

ДЕТСКИЙ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ЛАГЕРЬ

**ОПЫТ УСПЕШНОЙ ПРАКТИКИ
УПРАВЛЕНИЯ И МАРКЕТИНГА
В СФЕРЕ ОТДЫХА И ОЗДОРОВЛЕНИЯ ДЕТЕЙ**

7

Авторский коллектив

Андреев А. А., Горяйнова М. С., Данилков А. А., Данилкова Н.С., Долгих В. Н.,
Макаров А. В., Маслов А. А., Казьмин Д. А., Рябинин А. И., Рябуха Н. М.,
Суховейко Г. С.

ДЕТСКИЙ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ЛАГЕРЬ

**ОПЫТ УСПЕШНОЙ ПРАКТИКИ
УПРАВЛЕНИЯ И МАРКЕТИНГА
В СФЕРЕ ОТДЫХА И ОЗДОРОВЛЕНИЯ ДЕТЕЙ**

Сборник материалов в помощь руководителям
учреждений отдыха и оздоровления детей

Выпуск 7.

Москва, 2010

Авторский коллектив:

Андреев А.А., Горяйнова М.С., Данилков А.А., Данилкова Н.С., Долгих В.Н., Казьмин Д.А., Рябинин А.И., Рябуха Т.М., Макаров А.В., Маслов А.А., Суховейко Г.С.

Составитель, общая редакция – Суховейко Г. С.

Детский оздоровительный лагерь: Опыт успешной практики управления и маркетинга в сфере отдыха, оздоровления детей/ М.: МОО «СОДЕЙСТВИЕ ДЕТСКОМУ ОТДЫХУ», 2010. – 60 с.

В сборнике представлены управленческие решения, которые были внедрены в деятельности учреждений отдыха и оздоровления детей, общественных организаций и способствовали достижению определённых успехов. С помощью авторов статей, проанализировавших цепочку достижения успеха от возникновения идей до окончательного результата, руководители, специалисты лагерей смогут проанализировать собственный опыт, найти сильные и слабые стороны работы персонала, принять решения по оптимизации его деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Суховейко Г. С. От теории к осмыслению существующей практики.
2. Андреев А. А. История успеха лагеря информационных технологий «Страна КОМПЬЮТЕРиЯ».
3. Долгих В. Н. Маркетинговая политика оздоровительного лагеря (из опыта работы ДЗООЛКД «Новое поколение»).
4. Рябуха Т. М. Опыт создания лагеря на привлечённой базе
5. Рябинин А. И. Детский отдых: анализ, стратегия, результат (из опыта работы турфирмы).
6. Данилков А. А., Данилкова Н. С. Психолого– педагогическая программа как продукт детского лагеря.
7. Макаров А. В. Алгоритм подготовки лагерной смены или советы начинающим.
8. Маслов А. А. Фабрика вожатых (опыт подготовки вожатых для детских оздоровительных лагерей).
9. Горайнова М. С. Опыт системной подготовки педагогических кадров для детского оздоровительного лагеря.
10. Казьмин Д. А. Опыт подбора и подготовки вожатых для игровых лагерей с историческим погружением.
11. Сведения об авторах.

От теории к осмыслению существующей практики.

Г. С. Суховейко,
г. Москва

В сфере отдыха и оздоровления детей сложилась такая практика: обобщается, анализируется и описывается чаще опыт работы по вопросам содержания деятельности детских оздоровительных лагерей, подготовки кадров для сферы отдыха и оздоровления детей. На семинарах для организаторов отдыха и оздоровления детей больше уделяется теоретическим вопросам менеджмента и маркетинга. Анализ практики финансово – хозяйственной, управленческой деятельности детских оздоровительных лагерей остаются как бы за кадром. Если и делается определённый анализ, авторы больше сосредотачиваются на результатах деятельности, не концентрируя внимание на технологиях достижения успеха. Хотя попытки предпринимались. Например, в рамках одной из сентябрьских встреч в Анапе работал клуб руководителей детских оздоровительных лагерей, где уделялось внимание различным аспектам управленческой деятельности. Есть и несколько статей в сборниках серии «Детский оздоровительный лагерь», издаваемых нашей организацией. Но это всё единичные примеры. Необходимость обращения к этим вопросам очевидна. Детские оздоровительные лагеря России существуют не в безвоздушном пространстве, а в условиях рыночной экономики. Как бы ни хотели представители романтизированной части организаторов детского отдыха, считающие, что отдых детей и зарабатывание денег - понятия несовместимые, рынок оказывает существенное влияние на сферу отдыха и оздоровления детей. Детские оздоровительные лагеря наравне с другими организациями, предприятиями, учреждениями вовлечены в круг очень «взрослых» проблем: земельный, водный и масса других налогов, вопросы физической и эмоциональной безопасности детей, противопожарная безопасность и многое другое. Да и сама сфера отдыха и оздоровления теперь уже далеко не однородна. Детские оздоровительные лагеря, центры отличаются организационно-правовой формой. Некоммерческие (НП, АНО, У, АУ), коммерческие организации (ООО, ОАО, ЗАО, ИП), ведомственные, муниципальные детские оздоровительные лагеря. В связи с этим деятельность лагерей организуется в соответствии с нормативно-правовыми актами, регулирующими их деятельность. Сфера отдыха и оздоровления детей имеет свои особенности, но на неё тоже распространяются общие правила ведения

бизнеса. Чтобы осознанно пользоваться этими знаниями, надо учиться у тех, кто достиг успехов, особенно у известных российских компаний.

В последнее время стали появляться книги, анализирующие управленческий опыт российских компаний, добившихся значительных успехов в бизнесе. Их авторы утверждают, что в стране накопился собственный уникальный управленческий опыт, который можно тиражировать. Собственно, знакомство с этими работами и стало для авторов данного сборника побудительным мотивом для описания успешного опыта управления и маркетинга в сфере отдыха и оздоровления детей.

В реальной жизни каждый из нас сталкивался с таким феноменом: в один лагерь, не отличающийся особой материальной базой, дети едут с большим удовольствием, и у руководства лагеря нет проблем по его заполнению в дни всех каникул, тогда как другой лагерь, более респектабельный, ощущает серьёзные трудности. Более детальное ознакомление с опытом работы лагерей выявляет разные подходы руководителей к организации их деятельности.

Как нам представляется, успешная работа лагеря держится на трёх китах: **кадры, программа, создание репутации**. С этой точки зрения и подобраны материалы для данного сборника. Размещённые в нём материалы о деятельности лагерей разной формы собственности, видов деятельности раскрывают технологии достижения определённых успехов. Объединяет их одно: самокупаемость, развитие материальной базы, стремление к улучшению качества предоставляемых услуг.

Кадры. Специалисты крупного бизнеса утверждают, что совсем недавно для его развития важной составляющей было наличие финансовых средств. В настоящее время главной составляющей признаётся наличие высоко-профессиональных кадров. Больше того – **команды**. Именно профессионалы способны и продукт создать, и риски просчитать, и инвесторов найти. В нашем сборнике читатели найдут подтверждение этому в описании интересного опыта работы в этом направлении. Формирование профессиональных команд для детских оздоровительных лагерей имеет много форм. Некоторые лагеря, особенно расположенные на море, заключают договоры с вузами, которые организуют подбор, обучение кадров вожатых и педагогов и направляют их в конкретный лагерь на условиях достигнутых договорённостей. Другие подбирают команды из желающих поработать в лагере, часто по интернету. В третьих костяк команды складывается из подросших детей, отдохнувших в лагерях. Многие работают с педагогическими отрядами.

В сборнике представлен сложившийся опыт подготовки вожатых и педагогов для работы в лагерях нескольких регионов, для конкретного лагеря, для профильных лагерей.

Программа. Специалисты знают, что сегодня успешно продаются не помещения, а услуги, программа. Точнее, набор услуг, когда родители и дети могут выбирать, чем заняться ребёнку в лагере. Поэтому в сборнике нашёл своё место материал по программированию деятельности лагерей. Важно не только придумать содержание деятельности, необходимы умения ориентировать, привлекать на это покупателей. В нашем случае – родителей и детей. Менять программы, рассчитывать, какой срок они могут существовать, ориентироваться на меняющиеся интересы детей. Опыт работы в этом направлении также представлен здесь.

Хочется отметить **новации** в этом направлении деятельности. Поиском и постоянным внедрением их особенно отличается Пермский край. Среди них - продажа путёвок по интернету, создание единой виртуальной сети для лагерей края, что значительно повышает информативность и качество услуг. В Тюменской области областном центре открыт 2 года назад офис, где представлена информация об условиях отдыха и оздоровления детей, ценовая политика всех лагерей. Здесь же родители могут приобрести путёвки. В апреле 2010 года Ассоциация организаторов отдыха населения «Мы вместе» получила помещения в здании Технопарка, где разместятся школа вожатых, методический центр и другие, необходимые для лагерей службы. Это значительно повысит качество работы лагерей по продвижению услуг по организации отдыха и оздоровления детей, улучшит информированность населения.

Приятно отметить, что всё это делается в русле решения важной для нашей страны задачи по превращению её экономики в инновационную. Российским лагерям это не чуждо, они стараются идти в ногу с прогрессом.

Создание репутации. В специальной литературе можно увидеть также термин *торговля репутацией*. И это соответствует его сути. Ведь продажа путёвок есть не что иное, как торговля репутацией лагеря. Если сформирован положительный имидж лагеря, этот процесс осуществляется достаточно легко, без потерь клиентов. Если репутация «хромает», возникают проблемы. В нашей организации есть немало лагерей, имеющих хорошую репутацию. Они надёжны, имеют интересные, меняющиеся развивающие программы, профессиональный персонал. Словом, предоставляют качественные услуги. На них уже работает бренд. Как учат бизнесмены, на брендах можно и нужно зарабатывать. Что и делают команды представленных в данном сборнике лагерей.

Большая роль в этой работе отводится созданию фирменного стиля, логотипа, имиджевой символики. При этом успешные лагеря учитывают, что в символике детских организаций должны преобладать яркость,

дружественность, положительная эмоциональность. Отношение к этим вопросам особенно видно на наших сентябрьских Встречах, где команды лагерей, регионов демонстрируют свою имиджевую символику. Примером удачного решения этих вопросов по праву является ОДООЦ «Ребьячья республика» Тюменской области, где во всём, начиная от печатной продукции до одежды всего персонала Центра, не только педагогов, выдержано в фирменном стиле. Да и представленные в сборнике лагеря уделяют этому пристальное внимание.

Авторы надеются, что читатели найдут для себя какие-то подсказки для решения проблем, захотят познакомиться с конкретным успешным опытом в своём регионе, понять, что помогло найти достойную нишу в своём бизнесе. Состоявшаяся передача полномочий по организации отдыха и оздоровления детей субъектам РФ заставит руководителей лагерей работать с учётом сегодняшних реалий.

История успеха Всесоюзного лагеря информационных технологий «Страна КОМПЬЮТЕРИЯ»

А. А. Андреев,
Тверская область

Всесоюзный лагерь информационных технологий «Страна КОМПЬЮТЕРИЯ» создан в 2003 году. К настоящему моменту (март 2010 года) прошло **46 смен** (компьютерских лет). Каждый год проходит по четыре летние смены, а также осенние, зимние, весенние заезды и санаторные смены в учебное время.

Теперь вернемся в 2003 год и посмотрим, с чего все начиналось. Лагерь был приобретен одной крупной Тверской ИТ-компанией, которая к тому моменту не первый год занималась компьютерным образованием детей школьного и дошкольного возраста в учебное время. Мотивом для создания лагеря стала идея – почему бы не продолжить эти занятия с детьми в условиях загородного детского лагеря? Тем более, что проблем с набором педагогического состава не было.

Более интересный вопрос – как заполнить никому не известный лагерь?

Казалось бы, решение этой проблемы было достаточно очевидным: во-первых, дети из компьютерной школы, у родителей которых к тому моменту уже сформировалось доверие к компании, во-вторых, дети, которые привыкли ездить каждое лето в этот лагерь, когда он был еще муниципальным. Но детей набралось немного. Надо сказать, условия проживания, которые были предложены в первое лето, оставляли желать лучшего. К моменту заезда детей подготовлено было три жилых корпуса, другими словами, максимальная загрузка лагеря составляла 90 человек.

Несмотря на бытовые трудности (старые корпуса, расшатанные кровати, отключение электричества и воды), смены прошли успешно. Каждая смена заканчивалось слезами детей, которые не хотели уезжать, и благодарностью родителей, которые радовались явному прогрессу детей в освоении сложных компьютерных программ и приобретению начальных знаний о политическом и экономическом устройстве страны.

После лета 2003 года было понятно, что лагерь будет успешным за счет своей **уникальной образовательной программы**. Также стало очевидно, что для достижения успеха работать нужно в двух направлениях: **совершенствовать программу и улучшать бытовые условия**.

После удачной «пробы пера» лагерь стали серьезно «раскручивать»: участвовать во всевозможных выставках детского отдыха в Москве, активно распространять информацию в Тверских школах, размещать рекламу в региональных СМИ, использовать наружную рекламу. Но основной поток клиентов было решено создать за счет **корпоративных клиентов**, что впоследствии и получилось.

К лету 2004 года был отремонтирован двухэтажный корпус. Номера гостиничного типа раскупили сразу. Всевозможные коммерческие и некоммерческие организации с радостью приобретали путевки для детей своих сотрудников. Вторая и третья смена, как впоследствии каждый год, были раскуплены полностью. В 2005 году наша организация столкнулась с понятием очереди за путевками в лагерь: общее количество мест в лагере не позволяло разместить всех желающих поехать.

В эти же годы стала разрабатываться **образовательно-развлекательная программа**, которая актуальна и на сегодняшний день. От системы деления детей на большие отряды, с которыми работали воспитатель и два вожатых, отказались. Вместо этого создали более мелкие группы (города), с каждой группой работали 2 специалиста (эксперта). Это было сделано по нескольким причинам: во-первых, дети чувствовали себя комфортнее, а, во-вторых, такая система позволяет взрослому руководителю уделить внимание каждому ребёнку.

На протяжении последующих лет и до сих пор рекламная деятельность, направленная на **узнаваемость бренда**, не останавливалась: компьютерная школа была переименована в Учебный центр «КОМПЬЮТЕРиЯ», магазины, находящиеся в городе Твери, в магазины «КОМПЬЮТЕРиЯ». Реклама шла на радио, по телевидению, наружная, через газеты, журналы. Про лагерь стали писать некоммерческие статьи. Личные знакомства руководителей лагеря с главами крупных предприятий сыграли свою роль: компании не переставали покупать пакеты путевок для сотрудников. При выходе на московский рынок большую роль сыграла **интернет-реклама**: разработан хороший сайт, информация была размещена на нескольких сайтах турагентств, в высокий сезон покупались ссылки для продвижения сайта. Сегодня, спрашивая у родителей, откуда узнали о лагере, скорее всего, услышите: или интернет, или порекомендовали знакомые. Поэтому основными направлениями маркетинговой политики считаем **интернет-рекламу и сетевой маркетинг**.

К 2005 году одна из двух поставленных после первого лета задач была полностью решена: бытовые условия прекратили смущать и стали лишь привлекать потребителей. На это было потрачено немало сил, времени и средств, но результат не заставил себя ждать. На сегодняшний момент все дети в лагере проживают по 2, 4 или 6 человек в комнате. Номера бывают стандартные или повышенной комфортности, и в каждом из них есть удобства.. Старые, оставшиеся с советских лет, корпуса больше не заселяются. На территории есть большой концертный зал, несколько современных компьютерных классов, медицинский корпус, новые жилые корпуса, отвечающие стандартам европейского трехзвездочного отеля, спортивный стадион, который часто используется для проведения всевозможных российских спортивных соревнований. Таким образом, территория детского лагеря превратилась в современный загородный комплекс. С момента создания и до сегодняшнего дня основное внимание уделяется образовательной программе «Страна КОМПЬЮТЕРиЯ».

