**ЛЕКЦИЯ № 15, №16**

**Тема: АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В**

**САНАТОРНО КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

**ПЛАН**

**1. Организация досуга и развлечений в санаторно-курортных учреждениях**

**2. Анимационный сервис как новое направление в организации досуга**

**отдыхающих**

**2.1 Зарубежный опыт анимационного сервиса в туризме**.

**2.2 Обоснование организации анимационного сервиса размещения**

**отдыхающих.**

**2.3 Инфраструктура анимационного сервиса**.

**2.4 Ежедневная программа анимации.**

**2.5 Технология анимационной деятельности**.

**2.6 Материально-техническая база.**

**1 вопрос. Организация досуга и развлечений**

**в санаторно-курортных учреждениях**

Организация отдыха рекреантов на курортах является одной из важнейших задач специалистов курортного дела. Роль досуга в формировании современного образа жизни огромна. ***Досуг определяют как средство восстановления сил в процессе какой-либо деятельности, любительских занятий и пр***. Многочисленные опросы показывают, что основной целью приезда на курорт 50 - 70% отдыхающих является отдых. Этот процент несколько выше для морских курортов и ниже для узкоспециализированных (например, Кавказских Минеральных Вод).

В любом случае, организация досуга отдыхающих - трудная задача, связанная, прежде всего с большим количеством свободного времени у курортника в период пребывания в здравнице.

***Основными проблемами в этой сфере являются***.

- ***несоблюдение профиля и специализации здравниц***, что приводит к

формированию смешанного контингента с разными, часто противоположными

интересами (взрослые и дети, семейные и одинокие, прибывшие преимущественно

на лечение или для отдыха);

***- противоречие между необходимостью соблюдения лечебно-охранительного***

***режима и досуговой активностью***, особенно выраженной в вечернее время;

- ***отсутствие контроля (недостаточный контроль) за состоянием здоровья***

***больных при их участии в активных видах отдыха;***

***- несоответствие форм и методов деятельности работников досуговой сферы***

***возросшему культурному уровню отдыхающих;***

***- отставание материальной базы досуговой сферы от современных требований.***

Две первые проблемы решить пока не удается Более того, все попытки сделать это ведут к преобладанию одного из приоритетных направлений в ущерб другому. Если исходить из основного предназначения санаториев - санаторно-курортного лечения, то, безусловно, иные виды деятельности не должны вступать в противоречие с решением этой задачи. Однако практически все санатории принимают людей, желающих просто отдохнуть, и вынуждены заботиться об организации их свободного времени. Подходы к реализации профилактического направления также требуют либерализации. Еще большее значение досуговому направлению придается в пансионатах и домах отдыха.

***В любом случае следует руководствоваться принципом***: развлекательные мероприятия па курортах должны быть организованы так, чтобы не нарушать общий шумовой режим и не мешать отдыху не участвующих в них людей.

***В последние годы в организации досуга отдыхающих происходят***

***значительные изменения. Это обусловлено:***

***- заимствованием опыта зарубежных курортов;***

***- ростом образовательного и культурного уровня населения;***

***внедрением новых технологий индустрии развлечений;***

***- изменением структуры использования свободного времени;***

***- активизацией гастрольной и концертной деятельности профессионалов***

***театра и эстрады.***

Выбор конкретных форм досуговой деятельности **(рис. 13.1**) зависит от возможностей материальной базы здравниц, ее месторасположения (в пределах курорта или отдельно расположенная) и наличия природных факторов (гор, водоемов, леса), контингента отдыхающих (взрослые, дети, семьи), уровня профессиональной подготовки работников досуговой сферы.

***Наиболее традиционными формами организации досуга на курортах являются спортивно-массовая работа, экскурсионная работа, показы кинофильмов, проведение вечеров отдыха.***

***Спортивно-массовая работа*** проводится силами сотрудников, ведающих вопросами ЛФК. Поэтому руководители двух подразделений (спортивно-массовой работы и организации досуга и развлечений) должны совместно планировать свою деятельность и находиться в постоянном контакте.

***Экскурсионная работа*** может осуществляться как собственными силами, так и с привлечением специализированных организаций. В первом случае следует иметь в виду, что эта деятельность лицензируется и требует наличия квалифицированных, подготовленных и сертифицированных специалистов. Кроме того, необходимы подготовленные по установленной форме карты маршрутов, утвержденные исполнители-гиды и транспорт. Для использования в этих целях собственного транспорта санаторий также должен иметь лицензию на пассажирские перевозки.

