

**Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України
Державна вища техніко-економічна школа
ім. Броніслава Маркевича в Ярославі (Польща)
Вища школа економіки і менеджменту в публічному
адмініструванні у Братиславі (Словаччина)
ВПГО «Спілки аудиторів України»
Аудиторська компанія ТОВ «Варіанта»**



**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ В
УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ»**

**МАТЕРІАЛИ ІХ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

**28 жовтня 2021 року
Мукачево**

УДК 657:658
A43

Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 28 жовтня 2021 р., м. Мукачево. – 229 с.

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю», в яких розглядаються методологічні, методичні та практичні засади обліку, аналізу та аудиту в контексті розвитку економічної науки та практики. Окреслено коло проблем і запропоновані пропозиції щодо покращення змісту і якості обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю будуть цікавими і корисними для науковців і практиків усіх галузей економіки.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, що надана в рукописах, та залишає за собою право не розділяти поглядів деяких авторів на ті чи інші питання, розглянуті на конференції.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет Науково-технічною радою Мукачівського державного університету (протокол № 4 від 18 листопада 2021 р.)

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет Вченою радою Мукачівського державного університету (протокол № 8 від 25 листопада 2021 р.)

пошта, банерна реклама, а також унікальні інструменти роботи із цільовою аудиторією – контекстна реклама та пошукова оптимізація.

Інтернет-маркетинг суттєво відрізняється у різних аспектах від традиційних маркетингових комунікацій завдяки використанню віртуального інформаційного простору.

Стегней Маріанна Іванівна,
д.е.н., професор кафедри економіки та фінансів,
Неймет Віктор Вікторович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»
спеціальності 051 «Економіка»,
Ковач Володимир Володимирович,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності 051 «Економіка»
Мукачівського державного університету

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Результативність функціонування економічних систем тісно корелює із наявними сприятливими ендогенними та екзогенними факторами і умовами, що дають можливість реалізувати процес досягнення кінцевих цілей.

В системі ринкової економіки локальний та територіальний розвиток не обмежується розширенням виробничих потужностей та результатів виробництва, а сильно залежить від організаційних особливостей бізнес процесів.

В сучасній економічній літературі існує багато теоретичних підходів до визначення самого терміну «процес». Згідно розробок А.В. Шеєра [1] процесом можливо вважати певну послідовність виконання окремих операцій (складових елементів) обмежених часовими рамками, що дає можливість досягти результат або виробити продукт і формує комплексну систему процесної реалізації.

Таким чином, трактування терміну «процес» має охоплювати чотири наступні ознаки: часу, продукту, системи та методу. Ознака часу характеризується часовими рамками та часовою послідовністю для різних операцій в системі процесу. Ознака продукту відображає кінцевий або ж проміжний результат виконання операцій. В якості такого результату може бути як товар, так і послуга. Система процесної реалізації охоплює взаємодію людей, інформації та машин з обладнанням. Процес зумовлює всю систему процесної реалізації і, навпаки, система процесної реалізації неможлива без процесу. Ознака методу характеризується тим, що трактування процесу передбачає певний методичний підхід, що базується на відрізняє процеси та окремі господарські операції, визначає типовість та повторюваність окремих процесів та складових системи процесної реалізації.

У процесі обґрунтування економічних рішень в сучасній літературі та практиці при моделюванні економічних явищ і процесів часто використовують не виокремлений термін «процес», а словосполучення «бізнес-процес».

Теоретичні засади бізнес процесів мають зовсім незначну історію, адже узагальнене розуміння даного явища сформувалося приблизно тридцять років назад і певний час не знаходило ознак популяризації. А от коли керівники бізнесу визнали той факт, що застосування виключно функціональних підходів у системі управління потребує збільшення витрат на матеріальні та трудові ресурси і не приносить належних результатів, то все більше почали звертатися до теорії бізнес-процесів [2, 7, 8]. В. Попов та С. Ляпунов проводять чітку межу між функціональним та процесним підходами в системі обґрунтування економічних рішень «діяльність не рухається вгору і вниз, уздовж функціональної ієрархії, вона тече крізь організацію у вигляді набору бізнес-процесів» [3].