Она была разработана, написана и утверждена к 2006 году. Всевозможные мероприятия, входящие в программу, были разработаны с целью воспитания в ребенке трех основных ценностей, а именно: интеллект и творчество, здоровый образ жизни, демократическое и рыночное мышление. Несмотря на информационно-технологическую направленность лагеря, компьютерные занятия не считаются основным занятием детей: в классах каждый ребенок проводит около двух академических часов в день. Программа разработана таким образом, чтобы ребенок был постоянно занят. Такой подход привлекает родителей и позволяет решить целый ряд педагогических задач: дети не скучают, образуются и развиваются, учатся толерантности, что значительно сокращает количество конфликтных ситуаций в детской среде.

С октября 2007 года организовываются поездки детей в лагерь на Черное море и за границу с элементами программы «Страна КОМПЬЮТЕРиЯ».

На протяжении всего периода развития во Всесоюзный лагерь информационных технологий приезжали известные гости.

В разное время гостями Страны КОМПЬЮТЕРиЯ были: Полномочный представитель Президента РФ в ЦФО Геннадий Полтавченко, Губернатор Тверской области Дмитрий Зеленин и другие известные политики. В комплекс приезжали олимпийские чемпионы Алина Кабаева и Алексей Немов, спортсмены Татьяна Навка, Роман Костомаров и Ирина Слуцкая, чемпион Европы Павел Шишкин, популярный музыкант и актер Алексей Кортнев, многие известные музыкальные группы. В гости к детям приезжали члены Тверского союза промышленников и предпринимателей, Тверской городской Думы, финский посол Харри Хелениус, гости из компаний АйТи, IBS , «Русал», Cisco Systems. В июле 2007 года Страну КОМПЬЮТЕРиЯ посетил Министр образования и науки Российской Федерации Андрей Александрович Фурсенко.

Следующим шагом в развитии лагеря стало создание санатория «КОМПЬЮТЕРиЯ» осенью 2008 года (лицензия № ЛО-69-01-000120 от 17 октября 2008 года).

Великолепные природные факторы – сосновый бор, наличие водоема (река Тверца), хорошая экология, а также развитая инфраструктура комплекса и квалифицированные специалисты делают наш санаторий прекрасным местом для оздоровления и лечения детей с 7 до 15 лет. Санаторий специализируется на приеме детей с заболеваниями опорно-двигательного аппарата, на профилактике заболеваний органов дыхания и оздоровлении часто болеющих детей.

В медицинском корпусе оборудованы кабинеты ЛФК, массажа и физиотерапии. SPA-комплекс позволяет проводить разнообразные бальнеологические процедуры. В санатории используются такие методы оздоровления, как фитотерапия и кислородные коктейли. Лечение осуществляют квалифицированные врачи с использованием современного оборудования.

Наверное, остался ещё один животрепещущий вопрос: как лагерь смог пережить экономический кризис? Ответ простой - с умом. Тот факт, что в мире времена не легкие для продвижения товара на рынок, к лету 2009 года сюрпризом не был, а, как известно, предупрежден – значит вооружен. До этого было уже упомянуто, что основную клиентскую базу составляли крупные компании. В условиях кризиса многим из них приходилось отказываться от приобретения путевок в лагерь для детей сотрудников. Поэтому была полностью пересмотрена политика заполнения лагеря. Внимание остановили не на юридических лицах, а на физических. В связи с этим, была резко увеличена доля клиентов, купивших путевку самостоятельно, без помощи компании, а также возросла доля московских клиентов.

Большую роль в развитии лагеря сыграла **репутация** Страны КОМПЬЮТЕРИЯ и положительные отзывы родителей.

На сегодняшний день лагерь не перестает развиваться. С каждым годом совершенствуется образовательная программа «Страна КОМПЬЮТЕРИЯ». Становится красивее и обустроеннее территория лагеря. Внедряются новые услуги, направленные на поддержание здорового образа жизни. Заключено соглашение с Тверской государственной медицинской академией на поддержку санатория.

Маркетинговая политика детского оздоровительного лагеря

(из опыта работы ДЗОЛКД «Новое поколение», г. Пермь)

В. Н. Долгих,
Пермский край

Детский загородный оздоровительно-образовательный лагерь круглогодичного действия «Новое поколение» летом 2009 года отметил свое десятилетие. С 1999 по 2002 год лагерь функционировал на базах различных лагерей Пермского края. Постоянный педагогический отряд, реализация актуальных для детей и современных по содержанию деятельности программ позволили привлечь постоянный контингент детей и родителей, несмотря на то, что менялись места дислокации. В конце концов встал вопрос о собственной базе. Он был успешно решён. С 2003 года «Новое поколение» работает на постоянной базе старого пионерского лагеря «Луч», оказавшегося нерентабельным для предприятия.

Сегодня это детский загородный оздоровительно-образовательный комплекс «Новое поколение». Располагается вблизи курорта Усть-Качка, на берегу реки Кама в д. Дворцовая Слудка. Занимаемая территория составляет 10 гектаров. Расстояние от города Перми – 50 км. Комплекс прилегает к лесному массиву.

Организационно-правовая форма лагеря – Некоммерческое Партнёрство. Она определяет деятельность персонала лагеря. Лагерь сам должен зарабатывать и на заработную плату своим сотрудникам, и на развитие материально-технической базы. Территория обустроена. Три спальных благоустроенных корпуса, клуб – столовая, административный корпус, медицинский пункт, спортивный зал, открытый плавательный бассейн, спортивные сооружения со стадионом, беседки, детские площадки и др. Территория лагеря радиофицирована, проведено кабельное телевидение и интернет. Каждый год вкладываются немалые средства в восстановление и ремонт коммуникаций, помещений, оборудования.

В 2009 году на территории лагеря началось **строительство новых объектов:** медицинские кабинеты, спортивный комплекс, общежитие для сотрудников.

В течение года реализуется шесть досугово–образовательных программ, в лагере отдыхает более 1700 детей из Березников, Кунгура, Добрянки, Краснокамска, Октябрьского, Пермского, Суксунского, Уинского, Усольского, Чернушинского, Чусовского района Пермского края и всех районов г. Перми. В летнюю смену лагерь принимает до 400 детей от 7 до 17 лет. Педагогический состав – до 50 человек: 25 – 28 командоров (по два человека на отряде), 12 организаторов, шесть стажеров.

По итогам летнего сезона 2009 года ДЗООЛКД «Новое поколение» стал победителем городского конкурса на лучшую организацию детского оздоровительного отдыха среди загородных лагерей Пермского края.

Главными составляющими успешной деятельности лагеря, по-нашему мнению, являются следующие: **развитие инфраструктуры лагеря с целью создания современных условий для отдыха детей, активные и содержательные программы смен и грамотная маркетинговая политика.**

Планирование лагерной деятельности в современных финансовых и экономических условиях основывается на том непреложном факте, что поиск клиентов – важная составляющая деятельности детского оздоровительного лагеря, одно из условий его существования и полноценной работы. Сегодня мы не можем ждать, когда клиенты сами придут к нам. Особенно важно это понимать при переходе лагеря на самокупаемость. Сразу же возникает необходимость поиска путей активного привлечения клиентов. Это означает увеличение внимания к ценностям, доходам и специальным терминам языка финансов. Другими словами, перед администрацией лагеря встает вопрос организации маркетинговой политики. Так как администраторы ДОЛ пока не научились воспринимать отдыхающего ребенка, как клиента; им придется многому научиться у мира бизнеса. В первую очередь – маркетингу и выстраиванию отношений с клиентами.

Сегодня родители платят за отдых ребенка в лагере, родители становятся основными клиентами лагеря. Ребенок, отдыхающий в лагере, является непосредственным потребителем услуг, предоставляемых лагерем, поэтому он должен быть в центре внимания и заботы.

Так как многие лагеря не ограничиваются только летними сменами или предназначением только для детей, то задачи маркетинга усложняются. У людей складывается впечатление о нас и о нашем лагере в ту минуту, когда нас им рекомендуют или упоминают в СМИ. Даже то, как мы обращаемся с корреспонденцией, много говорит клиентам о нашем отношении к заказчикам (например, задержка с ответами, плохо отпечатанные письма). Лагерь стремится привлечь достаточное количество потенциальных клиентов, чтобы, грубо говоря, занять все спальные места в лагере. Клиентом лагеря может быть взрослый, ребенок, семья, организация, школа, детский клуб, секция или коммерческое предприятие. Тем самым для каждого сегмента рынка формируется свой вид маркетинга.

Лучшей начальной точкой маркетинговой политики лагеря является **анализ текущего рынка** и того, **каким потенциалом обладает этот рынок**. Такой анализ облегчается, если лагерь ведет полноценную регистрацию и обработку

данных отдыхающих. Необходимо анализировать цифровые данные за последние три-четыре года с учетом различных факторов. Этими факторами могут быть вид программы лагеря или продолжительность сезона отдыха. В таком случае необходимо выявить наиболее популярные программы (их направленность), предоставить клиенту возможность выбрать продолжительность отдыха ребенка, удобное для родителей время заезда, форму оплаты путёвки.

Когда набор детей осуществляется на индивидуальной основе, полезно проанализировать информацию по возрасту детей, по полу, школам, по уровню дохода семей и пр. Если набор детей осуществляется на коллективной основе (от школ, клубов, организаций и предприятий), анализируется набор отдыхающих по видам групп, по размерам групп, по возрастному составу групп, по месту проживания и пр. Здесь стоит сравнить количество детей, захвативших от разных предприятий, и ответить на вопрос: почему одни купили больше путёвок, другие меньше.

Обратимся к **датам набора клиентов**. Анализ подсказывает, когда лучше начинать работу по заполнению лагеря и определить дату самой ранней продажи путевок; на какие даты выпало максимальное количество зарегистрированных клиентов. Чтобы как можно раньше начать продажу летних путевок, можно пойти на маленькую маркетинговую хитрость: **предложить клиенту зимой приобрести летнюю путевку для ребенка, но по цене прошлого лета**. Многие родители и предприятия пользуются этим. Такая ранняя продажа, а также **система бронирования путевок** позволяет повысить спрос на путевки к летнему сезону. Не позаботившийся заранее о путевках клиент в мае оказывается перед фактом, что путевок нет. Таким образом, покупатель может сделать вывод о высокой востребованности услуг лагеря и о его популярности. Проводя дальнейший маркетинговый анализ, следует проверить ситуации повторного пребывания детей в лагере. Какой процент отдыхающих обращается к вам на следующий год, в третий год и т.д. В целом, основным источником набора отдыхающих является возврат прежних. Сравнительный анализ данных летнего периода 2006 и 2007 годов показал, что в среднем процент возврата отдыхающих в лагерь составляет 58,5%. Очевидно, чем ниже уровень возврата, тем с более сложной задачей сталкивается администрация лагеря. Ведь набор новых отдыхающих требует значительных усилий, времени и средств. Поэтому одной из **первоочередных задач мы считаем привлечение прежних отдыхающих**.

Работа с постоянными клиентами идет в нескольких направлениях.

Во-первых, с помощью **рассылки писем** по адресам индивидуальных клиентов и профкомам предприятий и организаций до потребителей услуг доходит четкая и достоверная информация о сроках смен и программах лагеря, для групп отдыхающих делаются интересные коммерческие предложения. В последнее время важное место в этой работе занимают **интернет и SMS-рассылка**.

Во-вторых, немаловажную роль в привлечении постоянного клиента играют **работа сайта и деятельность детского клуба «Новое поколение»**. В течение всего года, а не только в летний период, мы ведём тесную работу с детьми и их родителями. Организованные нами **встречи детей в городских клубах** позволяют когда-то отдохнувшим в лагере ребятам вновь увидеть друг друга, что возбуждает воспоминания о каникулах в лагере, будят желание приехать вновь. **Выпуск** каждые две недели **газеты для детей и родителей «Новое поколение»**, распространяемой тиражом десять тысяч экземпляров по школам, бассейнам и детским клубам города, способствует распространению рекламной информации, новостей лагеря, публикаций стажерских и вожатских историй. Особая страница объявляет **спортивные состязания** (турнир по стритболу), **совместные поездки для детей и родителей** (в Кунгурскую ледяную пещеру, в аквапарк), конкурсы сообразительных и активных. Победители спортивных состязаний и конкурсов, проводимых в рамках детского клуба «Новое поколение», могут получить **бесплатные путевки или скидки на приобретение путевок, фирменную атрибутику «Нового поколения»**, что является также маркетинговым ходом.

В-третьих, дети, из года в год отдыхающие в лагере, благодаря своей инициативности, умению организовать интересное для лагеря или клуба дело, становятся обладателями **сертификата Фонда поддержки детской инициативы**, дающего право на приобретение путевки со скидкой от 5 до 50% на любую из смен лагеря. Сертификат, привезенный ребенком со смены, стимулирует родителя приобрести путевку со скидкой.

В-четвертых, в рамках программы клуба «Новое поколение» уже четвертый год действует **Школа стажеров**, объединяющая молодежь 14 – 17 лет. Это дети, выросшие в лагере, и ребята, приведенные друзьями. Все они проходят обучение, вместе выезжают на инструктивные сборы, мечтают попасть на следующие смены стажером лагеря. Если они не проходят по конкурсу, то, как правило, приобретают путевку на смену за полную или частичную стоимость.

Наконец, одним из самых действенных, на наш взгляд, способов привлечения клиентов является **работа со школами**. На электронные адреса школ в адрес заместителей директоров по воспитательной работе высылаются

предложения провести на базе лагеря Дни здоровья, туристические слеты, фестивали, рассчитанные на параллели классов или всю школу. Классным руководителям предлагается возможные программы маршрутов выходного дня в течение суток или более. Поездки в лагерь на один день, ночь, уикенд является отличной возможностью для руководителей групп и сопровождающих родителей представить себе отдых в этом лагере. Целые сутки класс (несколько классов), приезжающий в лагерь, живет по насыщенной программе лагеря. Во время пребывания групп на территории полезно организовать показ самых привлекательных мест лагеря, видеоматериалов и фотографий смен в летний и зимний сезон. Территория лагеря, внимательный персонал, интересная программа, использование аудиовизуальных материалов позволяют детям и взрослым, отдыхающим по путевке маршрута выходного дня, почувствовать магию лагеря. Многие из них приобретут путевки на ближайшие смены. Аналогично ведётся работа при наборе групп отдыхающих. Лучший ход - пригласить руководителей перспективных групп посетить лагерь, когда там отдыхают другие группы. Формирование позитивных впечатлений потенциального клиента об инфраструктуре лагеря, об условиях размещения, питании, имеющемся оборудовании это отличный приём маркетинга.

