

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ ТА ПРАВО: ТЕОРЕТИЧНІ
ПІДХОДИ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ**

**ECONOMICS, ACCOUNTING, FINANCE AND LAW:
THEORETICAL APPROACHES AND
PRACTICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 4
Part 4**



**28 жовтня 2020 р.
October 28, 2020**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**





**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

**ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ ТА ПРАВО:
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ТА ПРАКТИЧНІ
АСПЕКТИ РОЗВИТКУ**

**ECONOMICS, ACCOUNTING, FINANCE AND
LAW: THEORETICAL APPROACHES AND
PRACTICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 4
Part 4**

**28 жовтня 2020 р.
October 28, 2020**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



ЗМІСТ
CONTENTS

СЕКЦІЯ 15. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ SECTION 15. WORLD AGRICULTURE AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS	9
<i>Кехтер К. С.</i> ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ»).....	9
<i>Кузнецов Ю. І.</i> ЧИННИКИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	11
<i>Маковська А. О.</i> КОНЦЕПЦІЯ «ЄДИНОГО ВІКНА» ЯК ЕЛЕМЕНТ СПРОЩЕННЯ МИТНИХ ПРОЦЕДУР У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ	13
<i>Соловей І. С.</i> РОЗВИТОК СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	15
<i>Черкез А. С.</i> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	17
СЕКЦІЯ 16. ЕКОНОМІКА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА І АПК SECTION 16. ECONOMICS OF AGRICULTURE AND AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX	20
<i>Петренко О. П., Петров М. М.</i> АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ СВК «РОДИНА» САРАТСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	20
СЕКЦІЯ 17. ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ SECTION 17. ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES	23
<i>Радіонова Г. І., Кавун-Мошковська О. О.</i> COVID-19: ВПЛИВ НА ЕЛЕКТРОННУ КОМЕРЦІЮ	23
СЕКЦІЯ 18. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ SECTION 18. ENVIRONMENTAL ECONOMICS	25
<i>Кватирко О. М.</i> МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛІСОВОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	25
<i>Олексієвець О. М.</i> НАРОЩЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ БІОРИЗНОМАНІТТЯ ЛІСІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОСТІЙНИХ ЛІСОКОРИСТУВАЧІВ	26
СЕКЦІЯ 19. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ SECTION 19. ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES	28
<i>Маковська А. О., Жалдак М. П.</i> ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ СПЕКУЛЯТИВНИХ ОПЕРАЦІЙ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ФОНДОВОГО РИНКУ.....	28

Мільчева В. В. СТРУКТУРА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	29
СЕКЦІЯ 20. ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ SECTION 20. INNOVATIONS AND INVESTMENT ACTIVITIES	31
Гриник О. І. ВПЛИВ СОЦІАЛІЗАЦІЇ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА	31
Дорофій А. В., Кирилко Н. М. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО АСПЕКТУ ВИРОБНИЦТВА НАТУРАЛЬНИХ ШКІР	33
Звержхівська К. О. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	35
Лещенко М. А. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	37
Михайленко О. Г., Долгієр А. І. СТРАХОВА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД СТАБІЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	39
Ковалик В. І. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ	42
СЕКЦІЯ 21. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА SECTION 21. TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS.....	45
Кокашвили Н. В. ПОПУЛЯРНІ МЕТОДИ ВЕЛНЕС ТУРИЗМА В ГРУЗІЇ	45
Папп В. В., Ядчишин А. Ю. РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ТУРИЗМУ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	47
Папп В. В., Рознай Ю. М. ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	49
Попик М. М., Шулла Р. С., Рішко В. М. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	51
Radionova O. M. EVENT TOURISM OF UKRAINE IN TODAY'S CONDITIONS.....	54
Разінькова М. Ю., Білозубенко В. С., Небаба Н. О. ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	55
Щоголева І. В., Соколовський В. А. АНАЛІЗ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КІРОВОГРАДСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	57
СЕКЦІЯ 22. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ SECTION 22. MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS.....	59

Вплив інституційного середовища на реалізацію туристично-рекреаційного потенціалу регіону базується на тому, як процедури, функції та організаційні форми відображені в інституційних формах (законах про види діяльності, законах про організаційно-правових формах, положеннях, інструкціях і т.д.).

