

Список використаних джерел:

1. Глазкова К.О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств. *Вісник КНУТД*. 2022. № 3 (77). С. 102-106.
2. Круш П.В., Ліндаєв Д.В. Управління збутовою діяльністю підприємства в сучасних економічних умовах. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*: збірник наукових праць. 2020. Вип. 25. С. 111-118.
3. Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 187-190.
4. Орлова К.Є. Управління бізнесом: підручник. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 319 с.
5. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Романова Л.П. Науково-методичний підхід до формування механізму управління розвитком інноваційного потенціалу підприємства. *Innovation and Sustainability*, 2022. № 4. С. 30-38. <https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.30.38>.

Канд. екон. наук Петриняк У. Я., Кузнецов Д. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БІЗНЕС-СТРУКТУР
НА ОСНОВІ КРЕАТИВНОСТІ**

У сучасному світі стрімкого технологічного прогресу та економічної нестабільності питання формування економічного потенціалу бізнес-структур стає особливо актуальним. Зростаюча конкуренція та високий темп інновацій вимагають від підприємств не лише адаптації до нових умов, але й активного впровадження креативних стратегій у свою діяльність. Мета дослідження полягає в аналізі процесів формування економічного потенціалу бізнес-структур на основі креативності. Дослідження спрямоване на виявлення та аналіз впливу креативних підходів на підвищення конкурентоспроможності підприємств, розгляд новаторських методів управління та стратегічного планування, а також визначення оптимальних шляхів використання творчого потенціалу для досягнення економічної стійкості та успіху в умовах постійних змін на ринку.

У контексті економічних систем потенціал виступає як основне джерело та ресурс для їх функціонування та перспективного розвитку. Цей потенціал може бути пов'язаний як з абстрактною економічною системою загалом, так і з конкретними суб'єктами, починаючи від глобальної економіки і закінчуючи окремими підприємствами [1].

Формування економічного потенціалу бізнес-структур на основі креативності є ключовим аспектом розвитку підприємств. Креативність, як стимул нових ідей, відкриває можливості переосмислення існуючих знань. Це процес створення нових припущень для визначення теорій або формування нової свідомості. Креативність – потенціал для творення інновацій.

Креативний потенціал на підприємстві є частиною ресурсного потенціалу. Управління ним визначається загальними функціями менеджменту, такими як планування, організація, мотивація, контроль і регулювання. Для зростання креативного потенціалу важливо починати креативний менеджмент на етапі створення підприємства.

Управління економічним потенціалом, орієнтоване на креативність, вимагає системного підходу. Планування креативного потенціалу включає розробку стратегічних, поточних і оперативних планів та визначення бюджетів для їх реалізації. Організаційна структура управління повинна ефективно розподіляти функції та повноваження серед учасників креативних процесів.

Розпізнавання потреб персоналу, як носіїв креативного потенціалу, є ключовим етапом. Аналіз рівня підготовки і здібностей співробітників дозволяє ефективно впливати на них та забезпечувати контроль над реалізацією стратегічних, поточних і оперативних планів.

Постійне коригування стратегічних, поточних і тактичних планів відповідно до обставин – важливий аспект. Застосування методів впливу на персонал і заходи для підвищення ефективності використання креативного потенціалу допомагає досягти конкурентоспроможності та лідерства на ринку [2].

Основна активність креативного бізнесу відповідає внутрішнім прагненням та ідеалам його засновників, а також принципам економічної ефективності. Зазвичай вони мають мету реалізувати творчий потенціал, що накопичений раніше, розробляючи та впроваджуючи нові продукти, послуги чи інформаційні рішення. З розвитком бізнесу цей мотив доповнюється бажанням створити бізнес, що виступає соціальною структурою.

