

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ**



**ТЕЗИ
IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,
АСПІРАНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ
В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ»**

31 березня 2017 р.

ЛУЦЬК - 2017

УДК 658:330.341.1(063)

Тези IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки». – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2017. – 184 с.

Відповідальний за випуск: к.е.н., професор Морохова В.О.

Розглянуто та схвалено вченою радою факультету бізнесу Луцького національного технічного університету.

Протокол № 6 від 15 березня 2017 року.

Рекомендовано до друку науково-технічною радою Луцького національного технічного університету.

Протокол № 8 від 24 березня 2017 року.

Тексти тез представлено в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікації, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

© Луцький національний технічний університет, 2017

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ КАЧЕСТВОМ

Глобализация и развитие интеграционных процессов неотвратимо ведут к увеличению уровня конкуренции. Для выживания и своего развития предприятию независимо от отрасли деятельности необходимо внедрить в производство систему менеджмента качества.

Сегодня можно выделить четыре системы управления качеством, получившие наиболее широкое распространение в мировой практике – теория всеобщего управления качеством, теория бережливого производства, теория шести сигм и международные стандарты ИСО.

В качестве основного объекта управления во всех четырех теориях выступает качество продукции. Однако цели у анализируемых концепций различаются. Основной целью теории всеобщего управления качеством и стандартов ИСО является повышение удовлетворенности потребителей продукции предприятия, теории бережливого производства – сокращение времени производственных процессов, теории шести сигм – обеспечение экономии средств [1].

Отличаются данные теории и по характеру изменений. Теория всеобщего управления качеством для достижения поставленной цели предполагает улучшение и стандартизацию процессов, теория бережливого производства – сокращение времени процессов и их вариации. Отчасти с ней перекликается теория шести сигм, которая также предполагает сокращение вариации параметров производственных процессов предприятия. Внедрение же стандартов ИСО предполагают строгое регламентирование, детализацию и документацию производственных процессов.

Все четыре теории в рамках предполагаемого изменения производственных процессов для достижения поставленных целей предполагают вовлечение персонала. Однако степень вовлечения персонала предприятия и распределение ответственности работников в рамках данных теорий различны. Теория всеобщего улучшения качества и бережливого производства подразумевает вовлечение всего персонала предприятия и распределение ответственности между работниками в соответствии с их полномочиями, теория шести сигм – вовлечение специально обученных сотрудников и распределение ответственности между ними в соответствии с их знаниями и квалификацией. Международные стандарты ИСО не предполагают обязательное вовлечение всех сотрудников предприятия, при этом ответственность вовлеченных сотрудников строго распределена и регламентирована [1; 2; 3].

В качестве основных преимуществ данных концепций можно выделить улучшение финансовых результатов предприятия, достижение

экономии расходуемых средств, увеличение эффективности производственных процессов и обеспечение повышения качества продукции. Однако для выявления наиболее подходящей для сельскохозяйственных предприятий теории лучше подойдет сравнительный анализ недостатков выше обозначенных теорий.

Основным недостатком теории бережливого производства является снижение гибкости производства и возможности предприятия функционировать в гибкой и изменяющейся среде. Это делает невозможным внедрение данной теории не сельскохозяйственных предприятиях, вынужденных действовать не только в изменяющихся экономических условиях, но и климатических, на которые руководство предприятия повлиять не может и вынуждено к ним приспосабливаться. К тому же биологические особенности производства продукции растениеводства и животноводства не позволяют обеспечить сокращение производственного процесса по времени [2].

Внедрение концепции шести сигм подойдет далеко не всем сельскохозяйственным предприятиям вследствие значительных затрат на обучение персонала и сложности внедрения системы на малых предприятиях. Основным недостатком стандартов ИСО является отсутствие ориентации на финансовый результат. Наличие международных стандартов определенно является хорошим подспорьем для развития предприятия, однако получение качественной продукции с соблюдением всех процедур не обязательно гарантирует предприятию получение прибыли. Это неприемлемо для предприятий, действующих в рыночных условиях, основной целью которых является достижение прибыли [1].

