

**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.)**

<b>Поневач А.І., Королович О.О.</b> ІННОВАЦІЙНІ ТИПИ ЗМІННОГО ТА ГНУЧКОГО ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	145
<b>Ророчух О.Р., Kupriyenko I.V., Meshko L.Y.</b> INFORMATION SUPPORT AND ITS ROLE IN ENTERPRISE MANAGEMENT	147
<b>Процишин О.Р.</b> КОНКУРС ПРОЄКТІВ МІСЦЕВИХ ІНІЦІАТИВ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ	149
<b>Рейс Т.Т.</b> ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ	151
<b>Реслер М.В.</b> ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ	154
<b>Рибчук А.В.</b> ЕВОЛЮЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ПРОСТОРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	155
<b>Лизанець А.Г., Скуба А.М.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗМІНИ ЯК ОБ'ЄКТ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	157
<b>Торіна В.І.</b> ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ТЕОРІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА	159
<b>Феср А.Є.</b> ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГІРСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	161
<b>Чизмар І.І.</b> МОДЕЛЬ ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ КІБЕРСПОРТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	163

#### **СЕКЦІЯ 4.**

#### **СУЧАСНІ ПІДХОДИ У ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСАД РОЗВИТКУ РЕГІОНУ**

<b>Бабинець А.В., Кручак Л.В.</b> ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ	166
<b>Бора Н.Ю.</b> MYSTERY SHOPPING (ТАЄМНИЙ ПОКУПЕЦЬ) ЯК ІНСТРУМЕНТ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ	168
<b>Гаврилець О.А., Гаврилець О.В.</b> РОЛЬ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	170
<b>Гаврилець О.В.</b> СОЦІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	171

**Поневач Аттіла Іванович,**  
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,  
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,  
**Королович Оксана Омелянівна,**  
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу  
Мукачівський державний університет.

## **ІННОВАЦІЙНІ ТИПИ ЗМІННОГО ТА ГНУЧКОГО ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Особливості функціонування торгових осередків єдині для всіх типів інноваційних моделей торгового підприємництва. Це зумовлено наявністю їх типової структури, яку умовно можна деталізувати за такими елементами:

- 1) наявність складів чи їх комплексів;
- 2) наявність підсобних приміщень;
- 3) наявність адміністративних та побутових приміщень;
- 4) наявність обладнання для торгового підприємництва.

Як постійні, так і тимчасові торгові осередки мають узагальнювати основні інфраструктурні елементи, що визначають їх особливості: орієнтування на забезпечення безперебійної роботи торгових платформ; орієнтування на продаж товарів; орієнтування на розвиток.

Не зважаючи на єдність особливостей функціонування та структури торгових осередків, інноваційні моделі торгового підприємництва різняться за особливостями використання торгової платформи за схемами дій підприємців з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну товарами та послугами та їх деталізацією.

Торгова платформа pop-up відрізняється наступними особливостями [2]:

- 1) короткостроковість існування пов'язана з існуванням від кількох днів до кількох тижнів;
- 2) гнучкість розміщення, що можлива шляхом розташування в місцях скупчення потенційних покупців;
- 3) можливість регулювання витрат на утримання шляхом мінімізації витрат на оренду, економії на торговельному обладнанні та на рекламі;
- 4) можливість торговельної платформи створити ажіотаж;
- 5) гібридний формат (як фестивалю з фудкортом, шоу, незвичайної вистави, вечірки з опцією з організації дозвілля);
- 6) орієнтація торговельної платформи на персоналізацію товарів.

Підприємництву за цією моделлю властива специфічна схема дій підприємців з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну, що є тимчасовою та містить: етап 1: зустріч покупців на майданчиках з високим трафіком; етап 2: створення ажіотажу і новизни; етап 3: короткострокова пропозиція товарів у межах концепту, який створює ажіотаж і новизну; етап 4: відпуск товарів та супутні до них операції; етап 5: вручення товарів, виконання послуг; етап 6: розрахункові операції.

Функціонування платформи Шоу-рум відрізняється за особливостями [1]:

- 1) варіативність існування торговельної платформи за термінами;

- 2) не змінність формату, функціональність;
- 3) вузька спеціалізація та широкий асортимент товарів такої категорії;
- 4) обмежений доступ;
- 5) орієнтація торговельної платформи на персоналізацію та кастомізацію.

Підприємництву за цією моделлю властива специфічна схема дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну, що є постійною та містить: етап 1: виявлення довгострокового попиту та зустріч покупців у межах торговельних платформ закритого/відкритого типів; етап 2: демонстрація ексклюзивних товарів, товарів вузького асортименту, пропозиція супутніх послуг; етап 3: оформлення та виконання замовлення (видача); етап 4: розрахункові операції.

Точки видачі / доставляння - це торгові платформи, що з'явилися досить давно. Ця торгова платформа вирізняється наступними особливостями:

- 1) варіативність існування торговельної платформи;
- 2) гнучкість розміщення торговельної платформи;
- 3) можливості регулювання витрат з утримання торговельної платформи;
- 4) омні-форматність торговельної платформи;
- 5) широкий асортимент товарів, послуг, їх персоналізація та кастомізація.

Поєднання особливостей використання торговельної платформи видачі / доставляння формулює можливість її використання для: генерування додаткового доходу для різних форматів торгівлі; генерування основного доходу для допоміжної діяльності з реалізації товарів.

Для моделі підприємництва за цією моделлю властива наявність 2-х опорних схем дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну точках видачі / доставляння.

Зокрема, якщо платформа забезпечує допоміжну діяльність реалізації товарів схема дій є типовою: етап 1: залучення покупців та постачальників до унікального ланцюга постачання; етап 2: прийняття та обробка замовлення; оформлення та виконання замовлення (видача); етап 3: розрахункові операції.

Якщо платформа діє як сервіс автоматизації торгівлі суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу схема дій може бути різною, однак у загальному вигляді є наступною: етап 1: виявлення довгострокового попиту; етап 2: залучення цільових покупців до торговельних платформ; етап 3: демонстрація товарів широкого асортименту, оформлення замовлення та їх передача у сервіс автоматизації торгівлі; етап 4: виконання замовлення.

Точки видачі / доставляння товарів постійно еволюціонують та формують нові формати.

### **Список використаної літератури:**

1. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового підприємства : учебник / И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич; Т.Н. Парамонова. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2014. — 283 с.
2. Horatiu Boeriu. BMW opens largest showroom worldwide in Abu Dhab URL.: <http://www.bmwblog.com/2012/02/21/bmw-opens-largest-showroom-worldwide-in-abu-dhabi/> (дата звернення: 17.08.2021).



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto: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/>