в мероприятиях, являются рупором развлекательных программ, ответственны за удовольствие, радость, дружбу и активность гостей.

К обязательным профессиональным качествам сотрудника анимационной службы относятся умения:

- устанавливать контакт с гостем и производить благоприятное первое впечатление;

- выявлять и удовлетворять потребности гостя;
- предвосхищать ожидания гостя;
- влиять на поведение гостей.

Так же существуют ограничения по возрасту при приеме на работу - аниматор должен быть не старше 30 лет, обладать психическим и физическим здоровьем, с отсутствием хронических заболеваний.

Аниматор принимается на работу с испытательным сроком 3 месяца, при вхождении в должность, аниматору присваивается 1 разряд. Оплата труда аниматора в этот период составляет 55, 73 рублей в час (без вычета подоходного налога). После прохождения испытательного срока аниматору присваивается 2 разряд и час работы оплачивается в размере 69, 67 рублей (без вычета подоходного налога).

На должности художественного руководителя назначается лицо, имеющее высшее образование, стаж работы по профилю не менее 3 лет, с опытом руководящей должности и возрасте от 22 лет. При приеме на работу, проходит испытательный срок - 3 месяца, с присвоением должности - художественный руководитель 1 разряда и оплатой труда в размере 69, 67 рублей (без вычета подоходного налога) за час работы, при успешном прохождении срока испытания переводится на должность художественного руководителя 2 разряда и тарифной ставкой за час работы 98,60 рублей (без вычета подоходного налога).

Сроки выплаты заработной платы производятся два раза в месяц - 15, 30 числа. В санатории «Липовка» разработана гибкая системы бонусов и премий. За один проведенный День Рождение аниматору начисляется бонус в 270 рублей, за проведенную программу для групп школьников - 100 рублей, за аквагим - 50% от стоимости оказанной услуги. Бонусы за месяц суммируются, согласуются с директором «Липовка» и творческим директором, и выплачиваются ежемесячно до 5 числа нового месяца.

Аниматору и художественному руководителю устанавливается сменная работа, в соответствии со скользящим графиком сменности, с гибким

режимом рабочего времени, с суммированным учетом рабочего времени (учетный период - год). Время начала и окончания работы устанавливается графиком сменности. Чередование рабочих и нерабочих дней устанавливается графиком сменности. Режим труда и отдыха регулируется правилами внутреннего трудового распорядка, и относят условия труда к нормальным. Предоставляется оплачиваемый ежегодный отпуск, продолжительностью 28 календарных дней.

В период действия трудового договора, аниматор и художественный руководитель подлежат обязательному государственному социальному, медицинскому и пенсионному страхованию в соответствии с ФЗ.

При приеме на работу, сотрудник заключает с организаций трудовой договор, договор о полной индивидуальной материальной ответственности, соглашение о конфиденциальности и неразглашении информации, знакомится с должностной инструкцией.

В штатном расписании, в отделе анимационной службы, состоят художественный руководитель и 2 аниматора, которые организуют всю анимационную деятельность. Сменность работ осуществляется следующим образом - в будние дни работает аниматор буднего дня, в выходные и праздничные дни - аниматор выходного дня. Художественный руководитель работает в выходные и праздничные дни, а так же три будних дня в соответствии с графиком работы.

В дисциплинарном отношении должен соблюдаться единый стандарт - не должно делаться скидок аниматорам по возрасту, национальности, социальному статусу. Возникающие в процессе реализации анимационных программ проблемы должны решаться коллективно или самостоятельно, без привлечения внимания гостей.

Руководство «Липовка» предоставляет аниматорам и художественному руководителю рабочее место (таблица 10), соответствующее условиям, предусмотренным государственным стандартам организации и безопасности труда. Аниматоры находятся в течение всего рабочего времени на своем

рабочем месте, и могут покидать его только с согласия художественного руководителя.

Таблица 10

Характеристика рабочих мест анимационной службы «Липовка»

Наименование рабочего места	Предназначение	Площадь	Инвентарь, оснащение
Аниматорская	Хранение костюмов и рабочего реквизита	П 2 7 м	костюмы, папки со сценариями, рабочий реквизит, личный шкаф для хранения ценных вещей
Юбилейная комната(2)	Проведение анимационной программы	10 м ²	Сервированный стол, караоке, музыкальный центр, игрушки и реквизиты для игр
Стойка диджея	Звуковое сопровождение анимационных программ и озвучивание аудиоанонсов	2 м ²	Музыкальное оборудование, пульт диджея, микрофоны для мероприятий и диски с аудиоанонсами о предстоящих акциях, музыка для игр.
Офис (только для худ рука)	Руководство анимационным отделом	25 м ²	Письменный стол, компьютер, кресло, факс, принтер, ксерокс, сканер, ламинатор, 3 телефонные базы.

Офис является рабочим местом не только художественного руководителя, но и директора, бухгалтера, администратора, менеджера по Дням Рождениям, менеджера по корпоративным привозам. Каждому сотруднику в офисе отведено индивидуальное оборудованное место. Все компьютеры имеют необходимый набор рабочих программ - 1С: предприятие, Outlook Express, FTP-сервер и выход в интернет.