В системі трансформаційних процесів економіки всі дії спрямовуються на задоволення потреб окремих осіб або їх сукупності, яких ототожнюють з поняттям «клієнт». В якості клієнта дослідники [4] називають саме споживачів кінцевої продукції або послуги. А в якості цілі бізнес процесів визначають новостворені споживчі вартості [5]. Такий підхід відповідає теорії М. Портера щодо основного завдання бізнесу, яке полягає у необхідності збільшувати вартість у процесі виробництва або надання послуг [6].

В рамках здійснюваного дослідження трансформаційних процесів економіки на національному, регіональному та локальному рівнях, під категорією «бізнес процес» доцільно розуміти упорядковану в часі і просторі послідовність дій, спрямовану на досягнення попередньо поставленої цілі, отримання результату у вигляді певного продукту або послуги та отримання прибутку або соціального ефекту.

Список використаної літератури:

1. Шеер А.В. Моделирование бизнес-процессов. М.: Вестъ-Метатехнология, 2000. 205 с.
2. Лафта Дж. К. Эффективность менеджмента организации: учеб. пособие. М.: Русская Деловая Литература, 2003. 320 с.
3. Попов В.М., Ляпунов С.И. Бизнес-планирование: учебник. М.: Финансы и статистика, 2001. 672 с.
4. Рубцов С.В. Уточнение понятия «бизнес-процесс». Менеджмент в России и за рубежом. 2002. № 6. С. 26-33.
5. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса: концепция и методы планирования: учеб. пособие. М.: 1998. 345 с.
6. Портер М. Конкуренция. М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. 488 с.
7. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності Закарпатської області та можливостей ведення бізнесу / М.І. Стегней// Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки / гол. редактор К.С. Шапошников. – Херсон, 2014. – Випуск 8. Частина 1. – С.40-43.
8. Роль малого бізнесу в соціально-економічній системі Закарпатської області/ М.І. Стегней, І.М. Бошинда, В.Я. Попфалуші// Причорноморські

Чучка Іван Михайлович,
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту та маркетингу,
Мукачівський державний університет

КЛЮЧОВІ РЕЗУЛЬТАТИ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ КАФЕДРИ ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ ТА МАРКЕТИНГУ ЗА 2015-2020 РР. (НАПРЯМОК 075 «МАРКЕТИНГ»)

Географічне розташування Мукачівського державного університету (МДУ) на роздоріжжі транспортних і торговельно-економічних вилок в Закарпатському прикордонному регіоні, який вважається центральним мостком між Сходом та Заходом, – дає можливість освітньо-науковій еліті бути в центрі основних подій, що є ефективним викликом для розробки ключових доктрин міжнародної соціально-економічної інтеграції України до ЄС через механізми транскордонного співробітництва.

Тому, в МДУ вже багато років поспіль молоді вчені під керівництвом досвідчених науковців проводять поглиблені дослідження, які є актуальними в тій чи іншій сфері людської діяльності за відповідним напрямком роботи кафедр. Так, протягом 2015-2020 років на базі кафедри маркетингу, а згодом внаслідок реорганізаційних процесів – кафедрою обліку і оподаткування та маркетингу здійснювалася науково-дослідна робота за темою «Маркетингові засади у вдосконаленні механізму інфраструктурного забезпечення транскордонного економічного співробітництва» (номер державної реєстрації 0116U004817).

Актуальність обраної теми полягає у тому, що процеси міжнародної економічної інтеграції на мезорівні проходять недостатньо активно, що поглиблює проблеми на макрополітичному рівні. З приводу останнього, найбільш вдалим є приклад останніх років, в якому Угорщина (яка завжди виступала надійним партнером для України) із-за змін в мовному Законодавстві України, який на їхню думку пригнічує національні меншини, – зараз активно голосують проти приєднання України до ЄС. І подібних прикладів ставлення ворожо між сусідніми країнами є чимало. Однією з найбільш значущих причин такого стану явищ, можемо констатувати відсутність використання основних засад маркетингової філософії, яка вважається ключовою моделлю розвитку економіки на будь якому рівні ієрархічної системи.

Так само логістична і туристична складові розвитку інфраструктури регіону знаходяться на низькому рівні. Вирішити дану проблему також необхідно через зміни щодо підготовки студентів за спеціальністю 075 «Маркетинг», так, як останнє безпосередньо впливає на подальший напрямок активізації економіки на прикордонних територіях. А тому, вище описані передумови викликали значний



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>