В случае привлечения ***к экскурсиям*** специализированных организаций (туристско-экскурсионных фирм) требуется заключить договор о сотрудничестве, где должны быть оговорены объем экскурсионной деятельности и маршруты, ответственность за риски и невыполнение обязательств, порядок организации экскурсий, требования к персоналу санатория и формы его участия (сухие пайки, оповещение, транспорт и др.), финансовые аспекты. ***Туристско-экскурсионная организация должна иметь лицензию на право занятия данным видом деятельности***.

***Практика показывает, что на всероссийских курортах для проведения экскурсий лучше привлекать специализированные организации. Одиноко расположенным здравницам приходится рассчитывать на собственные силы.***

***Показ кинофильмов***, столь популярный ранее, в эпоху спутникового телевидения себя исчерпал. В последнее время наблюдается оживление этой деятельности на основе использования современных технологий (показ последних киноновинок в небольших аудиториях с помощью оборудования для домашних кинотеатров с высоким качеством звука и изображения, использование внутреннего интерактивного телевидения с индивидуальным выбором программ непосредственно в номере).

***Вечера отдыха по-прежнему являются самой популярной формой развлечения на курортах.*** Варианты их проведения могут быть самыми разнообразными (танцевальные вечера, вечера знакомств, дискотеки, танцевальные конкурсы, праздничные вечера и др.). Проводятся эти мероприятия, как собственными силами, так и с привлечением творческих работников со стороны. Для качественной их организации требуются достаточно дорогостоящее оборудование и специально отведенные площадки (закрытые или открытые).

***В последние годы значительно расширился спектр водных развлечений. На морских курортах весьма популярны не только прогулки на лодках, но и катание на яхтах, гидроциклах, виндсерфинг, водные лыжи, «бананы», парапланы и пр***. Одной из серьезных проблем при этом остается безопасность отдыхающих при развлечениях на воде.

***Библиотечная работа*** по-прежнему востребована отдыхающими. Наличие свободного времени дает возможность уделить внимание и этой сфере досуга. Необходимо отметить, что работа библиотекаря не должна ограничиваться только выдачей книг, но и предусматривать проведение тематических мероприятий (дней поэзии и т.п.) для определенного контингента отдыхающих и участие в пропаганде здорового образа жизни.

***Бильярд, шахматы и другие игры также популярны и не требуют больших организационных усилий. Надо отметить, что при предоставлении на прокатной основе они могут являться источником небольшого дополнительного дохода.***

***Организация досуга детей и детские развлечения*** являются обязательными в случае приема детского контингента. Для этого необходимы дополнительный штат воспитателей, наличие детских игровых комнат, а в некоторых случаях и учебных классов. В здравницах для семейного отдыха у родителей должна быть возможность оставить детей под наблюдением воспитателей на время приема процедур или занятий другой деятельностью.

На больших курортах работники службы досуга активно используют для развлечения отдыхающих общекурортные мероприятия и концерты, проводимые гастролирующими «звездами» эстрады, театра и кино, К общекурортным мероприятиям можно отнести кинофестивали («Кинотавр»- в Сочи, «Киношок» в Анапе и др.), показы мод («Бархатные сезоны в Сочи»), выставки и ярмарки общероссийского значения. На большинстве курортов проводятся Дни города, открытия летнего сезона, морские праздники и др.

***В заключение данной темы следует отметить, что в сфере досуга и развлечений, как в никакой другой, очень многое зависит от личности культработника, его профессионализма, творческой активности и желания работать в контакте с отдыхающими. Самой высокой оценки заслуживает работа культорганизаторов, которым удается сформировать из отдыхающих коллектив, выявить в нем неформальных лидеров и привлечь их к проведению развлекательных мероприятий. Вовлечение потребителя в процесс оказания услуг является сегодня главным приоритетом в сфере сервиса, особенно в деле организации досуга. Привлечение отдыхающих к подготовке и проведению концертов, вечеров отдыха, конкурсов и других мероприятий позволяет не только удовлетворить их потребности, но и создать теплую дружескую атмосферу. Решение этой задачи значительно облегчается в условиях массовых (сменных) заездов отдыхающих***.

