

Національний університет «Львівська політехніка»
Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту
Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених ІНЕМ



**ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ,
РЕГІОНІВ І ПІДПРИЄМСТВ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY,
REGIONS AND ENTERPRISES:
PROBLEMS AND PROSPECTS**

**Матеріали
IV Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції молодих учених
28–29 квітня 2021 р., Україна, м. Львів**

**Львів
Видавництво Львівської політехніки
2021**

УДК 330.34.01(06)

Е 457

Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції молодих учених, 28–29 квітня 2021 р. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. – Режим доступу: <http://vilynyi.lviv.ua>. – Заголовок з екрана. – Мова укр. і англ.

ISBN 978-966-941-598-1

У збірнику опубліковано матеріали конференції, присвяченої проблемам економічного розвитку держави, регіонів і підприємств та перспективам їх вирішення. Матеріали структуровані в розрізі декількох напрямів досліджень: «Проблеми і перспективи економічного розвитку України в умовах Євроінтеграції»; «Вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на економічний розвиток регіонів»; «Комплексне забезпечення економічного розвитку підприємств»; «Стратегічне управління інноваційним розвитком на макро- і мікрорівні»; «Збалансований розвиток економіки України: соціальноправовий, екологічний та інші аспекти».

Видання призначене для науковців, викладачів, фахівців підприємств та представників органів влади, причетних до питань економічного розвитку, студентів.

УДК 330.34.01(06)

Відповідальний за випуск – Маліброда С. Б.

Матеріали подано у авторській редакції.

Відповідальність за зміст матеріалів, їх відповідність вимогам чинного правопису і достовірність фактів та статистичних даних несуть автори.

www.science.inem.lviv.ua

ISBN 978-966-941-598-1

© Національний університет
“Львівська політехніка”, 2021

2. Лубкей Н.П. Теоретичні засади управління капіталом підприємства. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2019. №1. С.38-45.
3. Міщук Г.Ю., Джигар Т.М., Шишкіна О.О. Економічний аналіз: навч.посіб. Рівне, 2017. 156 с.
4. Пономарьов Д.Е. Капітал підприємства: сутність та аналіз формування та використання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №5. С.53-58.

Попик М.М.
к.е.н., доц.
Шулла Р.С.
к.е.н., доц.
ДВНЗ «УжНУ»

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПРОГРАМОЮ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Незважаючи на актуальні кризові явища, індуковані розповсюдженням корона-вірусу та складною епідеміологічною ситуацією планетарного масштабу, сфера туризму нині відіграє важливу роль як у світовій економіці, так і в економіках окремих країн як генератор доданої вартості та інструмент зайнятості населення. Прямий вклад індустрії туризму у світовий ВВП в 2019 році оцінюється на рівні 2,83 трлн. доларів або 3,3% від світового ВВП. В 2018 р. зазначені показники склали 2,72 трлн. доларів (3,2%). Загальний вклад індустрії туризму у світовий ВВП в 2019 році оцінюється на рівні 8,92 трлн. доларів або 10,4% світової економіки. В 2018 р. зазначені показники склали 8,83 трлн. доларів або 10,4% від світового ВВП [1,2].

Сучасна система організованого масового туризму характеризується тим, що кінцеві покупці в процесі взаємодії з виробниками первинних туристичних послуг користуються послугами туроператорів, діяльність яких полягає в розробці туристичного продукту, його реалізації та координації взаємодії між зазначеними ринковими сторонами в процесі виробництва та споживання первинних туристичних послуг. При цьому, в умовах організованого туризму в ринкових транзакціях об'єктом купівлі-продажу є не окремі первинні туристичні послуги (призначаються для безпосереднього задоволення потреб туриста), а комплексний туристичний продукт як сукупність послуг, який реалізується туроператором безпосередньо або через посередницькі структури (турагенції).

Очевидно, що від ефективності діяльності підприємств сфери туроперейтингу як координуючого суб'єкта залежить якість функціонування всього туристичного комплексу та ринку туристичних послуг. В свою чергу, ефективність діяльності туроператорів виражається не тільки економістю виконання функцій проектування турів, збуту туристичного продукту чи координації взаємодії між споживачами та виробниками первинних туристичних послуг (витратний аспект), але і економічним результатом виконання зазначених функцій (дохідний аспект).

В ринковому середовищі основним результативним показником, який виражає економічну ефективність діяльності підприємства, є прибуток. При цьому прибуток підприємства в рамках операційної діяльності формується на основі агрегування фінансових результатів за окремими позиціями його виробничо-збутової програми (видами продукції, послуг). Тому асортиментна політика, яка передбачає прийняття відповідних управлінських рішень щодо впровадження у збутову програму туроператора нових продуктів або вилучення із збутової програми нерентабельних продуктів, формування оптимального асортименту туристичних продуктів на плановий період, має безпосередній вплив на результативні показники діяльності підприємства в цілому.

