

О. О. Маслиган,

д. е. н., професор, професор кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму, Мукачівський державний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8465-548X>

В. В. Гоблик,

д. е. н., професор, перший проректор, Мукачівський державний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1830-3491>

О. Г. Пустовіт,

ст. викладач кафедри підприємництва та туризму,

Одеський національний морський університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5405-5558>

DOI: 10.32702/2306-6814.2024.1.22

ЗАСАДИ ЕВОЛЮЦІЇ КОНЦЕПЦІЙ МЕРЕЖЕВОГО ТА ГНУЧКОГО (ЗМІННОГО) ТОРГОВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

O. Maslihan,

Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Management,
Management of Economic Processes and Tourism, Mukachevo State University

V. Hoblyk,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Vice-rector, Mukachevo State University

O. Pustovit,

Senior Lecturer of the Department of Entrepreneurship and Tourism, Odessa national maritime university

PRINCIPLES OF THE EVOLUTION OF NETWORK AND FLEXIBLE (ADAPTIVE) RETAIL BUSINESS

Наразі мережевий та гнучкий (змінний) торговельний бізнес є концепціями, які визначають нові підходи до організації та управління торгівлею. Зазначимо, що якщо мова йде про мережевий торговельний бізнес, то загальна спрямованість еволюції полягає у розширенні підходів до співпраці та партнерства, у розширенні кола використовуваних технологій та доступних даних про споживачів та аналітики, компанії. Якщо мова йде про гнучкий торговельний бізнес, то загальна спрямованість еволюції полягає у розширенні адаптивності та реакційності на зміни, мінімізації запасів, експериментації та інноватизації. Авторами звертається увага на той факт, що концепції мережевого та гнучкого торговельного бізнесу не лише розвиваються, але й стають більш конкретними та уточненими у своїх базових характеристиках, що своєю чергою формує потребу у дослідженнях процесу еволюції цих концепцій. Відтак, стаття спрямована на загальне дослідження змісту поступових змін концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу та окреслення їх еволюційного курсу. За результатами дослідження виокремлено кілька напрямків взаємодії та інтеграції концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу, що мають мати місце, якщо за мету поставлено досягнення оптимальних результатів. Серед таких напрямків: інтеграція технологій (впровадження та злагодження технологічних рішень для оптимізації процесів, підвищення ефективності та поліпшення взаємодії елементів ланцюга постачання); спільне управління ланцюгом постачання (взаємодія та співпрацю між учасниками ланцюга постачання); персоналізація та аналітика (використання інструментів та технологій для збору, обробки та аналізу даних); інновації (пошук новаторських рішень, ідей, технологій, про-

ведення експериментів); постійна адаптація до змін ринкових умов (прийняття та реалізація стратегій, які дозволяють ефективно реагувати на зміни). За результатами дослідження доведено, що напрямки взаємодії та інтеграції концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу мають мати такий формат, який через мережевий підхід та гнучкість, створює ефект синергії, який полягає у продукуванні оптимальних результатів в управлінні та в розвитку обміну товарів і послуг.

Currently, networked, and flexible trade businesses are concepts that define new approaches to the organization and management of commerce. Let's note that when it comes to networked trade businesses, the overall direction of evolution lies in expanding approaches to collaboration and partnership, broadening the scope of utilized technologies and available consumer data and analytics within companies. Regarding flexible (adaptive) trade businesses, the general trend in evolution involves enhancing adaptability and responsiveness to changes, minimizing inventory, fostering experimentation, and promoting innovation. The authors draw attention to the fact that the concepts of networked and flexible trade businesses are not only evolving but also becoming more specific and refined in their basic characteristics. This, in turn, creates a need for research into the evolution of these concepts. Therefore, the article is aimed at a general exploration of the content of gradual changes in the concepts of networked and flexible (adaptive) trade businesses and delineating their evolutionary course. The research results highlight several directions for the interaction and integration of the concepts of networked and flexible (adaptive) trade businesses, which are expected to occur when the goal is set to achieve optimal results. Among such directions are: technology integration (specifically, the implementation and harmonization of various technological solutions to optimize processes, enhance efficiency, and improve interaction across the entire supply chain); collaborative supply chain management (interaction and cooperation among different participants in the supply chain); personalization and analytics (utilizing analytical tools and technologies for the collection, processing, and analysis of consumer data); innovation and experimentation (actively seeking innovative solutions, ideas, and technologies, conducting experiments); continuous adaptation to changing market conditions (adopting and implementing strategies that enable businesses to effectively respond to changes). The research results demonstrate that the directions of interaction and integration of the concepts of network and flexible trade business should take a format that, through a network approach and flexibility, creates a synergy effect. This effect lies in producing optimal outcomes in the management and development of the exchange of goods and services.

