

## ВІДМІННОСТІ КОНТРОЛЮ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

**Андрій Сергійович Лохматов**

асистент кафедри туризму та готельного господарства  
Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля

Стрімкий розвиток індустрії туризму в Україні саме в останній час є невід'ємною складовою поступового та певного входження країни до світового господарства. Туризм розглядається як важливіша перспективна галузь, що сприяє розвитку малого та середнього бізнесу й позитивно впливає на зростання добробуту та зайнятості населення.

Створення та функціонування туристичних підприємств, як свідчить статистика, є достатньо прибутковою підприємницькою справою. Так прибуток від надання туристичних послуг у світі в 2000р. був 475,8 млрд. дол. США, в 2010 р. – 919 млрд. дол. США, а до 2020 р. прогнозується збільшення до 2,0 трлн. дол. США [1,2].

Успішність такої діяльності багатьох туристичних підприємств в певній мірі залежить від належно побудованої системи їх управління, яка дозволила отримати ці високі результати.

В більшості випадків туристичні підприємства створюють систему управління по аналогії із загальноприйнятим підходом і використовують при її формуванні ті ж самі основні функції: планування, організація, мотивування і контроль. Якщо проаналізувати перші три функції, то виконання їх на практиці, хоч і складне, але реальне завдання, то функція контролю в системі управління туристичним підприємством на цей час потребує детального роз'яснення у зв'язку з особливими умовами його діяльності та специфіки наданого продукту – туристичної послуги.

Контроль в туризмі розглядається як процес, що забезпечує досягнення мети й необхідний для виявлення і вирішення виникаючих проблем раніше, ніж вони стануть дуже серйозними, а також для стимулювання успішної діяльності [4].

Фактично контроль складається зі встановлення стандартів, зміни досягнутих результатів і проведення корегувань у тому випадку, якщо досягнуті результати істотно відрізняються від встановлених стандартів. Під стандартом в даному випадку слід розуміти якість туристичної послуги, тобто сукупності зведених показників якості всіх послуг, які включені в програму обслуговування туриста [3].

В системі управління туризмом також як і на підприємствах інших галузей використовують три основних види контролю: попередній, поточний і завершальний. Але кожний з них, на відміну, має свій зміст та процедуру виконання. Попередній контроль реалізується у формі певної політики, процедур і правил, насамперед, стосовно якості майбутньої туристичної послуги з точки зору привабливості, комфортності, доступності, безпечності для її споживача та достатності ресурсів для її реалізації. Поточний контроль проводиться, коли туристична послуга вже надається клієнтові відносно дотримання встановлених заздалегідь або обговорених безпосередньо її умов. Завершальний контроль здійснюється

ся після того, як послугу вже надано і закінчився відведений термін її дії, та пов'язаний з оцінкою виконання запланованих дій [5].

Як правило, поточний і завершальний контроль ґрунтується на зворотних зв'язках, які полягають у змозі у разі відхилення умов й якості туристичної послуги внести коректив в процесі її надання або заміни, покращення її на наступний період з використанням достатніх, поліпшених, обґрунтованих ресурсів.

На великий жаль, деякі туристичні підприємства в останній час були зосереджені на поточному і остаточному контролі і тому попередньо не враховували побажання та очікування туристів, наприклад, вболівальників "Євро-2012" у наданні послуг з привабливими цінами по розміщенню, екскурсійному обслуговуванню, культурними, розважальними заходами та ін. Підсумком такої зневаги до попереднього контролю привело до втрат та недоврахування прибутку вітчизняними туристичними підприємствами.

Таким чином, контроль в системі управління туристичним підприємством є найфундаментальнішим елементом, який націлено на підвищення ефективності його діяльності з максимально можливим й доцільним використанням ресурсів.

#### **Література**

1. Любіцева О.О. Методика розробки турів / О.О. Любіцева. – Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.
2. World Tourism Organization UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>.
3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
4. Мироненко І. І. Використання функціонального підходу у систематизації відносин промислових підприємств зі споживачами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/knp/.../knp238\\_62-64.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/knp/.../knp238_62-64.pdf).
5. Мунін Г. Б., Тимошенко З. І., Палеха Ю. І., Стамболов М. Д. Організація обслуговування у малих готелях [Електронний ресурс]: Навч. посібник. – Режим доступу: <http://tourism-book.com/pbooks/book-38/ua/chapter-1876/>.

## **ТРИ НАПРЯМКИ У МОНІТОРИНГУ РОЗВИТКУ СИТУАЦІЇ ТА ВИЯВЛЕННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА**

**Ганна Олександрівна Надьон**

д.е.н., професор, завідувача кафедрою адміністрування Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля

Використання великої кількості різноманітних показників час-то призводить до надмірно складних розрахунків і достатньо високої ентропії оцінки отриманих результатів. Для цілей моніторингу за ситуацією і своєчасним виявленням наростання кризових явищ доцільним є використання ключових, достатньо інформативних показників, які не вимагають складних трудомістких розрахунків і спираються на доступну