**2 вопрос. Анимационный сервис как новое направление в организации**

**досуга отдыхающих**

***При рассмотрении категории «отдых», как правило, используют два понятия: «досуг» и «рекреация».*** В первое вкладывают коммерческо-развлекательный смысл, в понятие «рекреация» - социальный (восстановление сил и оздоровление). Оба этих компонента находятся в тесном взаимодействии, ярким примером тому может служить организация анимационного сервиса.

В последние годы сферу развлечений на российских курортах стали также именовать ***анимационной,*** что свидетельствует о внедрении в индустрию развлечений западных подходов.

Под ***туристской анимацией*** (анимационным сервисом) понимают оживление отдыха и организацию непосредственных впечатлений от личного участия в мероприятиях. Это социально-культурная и туристско-оздоровительная категория, интегрирующая представления об определенном типе туристской деятельности человека и характеризующаяся его общественной деятельностью, бытом, формой удовлетворения материальных и духовных потребностей, правилами индивидуального и социального поведения. Она в значительной степени обусловлена социально-экономическими условиями, но вместе с тем во многом зависит от мотивов физиологической деятельности конкретного человека, от особенностей его психики, состояния здоровья и функциональных возможностей организма.

Это также комплекс оперейтинга по разработке и предоставлению специальных программ проведения свободного времени, организация развлечений и спортивного проведения досуга.

Анимационно-культурная деятельность наиболее полно представлена на Западе

**2.1Зарубежный опыт анимационного сервиса в туризме**.

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 тому назад, результатом чего является развитая система организации досуга. Наиболее всего в этом деле преуспели США, Канада, страны Западной Европы. Туристский анимационный сервис наиболее развит в курортных зонах, где он способствует повышению аттрактивности туристических путешествий и качества отдыха. Туризм как важнейшее средство активного отдыха предполагает использование этого средства, направленного на всестороннее развитие личности, снятие нервных нагрузок и восстановление здоровья.

***В курортных зонах всего мира существует четкое осознание того, что особая роль принадлежит организации досуга отдыхающих: игровым мероприятиям, активным соревнованиям, различным шоу и праздникам,*** иными словами, - ***анимационному сервису.*** На Западе основной деятельностью анимационного сектора являются ежедневные программы развлечений, включающие в себя ассортимент бесплатных услуг анимации для взрослых и детей.

Переоценить роль системы анимации сложно, поэтому в бюджетах многих стран отдельной строкой предусмотрены расходы на анимационные мероприятия. Опыт работы сочинских студентов на практике в отелях Испании (Мальорка, Балеарские острова), а также подробный анализ анимационного сервиса других стран позволяют говорить о высоком уровне анимационного сервиса за рубежом, а также о разнообразии анимационных структур в отелях. В одних гостиничных структурах функции анимации возложены на одного специалиста, в других существует единая система качественной подготовки аниматоров, а где-то особое значение придается дорогостоящему реквизиту, инвентарю и униформе, а временные и финансовые затраты на обучение специалистов минимальны. ***Так или иначе, но первостепенной задачей является организация качественного досуга для клиентов.***

Несмотря на то, что анимационная база каждого отеля имеет свои особенности, все услуги анимационного типа можно структурировать следующим образом (**табл. 13.1**).!!!

***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. Одной из наиболее полноценных и интересных представляется программа отеля «Java hotel» цепи «BG hotels» (Мальорка, Балеарские острова, Испания) (табл. 13.2).***

Анализ опыта стран с успешно развивающейся туристической отраслью показывает, что в индустрии развлечений требуются качественные программы, дорогостоящее и высококачественное оборудование, новые подходы в управлении, высококвалифицированный персонал.

**2.2 Обоснование организации анимационного сервиса в местах**

**размещения отдыхающих.**

***Главной характеристикой успешного отдыха для туриста является не количество купленных им сувениров, не стоимость коктейлей в баре и не цвет кафельной плитки в ванной комнате, а психологическое состояние клиента в течение отдыха, настроение***. Чем лучше настроение клиента, тем более он расположен к совершению покупок и потреблению услуг. Для 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 (будь то спортивная, оздоровительная или познавательная направленность) - 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***. Именно от их личностных качеств и умения создать у туристов особое настроение и ощущение комфорта, уюта, в конечном счете зависит, насколько полноценным будет отдых гостей отеля.

