



ВСЕУКРАЇНСЬКА ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР «УКООПОСВІТА»

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**учасників Сімнадцятої
науково-практичної конференції студентів
закладів вищої освіти Укркоопспілки**

**«Інноваційні процеси і
їх вплив на ефективність
діяльності підприємства»**

Частина 3

**Укоопосвіта
2020**

Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства

Науково-практична конференція
2020 року

Збірник тез доповідей учасників Сімнадцятої науково-практичної конференції студентів закладів вищої освіти Укркоопспілки ***«Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства»***. Частина 3. – К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2020. – 114 с.

Редакційна колегія:

Войнаш Л. Г., к.е.н
Куцик П. О., к.е.н., проф.
Вініченко К. П.
Делія О. В., к.і.н., доц.
Зубко Н. П.
Кабаці Б. І., к.е.н., доц.
Коваль Л. М., д.е.н.
Нестуля О. О., д.і.н., проф.
Піхотіна Л. М.
Семак Б. Б., д.е.н., проф.

Матеріали конференції подано без скорочень в авторській редакції

Підготовлено до друку Навчально-методичним центром Укоопспілки
«Укоопосвіта»

Оригінал-макет *Турський В. В.*

© НМЦ «Укоопосвіта», 2020

*Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу
Навчально-методичного центру Укоопспілки «Укоопосвіта» заборонено*

Підп. до друку 25.05.2020
Наклад 69

Обл.-вид. арк. 7,13
Зам. № _____

НМЦ Укоопспілки «Укоопосвіта», 2020
01001 м. Київ, вул. Хрещатик, 7/11

2. Калинець К. С. Сутність та особливості формування управлінської команди / К. С. Калинець // Львівський інститут банківської справи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.fem.sumdu.edu.ua/docs/d097.pdf>

3. Нестуля О. О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера : Навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля, В. В. Карманенко. – К. : Знання, 2013. – 287 с.

КРЕАТИВНА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ КОМПАНІЇ

Попова Єлизавета

Гусаковська Т. О. – науковий керівник, к. е. н.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі досліджено сутність, основні складники та види корпоративної культури, вивчено вплив креативної корпоративної культури на інноваційний розвиток компанії.

Ключові слова: корпоративна культура, креативна корпоративна культура, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність.

Постановка проблеми. В умовах постіндустріальної економіки провідна роль у розв'язанні проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств належить інноваційній діяльності. Використання передових технологій у виробництві, створення нових продуктів та послуг – це передумови досягнення високих конкурентних позицій як на вітчизняному, так і на світовому ринках. Тому для підприємств, що мають на меті досягнення та збереження провідних позицій на ринку, особливого значення набуває застосування нових підходів і методів, форм і засобів, які відповідають запитам споживачів. Проте успішний інноваційний розвиток компанії неможливий без наявності корпоративної культури, що об'єднує співробітників компанії в одне ціле та спрямовується на стимулювання їхньої креативності.

Аналіз основних досліджень. Осмисленню феномена корпоративної культури як інструменту управління компанією присвячені праці таких науковців, як В. Сате, Т. Пітерс, Р. Уотерман, І. Макотерська, Дж. Лайкер, М. Хосеус, О. Апостолук, Н. Приймак та ін.

Метою статті є вивчення сутності корпоративної культури, її складників та видів, а також визначення місця креативної корпоративної культури в системі управління інноваційним розвитком компанії.

Виклад основного матеріалу. Будь-яка організація живе в соціальному середовищі, діяльність її спрямована на задоволення потреб замовників, споживачів і через це – власних. У сучасному менеджменті багато компаній перестають використовувати стратегію «Максимум грошей за будь-яку ціну», а переходять до стратегії формування довгострокових, позитивних, відкритих, довірчих і взаємовигідних відносин зі споживачами та оточенням. Вони піклуються як про

свою репутацію, так і про позитивний імідж своїх керівників і співробітників. Саме цій меті служить створення в рамках організації корпоративної культури.