Результати наукових і прикладних досліджень багатьох вчених і фахівців підтверджують той факт, що саме рівень розвитку інституційного середовища і взаємодії окремих її елементів визначають ефективність державного регулювання розвитку туризму. При цьому позитивні перетворення в туристичній сфері не обов'язково пов'язані з кардинальними змінами базових інститутів. Удосконалення взаємодії окремих елементів інституційного середовища можливо за рахунок трансформації окремих інституційних чинників, пов'язаних з управлінням і регулюванням окремих сфер економічних і суспільних відносин. До них відносяться науково-технічні, фінансові, інвестиційні, соціальні фактори і заходи щодо вдосконалення і перетворення інститутів управління.

Аналітичний огляд інституційного середовища розвитку туризму дозволяє з великою часткою впевненості зробити висновок про те, що на сучасному етапі інституційні чинники виступають однією з рушійних сил розвитку туризму і їх вплив в значній мірі визначає можливості реалізації рекреаційного потенціалу території та рівень конкурентоспроможності регіональної туристично-рекреаційної системи на внутрішньому і зовнішньому ринках туристських послуг.

Список літератури

1. Гурбик Ю. Інституційні проблеми державного регулювання туристичної сфери в Україні. *Інституціональний вектор економічного розвитку*. 2008. Вип. 1(2). URL: http://infotour.in.ua/statti_ukr/gurbyk.htm.
2. Колосінська М. І. Удосконалення інституційного забезпечення розвитку туризму в Україні. URL: http://www.nbu.gov.ua/old_jm/soc_gum/sre/2012_3/177.pdf.
3. Цопа Н. В., Зарочинцева Е. В. Организационно-правовой аспект управления развитием туристической отрасли. *Экономика и управление*. 2008. № 5. С. 76 – 81.

УДК 338.512

Попик М. М.

канд. екон. наук,
доцент кафедри туристичної інфраструктури
та готельно-ресторанного господарства,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,

Шулла Р. С.

канд. екон. наук, доцент кафедри туризму,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,

Рішко В. М.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Підприємства готельно-ресторанного бізнесу є ключовим елементом вартісного ланцюжка індустрії туризму, на діяльність яких припадає створення основної частки доданої вартості туристичного продукту. Тому прибуткова діяльність суб'єктів підприємницької діяльності в сфері готельно-ресторанного бізнесу здійснює значний вплив на результати діяльності туристичного комплексу в цілому.

В ринковому середовищі фінансові результати діяльності підприємства залежать не тільки від рівня цін на ресурси та продукцію (послуги), визначаються не тільки економічністю виконання матеріального трансформаційного процесу, але в значній мірі є наслідком ефективності роботи управлінського персоналу. Тому підвищення ефективності управління нині представляє один із ключових шляхів покращення прибутковості діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Прибуткова діяльність підприємств будь-якої сфери бізнесу є неможливою в умовах застосування реактивного типу управління. Важливим фактором успішної діяльності підприємства є активна економічна політика, яка базується на використанні сучасного управлінського інструментарію, що орієнтований на оцінку майбутніх економічних наслідків альтернативних варіантів управлінських рішень.

Прибуток виражає вартісний вимір матеріального трансформаційного процесу підприємства, а в основі його формування лежать оцінені за допомогою вартісного компоненту вхідні та вихідні матеріальні потоки трансформаційного процесу.

Матеріальний трансформаційний процес для підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу представлено на рис. 1:



Рис. 1. Характеристика операційної системи підприємств готельно-ресторанного бізнесу

На основі аналізу і узагальнення фахової літератури на рисунку 1 представлено операційну систему підприємства готельного бізнесу, яка в свою чергу складається із таких складових елементів як готельне господарство, ресторанне господарство, виробництво комплементарних послуг та допоміжне виробництво. Якщо перші 3 напрямки діяльності пов'язані з виробництвом послуг для кінцевого споживача, то допоміжне виробництво виробляє матеріальні блага та послуги, які споживаються в рамках технологічного процесу готельного господарства, ресторанного господарства та процесу виробництва комплементарних послуг.

Основними видами послуг готелів є послуга «забезпечення проживання» та «забезпечення харчування», при чому попит на послугу «забезпечення харчування» є похідним від попиту на послугу «забезпечення проживання».