Ключові слова: управління системами масового обслуговування; мережевий ритейл; змінність у торгівлі; тимчасові торгові осередки; моделі торгового підприємництва.

Key words: mass service systems management; network retail; trade variability; temporary trading hubs; business models in retail.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Наразі мережевий та гнучкий (змінний) торговельний бізнес — концепції, що визначають нові підходи до організації та управління торгівлею. Зазначимо, що якщо мова йде про мережевий торговельний бізнес, то загальна спрямованість еволюції полягає у розширенні підходів до співпраці та партнерства (зокрема, співпраця організується між учасниками ланцюга постачання, такими як виробники, постачальники, дистриб'ютори та роздрібні мережі), у розширенні кола використовуваних технологій (серед таких технологій не лише Інтернет, мобільні додатки, аналітика даних та штучний інте-

лект, але й інші, перелік яких постійно розширюється) та у розширенні доступних даних про споживачів та аналітики бізнесу (яка поглиблює рівень персоналізації пропозиції та послуг для забезпечення максимальної задоволеності клієнтів). Якщо мова йде про гнучкий (змінний) торговельний бізнес, то загальна спрямованість еволюції полягає у розширенні адаптивності та реакційності до змін (зокрема, розширюються вектори, що моделюють логіку реакції на зміни в ринкових умовах), у мінімізації запасів (зокрема, відбувається поступова переорієнтація на стратегії, спрямовані на мінімізацію запасів та оптимізацію ланцюга постачання), у експериментації та інноваціях (поглиблюються процеси формування бізнесів, що відкриті до експериментів та постійного вдосконалення господарської діяльності).



Рис. 1. Ознаки процесу еволюції концепції мережевого торговельного бізнесу

Примітка

¹ Одна з передумов ефективності мережевого торговельного бізнесу полягає у спільній роботі різних учасників ланцюга постачання. Це може включати спільне планування, обмін даними та ресурсами, спільні ініціативи та стратегії.

² Одна з передумов ефективності мережевого торговельного бізнесу полягає у застосуванні різноманітних технологій, що автоматизують процеси планування, обміну даними, збільшують точність даних та вдосконалюють комунікації між різними частинами ланцюга постачання. Це також сприяє інноваціям та створенню конкурентних переваг.

³ Одна з передумов ефективності мережевого торговельного бізнесу полягає у зосередженні уваги на потребах та очікуваннях споживачів, яке дозволяє створювати персоналізовані пропозиції та послуги. Використання аналітики даних може допомогти зрозуміти попит.

Джерело: сформовано автором на основі [1; 3; 6].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Серед наукових джерел, які характеризують загальну змінність або ідентифікують специфіку сучасних концепцій торговельного бізнесу можна виокремити напрацювання А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутіна, А.Г. Герасименко, Гуляєва Н. М., Камінського С. І., Кушнір О. К., Чаплінського В. Р. та Максименко Д. В. У межах наведених досліджень неодноразово зверталася увага на той факт, що концепції мережевого та гнучкого (змінного) торговельного бізнесу динамічно розвиваються та взаємодіють відповідно до сучасних тенденцій і вимог ринку. При цьому Кушнір О. К., Чаплінський В. Р. та Максименко Д. В. також вказують, що загальний розвиток таких концепцій спрямований на окреслення та поглиблення їх специфічності, щодо базових характеристик (які визначаються як такі, що вирізняють зміст кожної зі згаданих концепцій). Одночасно еволюційний курс таких концепцій спрямований на розвиток загальної ідеї або погляду, який утворює основу для взаємодії мережевого та гнучкого (змінного) торговельного бізнесу. Це стає очевидним при аналізі робіт Мазаракі, В.Д. Лагутіна, А.Г. Герасименко та інших авторів. Концепції мережевого та гнучкого торговельного бізнесу не лише розвиваються, але й стають більш конкретними та уточненими у своїх базових характеристиках, що своєю чергою формує потребу у дослідженнях процесу їх еволюції.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є загальне дослідження змісту поступових змін концепцій мережевого та гнучкого (змінного) торговельного бізнесу та окреслення їх еволюційного курсу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Концепція мережевого торговельного бізнесу наразі визначає підхід до організації та управління бізне-