Иногда для привлечения клиентов необходимо более широко использовать **рекламу**. Рекламная кампания в журналах и газетах должна проводиться регулярно в периоды пиковой активности сезона набора отдыхающих. Эффективны такие формы, как **распространение брошюр** в общественных местах, школах, детских клубах, **почтовые рекламные уведомления** для постоянных клиентов, **реклама на радио и ТВ** и др. Однако, надо иметь в виду, что реклама часто обходится не дешево и не всегда способствует повышению спроса на услуги лагеря. Бывает, что увеличение количества проданных путёвок составляет максимум от 1 до 5 %. Не стоит забывать о том, что **репутация лагеря во многом зависит от устных рекомендаций клиентов** друг другу относительно того, что предлагает и как обслуживает клиентов лагерь. Вопрос **качества услуг** не следует считать незначительным. Новость о хорошем лагере быстро облетает клиентов, но современные родители не слишком верны старым привычкам; и если лагерь не предоставляет того, что было обещано, то они быстро переключаются на другой лагерь.

Маркетинг – это непрерывно идущий процесс, который охватывает не только поиск индивидуальных отдыхающих и групп отдыхающих, это также постоянная **трансляция ценностей лагерного отдыха**. Это основа всех хороших финансовых проработок, рекламы и связей с общественностью. Это отношение к лагерю каждого члена персонала, которое отражается на лицах

родителей, встречающих детей после пребывания в лагере, на отсутствии или сокращении количества претензий и жалоб отдыхающих.

Опыт создания детского оздоровительного лагеря на привлечённой базе.

Н. М. Рябуха,
Новосибирская область

В свой первый лагерь влюбилась с первого взгляда. До сих пор помню этот пробный приезд и все чувства, меня охватившие. Рада очень, что не ошиблась в своем выборе. Мне сразу захотелось сделать так, чтобы, однажды приехав в мой лагерь, и дети, и взрослые захотели вернуться в него снова. А как это сделать, если не хватает опыта и соответствующих знаний? К тому же лагерь был летний, деревянный, со слабой материальной базой. Зато природа - просто необыкновенная. Оставалось только одно: **работать, работать и ещё раз работать**. Иначе не удержать детей, да и вожатых тоже. Это стало нашим девизом. На этом стояли многие годы, на этом стоим и сейчас, правда, теперь выросшие профессионально.

Во время перестройки, было очень важно обязательно открываться каждый год (а как это было тяжело в холодных «деревяшках»!). В таких сложных условиях мы добились того, **что дети ехали «на вожатых», т.е. на команду**. А это значит, что мы сформировались как команда! Выстояли те, кто понимал: самое главное в нашей работе – это коллектив. Мне повезло, меня окружают очень хорошие люди. Вот уже более десяти лет со мной мои девочки, мои заместители – Таня Сильнягина, Лена Бобкова. Растем вместе, где-то они меня учат (им легче, у них высшее педагогическое, правда учились при мне, поэтому мне иногда хочется себя потешить, что я тоже вроде как училась).

Наконец, мы стали зарабатывать деньги, украшая и преобразовывая лагерь. У нас появились постоянные клиенты. В областных и городских соревнованиях лагерей мы стали занимать призовые места. И одни из первых, среди лагерей нашей области, заработали почетное звание **«Лагерь-мастер»**.

Сложилось так, что, проработав пятнадцать лет в летнем лагере, вся наша команда перешла в лагерь круглогодичного действия, где мы работаем по сей день. И дети наши, то есть наши клиенты, переехали вместе с нами, что, конечно, очень приятно.

Новое место потребовало от нас качественно иной деятельности. Другая материальная база, другие возможности.

Лагерь, в котором мы работаем сейчас, это бывшая база отдыха, досталась нам в очень запущенном состоянии. Однако в этой обветшалости был большой плюс – постройки в основном капитальные. Есть своя котельная, теплый гараж, прачечная, дизельная, прекрасный четырехэтажный корпус, в котором имеется большая столовая, зал для проведения мероприятий, игровая, видеозал. И самое главное для нас, что в каждой комнате имеется свой санузел. И при всем при этом необыкновенная природа на берегу Обского моря. Ну, а мост через лагуну – это теперь наша визитная карточка. Поэтому, вспомнив, что для нас является самым главным, принялись работать круглогодично, зарабатывая деньги и преобразовывая лагерь.

Сегодня наш лагерь не узнать. Комнаты стали очень уютными. Заменяли полностью кровати, матрасы, постельное белье и прочие необходимые принадлежности. Купили столы, стулья, заказали шкафы для одежды. В санузлах поменяли канализационные стояки, заменили кафель, сантехнику, трубы для горячей и холодной воды. Обои в комнатах меняем два раза в год. В осенне-зимний период в каждой комнате расстилается ковер. Столовая тоже преобразилась: поменяли обеденные столы, стулья, интерьер. В кухне заменили кафель в мясном и овощном цехах, туалетах. Приобрели новое оборудование: мясорубку, холодильную камеру, овощерезку, картофелечистку, холодильник для хранения проб. В двухэтажном корпусе для детей, который был полностью без удобств, мы в первый же год, заработав денег, провели отопление, холодную и горячую воду, сделали душевые и туалеты на этаже, а через год, сделав пристройку, увеличили все это. Косметический ремонт делается каждый год.

Сделали капитальный ремонт на уровне европейского корпуса для проживания работников лагеря. Приобрели технику для уборки территории. Большую часть заработанных средств мы вкладываем в развитие лагеря.

Мы не стоим на месте и в творческом плане. **Каждый год стараемся привлекать детей чем-то новым:** музыкальные зарядки и песни лагеря, записанные в профессиональной студии, яркие праздники, новые творческие мастерские, и интересная повседневная жизнь. Каждый ребенок увозит домой частичку лагеря в виде подарков с символикой лагеря. Самое главное, что все новое появляется в лагере на заработанные нами же деньги.

Мы сумели создать такую обстановку, что вожатые, отработав одну смену, остаются на все лето, а многие наши дети, вырастая, возвращаются к нам — уже вожатыми. А это самые лучшие вожатые для современных детей.

Желание работать, коллектив единомышленников – вот залог успешной работы.

В своей деятельности выделяю следующие этапы: анализ ситуации, планирование деятельности, организация деятельности и достижение хорошего конечного результата, работа с кадрами. Особое внимание уделяется психологическому климату в коллективе.

Сегодняшний руководитель должен уметь не столько распоряжаться, сколько плодотворно сотрудничать.

Психолого-педагогическая программа

как продукт детского лагеря

А. А. Данилков, Н.С. Данилкова,
Новосибирская область

В последние годы на рынке детского отдыха наблюдается устойчивая тенденция увеличения конкуренции между детскими лагерями. Речь идет о лагерях, специализирующихся как на продажах услуг предприятиям и физическим лицам, так и работающих по госзаказу (конкурсы и тендеры). Причин увеличения этой конкуренции несколько: неблагоприятная демографическая ситуация (поколение детей, которого мало), увеличение количества мест размещения в лагерях, рост платежеспособности части населения и т.д. Но такое положение требует взвешенного менеджерского подхода и исследования самого явления. В данных условиях перед лагерями со всей остротой встают вопросы формирования продукта детского лагеря и предоставлении определенных сервисов.

В связи с этим хочется отметить, что продукт может быть сформирован только тогда, когда у руководства детского лагеря есть четкое понимание того, что лагерь – это явление бизнеса, что он работает на рынке детского отдыха. И это не зависит от того, выполняет лагерь госзаказ или работает в условиях свободной конкуренции. Именно в силу этого обстоятельства хочется отметить, что успеха в данной сфере достигают те лагеря, у которых хорошо поставлен менеджмент (в том числе и педагогический). Кстати сказать, не многие руководители детских лагерей, педагоги и вспомогательный персонал очень четко понимают, что они осуществляют свою профессиональную деятельность в сфере услуг.

Тем не менее, если с сервисами детского оздоровительного лагеря все достаточно ясно, то необходимо выяснить: что же на самом деле является продуктом, который формирует детский оздоровительный лагерь? Может быть это программа лагеря (её содержание), организационно-педагогическая деятельность, осуществляемая в лагере, сам процесс оздоровления (отдых и досуг детей), уровень сплоченности и настроения - как отдельных детей, так и всех отрядов - или же это простой набор сервисов?

По нашему мнению, продукт детского оздоровительного лагеря складывается из совокупности следующих факторов, определяющих **качество** детского отдыха:

- условия проживания детей (включая климатические и географические особенности);
- содержание и оригинальность психолого-педагогической деятельности (включая направленность или тематику лагеря, его воспитательные и досуговые программы);
- содержание оздоровительных или санаторных процедур (в том числе система и качество питания, наличие квалифицированного персонала: педагогического, медицинского, вспомогательного);
- сервис, предлагаемый детям и их родителям (в том числе сервис, осуществляемый до, во время и после нахождения ребенка в лагере).

В данном случае, исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод, что *продуктом лагеря является определенная специфическая услуга по оздоровлению и досугу детей*. Но для современных условий развития лагерного движения это достаточно узкая трактовка. И дело здесь, в первую очередь, в том, что сегодня воспитательный и развивающий потенциалы детского лагеря является намного более мощными, чем те же потенциалы в школе. Это реалии современного образования, когда школа начала выполнять в большей степени образовательную функцию, воспитательная и развивающая функции уходят из деятельности школ. Именно в силу этого обстоятельства в характеристики продукта должны входить узкие, специфические характеристики, присущие только продукту детского лагеря.

Тем не менее, любой детский лагерь, несмотря на принадлежность или форму собственности, является организацией. Как у любой организации, у него есть своя организационная структура, свой штат сотрудников (как постоянных, так и временных), свои цели и задачи, свой план развития и деятельности. Более того, у каждого лагеря есть своя система управления, свои клиенты, поставщики и т.д. Но детский лагерь является организацией необычной, весьма своеобразной, а иногда – оригинальной. Дело в том, что любая организация, привлекая различного рода ресурсы из внешней среды, в итоге выдает определенный продукт. Этот продукт может быть как реальным, так и идеальным. Именно ко второму типу продукта и относится детский отдых, организованный детский досуг. Это действительно оригинальный продукт, содержание которого (его начинка) и определяет «самость», индивидуальность, неповторимость лагеря и его команды. Более того, этот *продукт должен быть ориентирован на определенную потребительскую аудиторию*. Такая всеобъемлющая потребительская аудитория, как дети, в данном случае не имеет никакого смысла, так как у детей разные интересы и потребности, у их родителей разные возможности и ожидания от конкретного лагеря. Да и ещё масса факторов делают абсурдным обобщение целевой аудитории. Именно поэтому **перед менеджментом лагеря со всей остротой встает вопрос о том, на какую целевую аудиторию рассчитан тот или иной продукт лагеря**. А в том, что у одного лагеря этих продуктов может быть несколько, мы не сомневаемся.

Мы уже не говорим о цели деятельности лагеря: в условиях конкуренции эта цель очевидна – **получение прибыли**. Достигнув этой цели, у

лагеря есть прекрасная возможность вложить заработанные средства в свое развитие (для получения следующей «порции» прибыли). Хотя сегодня многие лагеря, работая на грани или за гранью рентабельности, ставят своей целью простое выживание и предоставление рабочих мест (или работы) своим сотрудникам. Хорошо, когда за спиной у лагеря стоит предприятие, которому он принадлежит, и оно вкладывает в него средства. А если такого нет?

Но мы возвращаемся к теме продукта и целевой аудитории. Анализ программ детских лагерей в 2008-2009 г.г. в рамках фестиваля лагерей Новосибирской области и Всероссийской встречи организаторов детского отдыха в Туапсе, позволяет сделать вывод о том, что многие лагеря при формировании продукта идут по принципу: **«Для всех помаленьку»**. Что это значит? Это значит, что в рамках одной и той же программы каждый ребенок может получить для себя что-то новое и интересное. С точки зрения педагогики и психологи развития это можно назвать комплексным подходом, разносторонним воспитанием и т.д. С точки зрения менеджмента это называется **«размытостью целевой аудитории»**. Такое явление в том или ином бизнесе приводит, как правило, к снижению потребления продукта. Чем более продукт направлен на конкретного потребителя, тем более он востребован. Чем более специфичным, узким является продукт, тем большим спросом в своей целевой аудитории он пользуется.

Говорит ли это о том, что принцип «Для всех помаленьку» является плохим? Нет. Но такой продукт долгое время существовать не может. Так как продукт живет тоже по своим законам, которые описаны в учебниках по менеджменту и маркетингу, у него есть свои потребительские свойства, свой жизненный цикл, своя жизнеспособность и т.д.

Основная потребность и тенденция в этой области такова, что сегодня родители очень часто ищут для своего ребенка не просто путевку в хороший лагерь, а **ищут оригинальную развивающую программу**. Очень часто родители готовы пожертвовать рядом преимуществ лагерей (удобства, инфраструктура, стоимость и т.д.) в пользу оригинальности и развивающего потенциала программы. Причем, вектор развития в этих программах может абсолютно разным: от интеллектуального, творческого, до социального (адаптация) или физического.

Сегодняшняя реальность такова, что в наших лагерях очень много хороших, с педагогической точки зрения, программ, но крайне мало оригинальных, связанных с потребностями современных детей и их родителей. Те лагеря, которые вовремя схватят эту тенденцию, выигрывают в конкурентной борьбе. Правда, эта победа будет временной, т.к. этот рынок не стоит на месте, а развивается. В нём постоянно меняются условия и тенденции. Недаром сегодня востребованы различного рода креативные лагеря, хип-хоп лагеря, лагеря ролевых игр, лагеря приключений и т.п.

Таким образом, можно сделать промежуточный вывод: при формировании продукта детского лагеря необходимо учитывать следующие общие характеристики и факторы его формирования:

1. Целевая аудитория, на которую рассчитан тот или иной продукт.
2. Оригинальность формируемого продукта, его необычность.
3. Потребительские свойства продукта.
4. Рассчитанный жизненный цикл продукта.
5. Продвижение продукта в конкурентной среде.
6. Управление продуктом и его модификация.

Вместе с тем, мы уже отмечали, что должны быть специфические характеристики «лагерного продукта». К ним относим:

1. Социальная направленность продукта.
2. Социальная значимость.
3. Развивающий потенциал.
4. Воспитательный и образовательный потенциалы.

В силу этих характеристик и факторов, мы ещё раз говорим о том, что продукт детского лагеря состоит из нескольких составляющих, одну из которых и образуют сервисы, предоставляемые лагерем.

Итак, что это за составляющие:

- программа оздоровления, которую создает команда. Она должна отвечать ряду требований: востребованность, оригинальность, конкурентоспособность, жизнеспособность (жизненный цикл продукта). Программа должна быть направлена на определенную целевую аудиторию детей (или их родителей) и выгодно отличаться от других подобных, существующих в других лагерях;

- управление продуктом: мониторинг, обратная связь с потребителем (детьми и родителями, организациями), анкетирование персонала для оперативного изменения продукта плюс продвижение этого продукта. Продвижение включает в себя формирование не только самого продукта, а ещё и образа этого продукта, что является чистым PR);

- создание инфраструктуры лагеря, отвечающей потребностям программы. Например, строительство экстрим-парка или «альпинисткой стенки» в лагере приключений – это необходимость, а строительство профессионального танц-пола – уже излишество, т.к. не в полной мере оправдывает себя;

- сам сервис, который предлагается в лагере: предоставление широкого комплекса услуг и сервиса. В данном случае необходимо очень четко

определить, какие услуги и сервисы входят в стоимость продукта, а какие являются дополнительными.

Развитие, расширение и совершенствование сервисов является одной из наиболее перспективных тенденций развития рынка детского отдыха. Дело в том, что в последнее время появилось много похожих лагерей, предоставляющих похожие услуги и программы (это объективная ситуация). Именно поэтому сервис – это то, за что необходимо бороться и предоставлять потребителю все более качественный сервис.

Какие практические выводы можно сделать для тех, кого интересует данная тема и кто заинтересован в том, чтобы его лагерь стал стабильно развивающимся?

