

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій та менеджменту
Кафедра менеджменту

***Звітна наукова конференція викладачів,
аспірантів, співробітників і студентів***

Секція «Економіка та менеджмент»

Випуск XII

Рівне – 2011

Матеріали звітної наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників і студентів. Секція «Економіка та менеджмент». Випуск XII. 11 березня 2011 р. – Рівне: РДГУ, 2011. – 130 с.

Збірник складений за матеріалами наукової конференції, проведеної кафедрою економіки та менеджменту. До нього увійшли тези доповідей, у яких розглядаються актуальні питання розвитку економіки, менеджменту, маркетингу.

Рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки та менеджменту (протокол №6 від 2 лютого 2011 р.)

Редакційна колегія:

Микитин Т.М. - відповідальний редактор

Члени редколегії: Бобровський А. Л., Поліщук О. Ю., Трало І. М.

Технічний редактор – Поліщук О. Ю.

ЗМІСТ

Андрєєва А.О. Необхідність впровадження автоматизованих систем господарського обліку на підприємствах	6
Андрушко О.С., Димченко Н.С. Психологічні типи сучасних керівників	18
Базюк О.І., Князевич А.О. Роль консалтингу при стимуляції інноваційної діяльності	10
Бережна О., Поліщук О. Ю. Корпоративний тренінг: міф і реальність	12
Берташ Б.М. Інвестиційно-інноваційна роль залучення коштів міжнародних фондів в розвитку регіонів	15
Білічук А.О., Шувалова Л.М. Контролінг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності	16
Блага В.В., Щесюк С.В. Курортно-рекреаційні ресурси середземноморського узбережжя Іспанії	18
Вишньовська О.В. Орлов О.Г. Психологічний чинник в управлінській діяльності	20
Войцеховський Д.А., Андрєєва А.О. Приватизація як один із інструментів сприяння відновленню економічного зростання держави	22
Волошин В.С., Меремінський М.А., Снітко Л.М. Оцінювання ринкових передумов створення інформаційних систем організацій	24
Галабурда І.О., Герладжі А.М. Японський стиль управління персоналом і його порівняння з управлінням в США і Західній Європі	26
Герасимчук К. Ю. Управління ціновою політикою в умовах маркетингової орієнтації підприємств	29
Дейнега І.О., Холод О.М. Маркетингові аспекти формування дизайну бренду банківських організацій	31
Дейнега О.В., Якубовська Н.В. Сутнісні характеристики інформаційного потоку, пов'язаного з товарним виробництвом картоплі	33
Демчевська В., Машта Н.О. Особливості збутової політики Ват «Острозький молокозавод»	35
Дендебера К.О., Поліщук О. Ю. Жінка в чоловічій професії	37
Димченко Н.С. Інтелектуальність внутрішнього світу особистості	40
Жабокрицька І.В., Трало І.М. Особливості стимулювання збуту на підприємстві в сучасних умовах	42
Засмоліна О.М., Андрєєва А.О. Сучасні інформаційні технології в економіці, менеджменті, бізнесі	44
Зорій В., Бобровська С., Коханова Н., Боровський А. Л. Щодо пріоритетів регіональної політики	46