Корпоративну культуру компанії вчені дослідили в різних аспектах. Так, В. Сате розглянув вплив культури на організацію життя в компанії через сім процесів: прийняття рішень, контроль, комунікації, посвята себе організації, сприйняття організаційного середовища, виправдання своєї поведінки. Т. Пітерс і Р. Уотерман простежили зв'язок між культурою і значними досягненнями в роботі організації, описавши управлінську практику провідних фірм і виявивши ряд вірувань і цінностей культури, що привели їх до успіху. Американський консультант підприємств Р. Ф. Аллан та журналістка Ш. Кофт визначили культуру як сукупність певних умов, збіг обставин, стан речей, сил, що більше чи менше збереглася, і яка підбурює членів групи специфічно реагувати на задані цілі [1 – 3].

Наочно культуру підприємства можна порівняти з головною течією річки: незалежно від того, чи є на поверхні хвиля, шторм або штиль, вона не змінюється.

Основою для формування культури є суспільство, та чи інша група людей. І, як всі інші групи, учасники організацій (і, зокрема, корпорацій) утворюють власні культури – організаційну й корпоративну. Обидва терміни, які з'явилися в науці у кінці 1970-х рр., пов'язані зі спробами американських дослідників осмислити успіхи японської економіки (згадаймо, до прикладу, розвідки В. Оучі – автора теорії «Z»).

Існує безліч класифікацій корпоративних культур. Але в контексті нашої розвідки доцільно виокремити модель К. Камерона та Р. Квінна, що має назву Competing Values Framework (CVF) та складається з чотирьох конкурентних цінностей. Кожна з них відображає прояв певної організаційної культури: кланової, ієрархічної, адгократичної (креативної) чи ринкової.

В умовах постіндустріальної економіки для забезпечення інноваційного розвитку компанії особливого значення набуває саме креативний складник корпоративної культури. У компанії, що приділяє увагу саме йому, панує креативність, кожен спеціаліст має змогу розвинути власні таланти [4]. Люди творчо підходять до виконання завдань, знаходять унікальні рішення, що дозволяють компанії розвиватися та забезпечувати високий рівень конкурентоспроможності.

З метою активізації нововведень як у корпоративній культурі, так і в загальному інноваційному процесі в системі стимулювання креативної інноваційно спрямованої праці важливе місце має посідати наявність перспектив розвитку творчої особистості, які повинні охоплювати не тільки фаховий, кваліфікаційний, особистісний поступ, соціально активну, навіть лідерську позицію в колективі тощо, а й можливості для кар'єрного зростання в організації [5]. Вагомим механізмом сприйняття працівниками корпоративної культури, спрямованої на інноваційний розвиток, є дієва комплексна система мотивації персоналу, що враховує прагматичні та альтруїстичні інтереси працівників та надає кожному можливість для самореалізації.

Персоналу, який діє в межах корпоративної культури, орієнтованої на нововведення, притаманні такі якості, як професіоналізм, креативність, ініціативність, висока інноваційна активність, розвиток і дотримання загальноприйнятих в організації норм і правил поведінки. У формуванні інноваційно спрямованої корпоративної культури вирішальну роль відіграють енергійні менеджери-лідери, під керівництвом яких професійні та соціально активні команди впроваджують нововведення у виробництво [5].

У цьому контексті слід звернути увагу на японську модель корпоративної культури, бо саме вона є взірцем для багатьох підприємств. Справа в тому, що керівники компаній із «країни вранішнього сонця» переконані: персонал – це головний ресурс їхнього розвитку. Відтак співробітники визнаються не стільки об'єктом управління, скільки суб'єктом діяльності, який бере активну участь у всіх процесах, що відбуваються в компанії. Не випадково однією з причин успіху японського менеджменту називають уміння працювати з людьми. Японцям належить авторство системи кайдзен – одного з підходів до поліпшення роботи організації. Саме в ній значну увагу приділяють корпоративній культурі.

Прикладом корпоративної культури, орієнтованої на креативні складники, може слугувати компанія Toyota Motor Corporation, бо в ній застосовані справді креативні підходи до організації робочого процесу, побудови взаємовідносин та запровадження нових ідей, що стали прикладом для багатьох компаній. «Якщо зібрати разом людей, кожен із яких максимально виконує свої обов'язки, їхні можливості будуть зростати не в арифметичній, а в геометричній прогресії», – наголошував засновник Toyota Motor Company Тоєда Кіітіро [6]. Атмосфера цього підприємства заохочує співробітників до того, щоб вони визнавали свої помилки і відкрито говорили про всі проблеми, з якими зіткнулися.