Закрепленные за аниматором помещения - юбилейные комнаты для празднования торжества, должны содержаться в должном порядке. Запрещается предоставлять эти помещения другим лицам, а также входить в них посторонним лицам.

Художественный руководитель во главе с творческим директором, стремятся развивать способности аниматоров - периодически для аниматоров проводятся мастер классы по аквагриму, изучаются новые виды аэродекора, поэтапно перенимают навыки жонглерства.

В приложении 2 приведена схема взаимодействия анимационной службы и управляющей компании «Липовка». В первой схеме представлено внешнее взаимодействие анимационной службы с управляющей компанией «Липовка». Генеральный директор дает указание творческому отделу о разработке плана анимационных программ на следующий месяц. Во главе творческого отдела находятся творческий директор и главный маркетолог.

В течение недели текущего месяца творческим отделом разрабатываются методические указания по проведению анимационной программы и краткий сценарный план проведения мероприятий. Разработанная концепция пересылается по почте всем художественным руководителям по регионам для ознакомления. Художественные руководители разных регионов взаимодействуют между собой, совершенствуют и дополняют предложенные анимационные программы, каждый художественный руководитель отправляет творческому отделу окончательный сценарный план мероприятия на согласование.

Во второй схеме представлено внутреннее взаимодействие анимационной службы в «Липовка». Художественный руководитель доносит до анимационного отдела утвержденный сценарный план мероприятий на новый месяц. Аниматоры знакомятся с новым сценарием, вместе с художественным руководителем проводят подготовительные репетиции, и генеральные репетиции за 2 дня до начала мероприятия.

Трудограмма аниматора «Липовка» представлена в таблице 11.

В таблице отображены составляющие трудограммы: предназначение профессии, средства и условия труда, организация и продукт труда, права и обязанности аниматора, возможные уровни профессионализма, позитивное влияние профессии, а также соответствующее описание составляющей трудограммы аниматора.

Трудограмма аниматора «Липовка»

Составляющие трудограммы	Описание
Предназначение профессии, ее роль	Организация досуга, создание и реализация анимационных программ, разработка и воплощение сценических образов
Средства труда	Спецоборудование для зрелищности мероприятий, реквизиты.
Условия труда	Психологическая и социальная безопасность, наличие благоприятного микроклимата в профессиональной среде.
Организация труда	Составление и реализация анимационных программ и мероприятий, создание типовых сценариев и программ.
Продукт труда	Индивидуальные или групповые развлекательные программы для детей, полностью удовлетворяющие их запросы.
Возможные уровни профессионализма	1-й уровень - артист - аниматор, проводит мероприятия. 2-й уровень - художественный руководитель, составляет сценарии проведения мероприятий, планирует комплекс услуг, связанных с ними 3-й уровень — творческий директор по анимации, осуществляет управление аниматорской деятельностью, составляет комплексные анимационные программы
Права аниматора	Социальные гарантии оплаты труда и отпуска.
Обязанности аниматора	Соблюдение профессиональных этических норм, выполнение должностных функциональных обязанностей Ответственность за жизнь и здоровье людей во время проведения мероприятий
Позитивное влияние профессии	Могут быть в полной мере реализованы творческие и организаторские способности.

Художественный руководитель еженедельно отправляет отчет творческому директору о количестве детей и родителей, присутствующих на анимационных программах. Большой поток посетителей анимационных программ приходится на зимние праздники, школьные каникулы и выходные дни, спад потока участников развлекательных мероприятий приходится на летние месяцы, так как у детей в это время начинаются каникулы, и их родители предпочитают отдых в «Липовка» отдых в летних лагерях.

График загрузки посетителей за период 2014 – 2016 гг. приведен на рисунке 10.

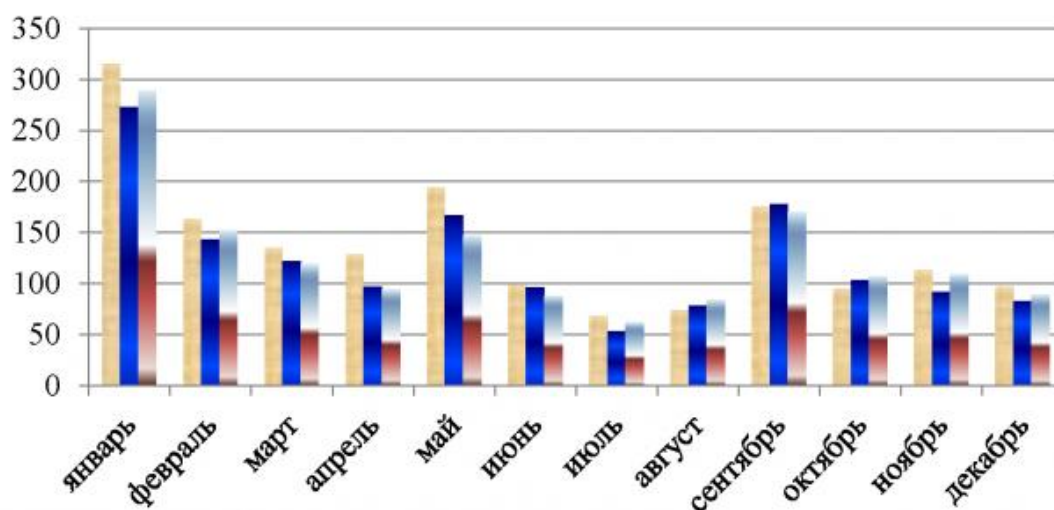


Рис.10. График загрузки посетителей на анимационных программах за 2014 - 2016 г.г.

