

тійного поліпшення; забезпечувати основу для розробки і перегляду цілей у сфері якості.

## **АНКЕТУВАННЯ ЯК ДІЄВИЙ МЕТОД УНИКНЕННЯ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ТУРІНДУСТРІЇ**

*Дорошенко М.С.*

*Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент*

Методи уникнення ризику організації базуються на різноманітних способах отримання інформації про аналізований об'єкт. Один з них – анкетування за допомогою опитувального листа.

Перевага опитувального методу в тому, що він дозволяє досить швидко отримати великий масив інформації спостережень. Вартість опитування виявляється порівняно невеликою, якщо взяти до уваги обсяг одержуваної інформації. Складаючи спеціалізований опитувальний лист для виявлення ризиків турфірм, будемо виходити з умови, що фірма (туроператор), яка оцінюється, має параметри, вище зазначені.

В системі функціонального діагнозу подача впливів на об'єкт не проводиться, тому основним методом, використовуваним при діагностиці ризикового стану підприємств, будемо вважати метод функціонального оцінювання. Для цього визначимо основні функції підприємства туризму:

- 1) вивчення потреб потенційних туристів на тури та туристичні програми;
- 2) складання перспективних програм обслуговування, турів і адаптація їх на ринку з метою виявлення відповідності потребам туристів;
- 3) взаємодія з постачальниками послуг на тури на договірній основі із:
  - готелями,
  - підприємствами харчування;
  - транспортними підприємствами;
  - екскурсійними фірмами, музеями, виставковими залами, парками тощо;
  - фірмами, які надають різні побутові послуги;
  - адміністрацією спортивних споруд;
- 4) розрахунок вартості туру, транстуру і визначення ціни з урахуванням ринкової ситуації. Встановлення тарифів і цін на свої послуги з комплектації турів різного складу, класності та ін.;
- 5) забезпечення туристів, які подорожують по маршрутах турів, усіма необхідними матеріалами рекламно-сувенірного характеру, спе-

ціальним спорядженням та інвентарем;

б) підготовка, підбір і призначення на маршрути кадрів, що виконують контакт з туристами, координації та контролю за виконанням програм обслуговування (гідів-екскурсоводів, інструкторів, методистів тощо);

7) рекламно-інформаційна діяльність для просування свого туристичного продукту споживачам;

8) просування і реалізація турів споживачам через систему турагенцій;

9) контроль за надійністю і якістю обслуговування;

10) постійний оперативний зв'язок з туристами під час обслуговування, рішення виникаючих питань.

Найбільш функціональним є опитувальний лист, розрахований на однорідну групу експертів. Таке опитування враховує різницю в якості і кількості інформації, наявної у різних групах експертів.

Так, в нашому випадку, необхідне опитування керівництва фірми та співробітників фірми. Очевидно, що інформація, якою володіють представники названих груп, відрізняється за обсягом та складом. Тому і питання, що задаються різним групам експертів, будуть відрізнятися один від одного. При цьому деякі блоки опитувальних листів будуть в незмінному вигляді надаватися всім групам експертів.

Основна ідея цього підходу в тому, щоб знання, наявні у окремих груп людей, пов'язаних з діяльністю фірми, узагальнити і представити в сумісній формі для подальшого аналізу.

Виявивши і проаналізувавши основні ризики, менеджер приймає рішення щодо подальших дій, відповідно до загальної схеми процесу управління ризиками. Маючи картину поточного і перспективного «ризикового» стану фірми, менеджер приступає до оцінки конкретних, обраних в процесі діагностики, ризиків з тим, щоб надалі прийняти рішення про передачу або прийняття на себе того чи іншого ризику, про створення і розмір резервного фонду, про страхової компанії і про коригування поточного управління як фірмою в цілому так і окремими її елементами.

## **НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТУРИСТСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Зотіков Д.С.*

*Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент*

Прибуток підприємства, виступаючи абсолютною величиною, може розглядатися як підстава, передумова для висновку про на-