екологічно збалансованого і сталого розвитку	
Іванюк І. М., Щесюк С. В. Становлення Ватикану як популярного туристичного центру	48
Капітула М.Ю., Юхименко-Назарук І.А. Перспективи розвитку мототуризму в Україні	50
Князевич А.О. Синергетика як метод дослідження багатofакторних дисипативних систем в управлінні	52
Ковшун А.О., Юхименко – Назарук І. А. Вдосконалення підходів до аналізу фінансового стану підприємства	54
Козачок О.С., Хижнякова Н.О. Аналіз активів підприємства	56
Кравчук С.В., Підцерковна Х.В. Сучасні проблеми міського середовища	58
Крушняк О.О., Полішук О. Ю. Особливості корпоративного управління в Україні та за кордоном	60
Кузик І., Полішук О.Ю. Споживчий кошик України потребує оновлення	62
Лашук Ю.В., Герладжі А.М. Деякі підходи до визначення сутності іміджу організації	65
Лозіна А., Полішук О. Ю. Розвиток людського капіталу в Україні та світі	67
Лоха І.Р., Микитин Т.М. Рекреаційний потенціал проєктованого національного природного парку “Нобельський”	70
Машта Н.О. Формування конкурентоспроможності плавлених сирних продуктів на основі підвищення якості	72
Медведчук Л.В., Підцерковна Х.В. Екологічні аспекти сталого розвитку міст	74
Мельник І. Полішук О. Ю. Професійний імідж сучасного менеджера	76
Микитин Т.М. Біоенергетичний лісоматеріал як еколого-економічна альтернатива використанню традиційних джерел енергії	78
Нагаль Ю.А., Берташ Б.М. Оцінка рекреаційного потенціалу озера Нобель (Зарічненський район Рівненської області) як об'єкта екологічного туризму	80
Нагаль Ю.А., Димченко Н.С. Бенчмаркінг – промисловий шпіонаж чи інструмент підвищення конкурентоспроможності компаній	81
Нагорна-Босик А.С., Трало І.М. Використання кейтерингу як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємства	83
Орлов О. Г. Концепції регіонального розвитку	85

Пахомов А.Г., Бобровський А.Л. Практичні механізми реалізації екологічного менеджменту й аудиту	87
Пашковська М.О., Князевич А.О. Розвиток теорії та практики франчайзингу в Україні	92
Підцерковна Х.В. Концепція “міста-саду” у формуванні урбанізованого простору	94
Познанська О.В., Хижнякова Н.О. Суть та переваги Інтернет-реклами	96
Поліщук О. Ю. Інноваційний розвиток, як чинник економічного зростання в Україні	98
Попич І.Б., Герладжі А.М. Механізми підвищення оплати праці на підприємстві в умовах економічної кризи	100
Ступницька Є.В., Юхименко-Назарук І.А. Інформаційний потенціал системи вітчизняної вищої освіти – стан та перспективи розвитку	103
Таргонська О., Поліщук О. Ю. Плюси і мінуси нового податкового кодексу України	105
Тимошук В., Орлов Г. Фінансування Євро-2012	107
Тихончик О.Ю., Берташ Б.М. Законодавчо-правові аспекти використання інформаційних систем в Україні	109
Трало І.М. Роль громадських організацій у стимулюванні внутрішнього потенціалу регіону	112
Устимчук А.А., Машта Н.О. Сучасні методи аналізу ефективності управління асортиментом товарів у магазинах самообслуговування	112
Уханська А., Поліщук О. Ю. Робота у сфері топ-менеджменту	114
Хижнякова Н.О. Ефективність використання засобів захисту рослин	116
Шувалова Л.М. Позитивний імідж та надійна репутація організації — критерії її корпоративної культури	118
Щербатюк І.М., Князевич А.О. Мотивація персоналу при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності	120
Щесюк С.В. Особливості ефективного застосування принципу демократичний централізм в практиці сучасного менеджменту	122
Юхименко – Назарук І.А. Інноваційна діяльність підприємств на сучасному етапі	124
Юхименко О.А., Юхименко – Назарук І.А. Управління кредитним портфелем комерційного банку	126

Машта Н.О.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЛАВЛЕНИХ СИРНИХ ПРОДУКТІВ НА ОСНОВІ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю.

Фактори успіху будь-якого підприємства в конкурентній боротьбі – це завоювання конкурентних переваг, серед яких одне із найголовніших місць посідає якість товару.

Тому метою дослідження, яке проводиться нами, є розробка методів оцінки якості плавлених сирних продуктів для забезпечення їх високого рівня конкурентоспроможності.

Вирішення проблеми підвищення якості можливе у тому випадку, коли ми будемо знати кількісно виражену оцінку якості виробів. Сучасна методологія проектування та оцінювання якості продукції заснована на використанні методів кваліметрії, кінцевою метою якої є побудова комплексного показника якості (КПЯ), основною перевагою якого є використання сукупності одиничних показників якості та вираження його однією числовою величиною [1].

Оскільки якість плавлених сирних продуктів можна охарактеризувати досить великим набором показників, то актуальним є питання моделювання комплексної оцінки якості плавлених сирних продуктів та застосування її для підвищення рівня конкурентоспроможності товару.