1. **Формирование целого пакета продуктов**, рассчитанных на разные целевые аудитории – это касается тематики смен (заездов), организации фестивалей, профильных смен и т.д. Это может выражаться в том, что весь год может быть разбит по тематике или же в рамках одного заезда могут осуществляться разные программы.

2. **Постоянный анализ реализуемых программ.** Формирование круга специалистов, партнеров, которые помогают не только формировать, но и продвигать и управлять данным продуктом. Анализ необходим для того, чтобы уловить жизненный цикл продукта и вовремя его свернуть или модифицировать (второе для лагеря более приемлемо).

3. **Формирование пакета сервисов, предоставляемых лагерем (система сервиса).** Речь идет о сервисах, включенных в стоимость путевки и дополнительно оплачиваемых сервисах. Это может быть: клубная карта (карта постоянного клиента), поздравление ребенка с днем рождения (не только в лагере), специфика оплаты и получения (выписки) путевки, обслуживание в офисе, доставка ребенка в лагерь, страхование (мед. страховка и страховка от несчастного случая), работа психолога с ребенком и т.д.

4. **Механизм продвижения продукта.** Сделать так, чтобы информация об этом продукте стала доступной как можно большему количеству заинтересованных людей (родителей, детей, организаций). Для того, чтобы минимизировать рекламные расходы, необходимо просчитывать рекламные усилия и направления «рекламного удара».

Теперь необходимо выяснить, может ли программа лагеря быть продуктом? Попробуем ответить на этот вопрос на примере создания и реализации программы личностного роста «Зажги звезду!», проводимую центром детского и молодежного отдыха «Магистр» с ноября 1999 года до сегодняшнего дня (март 2010 г.). За это время прошло 67 смен, в работе программы приняло участие более 4.000 детей из различных уголков Западной Сибири, Казахстана, Канады, Таджикистана, Японии. Программа проводится круглогодично, на каждых школьных каникулах без исключения, а в ряде случаев даже за рамками каникул.

Сама программа была создана на основе ранее проводимых нашим центром зимних фестивалей детского творчества «Тинейджер». После 4 лет их проведения организаторами был сделан вывод о том, что жизненный цикл данного проекта заканчивается. И дело было не в том, что снизилось количество детей, приезжающих в лагерь, с этим особых проблем не было, т.к. конкурентная среда была благоприятной. Дело было в содержании данных программ – они почти не отличались от обыкновенных лагерных смен. Разве что проводимые с детьми дела (программы, шоу, конкурсы, эстафеты и т.д.) были названы по-новому и их названия звучали современно и необычно для тех лет. Не хватало глубины содержания, развивающего подтекста программы.

Именно по этой причине и была создана совершенно новая и необычная программа, которую мы назвали «Зажги звезду!». Как продукт, она создавалась на 2-3 года, и на её основе далее подразумевалось создать что-то другое, более востребованное. Поверхностный мониторинг и анализ потребностей детей и их родителей, выявили заинтересованность и тех, и других в получении детьми нескольких компонентов, «недополученных» в системе школьного образования, а именно:

- психологические знания по основам коммуникации, конфликтологии, позитивного мышления, саморегуляции и др.;

- возможность самореализации ребенка в сфере творчества (музыкальное, художественное, театральное и др.);

- возможность личностного роста и поступательного, конструктивного движения вперед (развития), в том числе и развития своих позитивных качеств.

Сделанные нами выводы позволили создать три основных блока программы, которые легли в основу концепции её создания и развития:

- *психологический* (социально-психологические тренинги, психотехнические, коммуникативные и ролевые игры, психологическое тестирование, психологическое консультирование);

- *развивающий* (клубы по интересам, хобби-центры, социально направленные молодежные проекты), в рамках этого блока каждый ребенок получал возможность свободного выбора сферы деятельности исходя из своих интересов и потребностей;

- *досуговый* (конкурсы, спортивные соревнования, шоу-программы, викторины, огоньки, дискотеки и т.д.).

Основой организации деятельности в рамках программы является педагогическая теория коллективно-творческой деятельности (И.П. Иванов, А.Н. Лутошкин, С.А. Шмаков, О.С. Газман и др.) в сочетании с психологическими средствами воздействия на уровень групповой сплоченности и личностного роста ребенка.

При создании и реализации программы мы также опирались на методологические положения отечественной школы психологии, в частности на теорию деятельностного подхода к развитию психики и личности (Л.С. Выготский, С.Л.Рубинштейн, А.Н.Леонтьев, Б.Г.Ананьев). Ориентиром для

создания формы такого комплексного, системного психологического воздействия являются положения ряда психологов о том, что психологическое воздействие и психолого-педагогическая помощь, в конечном счете, должны обеспечить ребенку личностный рост (К.Рудестам, С.Л. Братченко, Е.Б.Ковалева, С.А.Бадмаев, И.В. Вачков и др.).

Необходимо указать, что, разрабатывая данную программу, авторы исходили из системного подхода к организации личностного роста ребенка. Именно с позиций системы и разработаны принципы и методы психолого-педагогического воздействия на детей и собственно процесс организации деятельности в рамках программы. Под *системным подходом мы понимаем регулярное воздействие, оказываемое при наличии четкой цели и задач этого воздействия, при соблюдении определенных принципов и применении выявленных рядом исследователей методов и форм психологического воздействия.*

В основу организации деятельности в рамках программы легло наше убеждение в том, что среди имеющихся способов и средств, направленных на преодоление негативных личностных состояний и развитие конструктивных качеств личности, сегодня можно считать доказанной неэффективностью и недостаточностью симптоматических подходов к данному процессу (А.М.Прихожан). Именно в силу этого обстоятельства вся деятельность по реализации программы должна, по мнению разработчиков, носить не узко функциональный, а общий, личностно-ориентированный характер. С позиций заявленного системного подхода всю деятельность в рамках представленной программы можно описать следующим образом.

Цель осуществления программы: развитие конструктивных и коррекция деструктивных личностных качеств ребенка в условиях временного детского коллектива (детского оздоровительного лагеря).

Задачи программы:

1. Создание благоприятных условий для личностного роста ребенка и развития его конструктивных личностных качеств в рамках программы и за её пределами.
2. Обучение детей коммуникативным навыкам и способам эффективного взаимодействия, лидерства и применение их в повседневной жизни, а также обучение основам адаптации в новых ситуациях и основам конструктивного взаимодействия в коллективе.
3. Формирование у детей позитивного отношения к своему физическому и психическому здоровью, физическому самосовершенствованию, а также привитие правил поведения, отвечающих принципам здорового образа жизни.
4. Активное включение детей в значимую совместную, творчески ориентированную игровую деятельность, моделирующую ситуации развития и существования современного молодого человека.

5. Обучение детей технологиям сбора информации и основам применения своих знаний, умений и навыков в повседневной жизни (за рамками программы).

Принципы осуществления программы:

1. Принцип развития в деятельности.
2. Принцип целостности и системности организации воспитательного процесса.
3. Принцип уважения интересов и разумных потребностей ребенка.

Методы осуществления программы:

1. Социально-психологический тренинг.
2. Социально-психологическое консультирование.
3. Игровая деятельность (коммуникативные, деловые и сюжетно-ролевые игры).
4. Коллективно-творческая деятельность.
5. Методы и технология тимбилдинга (командообразования).
6. Технологии коучинга и психолого-педагогического сопровождения развития.
7. Методы и технология педагогической анимации.

В отдельную группу методов следует отнести узко психологические методы, применяемые при реализации программы:

- психоаналитические методы, рассчитанные на то, чтобы через анализ конкретных ситуаций, событий, видео- или аудиоматериала оказать воздействие на личность;
- психоконструирующие методы, ориентированные на своеобразное конструирование определенных отношений, качеств, ориентаций и установок;
- психодинамические методы, основанные на разнообразных игротехниках, позволяющие формировать развитие навыка социально-ролевой самоактуализации и социального перевоплощения личности;
- психосуггестивные методы, базирующиеся на механизмах внушающего воздействия: вербальная суггестия, музыкальная, вербально-музыкальная, образная суггестия;
- катарсические методы, используемые в группах социально-психологического тренинга для снятия негативного эмоционального перенапряжения;
- экстатические методы, близкие по своей природе с катарсическими, но имеющие специфическое отличие от них как в технике осуществления, так и в способе вовлечения в тренинговый процесс участников группы.

При организации социально-психологического тренинга в программе используются также базовые методы социально-психологического тренинга:

- групповая дискуссия (структурированная и неструктурированная);
- ситуационно-ролевые (сюжетно-ролевые) игры;

– игровые методы (не обязательно ситуационно-ролевые, но и дидактические, коммуникативные,¹ творческие, организационно-деятельностные, имитационные и деловые игры);

– методы, направленные на развитие социальной перцепции;

– методы телесно-ориентированной терапии;

Социально-психологический тренинг, применяемый в рамках представленной программы, проводится в форме тренингов:

– **самопознания,**

– **личностного роста,**

– **ролевого тренинга,**

– **общения,**

– **коммуникативных умений,**

– **сензитивности,**

– **креативности,**

– **видеотренинг** (с помощью которого можно реализовывать все другие формы тренингов).

Формы осуществления программы:

1. Первичная психологическая диагностика личности ребенка.

2. Первичная диагностика индивидуального здоровья ребенка² (целостная оценка здоровья).

3. Психологические игры.

4. Тренинговые упражнения и задания.

5. Игры на знакомство, организацию взаимодействия и коммуникацию.

6. Творчески ориентированная совместная деятельность, которая включает в себя следующие этапы:

- организационный этап – брейн-шторминг, банк идей, конкурс идей, проектов и т.д.;

- подготовительный этап – совет дела, творческая группа, творческая мастерская, творческое задание и т.д.;

- этап осуществления – организаторская, исполнительская, игровая, вспомогательная роль каждого из детей;

- заключительный этап – анализ проведенного дела, рефлексия своих состояний на всех этапах его организации и проведения, благодарность всем участникам и выделение особо отличившихся детей.

¹ Под коммуникативными играми мы понимаем игры, формирующие и развивающие коммуникативные умения и навыки личности, а также формирующие коммуникативные связи коллектива за счет практического применения этих умений и навыков [5, с.108].

² Индивидуальное здоровье – уровень жизнеспособности организма человека, изменяющиеся в позитивном или негативном направлении.

7. Творческие мастерские, мастер-классы, клубы по интересам, хобби-центры.
8. Работа с активом:
 - организация предвыборной агитации;
 - выборы актива в отрядах и в рамках всей программы;
 - сборы и акции актива.
9. Организация обратной связи с детьми и родителями:
 - вечерние огоньки;
 - экран настроения (цветовая оценка своего состояния);
 - индивидуальные беседы с детьми и обмен мнениями;
 - анкетирование детей;
 - беседы с родителями, консультации родителей.
10. Повторное тестирование (по итогам проведения психологического воздействия, игровой деятельности, социально-психологического консультирования).
11. Итоговая оценка индивидуального здоровья и рекомендации родителям по поддержанию целостного здоровья ребенка.

Основная идея программы: каждый ребенок – это маленькая звезда. Только бывают случаи, когда ни сам ребенок, ни его родители об этом никогда и не задумывались. Задача организаторов программы заключается в том, чтобы дать каждому ребенку возможность самовыражения и самореализации – зажечь в его сердце искорку таланта, которая через некоторое время станет большой звездой.

Почему «личностный рост»: потому что ребенок попадает в ситуации, когда ему необходимо сделать выбор, подняться над самим собой, преодолеть трудности (тревогу, застенчивость, собственную агрессивность, трудности коммуникации и т.д.). Педагоги в рамках программы дают ребенку возможность раскрыть свои позитивные личностные качества. Это приводит к тому, что ребенок начинает личностно расти. Он проходит несколько ступенек такого роста, занимая поочередно позиции простого наблюдателя, помощника, участника и организатора. Наиболее успешные дети пробуют свои силы в роли помощников вожатых, а единицы становятся по достижении определенного возраста самыми настоящими вожатыми. *Они – наша гордость.* На них хотят быть похожими большинство детей, которые постоянно приезжают к нам на программу.

Как мы уже писали, программа состоит из трех блоков, представленных на различных этапах программы в более или менее выраженном качестве. Емкость и содержание данных блоков определяется очередным этапом (в том числе его задачами) и особенностями тематики программы.

Психолого-педагогический блок программы:

Тренинги: личностного роста, коммуникативный, саморегуляции, конфликтологии, саногенного мышления и др.

Психологическая диагностика: эмоциональных состояний, индивидуальных особенностей, характера. Описание данных тренингов можно найти в опубликованных приложениях (учебные пособия и монография)

Психологические игры: на взаимодействие и коммуникацию, установление доверительных отношений, снятие ситуативной тревожности, психических защит и агрессивного поведения, адаптацию в новом детском коллективе.

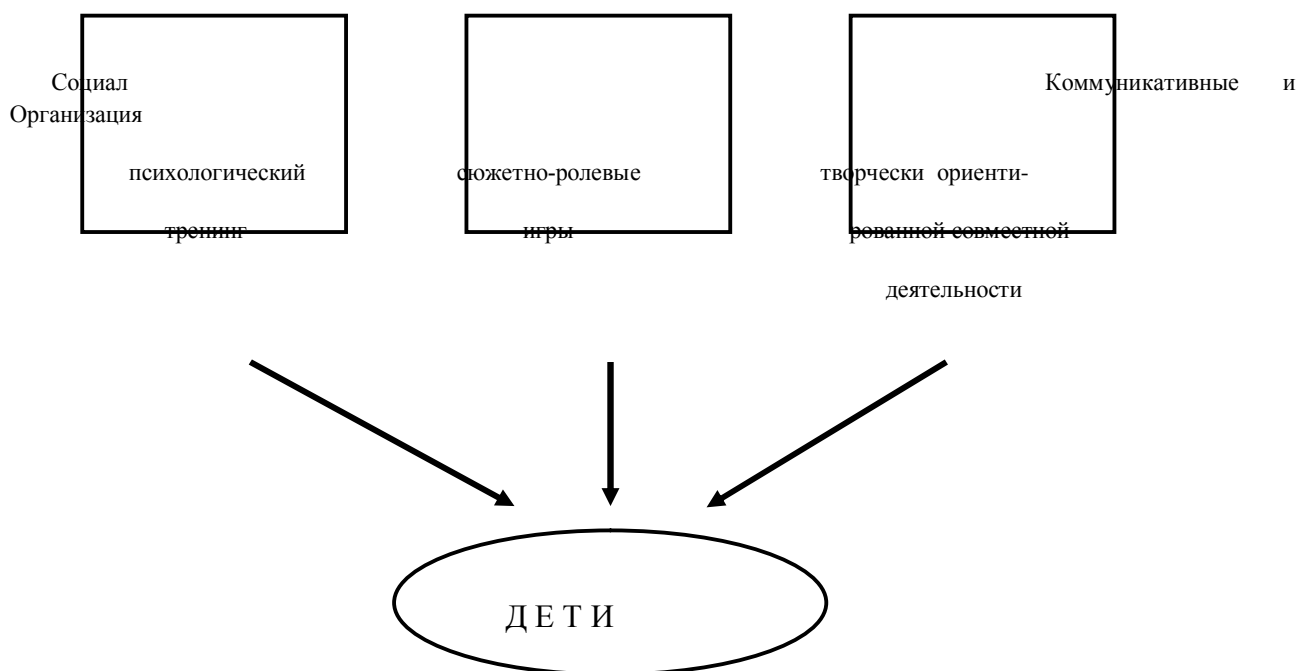
Развивающий блок программы:

Работают творческие мастерские, хобби-центры и мастер-классы, занятия в которых ведут педагоги дополнительного образования и приглашенные специалисты (танец, вокал, актерское мастерство, театр эстрадных миниатюр, изобразительное творчество и дизайн окружающего пространства, журналистика и др. – см. далее).