сом, який базується на тісній співпраці та партнерстві між різними учасниками ланцюга постачання. Процес еволюції такої концепції спрямований на посилення, змінність та різну за ступенем інтегрованості кількох її характеристик, серед яких [1—3; 6]:

1) співпраця та партнерство (ця характеристика зумовлена тим, що мережевий ритейл спрямований на співпрацю між різними учасниками, такими як виробники, постачальники, дистриб'ютори та роздрібні мережі);

2) використання технологій (ця характеристика зумовлена тим, що мережевий ритейл використовує різноманітні технології, такі як Інтернет, мобільні додатки, аналітика даних та штучний інтелект);

3) орієнтація на споживача (ця характеристика зумовлена тим, що мережевий ритейл спрямований на задоволення потреб та очікувань споживачів).

Важливо враховувати, що концепція мережевого торговельного бізнесу (як організована економічна діяльність) є абстракцією, оскільки за набором характеристик може змінюватися залежно від потреб ритейлера та потреб конкретної моделі його підприємництва (коли мова йде про створення та/або про управління конкретними напрямками бізнеса або бізнес-ініціативами ритейлера).

Мережевий ритейлер може орієнтуватися на створення ефективних систем співпраці з партнерами, на впровадження передових технологій або на вдосконалення процесів взаємодії зі споживачами. Наприклад, ритейлер Walmart Inc активно використовує різні мережеві підходи до управління ланцюгом постачання за моделями підприємництва Wal-Mart Stores East, Wal-Mart Stores Texas, Wal-Mart Property Company, Wal-Mart Real Estate Business Trust Sam's West тощо. Фахівці компанії побудували інтегровану систему співпраці зі своїми постачальниками, використовуючи технології миттєвого обміну інформацією про запаси та попит. Amazon Inc використовує автоматизовані системи та роботизовані технології для оптимізації процесів зберігання, вибірки та упакування товарів. Це дозволяє їм швидко реагувати на зміни в попиті та забезпечувати ефективність управління запасами у межах кожної з точок видачі/доставляння. Carphone Warehouse Group

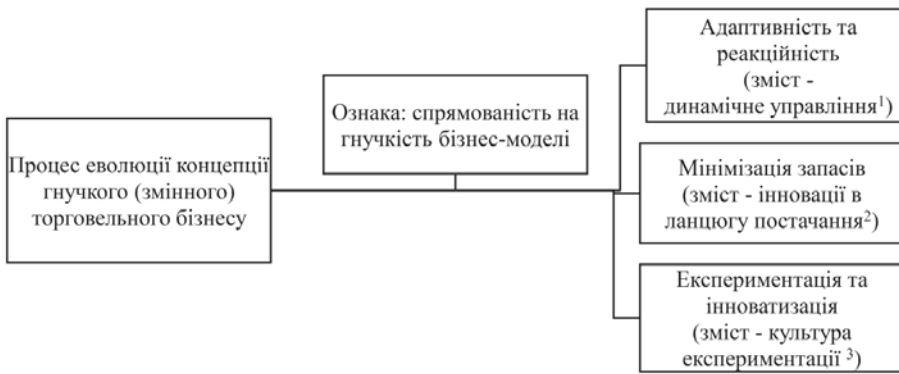


Рис. 2. Ознаки процесу еволюції концепції еволюція гнучкого (змінного) торговельного бізнесу

Примітка

¹ Гнучкі бізнес-моделі активно використовують динамічне управління, щоб швидко реагувати на зміни в ринкових умовах. Такі моделі можуть миттєво адаптуватися до нових тенденцій, попиту або конкурентного середовища.

² Гнучкі бізнес-моделі дедалі більше використовують технології для оптимізації ланцюга постачання. Це охоплює прогнозування попиту, використання систем "just-in-time" та інші стратегії для мінімізації запасів.

³ Гнучкі компанії стимулюють культуру експериментів і інновацій. Вони можуть швидко впроваджувати нові ідеї, тестувати їх на ринку та змінювати свої стратегії на основі отриманих даних.