Из данных, представленных на рисунке видно, что в 2014 г, услуги анимационной службы пользовались большим спросом относительно 2016 г.

Сегментация потребителей анимационных услуг (рисунок 9) поможет более корректно сформировать представление об актуальности тех, или иных анимационных программ и сценариев, разработанных анимационной службой.

Исследование договоров о проведенных Днях Рождения показали, что основными приверженцами анимационных услуг являются дети в возрасте от 5 - 8 лет. Наименее заинтересованы в услугах анимационной службы оказались дети в возрастной категории 2-14 лет и категории 13-16 лет, дети в возрасте 9-12 лет составляют 25% от доли посещаемости по всем возрастным категориям детей.

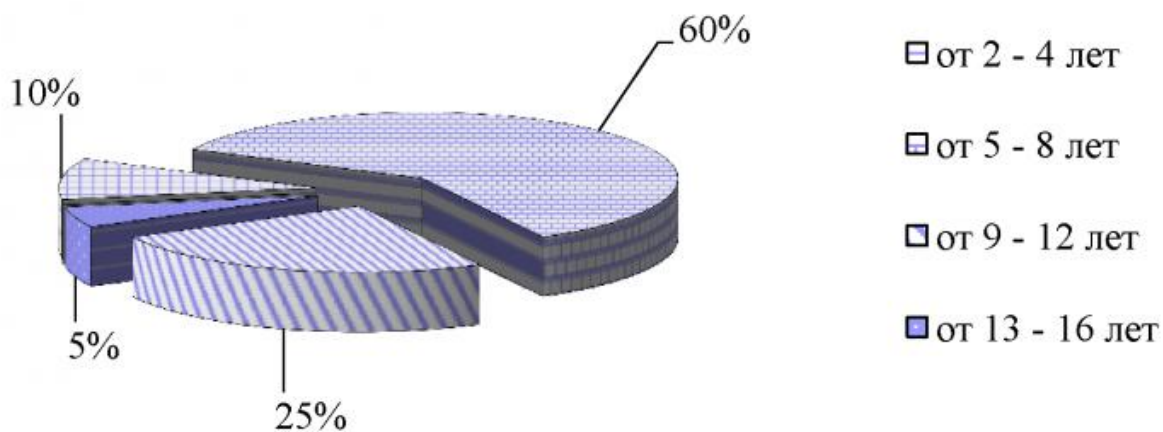


Рис.11. Потребность в анимационных услугах у детей разных возрастных категорий

Услуги, которые оказывают аниматоры в процессе своей работы, являются как основными, так и дополнительными для санатория «Липовка», рассчитаны на разные возрастные категории и уровень дохода (табл. 12).

Таблица 12

Характеристика основных и дополнительных услуг, предоставляемых анимационной службой санатория «Липовка»

Наименование услуги	Возраст потребителя услуги	Стоимость услуги, Руб.	Бонус аниматора
Анимационная программа на День Рождение (1 час)	От 2 - 16 лет	800	270
Поздравление от Коровки Крезики (15 мин)	От 2 - 16 лет	680	
Анимационная программа для группы школьников - выпускной, Новый год, выезд в лагерь (1 час)	От 7 - 14 лет	3800	100
Аквагрим простой	От 4 - 16 лет	155	77,5
Аквагрим сложный	От 4 - 16 лет	255	127,5
Фигуры из ШДМ простые	От 2 - 8 лет	45	-
Фигуры из ШДМ сложные	От 2 - 8 лет	150	-

В данном параграфе прописаны правила приема на должность аниматора и художественного руководителя в санатории «Липовка», форма оплаты труда, их основные права и обязанности. Рассмотрена схема взаимодействия анимационной службы; характеристика рабочих мест

анимационного отдела; трудовая аниматора; характеристика основных и дополнительных услуг, предоставляемых анимационной службой, их стоимость и бонусы аниматоров за оказанные услуги.

3.2 Разработка анимационной программы

Предлагаем следующую анимационную программу для посетителей санатория «Липовка».

День 1

Анимационная программа **«Веселые игры»**

Программа назначена для всех посетителей

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

Сценарий: Отдыхающие познакомятся с красотой санатория. После рассказа про санатории «Липовка», отдыхающие приглашаются в зал санатория для просмотра фильма истории становления санатория «Липовка». После окончания фильма будет разыграна мини-викторина, в которой будут задаваться элементарные вопросы. После окончания викторины выигравшим дадут сувенир санатория «Липовка», а проигравшим памятку о санатории «Липовка» с важнейшими историческими датами. Продолжительность: с 19:00 до 21:00.