Основным недостатком теории всеобщего управления качеством является «туманность» концепции и большие затраты на внедрение. Однако, все концепции достаточно затратны при своем внедрении, т. е. данный недостаток по сравнению с другими теориями нивелирован. «Туманность» концепции в определенной степени может быть полезна, так как отсутствие четких критериев в некоторой степени может облегчить адаптацию концепции. Это делает теорию всеобщего управления качеством наиболее подходящей для сельскохозяйственных предприятий Республики Беларусь.

Список использованных источников:

1. Лапидус В. А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях / Гос. ун-т управления; Нац. фонд подготовки кадров. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 432 с.;
2. Вумек Дж. П., Джонс Д.Т. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании: пер. с англ. 4-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 472 с.;
3. Михайлова, Н.В. Концепции У.Э. Деминга. «Опорные точки» современной системы всеобщего управления на основе качества / Н.В. Михайлова, Л.А. Федорова // Век качества. - 2012. - №5-6. - С. 33-37.

ЗМІСТ

Абрамова Ірина Олександрівна	
<i>Вплив деструктивних чинників на регіональний розвиток</i>	8
Абрамова Ірина Олександрівна, Пальчук Андрій Михайлович	
<i>Теоретичне дослідження сутності кризи підприємства</i>	10
Божидарнік Тарас Вікторович, Артисюк Марія Василівна	
<i>Агротуризм як перспективний вид підприємницької діяльності</i>	12
Бойко Ольга Вікторівна, Гаврилюк Юлія Михайлівна	
<i>Інформаційні ресурси як один із визначальних чинників ефективної діяльності підприємства</i>	15
Бойко Ольга Вікторівна, Гнатюк Олена Петрівна	
<i>Сутність і роль маркетингового менеджменту в системі управління підприємством</i>	17
Бондарська Катерина Миколаївна	
<i>Проблеми і перспективи розвитку автомобілебудування в Україні</i>	19
Булавчик Максим Іванович	
<i>Нейромаркетинг як засіб впливу на сучасних споживачів</i>	21
Валецька Юліана Богданівна	
<i>Сучасні концепції розвитку маркетингу</i>	23
Василевски Даниэль Павлович	
<i>Методы оценки инвестиционного потенциала предприятия</i>	25
Василик Наталія Михайлівна, Матчук Аліна Михайлівна	
<i>Управління виробничими ресурсами підприємства</i>	27
Василик Наталія Михайлівна, Роюк Діана Олегівна	
<i>Стратегічне управління персоналом підприємства</i>	29
Войтович Сергій Ярославович, Климовець Вадим Миколайович	
<i>Сутність та елементи концепції логістики</i>	31
Serhii Voitovych, Stepan Oliinyuk	
<i>Information and communication technology in logistics</i>	33
Волошина Ольга Вікторівна	
<i>Особливості маркетингового аудиту системи збуту</i>	35
Волощук Олена Михайлівна	
<i>«Трейд-маркетинг» як головний інструмент ведення сучасного бізнесу</i>	37
Воронцов Василь Сергійович	
<i>Сучасні підходи до мотивації персоналу</i>	39
Герасимяк Неля Вікторівна, Здрілюк Вікторія Богданівна	
<i>Сучасні прийоми екологічного маркетингу</i>	41
Герасимяк Неля Вікторівна, Переста Василь Тиберійович	
<i>Особливості комплексу маркетингу підприємств-виробників сільськогосподарської техніки</i>	43
Гомза Назар Миколайович	
<i>Сутність товарних інновацій підприємства</i>	45