Джерело: сформовано на основі [2—3; 6]

PLC використовує стратегію "швидкий модуль", яка передбачає швидке виробництво та введення нових товарів відповідно до потреб споживача. Фахівці компанії активно взаємодіють зі своїми клієнтами, аналізуючи ринкові тенденції та надаючи актуальний асортимент товарів у власних мережевих магазинах. Приклади орієнтування на окремі характеристики концепції чисельні, однак за аналізом досвіду мережевих лідерів ринку, таких як Apple Store, The Home Depot, Kesko Oyj, Zalando пріоритетним є саме поєднання співпраці, використання технологій та орієнтації на споживача, оскільки це може підвищити ефективність управління ланцюгом постачання бізнесом або окремим моделями підприємства, що йому належать.

Внаслідок окресленої орієнтації згадані компанії:

1) створили мережу партнерів, щоб розширювати свій асортимент і надати клієнтам більше вибору (співпраця з партнерами дозволяє їм швидко реагувати на ринкові тенденції та коригувати асортимент); 2) використовувати передові технології в аналітиці даних та в побудові системи комунікації зі своїми клієнтами. Вони застосовують штучний інтелект для аналізу покупок та переглядів, надаючи персоналізовані рекомендації та підкреслюючи популярні моделі чи бренди; 3) ставити клієнта в центр свого бізнесу (зокрема, надаючи індивідуальні поради з вибору товарів, вивчаючи попередні покупки та вподобання клієнтів). Ритейлер також активно взаємодіє зі своїми клієнтами через соціальні мережі та збирає відгуки, щоб мати спроможність адаптувати свій асортимент до реальних потреб споживачів.

Отже, важливо відзначити, що еволюція концепції мережевого торговельного бізнесу спрямована на максимально щільне поєднання розглянутих нами характеристик [3]. Це, безперечно, підвищує ефективність управління ланцюгом постачання, яке визначається як важливий аспект прибутковості мережевого торговельного бізнесу (див. рисунок 1).

Концепція гнучкого (змінного) торговельного бізнесу сфокусована на адаптивності та готовності підприємця реагувати на зміни в ринкових умовах. Процес еволюції такої концепції спрямований на посилення, змінність. Він різний за ступенем інтегрованості її характеристик, серед яких [2—3; 6]:

1) адаптивність та реакційність (ця характеристика зумовлена тим, що гнучкі бізнес-моделі постійно адаптуються до змін в ринкових умовах, за наявними торговими платформами, реагуючи на нові тенденції, зміни в попиті та конкурентний тиск);

2) мінімізація запасів (ця характеристика зумовлена тим, що гнучкі бізнес-моделі спрямовані на ефективне управління запасами, використовуючи стратегії "just-in-time" та інші інноваційні методи);

3) експериментація та інновацізація (ця характеристика зумовлена тим, що гнучкі бізнес-моделі активно прагнуть до створення культури експериментів та інновацій, постійно впроваджуючи нові ідеї, тестуючи їх на ринку).

Важливо враховувати, що концепція гнучкого (змінного) торговельного бізнесу, за набором характеристик може змінюватися (залежно від загальних або індивідуальних потреб конкретної моделі торгового підприємництва). Зазначимо, що додаткову специфіку, щодо наведених вище процесів формує їх спрямованість на гібридизацію, яка формується внаслідок того, що концепції все частіше взаємодіють між собою. Крім того, багато успішних торговельних бізнесів інтегрують елементи обох підходів для досягнення оптимальних результатів.

Наприклад, H&M Hennes & Mauritz AB, у межах своєї моделі торгового підприємництва H&M Finance B.V., акцентує увагу на тимчасові торгові осередки, максимальну ефективність управління запасами, використовуючи технології точного прогнозування попиту та стратегії "just-in-time" для мінімізації запасів та змінності у торгівлі.

Intersport GmbH, у межах своєї моделі торгового підприємництва Intersport, ставить акцент на швидке реагування на зміни в ринкових умовах, розширюючи свої асортименти або змінюючи стратегії управління системами масового обслуговування тимчасових торговельних осередків.

Зазначимо, що ключовою рисою формату концепції є гнучкість, яка надає можливість бізнесам трансформувати підхід до торгівлі (залежно від конкретного контексту та обставин). Гнучкий торговельний бізнес передбачає, що належні йому підприємницькі моделі не є статичними.