***Аниматор - специалист по формированию и продвижению туристско-спортивного продукта на туристском рынке и организации спортивно-оздоровительной деятельности туристов.*** Профессиональная команда анимационного сектора, круглосуточно заботящаяся о досуге отдыхающих, организует и проводит игры, конкурсы и спортивные соревнования, приглашает на представления, театральные и танцевальные шоу, мюзиклы, комедии, концерты классической музыки, просмотр кинофильмов на большом экране, вечеринки на пляже. В общем, делает все, чтобы сделать отдых интересным и незабываемым.

***Деятельность анимационных секторов отелей способна сгладить незначительные недостатки сервиса и повысить доходность отеля***. Опыт показывает, что клиент даже в случаях недовольства организацией питания или услугами бара, сервисом службы приема или спортивной базой отеля стремится поселиться на время отдыха в том отеле, где его досуг был организован качественно и интересно и к нему были проявлены забота и понимание.

Об эффективности работы анимационного сектора судят не только по объему дохода бара во время вечерних представлений, качеству спортивного инвентаря или объемам продаж сувениров с фирменной символикой, но и по количеству положительных отзывов в адрес анимационной команды при заполнении анкет отъезда. Таким образом, анимационный сервис является косвенным для объекта размещения источником прибыли.

***В изучении анимационного сервиса соотношение теории и практики составляет 10% к 90%. Поэтому преимущества создания данного сектора лучше изучать на живом примере в процессе работы.***

**2.3 Инфраструктура анимационного сервиса**.

Любой способ проведения досуга хорош только тогда, когда он психологически оправдан. Людям, чья работа требует постоянного напряжения, полезен отдых-разрядка, снимающий усталость и стрессы. Кто-то, наоборот, нуждается в зарядке, встряске, активизации. Кроме того, в анимационной деятельности важно учитывать возрастные особенности клиентов. Отсюда необходимость разработки целенаправленных программ, предполагающих задействование культурно-досуговых учреждений, находящихся в данной местности. Чем разнообразнее программа отдыха, тем она интересней. Это особенно актуально при составлении анимационных программ для детей и подростков, которые в силу своих возрастных особенностей не могут долго заниматься одним делом. Анимационный сервис базируется на нескольких ключевых компонентах. С учетом благоприятных внешних условий формула реализации анимационного проекта выглядит следующим образом (рис. 13.2).

***Развлекательные программы Сочинского ОК «Дагомыс» включают в себя:***

***- ежедневные мероприятия для отдыхающих. Мероприятия под турпрограммы,***

***разработанные совместно с отделом продаж и маркетинга (праздничные***

***программы, заезды от департамента социальной защиты, студенческие***

***программы, фестивали и семинары, программы для детского лагеря);***

***- корпоративную анимацию для сотрудников Комплекса и их детей (новогодние***

***программы, спортивно-игровые мероприятия, выпуск стенгазеты);***

***- праздничные программы. Организация праздников является одной из наиболее***

***сложных с точки зрения реализации работ и предполагает проведение:***

***- праздников при отеле раз в одну-две недели (семейных олимпиад, веселых***

***стартов, показов видео, караоке, викторин, музыкальных и танцевальных***

***вечеров, театрализованных спектаклей и др.),***

***- праздников под турпрограммы (конкурсов граффити, брейк-данс-соревнований,***

***аквашоу и др.),***

***- крупных мероприятий (Нового года, Дня туризма, Дня рождения отеля,***

***фестивалей и карнавалов).***

**2.4 Ежедневная программа анимации.**

***Программа развлечений при объекте размещения может включать в себя:***

***- спортивные игры и соревнования для взрослых (аэробика на пляже или в***

***бассейне, волейбол на пляже или в бассейне***

***- поло, дартс, армрестлинг, настольный теннис, стрельба из лука и пневматического пистолета);***

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

***- вечерние шоу-программы (шоу-конкурсы, игровые шоу, комические шоу, дискотеки, выступления эстрадных коллективов, проведение тематических вечеринок (регги, латино-американская музыка, рок-н-ролл, русская эстрада, диско 70-х, хип-хоп, электромузыка) и др.).***

**2.5 Технология анимационной деятельности**.

Анимация предполагает бесплатную организацию досуга отдыхающих, а потому анимационная сфера является не прямым, а косвенным источником прибыли. Это очень четко просматривается на примере возрастания выручки пунктов питания при проведении вечерних шоу-программ. Также возможно повышение доходности базы размещения путем проведения кампаний по реализации сувенирных предметов (маек, брелоков, кепок, календарей и др.) с фирменной символикой (установка стенда с рекламной продукцией в холле, а также ее распространение в ходе игровых вечеров, детских конкурсов и т.д.).