Гончаренко Олена Олександрівна, Гончаренко Марія Валеріївна	47
<i>Лідерство і керівництво</i>	
Городиська Надія Михайлівна	
<i>Товарна політика підприємства в умовах маркетингової орієнтації</i>	49
Гринчук Вікторія Євгеніївна	
<i>Бренд-колеристика та її вплив на споживачів</i>	51
Густова Анна Георгіївна	
<i>Методичні підходи до оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства</i>	53
Дроздовська Наталія Юріївна	
<i>Обґрунтування вибору маркетингової стратегії підприємства</i>	55
Зінчук Ірина Анатоліївна	
<i>Напрямки підвищення ефективності діяльності підприємства</i>	57
Іванець Тетяна Ігорівна	
<i>Маркетингова орієнтація підприємств як необхідна умова ефективного управління</i>	59
Ісаєва Марія Леонідівна	
<i>Процес формування стратегії розвитку підприємств м'ясопереробної промисловості</i>	61
Ковальчук Олег Володимирович, Михалевич Владислав Олегович, Мельничук Володимир Михайлович	
<i>Проблеми впровадження CRM Систем на підприємствах</i>	63
Ковтун Андрій Анатолійович	
<i>Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичні основи</i>	65
Колб Анастасія Анатольевна	
<i>Оценка управления качеством бизнес-процессов предприятия</i>	67
Коряк Дмитро Русланович	
<i>Стратегічна спрямованість збутової діяльності підприємства</i>	69
Кошій Оксана Вікторівна, Ліпич Вадим Сергійович	
<i>Управління збутовою діяльністю підприємств</i>	71
Кошій Оксана Вікторівна, Омельчук Юлія Вікторівна	
<i>Управління збутом продукції на основі використання контролінгу</i>	73
Кулик Юлія Миколаївна, Бурбан Олександр Вікторович	
<i>The use of alternative energy sources in the production process</i>	75
Кунаєв Артем Юрійович	
<i>Оцінка якості управління бізнес-процесами машинобудівних підприємств</i>	77
Кусик Марія Ігорівна	
<i>Соціальні мережі як інструмент маркетингової діяльності</i>	81
Куцай Наталія Сергіївна, Демчинська Оксана Михайлівна	
<i>Управління розвитком персоналу як один із механізмів ефективної діяльності підприємства</i>	83

Куцай Наталія Сергіївна, Книжник Оксана Василівна <i>Мотивація працівників як важлива складова якісного управління трудовими ресурсами</i>	85
Левчук Ольга Миколаївна <i>Інноваційні методи мотивації персоналу на підприємстві</i>	87
Лобочка Вікторія Вікторівна, Стецюк Олексій Олексійович <i>Вплив трудового менталітету працівника на результати діяльності підприємства</i>	89
Лорві Ірина Федорівна <i>Сучасні концепції маркетингу: теоретичні аспекти</i>	91
Лорві Ірина Федорівна, Міщук Василь Андрійович <i>Теоретичні підходи до формування товарної політики підприємства</i>	93
Мазурик Олена Вікторівна <i>Необхідність вибору пріоритетних справ менеджера</i>	95
Мазяр Лілія Вікторівна <i>Управління діяльністю підприємства на засадах маркетингу</i>	97
Мацютевич Тарас Петрович, Климчук Антон Сергійович <i>Конкурентний аналіз: сутність та завдання</i>	99
Медведєва Олена Ігорівна <i>Маркетингові прийоми стимулювання продажів у супермаркетах</i>	101
Мельник Юрій Васильович <i>Вірусний маркетинг як інструмент маркетингової політики комунікацій</i>	103
Мирончук Наталія Юріївна <i>Проблеми інноваційного розвитку України</i>	105
Михалевич Павло Миколайович <i>Маркетинговий аутсорсинг: його роль і перспективи для бізнесу</i>	107
Морохова Валентина Олександрівна, Ковальчук Аліна Аркадіївна <i>Інструменти маркетингового управління підприємством</i>	109
Морохова Валентина Олександрівна, Попадюк Ольга Віталіївна <i>Елементи системи забезпечення конкурентоспроможності підприємств</i>	111
Назарова Людмила Володимирівна, Огіснюк Альона Володимирівна <i>Необхідність визначення конкурентоспроможності підприємств</i>	113
Охват Ірина Миколаївна <i>Ефективність управління потенціалом промислового підприємства</i>	115
Павелко Олена Олександрівна <i>Професійний розвиток персоналу як складова менеджменту персоналу підприємства</i>	117
Подлевський А. А., Подлевська О. М. <i>Структура національної економіки у контексті державного регулювання виробничої кооперації</i>	119