Расходы: Аренда зала санатория-2400р. Организатор-2400р.
Раздаточный материал-3000р. Итого: 7800р.

День 2

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

Программа назначена для семейных пар

Программа рассчитана на 10-12 чел.

Сценарий: Женщина садится на стул в одном конце стены, ей на колени постилают полотенце, ставят небольшой поднос и на него ставят пустой стакан. Мужчина встает на другом конце сцены, ему завязывают глаза, крутят вокруг себя три раза, ставят между ног бутылку с водой и

открывают ее. Он должен дойти до своей женщины и налить в стакан воды, женщина может подсказывать дорогу (прямо, влево, вправо). У какой пары стакан окажется полнее, та пара и выиграет.

Продолжительность: с 19:00 до 21:00 Расходы: Аниматор-3000р.
Аренда посуды -3600р. Итого: 6600р.

День 3

Анимационная программа: **Музыкальная постановка «Дух старины»**

Сценарий: Пешая прогулка по санаторию для просмотра музыкальной постановки «Дух старины», где можно ознакомиться с костюмами и танцами разного народа XIV-XV веков. После этого будет организована фотосессия в костюмах для желающих. В конце всем отдыхающим раздаются буклеты с фото.

Продолжительность: с 18:00 до 19:00

Входной билет: - 1200 руб.

Организатор- 1800 руб.

Буклет с фотографиями-1200 руб.

Примерка костюма -300 руб.

Итого: 16200+300 руб.

Анимационная программа для взрослых людей

День 4

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

Сценарий: Спектакль с участием отдыхающих и знакомство с нравами древнего мира. В зале санатория «Липовка» все украшаются в стиле XIV-XV веков, в зале на троне сидит Амир Темур, слева - музыкант играет тихую мелодию, сзади стоит слуга с опахалом. Амир Темур сидит очень угрюмый и серьезный. В руке он держит свиток с донесением о том, что Италия собирается напасть и захватить Екатеринбург. В это время в зал приглашаются посетители, им раздают слова на листах и представляют как послав из Рима. Задача отдыхающих - заключить мир с А. Темуром, не поддаваясь на провокации и уловки. В конце спектакля А. Темур заключает

дружественный союз с отдыхающими - послами и преподносит им дары из личного сундука. Все участники – сами отдыхающие.

Продолжительность: с 18:00 до 20:00

Расходы:

Аренда зала - 1800 руб.

Переводчик-1200 руб.

Музыкант-1800 руб.

Декорации-3000 руб.

Одежда и набор украшений - 4800 руб.

Итого: 12600 руб.

День 5

Анимационная программа: **«Незыблемая память»**

Сценарий: Написание портретов для отдыхающих. Отдыхающие приглашаются во двор санатория, где их будут ждать мастера по чеканке, мозаике, золотошвеи и художники. Отдыхающие располагаются где кому удобно, выбирают мастера и пока мастер будет рисовать или выкладывать мозаику, гид будет рассказывать о происхождении мастерства, также и мастер может поделиться некоторыми секретами мастерства. Для женщин предусмотрено также вышивание платков золотой нитью. Продолжительность: с 17:00 до 19:00 Расходы: Мастера 8 чел.-24000р. Гид-1800р.

Стоимость портрета (платка)-1200р. Итого:27000р.

Анимационная программа для молодежи

День 1

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

Возрастная категория отдыхающих: от 18 до 25 лет - молодежь, студенты

Сценарий: Знакомство с традициями узбекского народа. Во внутреннем дворе санатория «Липовка» все украшают в национальном стиле. Постановка начинается с показа свадьбы. Входит жених с музыкантами, невеста сидит в

центре и согласно обряду и традиции жених забирает невесту. После этого стену освобождают, выносят бешик с ребенком (куклой), отдыхающих приглашают поучаствовать. Женщин переодевают и усаживают рядом с бешиком, потом пожилая женщина из махали начинает рассказывать и показывать как надо ребенка укладывать в бешик. По окончании представления отдыхающим раздаются памятные подарки.

Продолжительность: с 18:00 до 20:00 Расходы: Актеры-3600р. Люди с махали-3000р. Музыканты-6000р. Инвентарь-6000р. Переводчик-1800р. подарки-12000 Итого: 32400р.

День 2

Анимационная программа: Фольклорное шоу **«Праздник на базаре»**

Сценарий: Поездка на площадь. Эта удивительная программа будет проводиться в парке санатория. Отдыхающим будет представлена программа «Праздник на базаре». Здесь представляется уникальная возможность увидеть сразу несколько старинных обрядов, которые связаны собой одной сюжетной линией. Здесь и любовь дочери Богачак бедному крестьянину, которая разрешается свадьбой. Свадебный обряд показан с момента сбора приданого, выкупа невесты и свадьбы под звуки национальной музыки. Здесь также будет представлен обряд рождение ребенка. Все обряды сопровождаются живой музыкой, песнями и танцами. Акустика в парке позволяет делать звук чистым и звонким, словно каждая нота отталкивается от звенящей майолики цвета индиго.