Досуговый блок программы:

Интеллектуальные игры и конкурсы, викторины, спортивные соревнования и эстафеты, шоу-программы, концерты, акции. Дискотеки и танцевально-игровые программы. Съёмки видеоклипов, фильмов, новостных сюжетов из отрядов и др. Необходимо отметить, что в данном блоке программы особая роль отводится детям. Именно они в большинстве случаев являются организаторами многих дел, их разработчиками и сами же их проводят. Этот подход является логичным в контексте всей программы, что позволяет детям принять на себя одну из возможных ролей в рамках программы: *посторонний наблюдатель, зритель, помощник, участник, разработчик, организатор.*

Саму же систему воспитательной и психолого-педагогической работы при проведении программы «Зажги звезду!» можно представить следующим образом:



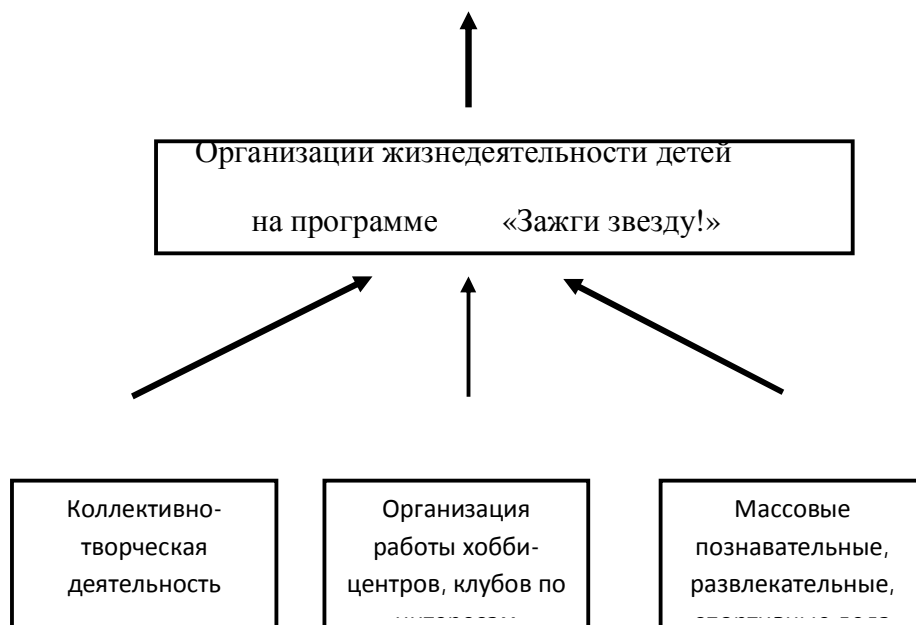


Схема 1.

**Организация воспитательной и психолого-педагогической работы с детьми
на программе личностного роста «Зажги звезду!»**

Совершенно очевидно, что после проделанной работы перед нами со всей остротой вставал вопрос о продвижении созданного продукта. Было принято решение не позиционировать программу как лагерь, а продвигать на рынке именно саму программу. Тем более, что у нашего центра нет собственного лагеря и мы вынуждены арендовать площади у наших лагерь-партнеров. С 2001 года лагерь, «приютившим» нашу программу, является один из лучших лагерей Новосибирска – СОЛКД «Чкаловец», принадлежащий авиакорпорации Сухого.

Такой подход был необычен для конца 90-х годов. и начала нового века, когда лагеря пытались рекламировать себя. Это дало свой результат: если в первой ноябрьской программе 1999 года приняло участие всего 50 детей, то уже через два месяца в новогодней программе 2000 года – 130 детей. Тем более, что за два года был создан позитивный образ нашего продукта – о нем узнали тысячи детей и родителей во многих регионах Западной Сибири. Статьи в средствах массовой информации, интервью в радио-эфире, выступления перед педагогами школ, научные публикации – все это работало на создание образа. И даже дети или педагоги, не принимавшие участия в программе, очень часто говорили о том, что знают её, так как или слышали о ней от других детей или родителей, или читали в СМИ. Более того, нами были предприняты попытки **по продвижению данного продукта на туристическом рынке «Западной Сибири»**. Для этого с 2000 года мы принимаем активное участие с работе

«Сибирской ярмарки» (г. Новосибирск) – «УЧСИБ» и «ТУРСИБ», рабочих встречах «Ворк шоп», проводимых в Новосибирске и Красноярске, публикуем собственные каталоги, размещаем рекламные материалы в каталогах выставок, СМИ, распространяем наши буклеты по школам и предприятиям города. Все это стоит очень больших денег, но окупает себя.

В 2004-2005 г.г. мы ощутили реальную необходимость модернизации программы, т.к. выросла конкурентная активность. На рынке развивались похожие компании (креативные лагеря, коммерческие детские центры). Нам необходимо было что-то противопоставить им. Было принято решение сократить психологический блок программы, включив его отдельные элементы в развивающий блок. Более того, мы решились на спорный, с точки зрения маркетинга, шаг – **мы начали очень четко позиционировать наши смены для отдельных категорий детей, имеющих весьма специфические интересы.** Во всех сферах бизнеса это приносит свои плоды – увеличиваются продажи. Но ведь детский отдых – это очень своеобразный сегмент рынка. Как поведет себя здесь наш продукт? Тем более, что рассчитан он был всего на два-три года, а с момента его создания прошло уже более пяти лет. И нами была разработана следующая тематика десятидневных летних смен:

Фестиваль детского творчества **«Алые паруса»**

Фестиваль рекламных и презентационных проектов **«Пятый угол»**

Фестиваль журналистики и видеопроектов **«Медиа-клуб»**

Фестиваль детского театрального творчества **«Два берега»**

Фестиваль шоу-проектов **«АРТ и ШОК»**

Экономический фестиваль **«ЭЛЬДОРАДО»**

Фестиваль игр и анимации **«ГЕЙМТАУН – территория игры»**

Фестиваль фестивалей **«Остров доброй надежды»**

Фестиваль молодежной городской культуры **«Юниполис»**

Специальный итоговый заезд **«Прощаясь с летом».**

Сегодня мы можем сказать, что каждый из этих летних фестивалей имеет своих поклонников. Дети приезжают на них с точной уверенностью в том, что займутся на них своим любимым делом, получая уникальную возможность самореализации, творческого и личностного развития. Тем более, что на этих фестивалях с ними работают профессионалы своего дела: актеры, рекламисты, журналисты, эвент-менеджеры, хореографы, ди-джеи и т.д.

Кстати, из этого проекта в 2006 году выделился совершенно отдельный лагерь, который в начале был всего лишь одной десятидневной сменой, затем целым «Морским» отрядом в рамках программы «Зажги звезду!» и, только через два года, стал самостоятельным лагерем. Речь идет о нашем авторском проекте «Лагерь приключений «Алые паруса», который мы проводим уже отдельно в другом лагере, заполняя его самостоятельно.

В условиях кризиса 2008-2010 г.г., как и все детские лагеря, мы ощущаем снижение количества детей, родители которых могут позволить себе полноценный развивающий отдых своих детей. Уровень конкуренции на данном этапе весьма высок, а наши возможности в продвижении продукта весьма ограничены. Тем не менее, вопрос о модернизации программы стоит также остро, как и пять лет назад. Вероятно, пришло время что-то менять: или содержание продукта, или сам продукт, или методы его продвижения. У нас есть варианты. Надеемся на то, что один из них станет успешным!

Алгоритм подготовки лагерной смены

или советы начинающим.

А. В. Макаров,
г. Красноярск

Международный молодежный центр «СибАртек» был создан в 2009 году для реализации ряда проектов коммерческого плана, направленных на работу с детьми и молодежью. К созданию этого проекта наша команда шла несколько лет. Работая в сотрудничестве с другими юридическими лицами, мы поняли, что пока сами не будем «хозяевами», все задуманное осуществить не удастся, так как любой хозяин думает, прежде всего, о своей прибыли. Работать с муниципальными лагерями невозможно, так как в большинстве лагерей состояние их материальной базы не соответствует требованиям сегодняшнего дня.

Анализ ситуации в сфере детского отдыха на территории Красноярского края показал, что достаточно большое количество детей выезжает на отдых в другие регионы страны и за рубеж по причине отсутствия условий для «достойного» отдыха для детей на территории края. Это, как правило, дети хорошо обеспеченных родителей, большинство из которых уже побывали во многих странах мира. Для этих детей и был создан проект «Сибирский Артек» как круглогодичная система отдыха в школьные каникулы, в выходные дни и в летний период с июня по август.

Детский лагерь «Сибирский Артек» является полностью коммерческим проектом и существует только от продаж путевок. Создавая «Сибирский Артек», мы попытались воплотить в нашем лагере весь тот опыт, который был

накоплен нами за время работы в различных лагерях. И вот уже второй год в самых разных местах Красноярского края мы поднимаем флаг «Сибирского Артека». Девизом нашего лагеря являются слова: «Радость, Свобода, Гармония». На наш взгляд, в жизни ребёнка, каждого человека должна быть, прежде всего, радость. Из радости вытекает ценность работы, которая доставляет удовольствие и воспринимается как радость, а не как бремя. Мы все пришли в этот мир, чтобы быть счастливыми. Свобода - это максимальная самостоятельность в принятии решений и столь же полная ответственность за все действия. Гармония отражается в нашей системе ценностей в виде общей взаимной доброжелательности и любви к детям. С этими мыслями мы и создавали наш лагерь.

На сегодняшний день проект «Сибирский Артек» полностью себя окупает и расширяется. В 2010 году планируется открыть 2 лагеря под названием «Сибирский Артек». Один лагерь будет функционировать 3 смены на территории Красноярского края, а второй проект будет выездной, на территории Тюменской области и на Черном море.

Хотим поделиться своими наработками с теми, кто приступает к организации летнего лагеря для детей.

Подготовка успешной работы детского лагеря ни в коем случае не может начинаться ни в первый день его работы, ни накануне. Проведение детского лагеря - это кульминация большой работы, начинающейся на ранних стадиях подготовки. Поэтому, чтобы обеспечить успех детского лагеря, следует обучить коллектив сотрудников, «говорящих на одном языке», скоординировать работу персонала, найти базу для проведения лагеря, обладающую надлежащими возможностями, и т.д. Все это и многое другое не может быть разработано или создано в день открытия детской смены, и потому требует тщательной подготовки.

В соответствии с этой концепцией руководство работой лагеря начинается задолго до его открытия. Процесс подготовки затрагивает различные аспекты работы лагеря и состоит из нескольких этапов.

Этапы подготовки лагеря:

- сбор информации для подготовки лагеря (Какова цель создания лагеря? Целевая аудитория вашего лагеря? На что будет сделан основной акцент – обучение иностранному языку, групповая работа, коллективное творчество?);
- набор педагогического персонала и его обучение;
- разработка концепции и написание программы;
- аренда лагеря;
- публикация объявлений о лагере и продажа путевок;
- набор административного персонала;
- приобретение материалов и оборудования для лагеря.

Определяя цели лагеря, мы фактически отвечаем на вопрос: «Зачем мы создаем этот лагерь?» Не вдаваясь в детали, чего именно вы хотите достичь? Какие результаты вы хотите получить? Или – чего вы хотите избежать? Какова основная идея вашей деятельности?

Лагерь не возникает в пустоте, а создается в сложной организационной среде и определенной общественной ситуации. Для того, чтобы Ваши будущие решения принесли пользу лагерю и столкнулись с минимальным количеством препятствий, Вы должны ответить на многочисленные вопросы:

- Каким бюджетом будет располагать лагерь?
- На какое количество участников рассчитан лагерь?
- На какое количество педагогических и административных сотрудников рассчитан бюджет?
- Сколько средств необходимо на оборудование и материалы?
- Сколько денег планируется получить с каждого участника?
- Каков предполагаемый состав участников лагеря?
- Месторасположение лагеря?
- Будут ли у лагеря партнеры и т.д.

В результате прояснения этих вопросов директор получает основные исходные данные, которые послужат базой для разработки остальных компонентов лагеря.

После выяснения количества участников лагеря и количества сотрудников, предусмотренного в рамках бюджета, вы приступите к формированию коллектива.

С каждым поступающим на работу необходимо беседовать. Такая беседа позволит узнать, что привлекает этого сотрудника в лагерь (работа с определенной возрастной группой, тематика, необходимость решать новые задачи и т.д.). В ходе беседы следует познакомить его с общими данными о лагере (местоположение, время проведения, количество участников), рассказать ему, что вы ожидаете конкретно от него (ответственность за определенный аспект работы лагеря), и каковы будут условия работы (участие в школе вожатых, разработка программы лагеря и т.д.).

Вместе с тем, на интервью с потенциальным сотрудником вам надо не только выяснить его отношение к лагерю и пригодность для данной работы. Вы также должны хорошо представлять, что же собственно вы ему предлагаете? Что в вашем предложении привлечет хороших вожатых, в которых вы заинтересованы? Привлечет ли их возможность работы в хорошем профессиональном коллективе? Новая интересная программа? Зарплата? Для каждого вожатого один из аспектов будет основным, и вам будет весьма полезно знать, какой именно. Откровенно говоря, если основным мотивом является зарплата или возможность приятного времяпрепровождения в кругу других вожатых, то, как правило, этой мотивации не достаточно для обеспечения творческой работы в лагере. Поэтому вам стоит вместе со всем коллективом поставить перед собой интересные задачи и заниматься темами, которые вас интересуют лично.

Если требуется набирать вожатых со стороны (из других городов, стран), следует подумать, какие профессиональные традиции принесет с собой вожатый? Как он сработается с имеющимся коллективом? Какой вклад он внесет в работу? С кем из постоянных сотрудников он сможет работать в одной группе?

После того, как набор сотрудников окончен, можно начинать заниматься процессом подготовки вожатых к работе в лагере. Кроме того, директор должен набрать административный персонал лагеря или обязательно познакомиться с персоналом, который уже набран в арендованном вами лагере. Состав этой группы персонала лагеря, разумеется, зависит от бюджета, размера лагеря и его сложности. Представления этих работников о «нормальной» работе лагеря может отличаться от ваших. Чтобы избежать проблем в будущем, желательно на более ранней стадии познакомить местный персонал с вожатыми лагеря, рассказать о характере лагеря и его особенностях, попросить о сотрудничестве и заранее выразить им свою благодарность. С самого начала с ними надо договориться о том, чтобы со всеми проблемами и вопросами они обращались только к директору лагеря, а не к вожатым и детям.

Инфраструктура лагеря оказывает большое воздействие на восприятие лагеря участниками. Поэтому задача выбора места не является чисто административной, и должна решаться с учетом целей и требований программы лагеря.

В процессе выбора и адаптации лагеря желательно уделять внимание следующим аспектам:

-Расстояние от города – удобно ли добираться до лагеря? Сколько времени занимает дорога?

-Близость к населенным пунктам - желательно, чтобы лагерь находился недалеко от какого-либо населенного пункта, чтобы можно было делать закупки в течение смены, и на случай чрезвычайной ситуации. С другой стороны, слишком небольшое расстояние до населенного пункта также может привести к проблемам - например, вы можете столкнуться с попытками вмешательства в повседневную жизнь лагеря. Таким образом, идеальным местом для лагеря является обособленное место, находящееся на разумном расстоянии от крупного населенного пункта.