Структура креативного бізнесу будується навколо творчої особистості, яка гарантує його стійкість та процвітання. Успіх визначається не контролем над більшістю капіталу, або компаній, а в тому, що засновники, як творці бізнесу, виступають основними носіями творчого потенціалу, беруть на себе відповідальність

та втілюють соціально-виробничу сутність. Креативні господарські структури формують поточну господарську кон'юнктуру ринку, представляючи якісно нові наукомісткі товари чи послуги. Креативний бізнес утримується від диверсифікації та залишається спрямованим на вузьку спеціалізацію.

Він радикально перетворює класичні організаційні форми, виступаючи проти централізованих структур, здатний розвиватися виключно за рахунок внутрішніх ресурсів, і має можливість постійно трансформуватися, породжуючи нові бізнес-структури. З вищезазначеного випливає, що роль креативного бізнесу невідворотно зміцниться в найближчий час. Це відображає реальну важливість і значення сучасної технологічної революції, а не просто коливання фондових індексів.

Креативний бізнес є оптимальною формою організації, що відповідає потребам розвитку інтелектуального капіталу, виходячи із найбільш розвинених форм класичного індустріального бізнесу. За переконанням автора, такі структури стануть найбільш конкурентоспроможними на світових ринках, стаючи ключовими гравцями у міжнародному бізнесі. Це призведе до прискорення господарської поляризації, викличе нові міжнародні виклики, але ця тенденція інтелектуалізації виробництва є об'єктивною, сприяючи підвищенню ролі креативності в бізнесі та переходу до неекономічних цінностей [3].

Сучасний бізнес не може пройти без ефективного управління креативним потенціалом. Креативність, як стимул інновацій, визначає успіх підприємства. Ефективне управління вимагає системного підходу, включаючи стратегічне планування та адаптацію до потреб персоналу. Креативний бізнес, зосереджений навколо творчих особистостей, є ключовим гравцем у світовому ринку. Його успіх полягає в соціальній відповідальності та здатності постійно трансформуватися. Розвиток креативного бізнесу відображає зростаючу роль креативності та перехід до неекономічних цінностей у контексті технологічної революції. Такі структури визначають новий етап у розвитку міжнародного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Романова Л.П. Науково-методичний підхід до формування механізму управління розвитком інноваційного потенціалу підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. С. 30-38. <https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.30.38>.

2. Бас С. А. Формування креативного потенціалу на підприємстві. *Креативна економіка та підприємництво: стан, проблеми та перспективи розвитку*: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 18 травня 2017 р.). URL: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/2642/>.
3. Лошковська Х.С. Тенденції розвитку креативності в контексті міжнародного бізнесу. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2860>.

Прісєдько А. В., канд. екон. наук Гвініашвілі Т. З.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Питання щодо підвищення якості продукції та задоволення потреб споживачів, у сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції на ринках товарів та послуг, стає одним з ключових факторів успіху підприємства. Якість продукції впливає на рівень попиту, ціну, рентабельність, репутацію та імідж підприємства, його можливості для розширення ринків збуту та входження в міжнародні ланцюги постачання. Тому підприємства, які прагнуть зайняти лідируючі позиції на ринку, повинні постійно удосконалювати свою систему управління якістю, яка є комплексом організаційних, технічних, економічних та соціальних заходів, спрямованих на планування, регулювання, контроль та підвищення якості продукції на всіх стадіях її життєвого циклу.

Система якості – це сукупність організаційної структури, процедур, процесів та ресурсів, які необхідні для забезпечення якості продукції та послуг, що відповідають вимогам та очікуванням споживачів. Система якості має велике значення для підприємства, оскільки вона допомагає:

– підвищити задоволеність та лояльність споживачів, які отримують високоякісну продукцію та послуги, що відповідають їхнім потребам та побажанням, а також вчасно та надійно доставлені;

– підвищити продуктивність та ефективність виробництва, яке здійснюється з мінімальними витратами, відходами, браком, а також з використанням сучасних технологій та інновацій;

– підвищити мотивацію та кваліфікацію персоналу, який працює в комфортних умовах, має чіткі посадові обов'язки та відповідальність, отримує гідну заробітну плату, соціальні гарантії, можливості для навчання та розвитку;