

УДК: 338.48

А.К. Зенг, А.В. Курлыкова

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»,
ОРЕНБУРГ, РОССИЯ

А.К. Zeng, A.V. Kurlykova

THEORETICAL ASPECTS OF THE IMPROVEMENT OF THE ASSORTMENTAL POLICY OF
ENTERPRISES OF THE SPHERE OF TOURISM IN THE CONDITIONAL ECONOMIC SANCTIONS
FEDERAL STATE BUDGETARY EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION
«ORENBURG STATE UNIVERSITY», ORENBURG, RUSSIA



Алина Константиновна Зенг
Alina Konstantinovna Zeng
aliseng@inbox.ru



Анна Владимировна Курлыкова
Anna Viadimirovna Kurlykova
кандидат экономических наук,
доцент
anna-vp@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена проблеме совершенствования ассортиментной политики предприятий сферы туризма в условиях экономических санкций. На основе систематизации и обобщения результатов прикладных исследований отечественных и зарубежных ученых по вопросам управления ассортиментом в статье уточняется содержание и экономическая сущность термина «ассортиментная политика». Ассортиментная политика представлена как стратегический инструмент по сохранению и удержанию рыночных позиций предприятия, учитывающий тенденции его развития, направленный на поддержание и укрепление конкурентных преимуществ, а также обеспечивающий эффективное позиционирование предприятия на рынке. На основе идентификации структурных элементов ассортиментной политики определены основные факторы, влияющие на процесс ее формирования. Выявлены особенности и проблемы управления ассортиментной политикой предприятий сферы туризма, обусловленные специфичностью отрасли, разнообразия предпочтений и требований потребительских сегментов, особенностей их поведения, а также конкурентным давлением и высокой динамичностью отраслей-поставщиков. Анализируются основные факторы и направления совершенствования ассортиментной политики предприятий сферы туризма в условиях неблагоприятной внешней среды. Особое внимание уделено вопросам адаптации системы управления ассортиментом туристических услуг к структурным изменениям рыночной конъюнктуры в результате экономических санкций.

Ключевые слова: ассортиментная политика, экономические санкции, сфера туризма.

Abstract. The article is devoted to the problem of improving the assortment policy of tourism enterprises in the context of economic sanctions. On the basis of systematization and generalization of the results of applied research of domestic and foreign scientists on assortment management, the article clarifies the content and economic essence of the term «assortment policy». The assortment policy is presented as a strategic tool for preserving and maintaining the company's market position, taking into account its development trends, aimed at maintaining and strengthening competitive advantages, as well as ensuring effective positioning of the company in the market. Based on the identification of structural elements of the assortment policy, the main factors influencing the process of its formation are determined. The features and problems of managing the assortment policy of enterprises in the tourism industry, due to the specificity of the industry, the diversity of preferences and requirements of consumer segments, the characteristics of their behavior, as well as competitive pressure and high dynamic industries-suppliers. The main factors and directions for improving the assortment policy of tourism enterprises in an unfavorable external environment are analyzed. Particular attention is paid to the adaptation of the management system of the range of tourism services to structural changes in the market situation as a result of economic sanctions.

Keywords: assortment policy, economic sanctions, tourism.

Введение. Актуальность выбранной темы обоснована тем, что любому предприятию сферы туризма, для того чтобы удержать свои позиции на рынке в условиях экономических санкций, необходимо правильно анализировать ассортимент и принимать решения по его совершенствованию. Ассортимент услуг является одним из наиболее важных факторов, влияющих на размер чистой прибыли, а также на ряд других количественных и качественных показателей работы организации: рентабельность, оборот, конкурентоспособность, долю рынка и т.д. Более того, предлагая ту или иную услугу, предприятие может достичь различных целей в зависимости от сложившейся ситуации на рынке. Поэтому формирование и совершенствование ассортимента, способствующего оптимизации прибыли, сохранению

желаемой прибыли на длительный период времени, очень актуально для предприятий, стремящихся быть конкурентоспособными.

Целью исследования является изучение теоретических аспектов совершенствования ассортиментной политики предприятий сферы туризма в условиях экономических санкций.

Для достижения цели, были поставлены следующие задачи:

- проанализировать различные подходы к определению «ассортиментная политика» и предложить авторское понимание термина;
- выделить основные элементы ассортиментной политики;
- рассмотреть понятие экономических санкций;