-Условия проживания – проверьте состояние помещений и убедитесь, что они отвечают вашим целям и ожиданиям участников. Важно, чтобы жилые комнаты для участников были достаточно комфортабельны, во избежание жалоб и административных проблем во время работы лагеря.

-Территория лагеря - очень важно, чтобы у лагеря была большая открытая территория, со спортивными и игровыми площадками для детей. Следует тщательно проверить территорию лагеря на предмет безопасности, учитывая, что территория будет использоваться детьми и подростками, и должна быть для них вполне безопасна. Ограждение и безопасность – неогороженное пространство невозможно охранять. Необходимо убедиться, что лагерь имеет местную охрану, и что четко обозначена структура, отвечающая за безопасности детей и сотрудников.

-комнаты, холлы - чтобы обеспечить текущую работу кружков, групп иностранного языка, следует позаботиться о том, чтобы у каждой группы было свое помещение для занятий. Это позволит участникам чувствовать себя как дома, «приспособить» это помещение для себя, и знать, что в нем они могут вести себя свободно. Желательно избегать ситуации, когда постоянные занятия

проводятся во временных помещениях. Не надо выбирать место для постоянных занятий на улице. Открытое место вызывает ощущение нестабильности и отсутствия границ. Не всякое занятие может проводиться на улице, и будет жаль, если из-за характера места придется ограничивать проведение занятий.

Кроме того, следует позаботиться о том, чтобы в помещениях, предназначенных для детских занятий, на полу был ковер, и чтобы дети могли проводить большую часть времени на полу и чувствовать себя свободно.

В любом случае надо позаботиться о том, чтобы помещения были достаточно просторными, и там можно было сесть в кружок, а также разделиться на подгруппы. В каждом помещении должны быть стулья для всех участников и вожатых.

Залы для общелагерных мероприятий - очень важно, чтобы в лагере был большой зал для проведения общелагерных мероприятий. Желательно, чтобы у вас был и театральный зал со сценой, и открытый зал, который вы можете приспособлять под свои цели. Предпочтение, конечно, отдается открытому залу, который дает вам больше возможностей для различных типов занятий, а не только для мероприятий по типу «сцена – публика». Желательно чтобы это был отдельный зал, а не помещение столовой, иначе вам придется все время тратить на попытки координирования ваших занятий с персоналом столовой и уговаривать их принять вашу точку зрения.

Проведение вечерних мероприятий на открытом воздухе может быть прекрасной идеей в случае хорошей погоды. Вместе с тем, следует помнить, что без вложения значительных сил и времени в организацию открытого пространства для мероприятия вам вряд ли удастся поставить четкие границы для проведения вечера и создать особую атмосферу.

Столовая - следует убедиться в том, что столовая комфортно вмещает всех участников и сотрудников лагеря, и есть возможность предоставить питание всем участникам «в одну смену».

Существуют разнообразные методы рекламирования лагеря и набора участников, различающиеся по стоимости, усилиям, которые необходимо приложить, и целям, которые они позволяют достичь. Первым шагом планирования на этом этапе является определение целей рекламы.

Набор участников, уже побывавших в лагере, – сколько таких участников можно набрать? Существуют ли списки таких участников? Кто и когда может провести первоначальный телефонный опрос? При наборе таких участников следует опираться на существующие списки или составить новые, как можно более обширные. Этот процесс базируется на личном обращении к членам семьи и проходит в несколько этапов.

На первом этапе участники, которые ранее уже посещали лагерь, но не имели контакта с ним на протяжении года, должны узнать о новом лагере, который откроется летом, и об условиях участия в нем. На этом этапе они не смогут дать окончательный ответ об участии в лагере; следует установить срок окончания записи. На втором этапе производится запись и составляется

предварительный список. На этом этапе также начинается сбор платы за участие и подача необходимых документов.

Набор новых участников – это более сложный и длительный процесс.

На первом этапе вам следует решить, к какой целевой аудитории вы хотите обратиться. Для обращения к аудитории существует несколько возможностей:

- Презентация лагеря на родительских собраниях в школах, по согласованию со школой;

- Рассылка писем, сообщений в школьные информационные ресурсы;

- Реклама в организациях (расклеивание плакатов, раздача рекламных листовок);

Реклама в СМИ - как местных, так и общих (Интернет-сайты, газеты).

Эффективность тех или иных видов рекламы определяется разнообразными местными условиями.

Вместе с тем, в рекламе невозможно игнорировать общий характер лагеря. Поэтому, по всей видимости, вам следует упомянуть дополнительные качества лагеря, которые представят его в выгодном свете на фоне аналогичных предложений на рынке. Например, можно сделать акцент на развивающих программах для детей, на уникальных творческих программах, на коллективе вожатых, прошедших профессиональную подготовку, на теплой семейной атмосфере, на индивидуальном подходе. Настоятельно рекомендуется воздержаться от перечисления чрезмерного количества деталей, а вместо этого выбрать несколько аспектов, которые действительно характерны для вашего лагеря.

Если вы выбрали индивидуальные рекламные инструменты, не связанные с внешней рекламой, проверьте, достаточно ли широко известно о существовании лагеря. Стоит сделать дополнительную общую рекламу, не ориентированную на конкретный набор участников, а просто сообщающую о лагере.

Согласование ожиданий от лагеря и разъяснения всех аспектов – очень важно убедиться при записи, что будущие участники хорошо представляют себе, куда они едут. Крайне нежелательна ситуация, когда только в лагере человек начинает понимать, что он попал в образовательный лагерь, а не в спортивный лагерь, что есть необходимость изучать иностранный язык и т.д. Важно, чтобы сотрудник, отвечающий за запись участников, сразу же разъяснял родителям, каков характер лагеря, описывал условия жизни в нем и образовательную программу.

Приобретение материалов и оборудования для лагеря происходит после того, как основная часть программы уже написана, поэтому оно является прямой производной от программы смены. Список материалов состоит из базовых материалов, которые в любом случае необходимы в лагере, и особых материалов для конкретных мероприятий.

При подсчете необходимых материалов учтите, что базовые материалы нужны всем группам на протяжении всего лагеря. К таким материалам относятся, например, бумага, фломастеры, пастель, ножницы, клей, степлеры, клейкая лента, картон.

Помимо базовых материалов, постарайтесь найти возможность заказать особые материалы для творчества. Использование новаторских материалов вызовет большой интерес у участников и поможет выйти за пределы обыденного в ваших занятиях. Кроме того, это сделает ваш лагерь престижным и современным в глазах участников.

Одной из важнейших задач является подготовка персонала лагеря. Поэтому необходимо обратить внимание на некоторые компоненты процесса подготовки:

Формирование коллектива вожатых – подготовка призвана создать из группы вожатых, даже если они знакомы друг с другом, единый и крепкий коллектив, говорящий на общем языке и готовый к сотрудничеству и согласованной работе. Если речь идет о коллективе, члены которого знакомы друг с другом и работают вместе на протяжении года, то в ходе подготовки вы сможете привести их привычные методы работы в соответствие с динамичной реальностью вашего лагеря.

Определение общих целей работы – согласовать ожидания, касающиеся работы в лагере, убедиться в том, что у сотрудников, помимо вполне легитимных личных задач, имеются общие цели. И в результате вместе со всем коллективом определить критерии успеха работы лагеря. Этот этап может внести большой вклад в углубленное понимание сути лагеря и подлинных целей его работы.

Разработка совместных методов работы – работа в лагере может быть успешной только в том случае, если она строится на сотрудничестве между вожатыми. Навыкам сотрудничества можно обучиться, и их необходимо отрабатывать. Поэтому подготовка будет включать в себя предстоящие формы работы, например, планерка вожатых, совместный инструктаж, разработку совместных программ и осуществление обратной связи. Таким образом, коллектив сможет проработать эти этапы в контролируемом режиме, решить возникающие проблемы и выработать профессиональные методы работы, принять единые педагогические требования.

Распределение обязанностей в лагере – этот этап процесса подготовки относится к тому периоду, когда составление общей программы лагеря и программы работы в отрядах завершено, вспомогательные материалы собраны и утверждены, и осталось только распределить ответственность: кто будет и какие направления вести во время смены, какие общие мероприятия будут проводиться, кто будет нести ответственность за подготовку вспомогательных материалов и помещений для занятий, кто отвечает за утренний подъем и т. д. Процесс подготовки лагеря призван установить нормальные рабочие отношения директора с персоналом. Все вопросы субординации, отношений доверия и профессионального авторитета должны быть разрешены в ходе подготовки. Проще говоря, подготовка должна, помимо всего прочего, познакомить и приспособить персонал к директору и его методам управления.

При распределении вожатых на отряды следует обратить внимание на несколько моментов.

- По возможности, предпочтительно, чтобы один из вожатых имел опыт работы в лагере и был знаком с повседневной жизнью лагеря.
 - Подумайте, кто из этой пары может проводить дискуссии, а кто, например, устраивать активные игры. То есть, убедитесь, что этот небольшой коллектив в совокупности обладает всеми способностями, которые потребуются в процессе смены.
 - Необходимо учитывать предпочтения вожатых или, по крайней мере, их нежелание работать с определенными коллегами. Вряд ли вы захотите постоянно заниматься примирением сотрудников коллектива в ходе лагеря.
- Идеальный коллектив - это такая команда, в которой вожатым интересно работать друг с другом, иногда в силу различий между ними, а иногда, наоборот, благодаря их сходству.
- Выполнив данный алгоритм, вы будете готовы к открытию смены! А потом - просто действуйте, работайте!
-

Детский отдых: анализ, стратегия, результат

(из опыта работы турфирмы)

А.И. Рябинин,
г. Москва

Компания «Артек тур» работает на российском рынке детского туризма с 1996 года и является специализированным туроператором детского и молодежного отдыха.

В сегменте детского отдыха работать гораздо сложнее, чем, во взрослом, ведь покупателем туристического продукта является родитель, а потребителем – ребенок, и учесть необходимо пожелания и тех, и других. Здесь нельзя ошибиться.

Начинали мы с подбора и отправки российских детей на отдых в Международный детский центр «Артек». Говоря языком бизнеса, занимались продвижением и продажей продукта, созданного другими. Как известно, решающим значением для успеха бизнеса имеет **команда** управления. Наличие такой профессиональной команды у нас на стадии становления было большим плюсом. Её основу составили специалисты – выходцы из МДЦ «Артек», хорошо знакомые со спецификой лагеря, работой его подразделений. Далее главным для себя мы определили **анализ** данного сектора детского туризма, спрос на данный вид услуг, возможных потребителей и конкурентов – фирм, работающих в этом секторе туризма, их сильные и слабые стороны, какова их доля на рынке услуг для детей. Нужно было получить ответы на важные для нас вопросы: каковы потенциальные возможности данного бизнеса, кто может стать покупателем услуг – оптовые закупщики (корпоративные клиенты), частные (личные) покупатели. Выявить сильные и слабые стороны, возможности и степень угроз бизнеса. Для достижения целей была разработана

маркетинговая стратегия. Стала очевидной задача создания собственного имиджа для продвижения продукта (услуг) МДЦ «Артек». Большое место отводилось **рекламе.** Использовались возможности Интернета (создание и активная работа собственного сайта), радиостанций, участие в выставках, связи с общественностью, школами, предприятиями и организациями. Это привело к появлению корпоративных клиентов, родителей, которым была интересна идея направления ребёнка на отдых в МДЦ «Артек». Эта работа была предметом нашего постоянного внимания. Со временем в практике появлялись новые формы. Продажа зимой путёвок на лето со снижением цен. Проведение викторин, конкурсов среди детей с предоставлением победителям бесплатных путёвок. Снижение стоимости путёвки для тех детей, которые едут в МДЦ «Артек» во второй, третий раз.

Для создания имиджа фирмы, как надёжного партнёра для корпоративных клиентов, ответственного законопослушного организатора для родителей, были определены принципиальные позиции. Главные из них: обеспечение физической и психологической безопасности детей, выполнение санитарных и иных требований, предусмотренных в законодательных и нормативных актах по организации детского отдыха. Для сопровождения детей в МДЦ «Артек» фирма организует железнодорожный трансферт с необходимым количеством педагогов, специалистов службы безопасности, медицинских работников, с горячим питанием. До кризиса в МДЦ «Артек» летом отправлялись до 20 железнодорожных вагонов каждую смену. В 2009 году отправлено 40 вагонов в течение лета.

По мере развития бизнеса фирма стала продвигать путёвки в другие детские оздоровительные лагеря. Каждая программа, лагерь, проходит тщательную проверку, тестирование. Мы обязаны дать потребителю полную и достоверную информацию, оправдать ожидания и вложенные средства. Доверие наших клиентов, изучение и удовлетворение их потребностей является предметом нашей постоянной заботы.

Изучив потребности и желания современных детей и родителей путем анкетирования и маркетинговых исследований, мы ощутили острую потребность в создании собственного продукта, ведь у коллектива компании достаточно большой опыт работы в лагерях. Так родилась сеть собственных лагерей под брэндом «Артек Кэмп» на базе различных объектов размещения: для детей в Подмосковье и Болгарии, для студентов и молодежи в Турции.

Турфирма берёт на себя все заботы по организации качественного туристического продукта от заключения договоров с базами размещения, экскурсионными объектами, транспортными и страховыми компаниями до утверждения меню, подготовки программ отдыха, обучения педагогического коллектива, групп сопровождения, приобретения спортивного инвентаря, расходных материалов, техники и т.д. И несем за это ответственность.

Летом 2010 года мы открываем еще один лагерь для детей и подростков от 6 до 16 лет на черноморском побережье Крыма. Подготовлена новая, увлекательная развивающая программа, рассчитанная на три возрастные

группы с множеством сюрпризов и открытий, которая даст каждому ребенку уверенность в собственном успехе. В данный момент ее осваивает педагогический коллектив. Мы уверены, что и этот проект станет ярким и успешным.

Стандарты у нас неизменны - все лагеря с авторскими программами «Артек тура», где бы они ни находились, объединяют неперенные условия: зеленая охраняемая огороженная территория, предназначенная специально для детского отдыха (в Турции мы выкупаем отель полностью, исключая таким образом посторонних), с развитой инфраструктурой, профессиональный педагогический коллектив вожатых, методистов, психологов и инструкторов, позволяющий реализовывать безопасную, познавательную, увлекательную и разностороннюю программу с учетом возрастных особенностей, интересов и вкусов детей.

Основной акцент, безусловно, делаем на программе. Работа над каждой нашей программой ведется по основным направлениям: оздоровление, разрядка и восстановление сил ребенка после занятий в школе; саморазвитие, самореализация, социализация ребенка; получение новых знаний и умений; развлечение и хобби. Программа предусматривает максимально индивидуальный подход к ребенку. Увлекательная, позитивная и актуальная программа не только создает особую атмосферу в лагере, но и коммерчески выгодна: дети, приехавшие к нам один раз, возвращаются снова и привозят друзей. Дети из наших лагерей возвращаются не только отдохнувшими, но и с новым багажом знаний, умений, навыков, которые помогают им в жизни.

