

Слід зробити висновок, що запропоновані заходи будуть мати позитивний вплив на організацію роботи персоналу, задоволеність клієнтів, що в свою чергу буде сприяти збільшенню прибутковості та конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Література.

1. Дишкантюк О.В. Теоретичні основи функціонування індустрії гостинності [Електронний ресурс] /О.В. Дишканюк // – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No6/96.pdf>
2. Павлова М. Особливості системи управління персоналом в індустрії гостинності. [Електронний ресурс] / М. Павлова // – Режим доступу : <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-sistemy-upravleniya-personalom-v-industrii-gostepriimstva>
3. Фітболгімнастика як інноваційний метод [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.shag.com.ua/fitbolgimnastika-yak-innovacijnij-metod-ozdorovlennya-uchniv-y.html>

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ АНІМАЦІЙНОЇ СЛУЖБИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кравець О. М., ст. викладач

*Науковий керівник: Писаревський І.М., д.е.н., професор
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Одним із шляхів відродження та стабілізації внутрішнього і в'їзного туризму в Україні можна назвати розвиток готельної анімації. Наразі виникає гостра потреба в кваліфікованих аніматорах, підготовка яких базується на сучасній філософії відпочинку та принципах і цінностях активного ентузіазму [1, с. 7].

Сучасні умови переходу до ринкових відносин потребують відповідності рівня професійності фахівців галузі туризму України європейському рівню. Звідси логічно витікає проблема професіоналізму аніматорів усіх рівнів. Сучасні українські клуби, центри й засоби розміщення, спеціалізовані парки гостро потребують організаторів дозвілля, які повинні уміти його планувати, спілкуватися з гостями, пропонувати їм широкий вибір цікавих, захоплюючих анімаційних програм.

Сутність стратегії професійної підготовки аніматорів полягає у підготовці фахівців з огляду на потреби туристських підприємств,

розробленні нових навчальних курсів, які забезпечують якість підготовки фахівців, використуванні в процесі навчання нових освітніх технологій та збільшенні кількості практичних занять, стажувань (зокрема і закордонних) для відпрацювання на практиці навичок розроблення і реалізації анімаційних програм для різних категорій гостей.

Для ефективної реалізації анімаційної діяльності в готелі потрібні наступні складові: 1) концепція готельної анімаційної діяльності з наявністю бази типових анімаційних програм і сценаріїв, методик їх адаптації до реальних споживчих груп і персоналій; 2) матеріально-технічна база (МТБ) для організації та проведення спортивно-оздоровчих і розважальних заходів; 3) кваліфіковані кадри – талановиті аніматори, які здатні втілити концепцію, програми і методики у життя, і обслуговуючий персонал [2, с. 34].

Мета професійної діяльності фахівця-аніматора обумовлена необхідністю формування духовно-моральних цінностей особистості, її емоційно-естетичного, інтелектуального потенціалу та розвитку творчих здібностей. Аніматор пов'язаний також із формуванням інтелектуальної бази (банку типових сценаріїв і програм), описом методів і форм роботи з відпочиваючими, узагальненням вітчизняного й закордонного досвіду в організації дозвілєвої діяльності.

Фахівець-аніматор може перебувати на таких посадах: аніматор в анімаційній команді всіх напрямків культурно-дозвілєвої, розважальної, рекреаційної діяльності; керівник, адміністратор, завідувач культурно-дозвілєвим відділом; арт-директор готелю, будинку відпочинку, санаторію, турбази, круїзних теплоходів; фахівець подієвого, культурно-видовищного, внутрішнього туризму; директор, керівник парку культури й відпочинку, музею; арт-директор ресторану; адміністратор виїзної служби святкового сервісу; власник ігрового комплексу; керівник або менеджер святкових та івент-агентств, компаній з організації свят; організатор святкових заходів; фахівець установи культури; сценарист, режисер, ігровик, креатор, артист або ведучий ігрових програм.

Майстерність фахівця-аніматора виявляється в таких уміннях: складання цікавої, оригінальної анімаційної програми, що відповідає запитам туристів; привертання уваги до нестандартної анімаційної програми з метою зацікавити й захопити туриста, зберегти його увагу до закінчення дії; врахування комплексу вікових, психологічних, емоційних, духовних, етнічних, релігійних й національних

особливостей відпочиваючих й забезпечення диференційованого підходу до кожного туриста; вибудовування взаємин з підлеглими й відпочиваючими на гуманній і демократичній основі; вміння оперативно реагувати у важких і несподіваних ситуаціях; поєднання теоретичної й практичної діяльності; грамотне використання досвіду анімаційної діяльності; урізноманітнювання конкурсних програм й активіті [3, с. 62–63].

Анімаційну службу в готелі необхідно організовувати відповідно до споживчого попиту, що виявляється шляхом анкетування туристів, з урахуванням досвіду анімаційного сервісу готелів-конкурентів.

Основне призначення анімаційної служби в готелі – створення відповідної гостинної, комфортної, дружньої атмосфери; задоволення рекреаційних потреб гостей, їхнє емоційне збагачення через приємні переживання. Комплексний характер спеціальних анімаційних програм сприяє створенню у гостей комфортних умов для гарного спілкування, приємних особистих і спільних переживань та розваг.