Еволюція гнучкого (змінного) торговельного бізнесу спрямована на гнучкі бізнес-моделі або такі, що мо-



Рис. 3. Конкретизація напрямків взаємодії та інтеграції концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу

Джерело: сформовано на основі [1—3; 6].

жуть мати гнучкі структури та команди швидкого реагування на зміни (рис. 2).

Зазначимо, що гнучкий торговельний бізнес не є статичним. Суб'єкти, що застосовують цю концепцію, демонструють здатність адаптуватися та оптимізувати свою стратегію для досягнення максимальної ефективності в конкретних умовах ринку.

Зазначимо, що концепції мережевого та гнучкого (змінного) торговельного бізнесу можуть взаємодіяти між собою, тому багато успішних суб'єктів торгівлі інтегрують елементи обох підходів для досягнення оптимальних результатів [3]. Це своєю чергою формує еволюційний курс, щодо поступових змін мережевого та гнучкого (змінного) торговельного бізнесу та належних йому підприємницьких моделей. Наприклад, наразі Amazon не лише застосовує деталізовані підходи до взаємодії з постачальниками, виробниками та партнерами для розширення асортименту, але й технології для аналізу даних покупців та швидкої адаптації до змін в попиті на Amazon.nl. Суб'єкт також активно впроваджує інноваційні підходи, такі як дрони для доставки в різних регіонах Італії, Нідерландів та Швеції.

Фактично, можна виокремити кілька напрямків взаємодії та інтеграції концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу, що сприяють досягненню оптимальних результатів діяльності, зокрема [2-3; 6]:

1. Напрямок інтеграції технологій (спрямований на забезпечення злагодженої роботи технологічних рішень для оптимізації процесів торгівлі, підвищення їх ефективності та поліпшення взаємодії елементів ланцюга постачання для бізнесу та належних до нього підприємницьких моделей). Це може охоплювати використання

різних програмних продуктів, апаратних засобів та платформ для забезпечення ефективного управління постійними та тимчасовими бізнес-процесами;

2. Напрямок спільного управління ланцюгом постачання (спрямований на забезпечення взаємодії та співпраці між різними учасниками ланцюга постачання з метою оптимізації процесів та досягнення ефективності в управлінні постачанням товарів чи послуг). Це може включати в себе спільне планування, обмін інформацією, спільну оптимізацію логістичних процесів; спільне реагування на зміни; стандартизацію та інтеграцію систем; спільні ініціативи та інновації.

3. Напрямок персоналізації та аналітики (спрямований на використання аналітичних інструментів та технологій для збору, обробки та аналізу даних про споживачів з метою створення персоналізованих пропозицій). Цей напрямок орієнтований на індивідуальні потреби та уподобання кожного клієнта;

4. Напрямок інновації (спрямований на пошук новаторських рішень, ідей та технологій, проведення експериментів для з'ясування, які новації працюють найкраще в системах масового обслуговування). Цей напрямок відображає стратегічний підхід до створення конкурентних коштом співпраці зі стартапами та інноваційними партнерами, впровадження новітніх технологій торгівлі, експериментування з новими бізнес-моделями тощо.

5. Напрямок адаптації до змін ринкових умов (спрямований на прийняття та реалізацію постійних та тимчасових стратегій, які дозволяють бізнесам ефективно реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі ринку). Цей напрямок спрямований на забез-

печення гнучкості та конкурентоспроможності у змінному бізнес-середовищі.

За результатами дослідження наочно доведено, що напрямки взаємодії та інтеграції концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу мають приймати такий формат, який створює ефект синергії (через мережацію та гнучкість). Цей ефект полягає у продукуванні оптимальних результатів в управлінні та в розвитку обміну товарів і послуг (рис. 3).

Окреслена синергія забезпечує результативність коштом [1—3; 6]:

- створення інноваційних рішень, що підвищують якість обслуговування та забезпечують конкурентні переваги;

- швидшого реагування на зміни;

- оптимізації процесів взаємодії між учасниками ланцюга постачання;

- створення персоналізованих стратегій, що налаштовані на індивідуальні потреби споживачів;

- створення середовища, де інновації є частиною культури бізнесу, сприяючи постійному розвитку;

- швидшого реагувати на зміни ринкових умов та ефективно адаптації до нових тенденцій.