При разработке любого тура, программы на первом месте в нашей деятельности стоит обеспечение безопасности отдыха детей и молодежи. Гарантированная безопасность это не столько наличие круглосуточной профессиональной охраны и медицинского наблюдения, а, прежде всего, продуманная программа лагеря и профессиональный коллектив ее реализующий: вожатые, воспитатели, инструкторы, руководители клубов, студий и секций - это в первую очередь, педагоги и психологи. Задачей для нашего педагогического коллектива является всестороннее развитие, раскрытие талантов детей и подростков, а не только их развлечение. Разносторонняя занятость детей, комфортное общение со сверстниками и взрослыми, вот слагаемые безопасного, интересного и полноценного отдыха. Даже в зарубежные лагеря выезжает наш педагогический коллектив, медицинский персонал, инструкторы, руководители клубов, хотя на этих направлениях общепринята работа аниматоров.

Для удобства наших клиентов, как родителей, так и детей, по всем направлениям отдыха нами организуется автобусный, авиационный и железнодорожный трансферты с сопровождением педагогов, службы безопасности и медицинских работников.

За годы работы и существования сети лагерей «Артек кэмп» мы убедились, что туристическая компания может не только продвигать и продавать продукт, созданный другими, но и создавать свой собственный

качественный и конкурентоспособный продукт с достойной педагогической и оздоровительной составляющей в такой сложной сфере, как детских отдых.

По результатам исследования степени удовлетворенности отдыхом и дети, и родители отмечают рост самооценки и самостоятельности, укрепление дружеских навыков и навыков общения, лидерских качеств, появление дополнительных жизненно необходимых умений и творческого потенциала.

Наша работа способствует формированию мировоззрения ребёнка, его социальной и психологической культуры, эмоционально-волевой сферы, помогает в становлении личности. Ведь детство - первый этап этого становления. Для нас детство, увы, уже в прошлом. И мы иногда забываем, говоря о координации, руководстве, исполнительности, что самое главное - увлечённость ребёнка, его целеустремлённость, искренность без условностей. Хочется напомнить всем педагогам, воспитателям, всем тем, кто работает с детьми, слова Ж. Ж. Руссо: «Любите детство: поощряйте его игры, его забавы, его милый инстинкт. Кто из вас не сожалел иногда об этом возрасте, когда на губах вечно смех, а на душе всегда мир?»

«Фабрика вожатых»: опыт подготовки вожатых для детских оздоровительных лагерей.

А. А. Маслов,
Омская область

В 2001 году в детском оздоровительном лагере «Дружные ребята» города Омска сформировалась дружная команда вожатых, педагогов - единомышленников, объединённых идеей совместной работы. По завершении летнего сезона выяснилось, что на следующий год в этом лагере работать они не смогут. По воле случая лагерь был передан другому балансодержателю. Возник вопрос: как и на какой базе сохранить коллектив вожатых и педагогов. Помог «разрулить» эту ситуацию Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского. Университетский центр содействия занятости студентов, отдел по внедрению работ, проректор по студенческому состоянию и персоналу создали в университете базовую площадку по организации трудовой занятости студентов. Команда вожатых была приглашена провести инструктивный сбор вожатых, направляющихся на работу в детские оздоровительные лагеря. Потом был создан благотворительный молодёжно-студенческий фонд «Фабрика вожатых», чтобы определить статус этих ребят.

На первом этапе главной задачей Фонда была подготовка вожатых для лагерей Омской области. С этой целью на базе университета была открыта Школа вожатых. Ежегодно с ноября по май в ней идёт обучение вожатых. Сразу было принято решение: учиться здесь могут все желающие. В том числе и студенты других омских вузов. Слушатели Школы получают в полном объёме знания по вопросам организации отдыха детей, нормативно-правовой базе, организации деятельности лагерей, обеспечения условий безопасного пребывания детей. Программа Школы предусматривает лекционные занятия по теории лагерной педагогики, возрастной психологии, практические занятия по развитию творческого потенциала слушателей.

Тренинги, спортивные, интеллектуальные игры, сценические постановки – всё это идёт в копилку вожатского мастерства. На занятиях студенты могут попробовать себя в роли вожатых, получают задания по разрешению предложенных проблем, конфликтных ситуаций. Заканчиваются занятия в Школе выездным инструктивным сбором в загородном детском лагере. Три очень насыщенных дня проводят выпускники Школы за городом. Спортивные состязания, КВН, интеллектуальные конкурсы, костёр с песнями под гитару – мероприятия ежегодно варьируются. В эти дни проводится очень важная работа: оценивается подготовка каждого участника к работе с детьми, подбираются команды для определённых лагерей, напарники для работы на отрядах.

Работа Школы получила известность в студенческой среде г. Омска. Количество слушателей увеличивалось, к этой программе присоединялись другие вузы и колледжи. В 2005 году было принято решение о создании Штаба студенческих педагогических отрядов на базе Омского государственного университета. Открылись филиалы Фабрики вожатых в Сибирском государственном университете физической культуры, Омском государственном педагогическом университете, Омском государственном техническом университете, Омском государственном институте сервиса, филиале Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в городе Омске, Омском педагогическом колледже №2 и 3, Омском колледже культуры и искусств.

Установились контакты с детскими оздоровительными лагерями сибирских регионов. Ежегодно в Фонд поступают заявки на подготовку вожатых для детских оздоровительных лагерей не только Омской, но и Новосибирской области, Краснодарского и Алтайского краев. Заканчивается подготовка вожатых ежегодным творческим марафоном «Ключ на старт», в ходе которого все педагогические отряды показывают в творческой форме свою готовность к лету.

За 10 лет работы Фонда и педагогического отряда Школу вожатых окончили более 3 000 студентов, которые в разные годы поработали в детских оздоровительных лагерях в качестве вожатых, педагогов – организаторов, старших вожатых, спасателей, физруков, кружководов, других специалистов. И не только в Омской области, но и в Новосибирской области, Алтайском и Краснодарском краях, Ямало-Ненецком автономном округе. За эти годы появилось много традиций. Проходят совместные мероприятия, делегации вожатых г. Омска принимают участие в семинарах других областных центров, принимают делегации из дружественных объединений других регионов у себя.

Занятия в Школе, работа в детских оздоровительных лагерях оказывают благотворное влияние на карьерный рост молодых специалистов, выбор профессиональной деятельности. Например, Ася Барановская, комиссар педагогического отряда, работает специалистом в Министерстве социального развития Омской области, Павел Усков, командир педагогического отряда, теперь главный специалист в администрации Центрального округа г. Омска, Ольга Знаменщикова, комиссар педагогического отряда, преподаватель

кафедры психологии и педагогики. На их места пришли другие, но они не прерывают связь с «Фабрикой вожатых». Прав был А. Н. Острогорский, русский педагог, утверждая: «Воспитывая других, мы воспитываем, прежде всего, и самих себя»

Опыт системной подготовки педагогических кадров для детского оздоровительного лагеря.

М. С. Горайнова,
Орловская область

На протяжении многих лет работы ОГУЗ ДС «Орловчанка», как и многие другие учреждения сферы отдыха и оздоровления, постоянно сталкивались с проблемой подготовки педагогических кадров. Особенно остро эта проблема вставала в период учебного процесса. Собрать квалифицированных педагогов, студенческий отряд было просто невозможно. Нам приходилось обращаться во все ВУЗы и СУЗы области поочередно с просьбой о содействии в сборе и организации педагогических отрядов. Естественно, что результаты были очень плачевные: в санаторий на работу попадали случайные люди, которых просто «попросили» поработать, люди, которым срочно нужны были деньги, и им все равно было, где работать. Зачастую, все они ехали с твердой уверенностью, что работать с детьми может каждый, и в этом ничего сложного нет, ведь они учатся в педагогическом ВУЗе. Студенты приезжали на работу без медицинских книжек и других документов, необходимых при трудоустройстве. Качество работы таких педагогических отрядов было очень низким, оно еще и сопровождалось непониманием и не умением молодых педагогов найти общий язык внутри своего коллектива. Сказывался в том числе разный уровень теоретической и практической подготовки высших и средних учебных заведений.

Однако же, когда наступало лето, многие стремились попасть на работу в ДС «Орловчанка», так как появилось свободное время, и у многих возникало желание подработать.

Для того, чтобы сложилась четкая преемственность в работе молодых педагогов, повысился уровень их практического обучения в санатории, было принято решение создать круглогодичную систему подготовки кадров совместно с колледжем.

Идея была поддержана руководством Болховского педагогического колледжа, разработана программа подготовки педагогических кадров «Вожатская академия» и система формирования педагогического отряда «Сюрприз».

Уникальность данного проекта заключается в том, что в его реализации заинтересовано не только наше учреждение, но и педагогический колледж, что позволяет нам совместно с педагогами учебного заведения тщательно анализировать работу каждого молодого педагога, его возможный потенциал,

чтобы не допустить до работы с детьми «случайных людей». Мы наблюдаем каждого претендента на работу в ДС «Орловчанка» не только на инструктивно – методических сборах, но и в течение учебного года.

Программа включает в себя несколько этапов подготовки студентов.

I. Анализ совместной деятельности, постановка целей, задач на следующий учебный год, планирование совместных мероприятий по подготовке педагогических кадров, анализ работы конкретных студентов, творческий отчет о работе в ДС «Орловчанка».

На данном этапе мы проводим встречи с руководством и педагогами Болховского педагогического колледжа. Анализируем прошедшее лето, обращаем внимание на ошибки студентов, на те учебные дисциплины, которые не дают студентам необходимых знаний и умений в полной мере. Например, практическая психология по предмету «Творческая мастерская», по методике физического воспитания, ритмике и т. д. Руководство колледжа любезно идет на встречу и корректирует учебные планы в сторону добавления тех или иных факультативных предметов, часов, чтобы в дальнейшем облегчить работу молодых педагогов. На этом этапе мы также планируем проведение осенних, зимних, весенних смен и формируем педагогические отряды для них. Студенты, входящие в состав педагогического отряда «Сюрприз», на период проведения смены приказом директора колледжа освобождаются от занятий. После завершения смены студентам официально предоставляют 1-2 недели для сдачи пропущенных тем по всем предметам. Данный процесс контролируется руководством колледжа. Необходимо отметить, что у студентов повышенный интерес к работе в данный период, т. к. фактически без ущерба для учебы они могут подработать. У некоторых ребят такая подработка наряду со стипендией является единственным источником дохода. В состав педагогического отряда по разработанной руководством колледжа схеме включают студентов, уже поработавших у нас летом, и несколько человек тех, кто впервые едет на работу к нам в санаторий. Этим достигается преемственность, создаются условия для передачи опыта начинающим. Небольшая наполняемость смен в это время дает возможность студентам спокойно, внимательно изучить систему работы педагога на смене. Главным критерием отбора студентов, которые будут работать в санатории в период осенних, зимних, весенних каникул, является их успеваемость.

II. Работа со студентами младших курсов колледжа.

Когда отряды сформированы, мы приступаем к следующему этапу - презентации санатория для студентов младших курсов. Эту работу мы проводим совместно со студентами старших курсов, которые у нас работали. Мы стараемся выезжать в колледж с творческими программами, осуществляем непосредственную помощь в подготовке ребят к различным студенческим фестивалям и конкурсам. Приглашаем их принять вместе с нами участие в межрегиональных мероприятиях (например, в Брянской области).

III. Методическая работа включает в себя подготовку и проведение методических объединений с педагогами Болховского колледжа на своей базе, разработка инструктивно-методических сборов, определение круга участников,

проблем и наполняемости таких мероприятий. На заседаниях методических объединений мы знакомим педагогов колледжа с программой организации отдыха и оздоровления детей на предстоящее лето. Рассказываем о целях и задачами, которые мы ставим перед коллективом санатория на предстоящий сезон. Представляем руководителей педагогического отряда, с которыми студентам колледжа предстоит работать. Показываем все новые преобразования, произошедшие в нашем санатории, в том числе и материальной базы.. Такая информация важна для педагогов. Они знакомятся с условиями проживания и работы своих студентов, с материально-техническим и методическим оснащением их труда. После этого они могут достоверно ответить на вопросы родителей, которых эти детали тоже интересуют.

В заседаниях методических объединений принимают участие не только преподаватели по психолого-педагогическим дисциплинам, но и частным методикам, факультативным занятиям. Многие из них потом непосредственно участвуют в формировании педагогического отряда на лето и проведении инструктивно-методических сборов.

IV. Проведение инструктивно-методических сборов является наиболее важным этапом в практической подготовке педагогического отряда. В сборах принимают участие все студенты, соискатели на должности вожатых и воспитателей для работы в летний период в ДС «Орловчанка», педагоги, которые занимались подготовкой студентов на базе колледжа, руководители педагогического отряда, психологи, педагоги дополнительного образования, методисты ДС «Орловчанка» и др. участники. Данное мероприятие проводится силами санатория и колледжа с привлечением узко профильных специалистов (например, специалистов Управления МЧС России по Орловской области, ГИМС, врачей наркодиспансера и т.д.). Первоочередной целью проведения таких сборов является знакомство будущих молодых педагогов с ДС «Орловчанка», его традициями, обычаями, коллективом, в который многие из них вольются в ближайшее время. Студентов знакомят с программой работы на лето, методической базой санатория. Важными для молодых педагогов являются организованные для них занятия правового характера, на которых им объясняют, какие документы они должны иметь с собой при трудоустройстве. Ведь для многих это первый опыт взаимоотношений с работодателем. Должностные инструкции, коллективный трудовой договор, правила внутреннего трудового распорядка, правила пребывания отдыхающих в санатории, инструкции различного характера - вот небольшой перечень документов, с которыми просто необходимо ознакомиться будущим работникам.

На сборах методисты ДС «Орловчанка» и педагоги колледжа проводят для студентов мастер-классы, практические занятия, КТД, вечерние огоньки и многие другие формы, дающие возможность молодым педагогам окунуться в лагерную жизнь, попробовать свои силы, раскрыться по-новому в интересном творческом процессе. У студентов появляется уникальная возможность реализовать свои творческие инициативы, проявить себя грамотными специалистами и получить необходимый опыт для работы с детьми в лагере. В

процессе обучения молодым педагогам объясняют, какую подготовительную работу они должны проделать за оставшееся время до летней оздоровительной кампании, чтобы подготовить весь необходимый для их труда методический материал в форме «Методической папки». Методисты ДС «Орловчанка» показывают на примерах пособий (методической папки) других студентов, а главное, учат педагогов правильно ею пользоваться во время своей работы с детьми в лагере.

На сборах педагоги колледжа и методисты ДС «Орловчанка» не только обучают молодых специалистов практическим умениям работы с детским коллективом, но и ведут наблюдения за каждым студентом, беседуют с ними, проектируя таким образом состав будущего педагогического отряда. Следующим этапом будет формирование педагогического отряда для работы в ДС «Орловчанка» в период проведения летней оздоровительной кампании. Это происходит в мае каждого года на базе колледжа с учетом пожеланий методического отдела ДС «Орловчанка» и руководства санатория.