Організація анімаційної служби покликана забезпечувати оптимальну взаємодію всієї анімаційної команди: погодженість, супідрядність і координацію всіх її структурних елементів. Організація анімації як складова частина технологічного процесу вимагає жорсткого дотримання професійної самостійності всіх фахівців і одночасно всебічного розвитку їхньої активності й ініціативи в межах конкретних завдань своїх структурних підрозділів.

Структура і кількісний склад анімаційної служби в готелі залежить від: концептуальних і конструктивних особливостей; фінансових можливостей готелю; розміру і категорії готелю; МТБ готелю; обраних напрямків анімаційної діяльності.

У невеликому просторі анімаційними програмами може займатися одна людина – менеджер туранімації; у готелях 2–3 зірки – відділ (служба, об'єднання) анімації; у великих курортних й клубних готелях – спеціалізовані анімаційні центри дозвілля й відпочинку [3, с. 63].

Завдання менеджменту анімації – створення умов праці, що дозволять подовжити фазу високої сталої працездатності шляхом зменшення фази зниженої працездатності.

Основні критерії економічної ефективності анімаційного менеджменту: зростання продуктивності праці аніматорів і зниження витрат на організацію анімаційної діяльності. Зазначені показники можуть бути оцінені за такими параметрами: 1) відносна економія

чисельності працівників; 2) економія робочого часу завдяки непродуктивним витратам; 3) економія завдяки зниженню собівартості заходів; 4) зменшення плинності кадрів завдяки оптимізації організації й умов праці.

Фактори оцінки якостей персоналу анімаційної служби: трудові якості, організаторські здібності, професійна компетентність, особистісні якості, психологічна сумісність.

Ефективність праці в менеджменті анімації обумовлена специфікою роботи аніматорів, пов'язаною з високим ступенем навантаження, і залежить від рівня працездатності людини.

Особливого значення набуває питання оцінки внеску кожного співробітника анімаційної служби в розроблення і проведення анімаційних програм.

Готельні підприємства у своїй діяльності використовують такий індивідуальний критерій оцінки, як ступінь потенційних можливостей індивіда, який складається з наступних компонентів: 1) знання, які має співробітник (як фундаментальна, так і додаткова професійна освіта, зокрема перепідготовка, курси, тренінги, семінари); 2) практичні навички співробітника; 3) міцне фізичне здоров'я та здоровий спосіб життя, що його підтримує; 4) енергійність – якість, що притаманна людям з активною життєвою позицією; 5) стресостійкість – якість, життєва необхідна для усіх, кому доводиться стикатися в роботі з великою кількістю людей; 6) репутація, імідж співробітника; 7) особистісні можливості співробітника, пов'язані з його родинними й дружніми зв'язками, знайомствами з необхідними людьми, використання їх з корпоративною метою тощо [4, с. 34–35].

Ступінь компетентності, обізнаності та професіоналізму персоналу анімаційної команди – запорука якості надаваних готельних послуг.

Отже, ефективна організація та управління діяльністю анімаційної служби в загальній системі менеджменту сприятиме досягненню довгостроких цілей готельного підприємства, покращенню його іміджу й репутації на ринку послуг та формуванню постійної клієнтської бази.

Література.

1. Байлик С. І. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посібник / С. І. Байлик, О. М. Кравець. – Х. : ХНАМГ, 2008. – 197 с.

2. Гаранин Н. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации : учеб. пособие / Н. И. Гаранин, И. Н. Булыгина. – М. : Советский спорт, 2004. – 128 с.

3. Приезжева Е. М. Социально-культурная анимация в туризме : учебно-метод. пособие / Е. М. Приезжева. – М. : РИБ «Турист», 2003. – 120 с.

4. Власова Т. И. Анимационный менеджмент в туризме : учеб. пособие / Т. И. Власова, А. П. Шарухин, Н. И. Панов. – М. : Издательский центр «Академия», 2010. – 320 с.

МОТИВЫ И СТИМУЛЫ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Иванов А.П., студент

*Научный руководитель: Колонтаевский О. П., к. э. н., доцент
Харьковский национальный университет городского хозяйства*

В основе мотивации и стимулирования лежат понятия «мотив» и «стимул», связанные друг с другом.

Мотив (от фр. мотив) – внутренняя причина, побуждающая к какому-либо действию или деятельности. Совокупность мотивов характеризует личность человека в социальной системе и обуславливает его поведение и реакцию на внешние воздействия. Любое действие человека, в том числе труд, осуществляется в силу внутренних причин, побуждений, в связи с потребностями, интересами, ожиданиями личности.

Стимул (от лат. stimulus) – внешнее воздействие на человека, группу, организационную систему, влияющее на процесс и результаты трудовой деятельности.

Стимул – это не любое внешнее воздействие, а лишь такое, побуждающий эффект, который опосредован психикой человека, отвечает его взглядам, чувствам, настроениям и, конечно же, мотивам. Получая из внешней среды стимулирующий импульс (экономический, политический, правовой, социокультурный и т.д.) и пропуская его через свою психику, человек трансформирует этот импульс на себя, соотносит его со своими потребностями, интересами, возможностями, желаниями, ожиданиями и целевыми установками. В результате из множества вариантов появляется решение действовать именно так, а не иначе. Это решение перерастает в действие, приводящее к определенному результату [1].