Ефективні управлінські рішення в рамках асортиментної політики туроператора неможливо приймати без релевантної інформації, яка б відображала прибутковість окремих видів туристичних продуктів. При цьому основним генератором такої інформації є на

підприємстві система управлінського обліку, альтернативні форми організації (побудови) якої зумовлюють генерування на виході різних за змістом та принципами формування показників прибутковості. Тому вибір адекватної потребам управління форми організації системи управлінського обліку має безпосередній вплив на якість інформаційно-аналітичного забезпечення менеджменту в рамках проведення ним ефективної асортиментної політики.

В рамках організованого туризму ключову роль в основному секторі індустрії туризму відіграють туроператори, які є головними суб'єктами розробки та реалізації асортиментної політики на ринку туристичних продуктів.

Поняття «асортиментна політика» виражає сукупність заходів, пов'язаних з формуванням виробничо-збутової програми підприємства, тобто визначенням видів та варіантів продукції, які виробляються і реалізуються підприємством на ринку [3]. При цьому стратегічна асортиментна політика передбачає визначення видів продукції (послуг), які мають бути впроваджені або вилучені із виробничо-збутової програми підприємства, а оперативна асортиментна політика передбачає тільки визначення обсягу виробництва та реалізації окремих продуктів на плановий період (зазвичай, до 1 р.) [3].

В сфері туроперейтингу результатом господарської діяльності підприємства є туристичний продукт, який представляє собою об'єднану в єдиний пакет сукупність первинних туристичних послуг, що споживаються окремим туристом під час туру [4]. Сукупність туристичних продуктів, які входять у збутову програму туроператора, є результатом господарської діяльності туроператора і представляють для нього так звану «матеріальну ціль». Але матеріальна ціль підприємства в ринковій економіці – це тільки інструмент для досягнення формальних (вартісних) цілей: оперативної цілі у формі прибутку та ліквідності, а також стратегічної цілі у формі економічного потенціалу підприємства, який дозволить генерувати прибуток у майбутньому.

Асортиментна політика як частина збутової політики підприємства полягає, насамперед, у формуванні виробничо-збутової програми, тобто, визначенні тих видів продукції (послуг), які будуть реалізовуватися на окремих ринках збуту у плановому періоді. При цьому у відповідності із поділом цілей підприємства на довгострокові та короткострокові відбувається відповідне структурування асортиментної політики на стратегічну та оперативну складову.

Якщо в рамках стратегічної асортиментної політики визначається, які види продукції (послуг) повинні бути впроваджені у виробничо-збутову програму або вилучені з неї, то для оперативної асортиментної політики характерним є тільки визначення обсягу виробництва та реалізації того чи іншого продукту у плановому періоді, а сам факт присутності продукту у виробничо-збутовій програмі є заданим параметром. Оскільки для сфери туроперейтингу виробнича функція є невластивою, то для позначення об'єкту асортиментної політики туроператора доцільно використовувати термін «збутова програма».

Асортиментна політика як і діяльність туроператора в цілому є орієнтованою на досягнення певної системи цілей, серед яких основною є вартісна ціль у формі прибутку. При цьому генератором прибутку для туроператора є не його діяльність в цілому, а окремі види туристичних продуктів, які містяться в його збутовій програмі і реалізуються на окремих ринках збуту. Відповідно, ефективна асортиментна політика туроператора полягає у формуванні такої збутової програми, яка дозволяє в наявних рамкових умовах, що сформувався на ринку, забезпечити оптимальний рівень прибутку.

1. Share of GDP generated by the travel and tourism industry worldwide from 2000 to 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp> (дата звернення: 15.03.2021).

2. Мировой Атлас Данных. URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC> (дата звернення: 15.03.2021).

3. Seicht G. Die stufenweise Grenzkostenrechnung, Ein Beitrag zur Weiterentwicklung der Deckungsbeitragsrechnung. *ZfB*. 1963. № 12. S. 693–709.

4. Freyer, W. *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. Berlin/Boston: De Gruyter –De Gruyter Oldenbourg, 2015. № 11. 707 S.

ЕЛЕКТРОННЕ НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ,
РЕГІОНІВ І ПІДПРИЄМСТВ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY,
REGIONS AND ENTERPRISES:
PROBLEMS AND PROSPECTS**

**Матеріали
IV Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції молодих учених**

28–29 квітня 2021 р., Україна, м. Львів

Режим доступу:

<http://>

Відповідальний за випуск – Маліброда С. Б.

Видавець і виготівник: Видавництво Львівської політехніки
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4459 від 27.12.2012 р.

вул. Ф. Колесси, 4, Львів, 79013
тел. +380 32 2584103, факс +380 32 2584101
vlp.com.ua, ел. пошта: vmr@vlp.com.ua