Від початків своєї діяльності на Toyota вважали, що ключем до успіху є інвестиції в людський капітал. Сенс виробничої системи тут полягає насамперед у корпоративній культурі, тобто в тому, як люди мислять і поведуться, і це глибоко вкорінене у філософії і принципах компанії. У центрі уваги – пошана до людей і безперервне вдосконалення. Організуючи виробництво в новій країні, Toyota ретельно вивчає місцеві умови і те, яким чином можна до них адаптувати свою корпоративну культуру. Назвати головні причини успіху компанії досить складно, оскільки тут має йтися і про оригінальність продукції, і про працьовитість співробітників, і про завзятість керівництва, і про унікальні технологічні рішення. Усе це в сумі дало те, що ми зараз називаємо одними з кращих автомобілів сучасності – Toyota [6, с. 7].

Висновки. Кожна компанія має унікальну історію і перебуває в унікальних бізнес-обставинах, а отже, повинна розвивати свою культуру. Важливо глибоко осмислити сильні сторони своєї культури і свої цінності, ретельно обміркувати, як на їх основі розвивати людей, котрі сповідують ваші цінності і приведуть вашу компанію до успіху.

Література

1. Модель впливу корпоративної культури на ефективність організації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://um.co.ua/10/10-11/10-112625.html>.
2. Приймак Н. С. Корпоративна культура в системі управління змінами підприємства / Н. С. Приймак // Вісник ЖДТУ. – 2019. – № 2 (88). – С. 91 – 97.
3. Апостолук О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності / О. Апостолук // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2016. – № 2. – С. 68 – 73.
4. Макотерська І. Оцифрувати цінності: як культура компанії допомагає реалізувати стратегію / І. Макотерська. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ain.ua/2019/05/30/ocifruvati-cinnosti-yak-kultura-kompanii-dopomagaye-realizuvati-strategiyu>.
5. Українська Л. О. Інноваційне спрямування розвитку корпоративної культури / Л. О. Українська // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 41. – С. 219–222.
6. Лайкер Дж. Корпоративная культура Toyota. Уроки для других компаний / Дж. Лайкер, М. Хосеус. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 440 с.
7. Японский менеджмент. Особенности японской корпоративной культуры. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nihon-go.ru/yaponskiy-menedzhment-osobennosti-yaponskoy-korporativnoy-kulturyi>.

РИТОРИЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-ЛІДЕРА: ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ

Голобородько Неля

Саранин В. В. – науковий керівник, к. філол. н.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі акцентовано на актуальності риторичної компетентності сучасних бізнес-лідерів, нині чинних і майбутніх керівників підприємств, установ, організацій різних форм власності; виокремлено критерії ефективності публічного виступу; розглянуто традиційні та інноваційні технології підготовки ефективного публічного виступу.

Ключові слова: риторика, риторична компетентність, оратор, аудиторія, промова, стратегія оратора, тактика оратора, ефективний публічний виступ.

Постановка проблеми. «Заговори, щоб я тебе побачив». Цей Сократів парадокс сьогодні актуальний, як і в часи Античності: сучасна людина так само репрезентує себе (свої духовні цінності і моральні принципи, культурні настанови та інтелектуальний рівень, мотиви й інтереси, ставлення до себе, інших людей і світу) писаним чи мовленим словом. Відтак мистецтво слова – риторика – є засобом і способом представлення особистості, спрямованої у своїй комунікативній діяльності на досягнення мети – впливу на аудиторію. Впливати на розум і

Зміст

КОМП'ЮТЕРНА ПРОГРАМА – ЧАТ-БОТ

Відзівашець Наталія

Львівський кооперативний коледж економіки і права 3

ЗАХИСТ АВТОРСЬКИХ ПРАВ У МЕРЕЖІ INTERNET

Танасійчук Тетяна

Миколаївський коледж бізнесу і права

Вищого навчального закладу Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» 6

**ІННОВАЦІЇ В ЕКСПЕРТНІЙ ДІАГНОСТИЦІ
ПОБУТОВИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРИСТРОЇВ**

Петрига Назар

Львівський торговельно-економічний університет 10

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВА НА ПРИВАТНІСТЬ ПРИ ВИКОРИСТАННІ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Шапайко Тетяна