Одним из важнейших компонентов технологии продвижения потребления анимационных услуг является реклама.

Производство и реализация услуг анимационной сферы, как правило, носят единовременный характер. Значимость донесения информации до клиента о предназначенном ему продукте сложно переоценить, поэтому реклама анимационных услуг является неотрывной составляющей индустрии развлечений. Посещаемость организуемых мероприятий напрямую зависит от уровня рекламы анимации. Основными методами в данном случае являются визуализация и аудио-реклама.

***Визуализация предполагает:***

- использование специальной униформы командой анимации;

- установку стендов с анимационными программами (разработку макета,

определение размеров, количества и местоположения стендов);

- создание и распространение по номерам отеля листовок с информацией об

анимационных программах;

- вручение фирменного диплома за победу в играх и соревнованиях.

***Аудиореклама включает в себя:***

- рекламу по мегафону на пляже, костюмированные выходы в рестораны перед вечерними программами;

- радиорекламу на пляже и на территории отеля.

В России в качестве рекламы можно использовать еще и дополнительные услуги Прибыль от них можно направить на покрытие текущих расходов сектора анимации (закупка инвентаря и призов для проведения праздников и шоу-программ, приглашение коллективов, расходы на рекламу) и развитие инфраструктуры здравницы. Учитывая необходимость комплексного подхода и сложность организации любого мероприятия анимационного характера, целесообразно тщательно продумывать специальную план-программу каждого мероприятия.

**2.6 Материально-техническая база.**

Для организации и проведения анимационных программ необходима материально-техническая база, создание которой обычно требует значительных капиталовложений

***Материально-техническая база сектора анимации включает в себя:***

- спортивный инвентарь оборудование для проведения различных спортивных мероприятий (мячи, дартс, стол, ракетки, шарики для настольного тенниса, пистолеты пневматические, пули, мишени, луки, стрелы, обручи, баскетбольный щит, стол для армрестлинга и т д),

- театральный реквизит (костюмы и сопутствующий реквизит для проведения шоу-программ - декорации, аудиозаписи, все необходимое для грима и др ),

- дискотехника (световая аппаратура, музыкальная аппаратура, коллекция лазерных дисков с музыкой, микрофоны и др.),

- дополнительный инвентарь (канцелярия, стенды и др.)

В целях повышения аттрактивности досуговых программ часто привлекают шоу-коллективы Уровень стоимости их услуг зависит от количества участвующих в мероприятии артистов, их профессионального уровня, жанра, в котором они работают, наличия своей аппаратуры, расположения объекта для выступлений, времени выступления, периодичности, даты (в праздничные дни стоимость их услуг возрастает на 50-150%), качества реквизита и костюмов, использования спецэффектов и др.

Территории здравниц, расположенных в черте города, как правило, невелики У гостиничных комплексов в зеленой зоне обычно достаточно места для проведения различных игровых мероприятий

***Для качественного анимационного сервиса как минимум необходимы:***

***- эстрадная площадка,***

***- волейбольная площадка,***

***- детский городок;***

***- бассейн.***

***При наличии достаточного объема инвестиций ассортимент объектов индустрии развлечений может быть значительно расширен и включает в себя:***

- дискотеку, оборудованную по последнему слову техники,

- пневматический тир;

- центр подводного плавания (дайвинг);

- роллердром - специально оборудованную территорию для катания на роликовых

коньках, скейтбордах, фингербордах, кикбордах и велосипедах типа ВМХ;

- скалодром;

- пейнтбол-клуб - специально оборудованную территорию для командной игры со

стрельбой красящими шариками;

- мини-аквапарк.

