

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



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

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

**26 жовтня 2023 року
Мукачево**



УДК 657:658
A43

Актуальні проблеми обліково – аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної інтернет - конференції, 26 жовтня 2023 р., м. Мукачево. – 393 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 № 9 від 23 листопада 2023 р.)

Гаврилець О.В., Дочинець Н.М., Кампо Г.М.	323
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК АГРОБІЗНЕСУ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	
Гаврилець О.В., Яковлєв М.	325
РЕКЛАМА НА ВІДЕОХОСТИНГУ YOUTUBE ЯК ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Горват О.І., Феєр О.В.	328
КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ ТА СКЛАДОВІ	
Літинська В. А.	329
МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ	
Матвійчук С.С., Балюга І.І.	331
ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ДО БРЕНДУ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	
Матвійчук С.С., Майор М.М., Росул О.Р.	333
МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ШВЕЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
Переста Х.Я., Бора Н.Ю.	335
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА МАШИННЕ НАВЧАННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ	
Русин О., Бора Н.Ю.	337
НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ	
Садула Л.М., Кучерепа В.Є.	339
ОПТИМІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ «ЕКОНОМІКИ УВАГИ»	
Садула Л.М., Луців Д.О.	341
ОПЕРАЦІЙНИЙ КОНСАЛТИНГ, ЯК ОДИН ІЗ ІНСТРУМЕНТІВ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ У КОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
Семиз Д.С.	343
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ МАРКЕТИНГУ НА ТОРГІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	
Хмарська І.А.	346
ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	
Шваб А.М., Феєр О.В.	348
СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ – СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	
Якубишин Є.М., Бора Н.Ю.	350
ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ТАЄМНОГО ПОКУПЦЯ (MYSTERY SHOPPING) У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	

Якубишин Є.М.,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
спеціальності 051 «Економіка»,
Бора Н.Ю.,
старший викладач кафедри
обліку оподаткування та маркетингу,
Мукачівського державного університету

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ТАЄМНОГО ПОКУПЦЯ (MYSTERY SHOPPING) У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Зміни в економіці, особливо падіння економічної активності та фінансові труднощі, змушують бізнеси оптимізувати витрати. Таємний покупець оцінює, як ці зміни впливають на рівень сервісу та задоволеність клієнтів. У воєнний час, роль таємного покупця значно змінюється. Як інструмент маркетингу, mystery shopping є не лише інструментом оцінки якості обслуговування та перетворюються на важливий елемент оцінки безпеки, надійності, адаптивності бізнес-процесів в екстремальних умовах.

Враховуючи появу нових ризиків та викликів, спричинених сучасними реаліями, що постали перед сучасним бізнесом, а саме: релокація бізнесу, економічні зміни, міграція працівників, - таємні покупці тепер оцінюють, яким компанії адаптуються до нових викликів, включаючи зміни у логістиці, управлінні запасами та надзвичайні заходи безпеки. Масовий виїзд персоналу за кордон впливає на якість та доступність послуг у сфері обслуговування. Таємний покупець аналізує, як компанії вирішують проблему дефіциту кваліфікованих кадрів, та як це впливає на обслуговування.

Mystery shopping - це загальноприйнятий метод дослідження, що передбачає залучення таємних покупців, яким надаються рекомендації анонімно оцінити процес обслуговування клієнтів, а також виконання операційних стандартів, якість продукції, тобто все те, що бачить реальний клієнт і навіть більше. Mystery shopping використовується для збору даних процесу комунікації персоналу закладу сфери обслуговування із їх клієнтами.

Сервіс високого рівня в бізнесі – це те, що заслуговує найбільшої уваги, ресурсів і зусиль. Тому вкрай важливо перевіряти роботу співробітників в точках продажу або підтримки. Клієнтами, як правило, є торгові компанії, банки, менеджери з обслуговування, заклади громадського харчування, телекомунікаційні компанії тощо. Спочатку клієнти повинні визначити свої цілі та завдання за допомогою методу «таємного покупця». Потім вони складають список вимог до поведінки людей, які проводять маркетингові дослідження, шукають відповідних кандидатів і проводять навчання. Таємний покупець відвідує торгову точку/салон/заклад, консультується та щось купує.

Іноді розробляється спеціальний сценарій для анонімно оцінки, щоб з'ясувати, чи зможе консультант встановити надійний контакт із складним покупцем, наприклад, метушливим, конфліктним або дратівливим.

