

**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

**Реслер Марина Василівна,**  
д.е.н., професор, декан факультету  
економіки, управління та інженерії,  
Мукачівського державного університету

## **ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ**

Ефективна реалізація інноваційного потенціалу прямо залежить від того, наскільки правильно обрана стратегія інноваційного розвитку на підприємстві. У зв'язку з цим стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства набуває особливого значення, орієнтуючи виробничу діяльність на запити споживачів, дозволяючи більш гнучко реагувати і здійснювати своєчасні зміни, досягати конкурентних переваг в довгостроковій перспективі.

Від стану інноваційного потенціалу підприємства залежить вибір тієї чи іншої стратегії розвитку організації. Інноваційна стратегія – це передбачення глобальних змін в економічній ситуації і пошук масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток організації. Інноваційна стратегія є одним із засобів досягнення цілей організації і характеризується новизною як для організації, так і для галузі, ринку, споживачів [1].

Залежно від мети і позицій на ринку виокремлюють такі види інноваційних стратегій: стратегія наступу, стратегія захисту, імітаційна, залежна, стратегія «за нагодою» (стратегія «ніші») [2, с.70].

Для постійного відновлення інноваційного потенціалу слід здійснювати безперервний моніторинг інноваційної діяльності як в межах підприємства, так і на рівні галузі, регіону, країни тощо. Моніторинг інноваційної діяльності - систематичний збір, обробка та аналіз інформації про перебіг інноваційних процесів, практичні наслідки заходів щодо стимулювання і регулювання інноваційної діяльності в країні (регіоні, галузі, на підприємстві), результати реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності. Обґрунтовуючи вибір інноваційної стратегії, керівники повинні враховувати її відповідність загальній стратегії розвитку організації, прийнятність її за рівнем ризику, готовність ринку до сприйняття новинки [1].

Розглядаючи розвиток підприємства як безперервний процес надбання і розширення його ресурсних можливостей, слід виділити той факт, що оскільки хід розвитку кожного підприємства строго індивідуальний, а отже, кожне підприємство володіє індивідуальним набором ресурсів, не можна не враховувати вплив, який здійснює існуючий ресурсний набір на вибір стратегії підприємства.

Стверджуючи, що важливим чинником вибору підприємством того чи іншого виду інноваційної стратегії повинно виступати ресурсне забезпечення в органічному поєднанні з цілями стратегії, взаємодія цих двох факторів має визначальний вплив на формування підприємством стратегії інноваційного розвитку, зазначаючи, що інноваційні цілі організації впливають з загальних стратегічних цілей, а ресурсний набір підприємства формує необхідний інноваційний потенціал.

Отже, можна стверджувати, що управління інноваційним розвитком підприємства не обмежується лише визначенням цілей інноваційної стратегії, а потребує оцінки можливостей фірми щодо їх реалізації. З цього випливає, що інноваційна ціль формує вектор розвитку, який повинен забезпечувати досягнення поставлених цілей, але кращі результати підприємство може отримати лише за умов відповідності його цілей наявному інноваційному потенціалу, через який відбувається розвиток організації.

#### **Список використаної літератури:**

1. Грінченко К. О. Фактори розвитку інноваційного підприємства [Електронний ресурс] / К. О. Грінченко. – Режим доступу: <http://ev.nuos.edu.ua>
2. Стратегічне планування інноваційного розвитку підприємства/ Д.Ю. Крамський, А.В. Рачинська// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. - Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 67'(1040) - С. 69-73.

**Рибчук Анатолій Васильович,**

д.е.н.професор кафедри економіки та менеджменту  
Дрогобицький державний  
педагогічний  
університет імені Івана Франка

### **ЕВОЛЮЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ПРОСТОРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Розвиток глобальної конкуренції привів до перестроювання і формування нових територіальних, адміністративних і просторових форм господарювання суб'єктів діяльності різних рівнів. Якщо розглядати просторову економіку поряд з традиційною регіональною, то більш інтегрованим науковим напрямком буде просторова економіка, до якої можна віднести регіони, регіональні системи, усі просторові форми господарства. Ряд авторів вважають, що «перший етап розвитку просторових досліджень був дуже тривалим і пов'язаний з до індустріальними економічними системами. Закладка цих систем сталася в період аграрної революції, яка пройшла приблизно десять тисяч років тому.

Перший етап розвитку просторової економіки вони називають «становленням економіки регіонів». У цьому періоді переважало «господарство збирання», що визначило початкову стадію економіки. На думку авторів, «відмінною рисою даного етапу є те, що «місце, час, кількість і якість пропонується природою». Поступово на деяких територіях починають формуватися економічні райони. За структурою районів видно, що домінували елементи, які властиві аграрній економіці. Взаємозв'язок між районами був несуттєвим і, як правило, обмежувався торгівлею товарами. Так само для даного етапу просторової економіки характерно існування ринку, який об'єднував міжнародну або торгівлю між містами. Якщо розглядати міжнародну торгівлю, то вона славилася своїми дуже рідкісними товарами (дорогоцінні метали, шовк, фарфор) і виступала як єдина нитка окремих економічно самостійних частин планети, здатних бути



# 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/>