Анализируя накопленный опыт, мы сделали вывод о том, что, отработав одну смену в санатории, студенты только начинают чувствовать ритм работы в лагере, приобретают умение быстро и своевременно решать возникающие проблемы, находить подход не только к детям, но и правильно выстраивать линию работы с родителями и т.д. Одним словом, только после одной отработанной смены они становятся взрослее и опытнее. После первой смены отряд это уже сработавшийся, опытный, взрослый в педагогическом смысле коллектив с массой вложенного в него труда, даже и отпустить из лагеря не хочется. Но, учитывая всю сложность педагогической профессии со всеми вытекающими отсюда последствиями, мы понимаем, что более 2 смен работать студентам ещё тяжело. Они не выдерживают ни физически, ни эмоционально, ни психологически. Поэтому было принято решение: формировать из прошедших подготовку студентов 2 педагогических отряда для работы по 2 смены каждый. Первый отряд работает 1 и 2 смену, второй - 3 и 4 смены. Таким образом, они не успевают очень сильно устать и «эмоционально выгореть». В течение первой смены мы уделяем пристальное внимание организации работы отряда, его сплочению. В ходе этой работы выявляются студенты, не совсем еще готовые к работе с детьми. В таком случае происходит замена их более опытными педагогами. Вторая смена проходит для них более успешно, студенты чувствуют себя более уверенно, могут реализовать свои творческие замыслы, так как уже очень многое умеют. Первая и третья смены являются самыми сложными, так как они обучающие. Мы об этом знаем и стараемся подстраховаться, выстроить работу так, чтобы помочь молодым педагогам, особенно в работе с родителями. Отряд студентов приезжает на работу с уже заранее подготовленными и проверенными трудовыми и медицинскими документами, наработанными в течение года и на методических сборах пособиями. Все это дает возможность строить работу с детьми четко, грамотно и осмысленно.

В период работы педагогического отряда в санатории не прекращается работа по обучению педагогического состава. Методические папки,

подготовленные ими к работе в лагере, систематически проверяются методистами на предмет их пополнения и усовершенствования. Бывали случаи, когда молодые педагоги приезжали с папками, в которых насчитывалось 15-17 конспектов различных мероприятий, а к концу работы их было уже 50 и более проектов. Каждый студент обязательно в течение смены проводит одно зачетное мероприятие и «вечерний огонек», на которые приглашают методистов или старшего вожатого, заполняет карту анализа своей работы и анализа проведенного мероприятия напарником. В дальнейшем, когда они возвращаются к учебе в колледже, им могут зачесть сделанную работу, как часть практики в школе (внеклассной работы), тем самым уменьшив ее продолжительность на несколько дней или недель на усмотрение руководителя практики и заместителя директора по учебно-воспитательной работе и педагогической практике.

Все педагоги в течение работы ведут «Дневник куратора детского коллектива», где отражают всю работу по планированию и реализации «программы работы педагога с детьми». Методике составления и реализации таких программ студенты обучаются на сборах и в процессе практической работы. Этим занимаются методисты ДС «Орловчанка».

Проведение такой работы, безусловно, невозможно без огромной поддержки со стороны руководства и педагогического коллектива Болховского педагогического колледжа. Эти взаимоотношения основаны не на материальной выгоде колледжа, а на желании этих самоотверженных людей помочь своим студентам стать настоящими квалифицированными специалистами, дать им дополнительные возможности к самореализации, которые им не сможет дать ни колледж, ни практика в школе. И эта работа дает свои результаты. Увеличился процент желающих после окончания колледжа поступать в ВУЗы как на очную, так и заочную форму обучения. Повысилась успеваемость у определенного потока студентов, желающих заслужить возможность подработки без отрыва от учебы. Не секрет, что в санатории даже материально-технические возможности для реализации творческого потенциала студентов большие, чем в колледже, что также дает стимул к развитию и самосовершенствованию молодых педагогов. За несколько лет реализации такой программы колледж вышел на приоритетные позиции среди учебных заведений по реализации различных лидерских программ и программ по самоуправлению. У них не только появился сильный костяк студентов, который ведет за собой, но и преимущество в этой работе. Всех лидеров на сегодняшний день они выявляют в основе своей в лагере, так как в условиях колледжа их увидеть порой просто невозможно. Студенты БПК в последние годы являются постоянными участниками и победителями различных областных конкурсов, фестивалей, программ, молодежных проектов, их узнают и поддерживают дети, отдохавшие в санатории, коллеги, которые с ними работали и, конечно, коллектив санатория.

Рейтинг и авторитет учебного заведения за время реализации совместного проекта по подготовке кадров очень вырос. Это отмечают не только педагоги и

коллектив колледжа, но и сами студенты. Они даже по-новому оценили его с высоты приобретённого опыта.

Для нас такое тесное сотрудничество с учебным заведением очень выгодно. Оно позволяет решать проблемы подбора и подготовки педагогических кадров не только для работы летом, но и в период других каникул - осенних, зимних, весенних, ведь работа студентов в ДС «Орловчанка» стала неотъемлемой частью учебного процесса Болховского педагогического колледжа.

Успешный опыт обеспечения кадрами вожатых игровых лагерей с историческим погружением.

Д. А. Казьмин,

Воронежская область

Любая педагогическая работа в условиях лагеря обречена на провал без хорошего педагогического отряда. Истина не новая, но, к сожалению, очень актуальная для большинства работающих в данной сфере. Данная проблема делится условно на две мощные составляющие. Первая - где вообще взять людей, желающих работать с детьми в период самого активного отдыха, вторая - как обеспечить качественную работу тех, кого все же удалось найти.

Мотивация - один из главных критериев при выборе любой работы и ее качественного выполнения. Давайте рассмотрим этот принцип в подборе вожатских кадров. Одним из первых критериев является возможность карьерного роста, что в нашем случае временного трудоустройства практически не применим. Вопрос денег в подавляющем большинстве лагерей тоже не может являться мотивацией. Получение профессионального опыта - спорный вопрос в виду того, что большинство вожатых в будущем не связывают свою деятельность с педагогикой. Сюда еще можно добавить проблемы обучения. Одним словом, получается замкнутый круг, жертвой которого в конечном итоге становятся дети.

И все же нам бы хотелось поделиться нашим опытом в решении данной проблемы. В старые добрые советские времена в городе Воронеже сложилась уникальная система работы педагогических отрядов. В большинстве своем они работали под эгидой комсомола и проводили сборы актива по подобию лагерных смен «Артека» и «Орленка».

К счастью, в наше непростое время в городе действует с десяток педагогических отрядов под различной эгидой. «Центр игровых технологий» существует с 1993 года и занимается организацией игровых лагерей. В настоящее время мы проводим более 8 проектов по несколько потоков каждый - палаточных, стационарных лагерей, как на территории Воронежской области, так и за ее пределами, и охватываем за весь год более 1500 детей. Чтобы

охватить такой объем, требуется огромное количество вожатых. За прошедший сезон (правда, сезон у нас длится целый год) в наших лагерях отработало 200 человек. Цифра немалая, и стоит отметить, что в подавляющем большинстве отработали они не просто хорошо, но и с огромной самоотдачей.

Решить проблему с комплектованием наших лагерей без системы подбора и подготовки просто невозможно. Лагеря у нас необычные - игровые, костюмированные с историческим погружением, требующие не просто добросовестной работы, знаний и определенных умений, но порой полной самоотдачи. Где взять людей, готовых 24 часа жить только лагерем, только в самих лагерях - вернее среди тех, кто в них вырос и надолго «заболел» их атмосферой. Система круглогодичной работы наших лагерей, а также проводимые встречи, фестивали, балы (последние совершенно бесплатные, ибо рассматриваются нами как маркетинговые ходы) помогают нам создать определенную атмосферу, в которой ребенок находится в течение 4-6 лет и не мыслит своего существования без них. Многие из них хотели бы видеть себя и в дальнейшем в наших проектах, но уже в другом статусе.

Специально для таких детей (возрастную рамку мы определили не менее 14 лет) мы создали школу «Младших вождей» и «Князей». Названия соответствуют двум нашим наиболее известным проектам исторического погружения «Древние славяне» и «Индейцы». В октябре любой ребенок, получивший рекомендации двух членов педагогического отряда (обычно это его отрядные вожатые) и достигший нужного возраста, может поступить на бесплатное обучение в одну из этих школ. В течение года ребята изучают педагогику, психологию, туризм, медицину, историю, актерское мастерство и т. д. Обязательно проходят многодневный зачетный поход в период осенних каникул по Краснодарскому краю. В мае они сдают экзамены. Успешно сдавшие их, едут в лагеря уже в ранге помощников и даже получают заработную плату.

Работают они помощниками вожатых на отряде, преподавателями ремесел и дисциплин. Кроме того, в связи со спецификой наших лагерей могут быть «игротехниками», то есть обеспечивают проведение сюжетных и ролевых игр. Мы практически не делаем разницы между ними и вожатыми, за исключением тех моментов, где требуются ответственность за жизнь и здоровье детей. Как только нашим «младшим вождям» исполняется 18, они переходят во взрослый педагогический отряд.

Теперь о взрослом педагогическом отряде. Комплектование его осуществляется по следующим направлениям. Большинство – около 60% - это бывшие «наши» дети, 25% - студенты воронежских вузов, набранные по объявлениям, и оставшиеся 15% - родители, которые «заболели» нашими лагерями от своих детей. Их доля в последнее время стала возрастать. Занятия проходят раз в неделю по тем же дисциплинам, что и у «младших вождей». Осенью проходит трехдневный сбор – семинар, моделирующий программу наших стационарных лагерей, в мае - такой же семинар, только в палаточных условиях.

Немаловажной особенностью нашего обучения является возможность практической деятельности в течение года. Так новые члены педагогического отряда привлекаются для подготовки и проведения всех мероприятий для детей между лагерями.

В частности, они готовят встречи после окончания летнего сезона, готовят новогодний бал и песенный фестиваль. Выступают в роли «игротехников» в осенних и зимних лагерях. К лету, кроме теории, они уже имеют и практический опыт работы с детьми. Огромное внимание уделяется работе по созданию единой, дружеской атмосферы внутри коллектива через систему совместных праздников и походов. В ходе подготовки всех мероприятий учитывается развитие творческих возможностей каждого члена коллектива.

Решение проблемы с подготовкой вожатых в течение года решает и еще одну немаловажную проблему – проблему взаимодействия внутри будущего педагогического коллектива лагеря. В ходе обучения люди не просто знакомятся друг с другом, но и подбираются, группируются вокруг методистов, участвуют в совместной подготовке будущих проектов.

В ходе опросов, проводимых внутри педагогического отряда, выявился большой разброс в ответах на вопрос о мотивации относительно их будущей работы с детьми. У большинства опрошенных - это возможность жить в коллективе единомышленников и заниматься творчеством. Жить в определенной атмосфере, знакомой лишь тем, кто окунался в мир подобных лагерей. И, тем не менее, мы пытаемся использовать и стандартные методы для того, чтобы заинтересовать вожатых в их будущей деятельности. Так, к примеру, заработная плата в наших лагерях выше, чем в обычных лагерях. Каждый работающий может бесплатно взять своего ребенка в лагерь (что очень важно для родителей наших детей). Студентам педагогических вузов мы устраиваем зачеты по педагогической практике. Используем и довольно старый прием благодарственных писем на основное место работы или учебы. Мелочь, а приятно. Хотя для учителей эти письма очень сильно помогают при аттестации.

Сведения об авторах сборника.

1. Андреев Алексей Алексеевич, генеральный директор фирмы «Андреев-Софт», создатель лагеря информационных технологий «КОМПЬЮТЕРИЯ», руководитель Совета Тверского регионального отделения МОО «СОДЕЙСТВИЕ ДЕТСКОМУ ОТДЫХУ». Опыт в сфере отдыха и оздоровления детей с 2003 года, участник Международного конгресса лагерей в Канаде (Квебек, 2008 г.). E-mail: Andreev@andreevsoft.ru.
2. Горяйнова Марина Сергеевна, заместитель генерального директора ОГУЗ «Орловчанка», член Совета Орловского регионального отделения МОО «СОДЕЙСТВИЕ ДЕТСКОМУ ОТДЫХУ». Опыт работы в сфере отдыха и оздоровления детей с 2000 года. Участник Общероссийских встреч организаторов отдыха, оздоровления детей и молодёжи. E-mail: Marina_is_Orla@mail.ru.
3. Данилков Андрей Анатольевич, кандидат психологических наук, доцент Новосибирского государственного педагогического университета, генеральный директор ООО «Магистр», организатор детских оздоровительных лагерей. Опыт работы в сфере отдыха и оздоровления детей с 1983 г. Участник VIII Общероссийской встречи организаторов отдыха, оздоровления детей и молодёжи (Туапсе, ДОЛ «Костёр», 2009 г.). E-mail: andanilkov@yandex.ru/
4. Данилкова Наталья Сергеевна, кандидат педагогических наук, доцент Новосибирского государственного педагогического университета, генеральный директор детского комплекса «Звёздный». Опыт работы в сфере отдыха и оздоровления детей с 1995 г.
5. Долгих Валерий Николаевич, директор НП «Новое поколение», член межведомственной комиссии по организации отдыха, оздоровления и занятости детей Пермского края, руководитель Совета Пермского регионального отделения МОО «СОДЕЙСТВИЕ ДЕТСКОМУ ОТДЫХУ». Опыт работы в сфере отдыха и оздоровления детей с 1999 года. Участник Всероссийских встреч организаторов отдыха, оздоровления детей и молодёжи. E-mail: novoe_pokolenije@mail.ru
6. Казьмин Дмитрий Александрович, председатель Воронежской детской организации, организатор детских игровых лагерей с историческим погружением, руководитель Совета Воронежского регионального отделения МОО «СОДЕЙСТВИЕ ДЕТСКОМУ ОТДЫХУ»
7. Макаров Андрей Владимирович, генеральный директор детского оздоровительного лагеря «Сибирский Артек», член Совета Красноярского регионального отделения МОО «СОДЕЙСТВИЕ ДЕТСКОМУ ОТДЫХУ». Опыт работы в сфере отдыха и оздоровления детей с 1994 г.: отрядный вожатый, начальник отдела маркетинга МДЦ «Артек». E-mail: sibartek@mail.ru.
8. Маслов Андрей Анатольевич, кандидат психологических наук, старший преподаватель Омского государственного университета имени Ф. М. Достоевского, президент Омского молодёжно-студенческого благотворительного фонда «Фабрика вожатых», руководитель Омского регионального отделения МОО «СОДЕЙСТВИЕ ДЕТСКОМУ ОТДЫХУ».

Опыт работы в сфере отдыха и оздоровления детей: летом 2010 года открывает 15 сезон в качестве начальника детского оздоровительного лагеря. Участник Всероссийских встреч организаторов отдыха и оздоровления детей и молодёжи. E-mail: fabrika76@mail.ru.

9. Рябинин Александр Иванович, кандидат педагогических наук, генеральный директор турфирмы «Артек тур». Опыт работы в сфере отдыха и оздоровления детей: отрядный, старший вожатый, начальник лагеря «Морской» ВПЛ, МДЦ «Артек», организатор детских и молодёжных лагерей отдыха в Подмоскowie и за рубежом, участник Международного конгресса лагерей в Канаде (Квебек, 2008 г.). E-mail: rai-1961@mail.ru.

10. Рябуха Наталья Михайловна, директор загородного санаторно-оздоровительного лагеря круглогодичного детского лагеря «Электрон» Новосибирской области. Участник Общероссийских встреч организаторов отдыха, оздоровления детей и молодёжи, победитель конкурса руководителей детских оздоровительных лагерей в рамках VI Встречи организаторов отдыха, оздоровления детей и молодёжи (г. Китен, Болгария, лагерь труда и отдыха «Ямал», 2007 г.).

11. Суховейко Галина Станиславовна, кандидат педагогических наук, исполнительный директор МОО «СОДЕЙСТВИЕ ДЕТСКМУ ОТДЫХУ». Участник общероссийских Встреч организаторов отдыха, оздоровления детей и молодёжи, Международных конгрессов лагерей в Мексике (Мехико, 2006 г.), Канаде (Квебек, 2008 г.). E-mail: moo-sdo@yandex.ru.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ И МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ОТДЫХА И ОЗДОРОВЛЕНИЯ ДЕТЕЙ

Сборник статей в помощь организаторам

Отдыха и оздоровления детей.