Під час свого конфіденційного дослідження вони перевіряють: увагу співробітників до клієнтів; як співробітники реагують у нетипових ситуаціях; чи вони ввічливі та коректні з клієнтами; або чи мають достатньо інформації для відповідей на запитання покупців. Крім того, таємні покупці звертають увагу на атмосферу закладів сфери обслуговування та інші особливості надання послуг.

Завершальною частиною проведеного дослідження являється заповнення анкети-звіту. На підставі підготовленого звіту підприємство дає рекомендації щодо покращення роботи обслуговуючого персоналу. Крім того, результати, отримані під час роботи mystery shopping, використовуються для навчання співробітників компанії та підвищення їх кваліфікації.

Підвівши підсумки, слід зазначити, що в сучасних умовах релокації бізнесу значущість застосування даного інструменту активно зростає. Оскільки, за даними Міністерства Економіки за період із березня 2022 року до липня 2023-го кількість зареєстрованих підприємців в Україні зросла на 37 тис. осіб. Водночас через повномасштабну війну довелося релокувати понад 840 підприємств, з яких понад 660 відновилися і працюють. Ці суб'єкти господарювання перемістили свій бізнес на інші території та активно просувають свої продукти та послуги на тому чи іншому ринку.

Таємні покупці досліджують, наскільки ефективно компанії адаптують свої продукти та послуги до нових географічних умов та культурних особливостей регіону, в який вони релокувалися:

- таємний покупець має можливість оцінити рівень задоволеності місцевих клієнтів сфери обслуговування.
- вимірювання реакції місцевого населення на обслуговування, яке надає переміщений бізнес та виявлення потенційних прогалин у розумінні місцевих потреб.
- аналіз, як відтік кваліфікованих працівників впливає на робочу атмосферу, продуктивність та здатність забезпечувати якісне обслуговування.
- дослідження того, як компанії адаптують свої підходи до навчання та підготовки нових працівників, особливо у ситуаціях, коли потрібно швидко заповнити кадрові вакансії.

Отже, високий рівень обслуговування у бізнесі вимагає уваги та контролю. Технологія таємного покупця виявляється найефективнішим методом оцінки якості обслуговування. Цей підхід дозволяє компаніям аналізувати роботу персоналу, забезпечуючи покращення обслуговування та залучення цінної інформації для навчання та підвищення кваліфікації співробітників.

Список використаної літератури:

1. Таємниць покупець: хто це і як це працює, обов'язки. Електронний ресурс/ Режим доступу <https://outsourcing.team/uk/blog/menedzhment/hto-takij-tayemnij-pokupets/>
2. Таємний покупець: навіщо він потрібен компанії? Електронний ресурс/ Режим доступу <https://fractus.com.ua>

СЕКЦІЯ 5.
**ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ**

Chalas K.,
prof. Ph.D., Department of Didactics,
School Education and Pedeutology
Faculty of Social Sciences
John Paul II Catholic University of Lublin

Harapko V.,
Candidate of Pedagogical Science, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of English Langague, Literature and Methods of Teaching,
Mukachevo State University,

Liba N.,
Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Accounting and
Taxation and Marketing
Mukachevo State University,

**INFORMATION PROVISION OF MANAGEMENT ACTIVITIES AND
FORMATION OF INFORMATION COMPETENCE**

In order to achieve the main goal of the effective integration of our country into the global information society Ukraine needs to solve the task of creating informational space and at the same time build a democratic, social, and legal state and civil society.

The creation of such a space will depend on the mosaic component of individual agents, whose activities will be determined by the effectiveness of the implementation of information technologies. Among them there is the implementation of management activities of educational institutions that have appropriate information support.

In the context of clarifying the paradigm of information provision of management activity, first of all it is defined what information is. Information is a collection of information that is received from the environment (input information), issued to the environment (output information), or stored within a certain system. Information exists in the form of documents, drawings, pictures, texts, sound and light signals, electrical and nerve impulses, etc.

The most important properties of information are objectivity and subjectivity; completeness; certainty; adequacy; accessibility; and topicality.

The source is called the server, and the consumer is called the client; data conversion is a process of converting data from one form to another.

Among the important components of information provision is software development. The programs used in institutions of higher education are divided into the following software tools: educational, diagnostic, training, database, simulation, modeling, and instrumental.

Information support of management activities implies the existence of such a concept as an information system, which represents a set of tools, methods, and personnel



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/>