На першому етапі побудови комплексного показника якості (КПЯ) проводиться обґрунтований вибір одиничних показників якості (ОПЯ) та складається їх ієрархічна структура. Для оцінки якості плавлених сирних продуктів нами запропонована наступна структура комплексного показника якості:

1) Органолептичні властивості (А): зовнішній вигляд та стан упаковки (A_1), вигляд на розрізі (A_2), колір тіста (A_3), консистенція (A_4), запах (A_5), смак (A_6);

2) Фізико-хімічні властивості: масова частка сухих речовин (B_1), масова частка жиру (B_2), активна кислотність (B_3);

3) Реологічні властивості: граничне напруження зсуву (C_1);

4) Харчова цінність: вміст білків (D_1), вміст жирів (D_2);

5) Збалансованість: узагальнений критерій харчової цінності жирів (E_1), співвідношення ω -6 та ω -3 жирних кислот (E_2), коефіцієнт різниці амінокислотного скору (E_3), коефіцієнт утилітарності амінокислот (E_4).

На другому етапі при комплексній оцінці якості важливо встановити вагомість кожної властивості в сукупності властивостей, прийнятої для оцінки рівня якості, тобто визначити коефіцієнт вагомості. Для їх встановлення

зазвичай використовують метод опитування експертів. Розраховані коефіцієнти вагомості для оцінки якості плавлених сирних продуктів подані у таблиці 1.

Таблиця 1 - Коефіцієнти вагомості

Коефіцієнти вагомості для групи																Між групами властивостей				
А						В			D		E					A	B	C	D	E
A ₁	A ₂	A ₃	A ₄	A ₅	A ₆	B ₁	B ₂	B ₃	D ₁	D ₂	E ₁	E ₂	E ₃	E ₄	A	B	C	D	E	
0,075	0,075	0,1	0,25	0,2	0,3	0,4	0,4	0,2	0,6	0,4	0,2	0,3	0,3	0,2	0,3	0,15	0,2	0,15	0,2	

Об'єднання в єдиний показник набору одиничних розмірних показників доцільно проводити після переходу від розмірних до безрозмірних показників якості (бали, ранги, індекси якості, показники бажаності тощо).

Визначення відносних показників K_i необхідно проводити за формулами (1), (2):

$$K_i = \frac{P_i}{P_{i_{\text{баз}}}} \quad (1);$$

$$K_i = \frac{P_{i_{\text{баз}}}}{P_i} \quad (2)$$

де P_i – значення i -го показника ($i = 1, 2, 3... n$) якості продукції, що оцінюється; $P_{i_{\text{баз}}}$ – базове значення i -го показника; n – кількість оцінюваних показників.

Залежність (1) необхідно обирати у тому випадку, якщо підвищення значення показника призводить до підвищення якості продукції вцілому. І навпаки, формулу (2) використовують, коли зниження показника призводить до підвищення якості [2].

Базовими $P_{i_{\text{баз}}}$ встановлюються такі значення, які є мінімальними за вимогами нормативної документації, або такі, що зустрічаються на практиці в подібних продуктах.

На наступному етапі побудови КПЯ вибираються та досліджуються в потрібному діапазоні передбачені фактичні значення ОПЯ, здійснюється перехід до безрозмірних одиниць, розраховується за формулою (3) та аналізується комплексний показник якості.

$$КПЯ = \sum_{i=1}^n M_i \cdot K_i \quad (3)$$

де M_i – коефіцієнт вагомості групи властивостей; K_i – відносний показник групи властивостей [2].

Загалом, запропонована методика дозволяє зробити вибір найбільш якісного варіанту плавленого сирного продукту і цим самим посилити конкурентні позиції підприємства.

1. Омельченко Н.В. Розробка програми для визначення комплексного показника якості товарів / Н.В. Омельченко, Л.М. Губа // Товарознавство та інновації. – 2009. - № 1. – с. 2 – 7.
2. Калейчук М.М. Кваліметрія: учебное пособие/ М.М.Калейчук. – 5-е изд., стереотип. – М.: Издательство МГУ. – 2007. – 200 с.