Пекун Владимир Владимирович <i>Сравнительная характеристика современных подходов к управлению качеством</i>	122
Петрик Сергій Васильович <i>Управління промисловим підприємством на засадах концепцій інноваційного маркетингу</i>	124
Agata Piechota <i>Intuicja w podejmowaniu decyzji biznesowych</i>	126
Пожарна Крістіна Сергіївна <i>Особливості застосування інструментів нейромаркетингу</i>	128
Потапюк Лілія Миколаївна, Потапюк Ірина Петрівна <i>Забезпечення економічної безпеки підприємства</i>	130
Рабчевська Юлія Миколаївна <i>Інноваційні перспективи розвитку ПЕК</i>	132
Ройко Олена Валентиївна <i>Сутність та роль ресурсного потенціалу підприємства у підвищенні ефективності його функціонування</i>	134
Савош Анна Олександрівна <i>Гендерні особливості керівника в управлінні</i>	136
Сайдаметова Севінч Рішатівна <i>Сутність інноваційної діяльності промислових підприємств та управління ними</i>	138
Саланда Іванна Петрівна <i>Застосування РІМ в процесах управління підприємством</i>	140
Середа Ольга Володимирівна <i>Особливості формування та реалізації енергетичних стратегій регіонів</i>	142
Сидорук Світлана Володимирівна, Литвинова Наталія Володимирівна <i>Значення брендингу в сучасних умовах розвитку ринку</i>	144
Сидорук Світлана Володимирівна, Мідик Світлана Русланівна <i>Еволюція розвитку бренду в Україні</i>	146
Сидорчук Катерина Петрівна <i>Прогнозування попиту, як основа управління підприємством</i>	148
Смолич Дарія Валеріївна, Дмитрук Тетяна Святославівна <i>Проблеми застосування кластерного підходу до управління розвитком регіонів в Україні</i>	150
Смолич Дарія Валеріївна, Новік Наталія Віталіївна <i>Менеджмент персоналу: авторитет та довіра до керівника</i>	152
Степанюк Віта Василівна <i>Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства</i>	154
Степанюк Олексій Анатолійович <i>Нетрадиційні методи мотивації персоналу</i>	156

Стрижеус Людмила Василівна, Кравчення Ірина Вікторівна <i>Місце інтелектуально-кадрового забезпечення в досягненні соціальної безпеки підприємства</i>	158
Стрижеус Людмила Василівна, Шпирковська Сніжана Богданівна <i>Менеджер з корпоративної соціальної відповідальності – вимога сьогодення</i>	160
Тендюк Алла Олександрівна, Мельник Марина Юріївна <i>Формування ефективної організаційної культури на підприємстві</i>	162
Тимошук Ірина Василівна <i>Паблік рілейшнз як важливий елемент маркетингової політики комунікацій підприємства</i>	164
Филинюк Ольга Сергіївна <i>Проблеми забезпечення належного рівня культури обслуговування споживачів</i>	166
Хороших Анастасія Юріївна <i>Аутсорсинг як фактор покращення ефективності діяльності організації</i>	168
Цалай Катерина Михайлівна <i>Персональний продаж як один з інструментів впливу на покупця</i>	170
Шворах Олександр Ростиславович <i>Історичні імперативи формування брендів в регіонах країни</i>	172
Шевчик Анна Сергіївна <i>Формалізація цілей підприємства</i>	174
Шпак Оксана Миколаївна <i>Фактори впливу на реалізацію інноваційного потенціалу підприємства</i>	176
Щербік Олена Віталіївна <i>Event-маркетинг як інструмент формування іміджу компанії та підвищення лояльності до її бренду</i>	178
Юфімчук Олена Сергіївна <i>Функціональне забезпечення управління маркетинговою діяльністю підприємства</i>	180