

Рейтинг підприємств. За допомогою блокчейн вся інформація, яка з'являється у мережі, є публічною, надійною та безпечною, досягаючи кращої прозорості та підвищення довіри споживачів.

Управління багажем. Можна за допомогою цієї технології відслідковувати свій багаж між компаніями і знати, де завжди знаходиться валіза.

Системи винагород. Блокчейн полегшить та вдосконалив системи лояльності і дозволить надати клієнтам більше переваг та шляхів їх використання (наприклад, обміняти бонуси на нові подорожі, або отримати їх у грошовому еквіваленті).

Технологія блокчейн ще на ранньому етапі становлення. І тому має свої недоліки, наприклад, у разі неналежного управління будь-хто може мати доступ до інформації інших людей. Хоча існує консенсус щодо його потенціалу, досі важко зрозуміти, де ще можливо використати технологію блокчейн і як вона може вплинути на галузь туризму.

А. П. Аніщенко, М. М. Зайцева

ТИМБІЛДІНГ ЯК ОДНА З ПЕРСПЕКТИВНИХ МОДЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИЗМІ

A. P. Anishchenko, M. M. Zaitseva

TEAMBUILDING AS ONE OF THE PERSPECTIVE MODELS OF CORPORATE MANAGEMENT IN TOURISM

Нині система управління будь-яким підприємством, а саме в туризмі, має певні характеристики і складові елементи та змушує переглянути підходи щодо формування принципово нової моделі корпоративного управління, що в умовах посилення конкурентності сприятиме ефективності корпоративного туристичного сектора України, поліпшенню інвестиційного клімату та розвитку інститу-ту корпоративної соціальної відповідальності.

Удосконалення моделей корпоративного управління є одним із головних факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємств індустрії туризму. Без ефективної системи корпоративного управління неможливо забезпечити подальший розвиток ринку туризму, підвищити ефективність туристичних підприємств. Проблематика вдосконалення корпоративного управління як системи відносин між підприємствами, державою, органами управління, іншими зацікавленими особами, громадськістю є однією з актуальних у світовій економічній теорії та практиці. Якісна система корпоративного управління є умовою ефективної роботи підприємств туристичної індустрії, відкриває їм доступ на світові ринки туризму, а також, з точки зору ділової етики, закріплює соціальні зобов'язання туристичних підприємств перед суспільством, тобто надає змоги сформуванню соціальної корпоративної відповідальності вітчизняних підприємств на туристичному ринку.

Однією з найперспективніших моделей корпоративного менеджменту, які спрямовані на повноцінний розвиток підприємств індустрії туризму, сьогодні є тимбілдинг, і, зрештою, це один з найефективніших інструментів управління персоналом. Згуртування колективу працівників спрямоване на створення груп рівноправних фахівців різної спеціалізації, які спільно несуть відповідальність

за результати своєї діяльності і на рівній основі виробляють розподіл роботи в команді.

У перекладі з англійської тимбілдинг чи командування позначає побудова команди — Team building. Цей термін дуже часто використовують для широкого діапазону дій з метою підвищення ефективності роботи команди. Ідея командних методів роботи була запозичена у спортсменів і стала активно впроваджуватися в 60–70 рр. ХХ ст. в практику менеджменту. Ідею тимбілдинга приписують японцям, модель управління якої унітарна, орієнтована на соціальну єдність усіх учасників та здійснюється за принципом «рівний серед рівних», система корпоративного управління якої основана на стабільних партнерських відносинах, злиття і поглинання їй не властиві, банкрутства та конфлікти інтересів учасників дуже рідкісні. Але кожен із нас може пригадати одні з перших його проявів ще в дитинстві, коли ви займалися перетягуванням канату. А найперші літописні згадки про вправи з формування командного духу зустрічаються в українському козацтві. Ці спогади ставляться щодо навчання козаків-розвідників. Головні цілі team buildin: надає можливості виявити і реалізувати особистісний потенціал співробітників; вказує на помилки в спілкуванні, які зумовлюють взаємне незрозуміння між членами робочого колективу компанії; допомагає знайти варіанти вирішення конфліктних ситуацій; розвиває здатність приймати рішення в критичних і нестандартних ситуаціях; виховує в співробітниках довіру до компанії і один до одного, прихильність цілям компанії. Team-building — це вагомий метод нематеріальної мотивації персоналу, який дозволяє співробітникам відчувати увагу компанії до кожного її співробітника.

