

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;

- підвищити репутацію та імідж підприємства;
- підвищити конкурентоспроможність підприємства, яке може пропонувати своїм клієнтам унікальну та привабливу цінність, яка відрізняє його від інших виробників на ринку.

Конкурентоспроможність підприємства є його здатністю конкурувати на ринку з іншими підприємствами, задовольняти потреби та очікування споживачів, забезпечувати свою рентабельність та розвиток. Конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів, які можна поділити на внутрішні та зовнішні [7]. Внутрішні фактори включають ресурси, потенціал, організаційну структуру, стратегію, культуру, технології, інновації, якість продукції та послуг, цінову політику, маркетингову діяльність, корпоративну соціальну відповідальність тощо [4]. Зовнішні фактори охоплюють ринкове середовище, попит, конкуренцію, законодавство, макроекономічну ситуацію, політичну стабільність, екологічні умови, глобальні тенденції тощо [2]. Для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства необхідно враховувати всі ці фактори та їх взаємозв'язок.

Система якості на підприємстві є сукупністю організаційних, технічних, технологічних, нормативних та інших заходів, які спрямовані на забезпечення відповідності продукції вимогам та очікуванням споживачів, а також на постійне покращення якості продукції. Удосконалення системи якості на підприємстві є необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства, адаптації до змін ринкової ситуації, задоволення потреб та побажань клієнтів, забезпечення рентабельності та розвитку підприємства.

Система управління якістю виконує такі основні функції: планування якості, встановлення вимог та стандартів якості, розробка та впровадження заходів щодо забезпечення якості, контроль якості, вимірювання та аналіз якості, підвищення якості, оцінка якості, яка полягає в перевірці відповідності продукції вимогам та стандартам якості, виявленні проблем та недоліків, визначенні причин та наслідків, вжитті заходів щодо виправлення та запобігання, а також в оцінці ефективності та результативності системи управління якістю [5]. Оцінка якості може бути внутрішньою або зовнішньою, залежно від того, хто проводить її: персонал підприємства, замовники, постачальники, незалежні

аудитори, сертифікаційні органи тощо. Оцінка якості дозволяє підприємству визначити свої сильні та слабкі сторони, виявити можливості для покращення, отримати відгуки та визнання від зацікавлених сторін, а також підтвердити свою конкурентоспроможність на ринку [1].

Отже, удосконалення системи якості на підприємстві – це процес впровадження стандартів, методів і інструментів, які спрямовані на покращення якості продукції або послуг, що надаються підприємством. Це дозволяє підвищити задоволення клієнтів, зменшити витрати, збільшити продуктивність і конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Список використаних джерел:

1. Безродна С.М. Управління якістю: навч. посіб. Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2017. 174 с.
2. Гринько Т.В. Обґрунтування стратегії зниження витрат підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. № 25. С. 102-105.
3. Ліфіц І.М. Управління якістю: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 448 с.
4. Радченко О.П., Білоног Г.Ю. Удосконалення системи управління якістю продукції на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6535>.
5. Сокорська В.О. Особливості системи управління якістю в організації. Чернівці: 2021. 88с.
6. Фоміна Т.В. Переваги та недоліки запровадження системи управління якістю на підприємстві. Харків: 2017. 55 с.
7. Цимбалюк Г.С. Ключові аспекти системи управління якістю продукції на етапах її виробництва. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 1 (29). С. 129-134.

Руденко Д. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНИХ КРИЗ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Аналіз та оцінка впливу економічних криз на діяльність підприємств торгівлі – це складний процес, що включає дослідження різних аспектів, таких як зміни в споживачному попиті, зміни в цінах на товари та послуги, зміни у фінансовій стабільності підприємств, вплив змін валютних курсів тощо.

Економічні кризи істотно впливають на діяльність підприємств торгівлі, змушуючи їх адаптуватися до змін в умовах ринку, переглядати стратегії та оптимізувати операційні процеси для забезпечення стабільності та успішності