Продолжительность: с 18:00 до 21:00

Расходы: Актеры – 4800 руб.

Музыканты – 6000 руб.

Инвентарь – 4200 руб.

Переводчик – 1800 руб.

Итого: 16800 руб.

День 3

Анимационная программа «Золотое шитье с мастером Нилюфар»

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

Расходы: Организатор-3000 руб.

Мастер Нилюфар-4200 руб.

Итого: 7200 руб.

При реализации предложенных мероприятий санаторий «Липовка» не только устранит существующие недостатки, но и получит прибыль от их внедрения.

Деятельность санатория «Липовка» направлена не только на расширение сети, получение прибыли, но и на социальную деятельность. Санаторий ставит перед собой следующие цели: помощь в развитии научной и просветительской деятельности, поддержка и организация мероприятий культуры и искусства, спортивных соревнований.

«Липовка» дает возможность семьям с детьми, молодежи и людям преклонного возраста весело проводить свой досуг. Дети могут, как в сопровождении взрослых играть на различных автоматах и аттракционах, отдыхать в кафе, так и оставить на короткий срок в детской игровой комнате.

Таким образом, санаторий «Липовка» удовлетворит потребность отдыхающих в активном и развлекательном досуге, а родители смогут заняться своими делами, пока дети заняты игрой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное нами исследование показало, что в целом условия позволяют осуществлять анимационную деятельность на достаточном уровне. К таким условиям нами отнесены: наличие детской комнаты, актового зала, открытой спортивной площадки, семейные заезды.

Нами разработана анимационная программа для санатория «Липовка», включающая в себя несколько различных направлений анимации такие как конкурсы, театрализованные представления и мастер-классы.

Туристский анимационный сервис наиболее развит в курортных зонах, где он способствует повышению аттрактивности туристских путешествий и качества отдыха. В курортных зонах всего мира существует четкое осознание того, что особая роль принадлежит организации досуга отдыхающих: игровым мероприятиям, активным соревнованиям, различным шоу и праздникам и т. д. На Западе основной деятельностью анимационного сектора являются ежедневные программы развлечений, включающие в себя ассортимент бесплатных услуг анимации для взрослых и детей.

У каждого объекта туристского размещения имеется своя ежедневная развлекательная программа, структура которой зависит от количества и контингента отдыхающих, расположения объекта, персонала, графиков питания, экскурсий и др. Анализ опыта стран с успешно развивающейся туристской отраслью показывает, что в индустрии развлечений требуются качественные программы, дорогостоящее и высококачественное оборудование, новые подходы в управлении, высококвалифицированный персонал.

Главной характеристикой успешного отдыха для туристов является психологическое состояние в течение отдыха, настроение. При организации обслуживания отдыхающих важно четко понимать, что само по себе высококачественное состояние объекта туристского размещения не обеспечит полноценный комфорт для туриста. Оживить стены отеля, дать

возможность отдыхающим проникнуться идеей его устроителей – вот главная задача принимающей стороны.

Разрабатывая штатную структуру объекта туристского размещения и анализируя влияние персонала на психологическое состояние отдыхающих, необходимо принять во внимание, что основную роль в создании того или иного психологического климата в отеле играет персонал анимационного сервиса – аниматоры. В конечном счете, именно от их личностных качеств и умения создать у туристов особое настроение и ощущение комфорта, уюта зависит, насколько полноценным будет отдых гостей отеля.

Санаторий «Липовка» - специализированная больница восстановительного лечения (СБВЛ), располагается в Свердловской области, в 120 км. от города Екатеринбурга и в 20 км от города Реж. Санаторий «Липовка» расположен в экологически чистой зоне в хвойном лесу, рядом находится чистый пруд с песочным ухоженным пляжем.

Природные лечебные факторы санатория «Липовка»: слаборадоновая сульфатно-гидрокарбонатная сложного катионного состава вода, континентальный благоприятный климат (климат сухой, обладающий большими солнечными ресурсами, особенно в весенне-летний сезон года), термальный источник.

Санаторий «Липовка» так же применяет нетрадиционные методы лечения - рефлексотерапия, гирудотерапия (лечение пиявками), цветотерапия, музыкотерапия, фитотерапия, ароматерапия.

На пруду, находящемся на территории больницы - санатория «Липовка», имеется пляж с лодочной станцией; для обеспечения рыбалки в водоеме разводятся карп, форель, осетр.

Досуг: танцевальный зал, концертный зал, библиотека, бильярд, настольный теннис, сауна, шахматы, развлекательные мероприятия для детей и взрослых, «Караоке».

Спорт: тренажерный зал, водные виды спорта (лодки, водные велосипеды), прокат лыж, имеется «Тропа здоровья».

Экскурсионные программы: для пациентов постоянно проводятся организованные экскурсии по Режевскому и другим районам Свердловской области.

Нами разработана анимационная программа для санатория «Липовка». Что именно она включает?

