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

Колб Анастасия Анатольевна
Полесский государственный университет

ОЦЕНКА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

На данный момент в современной теории и практике моделирования управленческой и производственной деятельности существуют различные методики построения бизнес-процессов, и нет единых подходов к их анализу и оптимизации. Открытым вопросом является определение критериев эффективности управления бизнес-процессами, которые позволили бы разработать необходимые пути их совершенствования [2].

Перед выделением бизнес-процессов и проведением их описания, анализа и оптимизации необходимо сформулировать индикаторы результативности и затрат бизнес-процессов, которые показывают эффективность управления ими. Среди множества классификаций можно выделить такие основные индикаторы, как индикатор результативности бизнес-процесса, индикатор стоимости, времени и качества бизнес-процесса.

Если показатели первых трех индикаторов бизнес-процессов могут быть четко определены и являются достаточно универсальными, то показатели качества бизнес-процесса довольно специфичны, и индивидуальны для каждого бизнес-процесса, а само понятие качества имеет довольно широкую трактовку.

Чтобы охарактеризовать понятие «качество бизнес-процесса», необходимо разобраться, что представляет собой бизнес-процесс. Существует множество определений данного понятия, разные школы давали определение, исходя из того, как использовать процесс.

В таблице 1 приведены мнения о понятии «бизнес-процесс» основных исследователей процессного подхода и бизнес-процессов в частности.

Таблица 1

Существующие определения понятия «бизнес-процесс»

Майкл Хаммер и Джеймс Чампи	Бизнес-процесс - совокупность различных видов деятельности, в рамках которой «на входе» используется один или несколько видов ресурсов, и в результате этой деятельности на «выходе» создается продукт, представляющий ценность для потребителя.
Т. Деверпорт	Процесс – это специфическая упорядоченная совокупность работ во времени и пространстве с указанием начала и конца и точным определением входов и выходов.
М. Робинсон и Ф. Уллах	Бизнес-процесс – это поток работы, переходящий от одного человека к другому, а для больших процессов, вероятно, от одного отдела к другому.

Продолжение табл. 1

Ф. Нордсик	Бизнес-процесс - это один, несколько или множество вложенных процессов (внутренних шагов деятельности), которые заканчивается созданием продукта, необходимого клиенту.
Стандарт ISO 9000	Процесс — это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих видов деятельности, преобразующих входы в выходы

Примечание – составлено автором на основании [1, с. 67] и [3, с. 79].

Как можно заметить, все определения характеризуют бизнес-процесс как набор (совокупность, цепочка) действий. Но при этом одни определения делают акцент на том, что у процесса должны быть определены входы и выходы. Другие – на том, что получаемый результат должен быть важен для потребителя, то есть процесс без ценного результата не процесс.

Стандарт ISO 9000 понятие «качество» определяет как степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования. Таким образом, мы считаем, что понятие качества бизнес-процесса можно определить как степень выполнения обязательных или предполагаемых качественных и количественных отличительных свойств в результате прохождения работ бизнес-процесса, направленная на удовлетворение желаний производителя и ожиданий потребителя.

Первоначально для определения эффективности управления бизнес-процессами необходимо построить их схемы по принципу «AS-IS» и выявить слабые места. В дальнейшем, на наш взгляд, анализ уровня качества бизнес-процессов в организации можно провести по нескольким позициям:

1. Стандартизация.
2. Управляемость.
3. Обеспеченность.

Оценка качества по предложенным параметрам позволит проанализировать действующие бизнес-процессы и выявить их слабые места. Это даст возможность разработать актуальные для каждого бизнес-процесса мероприятия по их оптимизации, что приведет к повышению эффективности управления организацией в целом.

Список использованных источников:

1. Вайкок, М.А. Подходы к определению понятия ”бизнес-процессы“ / М.А. Вайкок // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. - №10 – 202 с.

2. Никулина Т. Н., Фартушина А. С. Проблемы моделирования бизнес-процессов в современных организациях // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 13. – С. 4436–4440. – URL: http://e-koncept.ru/2015/85888.htm.

3. Хаммер, М. Реинжиниринг корпорации. Манифест революций в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи – М: Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 288 с.

ЗМІСТ

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

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

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

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

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