Зазначимо, що принцип синергії, застосований до цих напрямків, дозволяє створювати вартість, яка виходить далеко за межі тої, що є результатом застосування концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У межах дослідження звернено увагу на той факт, що загальний розвиток концепцій мережевого та гнучкого (змінного) торговельного бізнесу спрямований на уточнення та поглиблення специфічності, щодо їх базових характеристик. При цьому констатовано, що еволюційний курс таких концепцій спрямований на розвиток загальної ідеї, яка формує основу для взаємодії мережевого та гнучкого (змінного) торговельного бізнесу. Наведені положення та вивчення їх змісту, дозволили зробити ряд наступних висновків:

1. За результатами дослідження виокремлено ряд напрямків взаємодії та інтеграції концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу, що мають мати місце, якщо за мету поставлено досягнення оптимальних результатів.

2. Серед основних напрямків взаємодії та інтеграції концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу: інтеграція технологій (а саме досягнення злагодженої роботи різних технологічних рішень); спільне управління ланцюгом постачання (а саме взаємодія та співпраця між різними учасниками ланцюга постачання); персоналізація та аналітика (а саме використання аналітичних інструментів та технологій для збору, обробки та аналізу даних про споживачів); інновації (активний пошук новаторських рішень, ідей та технологій, проведення експериментів); постійна адаптація до змін ринкових умов (а саме прийняття та реалізація стратегій, які дозволяють бізнесам ефективно реагувати на зміни).

3. За результатами дослідження наочно доведено, що напрямки взаємодії та інтеграції концепцій мереже-

вого та гнучкого торговельного бізнесу мають приймати такий формат, який через мережацію та гнучкість, створює ефект синергії. Такий ефект полягає у продукуванні оптимальних результатів в управлінні та в розвитку обміну товарів і послуг з метою отримання прибутку.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі полягають у розширенні розуміння та застосування концепцій мережевого та гнучкого торговельного бізнесу.

Література:

1. Вишневська О.А., Волошина А.О. Планування та організація закупівель товарів споживчого призначення торговельним підприємством, Вісник ХДУ Серія Економічні науки, 2019, Вип. 34, С. 50—53.

2. Гуляєва Н. М., Камінський С. І. Операційний цикл підприємства: сутність та механізм формування. Ефективна економіка. 2019. Вип. No 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6851> (дата звернення: 20.04.2023)

3. Кушнір О. К., Чаплінського В. Р. та Максименко Д. В. Використання штучного інтелекту в торгових стратегіях бізнесу: автоматизація та прогнозування, Інвестиції: практика та досвід. 2023. Вип. № 23. С. 68—74.

4. Лігоненко Л.О. Управління закупівельною діяльністю на підприємствах торгівлі: концептуальні рішення. Наука й економіка. 2014. Вип. 1. С. 181—186.

5. Мазаракі А.А. та ін. Внутрішня торгівля України: монографія; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А.А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2016. 864 с.

6. Фінансове управління і контроль (ФУК), Перегляд операційних процесів, National Academy for Finance and Economics, URL: https://mof.gov.ua/storage/files/7_.pdf (дата звернення: 20.04.2023).

References:

1. Vishnevskaya, O.A. and Voloshina, A.O. (2019), "Planning and organization of purchasing of goods of vital importance for trade enterprises", *Visnyk KHDU Seriya Ekonomichni nauky*, vol 34, pp. 50—53.

2. Gulyaeva, N.M. and Kaminskyi, S.I. (2019), "Operational cycle of the enterprise: essence and mechanism of formation", *Efektivna ekonomika*, vol. 1, Available at: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6851> (Accessed 21 Apr 2023).

3. Kushnir O. K., Chaplinsky V. R. and Maksimenko D. V. (2023), "The development of piece intelligence in trading countries, business categories: automation and forecasting, *Investments: practice and evidence*", vol. 23, pp. 68—74.

4. Ligonenko, L.O. (2014), "Management of purchasing activities at trade enterprises: conceptual solutions", *Nauka y ekonomika*, vol. 1, pp. 181—186.

5. Mazaraki, A.A. Lagutin, V.D., and Gerasimenko, A.H. (2016), *Vnutrishnya torhivlya Ukrayiny [Domestic trade of Ukraine]*, KNTU, Kyiv, Ukraine.

6. National Academy for Finance and Economics (2023), "Financial management and control (FMC), review of operational processes", Available at: https://mof.gov.ua/storage/files/7_.pdf (Accessed 21 Apr 2023).

Стаття надійшла до редакції 15.12.2023 р.



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/>