При реализации предложенных мероприятий санаторий «Липовка» не только устранит существующие недостатки, но и получит прибыль от их внедрения.

Деятельность санатория «Липовка» направлена не только на расширение сети, получение прибыли, но и на социальную деятельность. Санаторий ставит перед собой следующие цели: помощь в развитии научной и просветительской деятельности, поддержка и организация мероприятий культуры и искусства, спортивных соревнований.

Наша анимационная программа дает возможность семьям с детьми, молодежи и людям преклонного возраста весело проводить свой досуг. Дети могут, как в сопровождении взрослых играть на различных автоматах и аттракционах, отдыхать в кафе, так и оставить на короткий срок в детской игровой комнате.

Таким образом, санаторий «Липовка» удовлетворит потребность отдыхающих в активном и развлекательном досуге, а родители смогут заняться своими делами, пока дети заняты игрой.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аванесова, Г. А. Культурно - досуговая деятельность: теория и практика организации. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 236 с.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: - М., 2011
3. Аносов, А. М. Технологии курортной и гостиничной анимации // Вестник СГУТиКД, 2016. - № 1. - С.52.
4. Аносов, А.М. Легко на сердце: роль, значение и технология культурнодосугового (анимационного) сервиса в местах туристского размещения // Рос. предпринимательство. - 2015. - № 2. - С.68.
5. Биушкин, Г. И. Нравственная ответственность специалистов культурно - досуговой деятельности // Актуальные проблемы современной науки, 2015. - N 2. - С. 66-67.
6. Богалдин - Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально - культурного сервиса: туристические, гостинично - ресторанные и развлекательные комплексы. - М. : Изд-во Моск. психолого-социального ин-та ; Воронеж : НПО «МОДЭК», 2014. -560 с.
7. Болотова, М. И. Организация семейной досуговой деятельности в учреждении дополнительного образования детей. - Самара : Пресса, 2015. - 19 С.
8. Бочкарев, А. Ю. Совершенствование деятельности по развитию рекреационно - досуговых услуг, ориентированных на здоровый образ жизни и социокультурное развитие населения // Страховое дело, 2013. - N 4. - С. 33-36.
9. Булыгина, И. И. Игра как наиболее эффективное воспитательное средство тураниматорской работы при организации детского досуга // Актуальные проблемы туризма'09. - М.: РМАТ, 2015. - 65 С.
10. Булыгина, И. И. Туранимация как метод и форма социальной активности личности // Актуальные проблемы туризма'15. - М.: РМАТ, 2015. - С.73.
11. Булыгина, И. И. Туранимация как перспективное направление в туризме.

// Вестник СГСЭУ №1 2014. - Саратов: Изд-во СГСЭУ, 2014. - 35 С.

12. Булыгина, И. И., Гаранин, Н. И. Об анимационной деятельности в туристских и спортивно-оздоровительных учреждениях // Теория и практика физической культуры. Научно-теоретический журнал. № 11, 2016. - 85 С.
13. Ведерников, Е. Р. Документирование основных направлений деятельности культурно-досугового центра / Е. Р. Ведерников, А. И. Исаченкова // Делопроизводство, 2014. - N 3. - С. 45-48.
14. Гальперина, Т. И. Режиссура культурно - досуговых и анимационных программ. - М.: Советский спорт, 2012. - 234 с.
15. Демченко, А. М. Некоторые проблемы современного развития культурно - досуговой деятельности и народного творчества // Культурно - досуговая деятельность и народное творчество. - М.: ТИВУ МК. Р.Ф., 2014.- С. 49.
16. Елистратова, Е. В. Культурно - досуговая деятельность как фактор развития профессиональной мобильности педагога // Вестник Самарского государственного университета. - 2015. - N 82, февраль. -С. 15-16.
17. Ерошенков, И. Н. Культурно - досуговая деятельность в современных условиях. - М.: НГИК, 2013 - 32с.
18. Жарков, А. Д. Культурно - досуговая деятельность как общественный феномен // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2015. - N 2. - С. 72-79.
19. Жарова, А. А. Структурный подход к исследованию досуговых предпочтений специалистов социально-культурной деятельности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2012. - N 6. - С. 137-14.
20. Зорилова, Л. С. Технологии социально-культурной деятельности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2016. - N 4. - С. 160-161.
21. Касаткин, В. Н. Менеджмент в культурно - досуговой деятельности:

- традиции и новации // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2013. - N 4. - С. 76-79.
22. Ключко, Е. М. Центры досуга: содержание и формы деятельности // Центры досуга. - М.: НИИ культуры, 2015. - 215 с.
23. Монастырская, М. В. Культурно - досуговая деятельность торговоразвлекательных центров // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2015. - N 4. - С. 74-76.
24. Нагапетьянц, Н. А. Маркетинг индустрии отдыха и развлечений // Маркетинг, 2013. - N6. - С.66-78.
25. Нужная, А. Л. Современные подходы к исследованию феномена самоорганизованных досуговых объединений // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2013. - N 3.
26. Пильгун, О. В. Анимационная составляющая в санаторно-курортном обслуживании // Курорты и туризм: материалы международной конференции. - Сочи: СГУКДиТ, 2014. - 123 с.
27. Попов, В. В. Культурно - досуговая деятельность: опыт системного исследования // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2010. - N 1.
28. Приезжева, Е. М. Анимационный менеджмент. - М.: Советский спорт, 2011. - 360 с.
29. Приезжева, Е. М. Анимация в курортном деле. - М.: РМАТ, 2012. - 158 с.
30. Рейнгольд, Е. Деньги на игру (инвестиционные стратегии в индустрии развлечений и досуга) // Рынок ценных бумаг, 2011. - N 9. - С. 51-58.
31. Рябков, В. М. Антология: история, теория и технологии форм культурно - досуговой деятельности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2014. - N 6. - С. 57-60.
32. Стальная, В. А. Индустрия развлечений: понятие и основные категории // Практический маркетинг, 2013. - N 9. - С. 1316.
33. Стальная, В. А. Индустрия развлечений: тенденции развития / В. А.

- Стальная // Маркетинг, 2009. - N 4. - С. 91-104
- 34.Стальная, В. А. Маркетинг в индустрии развлечений // Маркетинг в России и за рубежом, 2014. - N 6. - С. 95-100.
- 35.Степанова, Т. П. Досуговое общение как фактор культурно-смысловой консолидации // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2013. - N 2. - С. 153-159.
- 36.Третьякова, Т. Н. Анимационная деятельность в социальнокультурном сервисе и туризме. - М. : Академия, 2014. - 270 с.
- 37.Трубачева, Н. В. Курортная анимация // Курортные ведомости, 2013. - № 2. - 52 С.
- 38.Тухлиев И.С. Основы туризма: СамИЭС 2014.
- 39.Тухлиев. И.С., Кудратов Ф.Х., Пардаев М.К. Организация туризма. Курс лекции. Самарканд. 2016.
- 40.Тухлиев. И.С.,Хайитбойев Р., Ибодуллаев Н.Е., Амриддинова Р.С. Основы туризма. Самарканд.: СамИЭС 2016
- 41.Ульянова, М. Организация досуговой деятельности // Мониторинг общественного мнения. 2010. №1. - 55 С.
- 42.Файзиев. Э.С. Основы сервисной деятельности. Курс лекции. Самарканд.: СамИЭС. 2007
- 43.Фатов, А. В. Проблемы досуговой деятельности молодежи и пути их преодоления // Закон и право, 2013. - N 10. - С. 85-86.
- 44.Харитоновна, О. О. Использование элементов анимационной деятельности на занятиях теннисом с младшими школьниками в условиях фитнес - клуба // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка, 2007. - N 5. - С. 64-66.
45. Ярошенко, Н. Н. Сущностная диверсификация социально-культурной деятельности: международный контекст и отечественные условия / Н. Н. Ярошенко // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2015. - N 3. - С. 139-144.
- 46.Санаторий «Липовка» // <http://sanatoriylipovka.ru/>

Информация о санатории «Липовка»



Липовка
санаторий

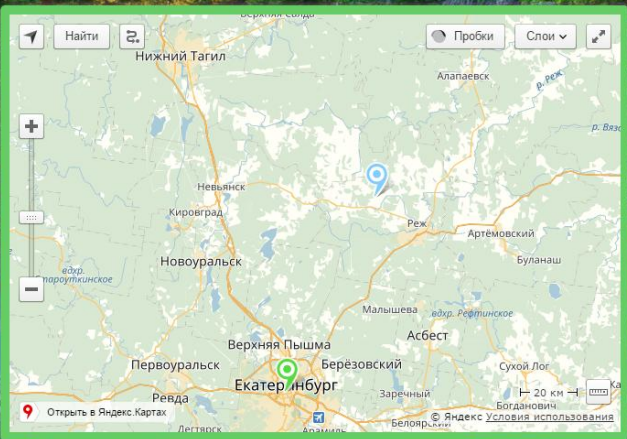
[О санатории](#) | [Фотографии](#) | [Цены / Акции](#) | [Бронирование](#) | [Контакты](#)

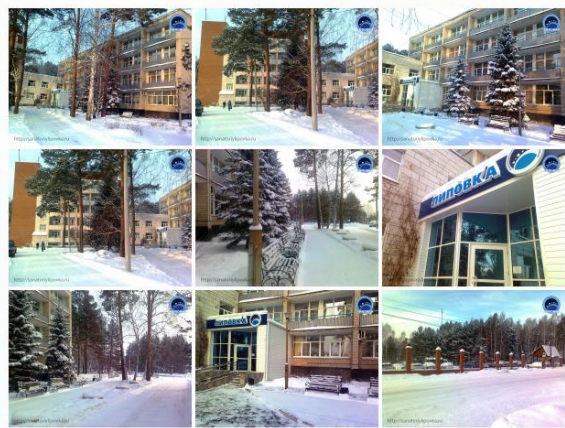
Санаторий «Липовка»

Специализированная больница восстановительного лечения (СБВЛ), располагается в Свердловской области, в 120 км. от города Екатеринбурга и в 20 км от города Реж. Санаторий «Липовка» расположен в экологически чистой зоне в хвойном лесу, рядом находится чистый пруд с песочным ухоженным пляжем.

