

– прагнення зберегти або поліпшити свій життєвий стиль формує відносини і потреби споживача. У певній ситуації споживач усвідомлює проблему (необхідність або можливість поліпшення або підтримки свого життєвого стилю), тим самим запускається процес рішення про покупку.

Отже, змістовну основу, або предмет дослідження поведінки споживачів, складають процес прийняття рішення споживачем про покупку і фактори, що його визначають. Процес прийняття рішень споживача розглядається, як правило, в складі наступних етапів: усвідомлення споживачем наявності проблеми, інформаційний пошук, оцінка та вибір альтернатив покупки, покупка, використання покупки і оцінка рішення. Фактори споживчої поведінки діляться на зовнішні (соціальні), тобто що представляють переважно зовнішній вплив на споживача, і внутрішні (психологічні).

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ НА ТУРИСТСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Ульріх В.О.

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

Міжнародне суспільство під наглядом Всесвітньої торговельної організації (WTO) встановило певні умови до застосування методів імовірнісної оцінки ризиків щодо прийняття рішень про потенційну небезпеку для об'єктів, технологій та процесів при виникненні надзвичайної (аварійної) ситуації тощо. Вони базуються на стандартах, конвенціях і рекомендаціях, що були розроблені під керівництвом секретаріатів впливових міжнародних організацій та при сприянні регіональних організацій, що діють під егідою цих структур.

Відповідність вимогам міжнародних організацій (WTO, ІРРС, ІМО, ОІЕ, СООЕХ тощо) при застосуванні методів імовірнісної оцінки ризиків визначаються за наступними критеріями:

1. Наявність наукової обґрунтованості, використання самих повних і надійних вихідних даних для проведення оцінок ризику та активне залучення науково-дослідницьких установ до такої роботи; застосування комплексного підходу, що містить детальне вивчення предмета і дослідження, своєчасне виявлення невизначеності та пропусків у вихідних даних, здатність до врахування нової інформації.

2. Логічність та доступність оцінки ризиків, які враховують її актуальність, обґрунтованість, раціональність, та об'єктивність.

3. Практична спрямованість оцінки ризиків, а саме – відповідність наявним ресурсам та сумісність з вимогами спеціалізованих установ, які є провідними у досліджуваній галузі.

4. Документальна обґрунтованість, за якою вся отримана інформація при оцінці ризику обробляється, оцінюється та подається в логічно-структурованому та систематизованому вигляді, а також з достатнім ступенем деталізації для того, щоб зацікавлені сторони мали можливість зрозуміти не лише наданий підсумковий документ, але й сам процес його створення, тобто присутній принцип прозорості.

Процедура визначення рівня небезпеки, тобто ризику об'єктів або процесів базується на концепції прийнятого ризику, що містить дві складові, а саме – безпосередньо оцінку ризику та подальше керування цим ризиком.

Найчастіше в теоретичних джерелах зустрічається така класифікація методів оцінки ризиків:

1) експертні методи – метод анкетування, метод інтерв'ю, побудова карти ризиків;

2) статистичні методи (VaR (CFaR), Stress Testing);

3) аналітичні методи – фінансовий аналіз, аналіз документації, аналіз бізнес-процесів, Benchmarking, факторний аналіз.

Також зустрічається поділ методів оцінки ризиків на кількісні і якісні. Застосування якісних методів оцінки ризиків в діяльності підприємства дозволяє створити структуру ризиків і полягає в виявленні джерел і причин ризику, етапів і робіт за проектом, при виконанні яких виникає ризик.

Підсумовуючи розглянуті найпоширеніші підходи до проблеми оцінки та зниження ризиків, а також основних чинників системи методів та критеріїв оцінки ризиків в туристському бізнесі, варто зазначити, що вибір методів та критеріїв оцінювання ризику відбувається відповідно до інформаційної бази та завдань дослідження.

КОВОРКІНГ, ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ СПОСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ПРОСТОРУ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Бабак П. Є.

Науковий керівник – Александрова С.А., канд. пед. наук, доцент

Розвиток будь-якого бізнесу не може відбуватися без обміну досвідом, інформацією, підвищення кваліфікації та безперервного розвитку персоналу. З метою їх забезпечення варто приділяти увагу створенню колективних просторів для роботи. До таких просторів відносяться коворкінги.