Тимбілдинг — це використання деякої кількості часу під час будь-якої поїздки для згуртування колективу і придбання навичок командної роботи, де працівники компанії зможуть навчитися взаємодіяти в команді та правильно використовувати навички кожного учасника команди. Зрештою це надасть можливість дізнатися про здібності кожного працівника і його лідерські задатки. Для організації тимбілдинга без праці можна використовувати будь-яку тему. Види team building: корпоративні свята з елементам, активний, творчий, спортивний, історичний, бізнес-тренінги, корпоративні програми (тури).

Таким чином, тимбілдинг — це комплекс вправ, який у легкій ігровій формі дозволяє дізнатися про вже знайомих колег з іншого боку, згуртувати колектив і відволіктися від робочих буднів. Тимбілдинг — це не просто звичайна розвага, це тренінг командних навичок, і тому підхід до формування програми тимбілдинга повинен бути індивідуальним і ґрунтовним, де кінцевим результатом є формування з окремих працівників єдиної дружньої команди, яка зможе здолати всі труднощі сучасної економічної обстановки. Тренінг з командування спрямований на знайомство співробітників між собою і підняття «командного духу» для більш ефективної роботи, а також дозволяє більш детально опрацювати системні проблеми в колективі. Програма містить групові завдання, де результат команди залежить від кожного учасника. Основна мета — мотивувати співробітників на роботу в команді для досягнення поставлених цілей компанії і нести відповідальність за загальний результат. Класичний приклад серйозного командування — стратегічний похід (довгостроковий похід), протягом якого виробляють мету заходу, стратегію і тактику. Учасники стикаються з пе-

решкодами, подолати які можна тільки завдяки командній взаємодії. Спільна робота і сприяє вирішенню поставлених завдань заходу. Також важливим фактором є подальша рефлексія, що проводиться з учасниками, для аналізу отриманих знань і навичок. У результаті керівник отримує згуртовану команду, яка готова працювати ефективніше, в якій налагоджуються комунікаційні зв'язки і підвищується усвідомлення відповідальності ролі кожного в колективі.

Тимбілдинг є однією з перспективних моделей корпоративного менеджменту в туризмі, що забезпечить конкурентоспроможність підприємств на туристичному ринку, підвищує ефективність туристичних підприємств та є найефективнішим інструментом управління персоналом.

Г. В. Бреславець, М. С. Козлов

АНИМАЦІЯ – НОВА МОВА ТУРИЗМУ

H. V. Breslavets, M. S. Kozlov

ANIMATION AS THE NEW LANGUAGE OF TOURISM

Сутність анімації розкривається через розуміння її історичного розвитку, яке пройшло шлях від організації дозвіллевої діяльності до анімації як професії, складової туристичного продукту і невіддільної частини економіки вражень. Класифіковані за різними критеріями види анімації, анімаційні програми. Багато анімаційних заходів відтворюють специфічні історико-культурні особливості окремих країн.

Анімація сьогодні стає характерним туристським продуктом або необхідним елементом туристських програм, які реалізуються в системі вільного часу. Під час подорожі змінюється соціально-культурне середовище туриста, активний вид відпочинку базується на зв'язках «людина – природне середовище» і «людина – культурно-історичне середовище». Анімація, використовуючи інтерес туриста, «оживляє» туристський об'єкт, включає туриста в дію, урізноманітнює розваги, активізує споживання інформації, розвиває і виховує особистість.

Анімація в тій чи іншій формі існувала і раніше, але мала інші назви і способи вираження.

У Стародавньому світі праця і розваги диференціюються, стаючи самостійними сферами життя людини. У Стародавньому Єгипті, Месопотамії, Стародавній Індії, Стародавньому Китаї, у культурі античності виникли найважливіші передумови й умови для появи дозвіллевої діяльності. У представників широких шарів вони ще тісно переплітаються з народною культурою, фольклором, народними святами. Дозвілля знаті набуває власних форм, наповнюючись новим змістом.

Період Середньовіччя в Західній Європі характеризується тим, що найважливіші сторони суспільного та особистого життя, як і в арабо-мусульманському світі, набували духовного наповнення, суворо регламентувалися і контролювалися церквою. Дозвілля було продуманим і організованим.

З розвитком освіти остаточно затверджується громадська віра в силу наукових знань, у необхідність розвитку кожної людини шляхом освіти, професіоналізму і внутрішнього вдосконалення. У західних країнах більш динамічно