Природные лечебные факторы санатория «Липовка»: слаборадоновая сульфатно-гидрокарбонатная сложного катионного состава вода, континентальный благоприятный климат (климат сухой, обладающий большими солнечными ресурсами, особенно в весенне-летний сезон года), термальный источник.

Санаторий «Липовка» так же применяет нетрадиционные методы лечения - рефлексотерапия, гирудотерапия (лечение пиявками), цветотерапия, музыкотерапия, фитотерапия, ароматерапия.





«Липовка»

«Липовка» посвящает себя заботам о пациентах, о их будущем, освоению новых технологий и методик в сфере оздоровления населения, стремлению к достижению совершенства, развитию способностей человека, изменению мира, в котором мы живем.

Мы идем вперед с энтузиазмом, оптимизмом, терпением, энергией и приверженностью делу. Объединяем усилия для улучшения жизни наших пациентов, восстанавливая утраченные или способности и обучая их новым навыкам.

«Липовка» использует клинический опыт, применяя на благо пациентов современную технику и научные методы. Наши этические и профессиональные нормы требуют приложения всех наших усилий для достижения наилучших результатов.

Цены в санаторий «Липовка» на 2016 год

 Скачать цены в санаторий «Липовка» на 2016 год.

Стоимость санаторно-курортных путевок на 13 дней, с лечением в санатории «Липовка», на 2016 год

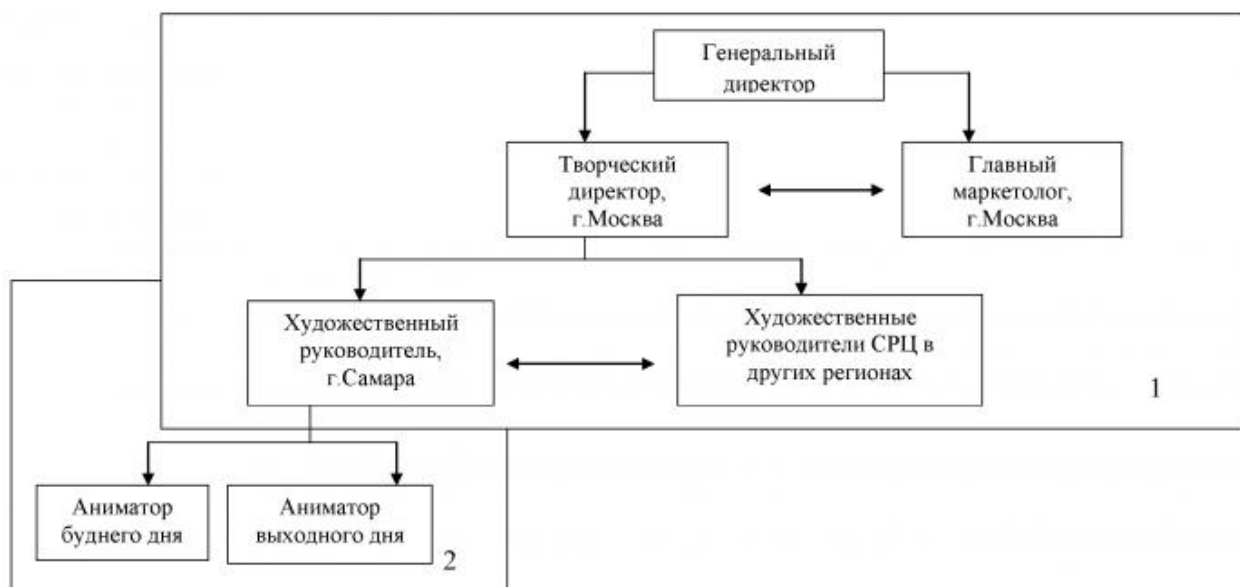
Медицинские услуги и условия проживания в санатории «Липовка»	Стоимость 13 дней (руб)
2-х местная палата (3-х разовое диетическое питание, полдник (по медицинским показаниям), комплекс медуслуг согласно МЭСов, проживание, доп. лекарственное обеспечение сверх МЭСов), проживание: старый корпус (удобства на этаже)	32 500
2-х местная палата (3-х разовое диетическое питание, полдник (по медицинским показаниям), комплекс медуслуг согласно МЭСов, проживание, доп. Лекарственное обеспечение сверх МЭСов), проживание: новый блочный корпус .	39 780

Все указанные цены носят исключительно информационный характер и ни при каких условиях не являются публичной офертой, определяемой положениями Статьи 437 Гражданского кодекса Российской Федерации. Актуальность цен уточняйте у наших менеджеров при оформлении путевок.

Организационная структура санатория «Липовка»



Схема взаимодействия анимационной службы



- 1 Схема внешнего взаимодействия анимационной службы
- 2 Схема внутреннего взаимодействия анимационной службы