Від обсягу реалізації зазначених послуг в значній мірі залежать фінансові результати діяльності готелю, оскільки в умовах превалювання в структурі витрат підприємства постійної складової прибуток готелю проявляє високу чутливість до коливання обсягів діяльності (ефект операційного важеля). В свою чергу обсяг реалізації послуг готелю залежить від їх якості їх надання та ефективності використання маркетингового інструментарію.

Прибуток підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу є інтегральним показником, який формується на основі агрегування фінансових результатів за всіма видами послуг, які входять у збутову програму готелю. В ринковому середовищі, для якого характерним є високий рівень конкуренції та, відповідно, «ринковий диктат» цін на послуги, напрямком покращення фінансових результатів готелю за інших рівних умов (якість послуг, рівень собівартості та реалізаційних цін є заданими параметрами) є форсування продажу найбільш прибуткових видів послуг. При цьому прибутковість послуги розміщення може виражатися за допомогою альтернативних показників: на основі показника валового, операційного та маржинального прибутку.

В основі формування показника валового та операційного прибутку лежать показники валової (повної виробничої) та операційної собівартості відповідно. При цьому як показник валової собівартості, так і операційної собівартості не дозволяє, на нашу думку, проводити ефективну маркетингову політику, оскільки зазначені показники включають до свого складу витратні статті, які є нерелевантними для цілей стимулювання продажу окремих видів послуг в рамках оперативної та тактичної маркетингової політики підприємства.

Альтернативним підходом до формування прибутку є концепція маржинального прибутку, яка дозволяє проводити ефективну маркетингову політику.

Концепція маржинального прибутку представляє собою певний підхід до організації системи управлінського обліку. В науці та практиці управління на Заході концепція маржинального прибутку реалізується на основі організації системи управлінського обліку за принципами «директ-костингу». Методика визначення прибутковості послуги розміщення при маржинальному підході наводиться у формулі 1:

$$ПП_i = Ц_i - ПЗВ_i - НЗМ_i \quad (i = 1, \dots, m) \quad (1)$$

де: $ПП_i$ – плановий прибуток на одиницю обсягу діяльності для номерів i -того виду, грн./ліжко-день; $Ц_i$ – реалізаційна ціна на одиницю обсягу діяльності для номерів i -того виду, грн./ліжко-день; $ПЗВ_i$ – прямі змінні витрати на одиницю обсягу діяльності для номерів i -того виду, грн./ліжко-день; $НЗМ_i$ – непрямі змінні витрати на одиницю обсягу діяльності для номерів i -того виду, грн./ліжко-день.

Відповідно до значення показника $ПП_i$ необхідно ранжувати окремі послуги, що входять до збутової програми готелю, і стимулювати за допомогою маркетингового інструментарію реалізацію, насамперед, тих видів послуг, які мають найвище значення показника маржинального прибутку. Це дозволить, в свою чергу, більш повно завантажувати ту частину номерного фонду готелю, яка має вищий найвищий рівень рентабельності.

Список літератури

1. Hänsler K. H. Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen. Berlin: De Gruyter Oldenbourg, 2016. 557 S.
2. Gardini M. Marketing-Management in der Hotellerie. Berlin: De Gruyter Oldenbourg, 2015. 212 S.
3. Мардус Н. Ю. Особливості ціноутворення на готельно-ресторанні послуги. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 4. С. 43 – 48. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/4_04_uk/11.pdf (дата звернення 11.10.2020 р.).

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ ТА ПРАВО:
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ**

**Збірник тез доповідей Міжнародної
науково-практичної конференції
частина 4
(28 жовтня 2020 р.)**

Українською, англійською та російською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.

Технічний редактор: Нестеренко В. О.

Художній редактор: Михайленко К. В.

Коректор: Остаповець Н. М.

Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 27.10.2020 р. Формат 60x90/16

Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 9,8

Гарнітура Times New Roman.

Наклад 500 примірників. Зам. № 10297

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.

Свідоцтво про державну реєстрацію серія В01 № 710364 від 07.01.2007 р.

36000, м. Полтава, вул. Дмитра Корняка, 3

Всі права захищені.

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.



Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