Техническая поддержка (музыкальное и световое оформление) при проведении шоу-программ. Звуковое сопровождение и освещение являются важной частью создания атмосферы уюта и комфорта в любом ресторане, клубе, баре. От качества музыки, освещения сцены и зала во многом зависит посещаемость, а следовательно, и успех данного заведения. Всегда приятно находиться там, где пространство озвучено равномерно, а акустические системы воспринимаются как неотъемлемая часть интерьера. Современные технологии позволяют создать «говорящие» картины, «звучащие» камни, подводные громкоговорители и многое другое, что особенно актуально в интерьерном и ландшафтном дизайне. Высокотехнологичные лазерные приборы, зенитные прожектора, акустические системы объемного звучания большой мощности позволяют добиться невероятных звуковых и световых эффектов.

***Дискотеки.*** Особое внимание необходимо уделить благоустройству территории дискотеки, поскольку вечером активность отдыхающих обычно сильно возрастает. Одна из важных составляющих успеха любого заведения - планирование и организация развлекательных программ Это могут быть живые выступления музыкальных коллективов, шоу, презентации, показы мод и др. Развлекательные мероприятия способны оживить любой интерьер.

Оборудуя помещение под проведение дискотек (закрытых танц-полов), необходимо учесть множество существенных моментов

Стены должны быть покрыты шумопоглощающим материалом, чтобы звук не отражался от стен, что ведет к созданию звона и искажению музыки, а также для блокировки выхода звука за пределы помещения, ведь не все отдыхающие предпочитают ночью танцевать и развлекаться.

Территория танцпола должна быть покрыта износостойким нескользящим материалом, например, ламинатом или камнем.

***Сцена*** - один из основных элементов дискотеки - предназначена для шоу-показов. Представляет собой возвышенную (как правило, от 10 до 50 см) часть танцпола. Покрытие предпочтительнее деревянное. Особенности конструкции сцены, как правило, зависят от местоположения (в закрытом помещении или на открытой площадке) и назначения. Для выступлений небольших коллективов и сольных концертов можно ограничиться небольшой сценической площадкой, для постановки и организации крупных мероприятий и шоу требуется сооружение массивной конструкции сцены, а также блока металлических ферм. В курортных зонах во время наиболее активного периода (июнь-сентябрь) наибольшей популярностью пользуются открытые дискотеки на морском побережье. С точки зрения сопротивления ветру и повышения устойчивости конструкции, а также дизайна наиболее эффективными являются сценические площадки арочного типа.

***Интерьер***  - особо важный компонент - должен быть выдержан в одном стиле, сочетание цветовой гаммы, материалов и форм должно быть гармоничным.

***Кабину диск-жокея*** следует расположить таким образом, чтобы оператор танцевальных программ мог визуально контролировать всю территорию дискотеки. Доступ к кабине должен быть ограничен. В закрытом танцполе, если позволяет высота потолка, ее лучше установить наверху.

***Гримерная комната*** необходима практически в любой дискотеке. Шоу-программы повышают интерес публики, поэтому необходимо создать комфортабельные условия для выступающих артистов и ведущего. В гримерной должны быть набор грима, зеркала, столы, стулья.

***Бары,*** работающие практически при каждой диско структуре, являются основным источником дополнительной прибыли заведения. Оформление барной стойки должно соответствовать тематике заведения. Например, для тропического бара на пляже подойдут неоновая надпись «Тропик-бар», искусственные листья пальм на крыше, зеркала на задней сцене, оформление стоек канатами, графическая роспись фасадной части в тропическом стиле, а также создание фирменного коктейля.

Оформление дюралайтом (световым шнуром) и неоновой подсветкой различных частей интерьера повышает привлекательность заведения. Единственным ограничивающим фактором в этом плане является нехватка финансов.

***В заключение следует отметить, что развитие анимационного сервиса способствует привлечению большего количества клиентов, повышению доходов объекта размещения, удовлетворенности клиентов отдыхом, что и является целью индустрии гостеприимства. Такие подходы полезно реализовывать и в санаторно-курортных организациях.***

**Контрольные вопросы**

1. Какие формы досуговой деятельности используют на курортах, каковы

особенности их организации в условиях санаторно-курортного учреждения?

2. Какую роль в лечебном туризме играет индустрия развлечений, какие новые

подходы используются при организации анимации?

3.Что собой представляет анимационный сервис, каковы особенности формирования

анимационных программ для различных социальных групп?

4. Какие компоненты включают в себя организация и проведение анимационных

программ?