Львівський кооперативний коледж економіки і права 13

**ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ
ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Ничипорук Тетяна

Рівненський кооперативний економіко-правовий коледж 16

МАКАРОННІ ВИРОБИ В КОНТЕКСТІ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ

Садніцький Мар'ян

Львівський торговельно-економічний університет 21

**ІННОВАЦІЙНА СИРОВИНА ТВАРИННОГО ПОХОДЖЕННЯ
ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ**

Ужсела Юлія

Львівський торговельно-економічний університет 27

**ВПЛИВ ЗАГАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ТА СТРАТЕГІЙ
ІНТЕНСИВНОГО ЗРОСТАННЯ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
КОМПАНІЇ (за матеріалами «Samsung Electronics Co., Ltd.»)**

Коршун Едуард

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» 31

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА СВІТОВОМУ ОПТИЧНОМУ РИНКУ

Крутяк Давид

Львівський торговельно-економічний університет 34

ІННОВАЦІЇ НА РИНКУ КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ

Панайотова Тамара

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» 37

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВЗУТТЄВОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Балабух Роксолана

Львівський торговельно-економічний університет 42

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДИ В УМОВАХ КРИЗИ

Брачун Олег

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» 46

КРЕАТИВНА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА
ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ
РОЗВИТКОМ КОМПАНІЇ

Попова Єлизавета

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» 49

РИТОРИЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-ЛІДЕРА:
ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ

Голобородько Неля

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» 52

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА ЗІ ЩАСТЯ
ПЕРСОНАЛУ

Гахраманова Анастасія

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» 56

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ СЕМІНАРІВ-ТРЕНІНГІВ У РАМКАХ
ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ
В ПОЛТАВСЬКОМУ КООПЕРАТИВНОМУ КОЛЕДЖІ

Рева Анна

Полтавський кооперативний коледж 59

ПРАВООСВІТНЯ ТА ПРАВОВИХОВНА ДІЯЛЬНІСТЬ СТУДЕНТІВ-ПРАВНИКІВ ЯК СПОСІБ НАБУТТЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ <i>Прушковський Владислав</i> <i>Полтавський кооперативний коледж</i>	62
ФІЗІОЛОГІЧНІ ПРОЯВИ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО СТРЕСУ У СТУДЕНТІВ З РІЗНОЮ РУХОВОЮ АКТИВНІСТЮ <i>Стефанишин Ольга</i> <i>Львівський кооперативний коледж економіки і права</i>	65
ВПЛИВ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ СПРИЧИНЕНОЇ SARS COVID 19 НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ <i>Грибеник Світлана</i> <i>Сумський коледж економіки і торгівлі</i>	69
ІННОВАЦІЇ В ЕКОЛОГІЧНОМУ МАРКЕТИНГУ <i>Лісяна Аліна</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	74
ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ХЕРСОНЩИНИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ <i>Бацула Катерина</i> <i>Херсонський кооперативний економіко-правовий коледж</i>	77
МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ: ЧОМУ МАТЕМАТИЧНА ГРАМОТНІСТЬ – ОСНОВА БУДЬ-ЯКОГО БІЗНЕСУ? <i>Романюк Борис, Радушинська Аліна</i> <i>Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут</i>	84
ЕНЕРГЕТИЧНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД <i>Поліщук Анастасія</i> <i>Коледж економіки і права Вінницького кооперативного інституту</i>	92
ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОБЛЕМИ НАРОДЖЕННИХ ЗА ҐРАТАМИ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ <i>Ковальчук Ольга</i> <i>Коледж економіки і права Вінницького кооперативного інституту</i>	95
УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>Губицький Назар</i> <i>Ящук В. І. – науковий керівник, к.е.н., доцент</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	98

ОСНОВНІ ЗМІНИ ДО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ У СФЕРІ
ТРАНСПЛАНТАЦІЇ АНАТОМІЧНИХ МАТЕРІАЛІВ ЛЮДИНИ

Бойчук Ілона

Чернівецький кооперативного економіко-правового коледжу 101

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЙНИХ ЗАКЛАДІВ:
ЗАКОРДОННИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Поливода Дарія

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» 107