

**Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Кафедра маркетингу та УІД  
Сумський регіональний центр  
інтелектуального розвитку  
Українська асоціація маркетингу  
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей  
X Міжнародної  
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ  
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

**29 вересня – 1 жовтня 2016 року**

**Суми 2016**

управління, що дозволяє реалізувати потенційні можливості розвитку та підвищити рівень його якості за рахунок задоволення потреб зовнішнього середовища в найкоротший термін

Когерентний стан узгодженості контурів передбачає, що кількість і якість ресурсів задовольняє поставлені цілі розвитку підприємства в сприятливий для розвитку період часу. Зворотним станом когерентності контурів є їх декогерентність. Для підвищення рівня якості розвитку промислового підприємства управління контурами необхідно починати зі стадії, коли контури перебувають у початковому стані, а умови для їх кореляції є вихідними та керованими.

Також у межах реалізації такого підходу передбачено управління якістю розвитку підприємства вже на стадії діючого виробничого процесу, яке зводиться до приведення контурів в узгоджений стан.

1. Ishikawa K. What is total quality control? : the Japanese way / Kaoru Ishikawa. – London : Prentice-Hall, 1985. — 215 p.
2. Juran J. M. Architect of quality: the autobiography of Dr. Joseph M. Juran / J.M. Juran. – New York ; London : McGraw-Hill, 2004. – 379 p.
3. Emerson H. The twelve principles of efficiency / H. Emerson. — 6-th edition. — New York : Engineering Magazine Co., 1924. – 423 p.
4. Shewhart Walter A. Statistical method from the viewpoint of quality control / W.A. Shewhart. – New York : Dover, 1986. – 192 p.
5. Taguchi G. Introduction to quality engineering : designing quality into products and processes / G. Taguchi. – Tokyo : APA, 1986. – 191 p.

Гусаковська Т.О., Рибалко-Рак Л.А., Поставна Л.П.  
*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

## **ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ: ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ОПЕРАЦІЙНОГО РІВНЯ**

Нові економічні умови господарювання, що характеризуються підвищеною невизначеністю зовнішнього середовища актуалізують проблему забезпечення конкурентоспроможності сучасних підприємств, зокрема в галузі роздрібно́ї торгівлі, де домінують методи функціонального підходу до управління. Наукові та прикладні дослідження останніх років обґрунтували економічну і соціальну ефективність процесно-орієнтованого управління, яке враховує клієнто-орієнтований зміст функціонування підприємства, постійне підвищення якості товарів і послуг, партнерський підхід у взаємодії із контрагентами, і як наслідок – своєчасна реакція підприємства на зміни у зовнішньому середовищі.

Дослідження теорії і практики процесно-орієнтованого управління представлено в працях зарубіжних і вітчизняних вчених – Б. Робертсона, М. Робсона, М. Хаммера, Д. Чампі, Д. Харінгтона, О. Виноградової, В. Кондратьєва, М. Кузнецова, І. Мазура та ін.

Особливого значення набуває проблема визначення і опису торгово-технологічних процесів, що направлені на своєчасне доведення товарів, визначених попитом, до покупців при мінімальних витратах ресурсів (табл. 1).

Таблиця 1. – Напрями ідентифікації торгово-технологічних процесів на підприємствах роздрібно́ї торгівлі

№ з/п	Види процесів
1.	Надходження товарів
2.	Розвантаження транспортного засобу
3.	Приймання товарів, тари
4.	Розпаковування товарів
5.	Переміщення тари
5.1.	Укладання тари на зберігання в підсобних приміщеннях
5.2.	Зберігання тари у підсобних приміщеннях
5.3.	Переміщення тари до місця відвантаження
5.4.	Навантаження і відправка тари
6.	Переміщення товарів
6.1.	Переміщення товарів у складські приміщення
6.1.1.	Укладання товарів на зберігання у складських приміщеннях
6.1.2.	Зберігання товарів у складських приміщеннях
6.1.3.	Вибір товарів для продажу
6.2.	Переміщення товарів у місця підготовки для продажу
6.2.1.	Підготовка товарів до продажу
6.3.	Переміщення товарів у торговий зал
6.3.1.	Викладення товарів у торговому залі
6.3.2.	Додаткова викладення товарів протягом робочого дня
7.	Торговельне обслуговування
7.1.	Самообслуговування
7.1.1.	Вибір товарів покупцем
7.1.2.	Доставка обраних товарів до місця розрахунку
7.1.3.	Розрахунок покупця за товари
7.1.4.	Пакування придбаних товарів
7.2.	Індивідуальне обслуговування продавцем
7.2.1.	Ознайомлення покупців із товарами
7.2.2.	Вибір товарів покупцем
7.2.3.	Розрахунок покупця за товари
7.2.4.	Пакування і видача придбаних товарів

Торгово-технологічні процеси можуть бути представлені як базисними процесами (організація потоків покущів у торговельному залі, організація розрахунків з покупцями), так і забезпечувальними процесами (приймання товарів від постачальників, забезпечення умов зберігання товарів, підготовка товарів до продажу).

Концентрація всіх зусиль щодо вдосконалення діяльності підприємств на конкретних процесах повинна стати наслідком упровадження процесної моделі, яка формується з безлічі процесів, учасниками яких є структурні підрозділи та посадові особи конкретної організаційної структури. Відповідно до вимог ДСТУ ISO, кожний із процесів необхідно розглядати як систему, що здійснюється шляхом визначення і вимірювання входів і результатів процесу, встановлення споживачів, ідентифікації їх вимог, оцінки задоволеності результатами процесу, встановлення взаємодії певного процесу з іншими процесами.

Результати дослідження управління підприємствами роздрібною торгівлі свідчать про факт низького рівня процесного управління, що потребує визначення напрямів вдосконалення їх діяльності й необхідності впровадження моделі процесно-орієнтованого управління, що є перспективою подальших наукових розвідок.

Дайновський Ю.А., Гліненко Л.К.  
*Національний університет «Львівська політехніка»,  
Львівський торговельно-економічний університет*

## **ОЦІНКА ЕВОЛЮЦІЙНОЇ КОРЕКТНОСТІ ІННОВАЦІЙ РІЗНОГО СТУПЕНЯ НОВИЗНИ**

Одним зі способів підвищення ефективності організації процесу відбору інноваційних ідей є впровадження методики індикативної оцінки доцільності реалізації інноваційного проекту на засадах його еволюційної коректності (ЕК) та ефективності (ЕЕ) [1]. Ця методика передбачає послідовне оцінювання ЕК та ЕЕ об'єкту інновації (ОбІн), ступеня новизни та змісту інноваційного перетворення, споживчої цінності інновації шляхом розрахунку відповідних часткових індикаторів, які відбивають відповідність зміни еволюційного стану складових інновативної системи за базовими еволюційними моделями [2] еволюційно закономірним та ефективним змінам за якісною шкалою ступенів відповідності та ефективності, запропонованою у [1], з перерахунком якісних значень у кількісні на основі змісту якісних і відповідних кількісних оцінок коефіцієнтів впевненості у реалізації проекту [3, с. 82-83]. Значення цих індикаторів