

Separate Structural Unit “Khmelnysky Polytechnic Professional College
by Lviv Polytechnic National University” (Ukraine)
Lviv Polytechnic National University (Ukraine)
NOVA Community College (USA)

**ACTUAL PROBLEMS OF MODERN SCIENCE,
TECHNOLOGIES DEVELOPMENT
AND MANAGEMENT**

Thesis of
V Anniversary International Scientific and Practical Conference

Khmelnyskyi, 21th of November 2024

*Dedicated to the bright memory of those, who died for freedom and
independence of Ukraine*

*Khmelnyskyi
2024*

Кострубська І.В., Савіцький А.В. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ПІДБОРУ, ВІДБОРУ ТА АДАПТАЦІЇ СИСТЕМИ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ	50
Лагановський А.О., Бойчук Н.А., Бойчук О.Л. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	54
Лопатовська О.О., Бондарук С.Р. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ОБОРОТНІ АКТИВИ»	57
Лопатовська О.О., Боролюк М.І. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ПРОЦЕНТНИХ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ АТ «ТАСКОМБАНК»	61
Лучкова Д.Д., Алексєнко В.Т. ЕТИКА І СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ	65
Марчевська Ю.О., Філіпчук І.О., Нікольчук Ю.М. ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ	68
Небжицький Б.Р., Лопатовська О.О. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМТВА	72
Нестерюк В.С., Завадських Г.М. ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРАКТИКИ СТАЛОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	77
Огородня В.С., Піхняк Т.А. МЕТОДИ АНАЛІЗУ ФАКТОРІВ РУХУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	82
Підпайло Л.А., Павлова М.Б. РОЛЬ СТИМУЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ	86
Решмідлова С.Л., Галушко К.С. ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	88
Рудніченко С. Р., Селюченко Н. Є. ФІНАНСОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	93
Свириденко С.О., Завадських Г.М. ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ ВАЖЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ	97
Танасієнко Н.П., Дем'янов Д.М. ЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	102

doslidzhennya-gradus-research-pro-migr-20032024-20013 (дата звернення: 14.10.2024).

3. Індекс інфляції в Україні. Мінфін: веб-сайт. <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> (дата звернення: 14.10.2024).

4. Горбачова А. МВФ змінив прогноз курсу для України до 2029 року: коли долар буде по 50 гривень. *Уніан*: веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/kurs-dolara-v-ukrajini-novi-prognoz-vid-mvf-12796980.html> (дата звернення: 14.10.2024).

Свириденко С.О.,
здобувач гр.11 ПТ

*Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного,
Науковий керівник: Завадських Г.М.,
к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного*

ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ ВАЖЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ

Категорія "якість продукції" у товарознавстві виникла під впливом ряду передумов, пов'язаних із розвитком суспільства, економіки та технологій. Із зростанням обсягів виробництва та підвищенням спеціалізації на різних етапах промислового процесу виникла необхідність стандартизації та оцінки якості продукції. Споживачі стали більше залежати від якості готових товарів, оскільки самі вже не виготовляли їх власноруч. Зі збільшенням кількості виробників і розширенням асортименту продукції виникла потреба в порівнянні товарів за різними характеристиками, що призвело до формування поняття якості як важливої конкурентної переваги. Із часом споживачі стали більш вимогливими до властивостей продукції – функціональності, безпеки, зовнішнього вигляду та довговічності. Це стимулювало розвиток методів оцінки якості продукції для забезпечення відповідності потребам. Технологічний прогрес дозволив покращувати процеси виробництва та контролю якості. Виникли нові вимірювальні інструменти та методи, які зробили можливим точне визначення і стандартизацію параметрів якості. Зростаюча

увага до безпеки споживчих товарів і їх впливу на довкілля також стала важливою передумовою для формування поняття якості. Виробники були змушені враховувати ці фактори, розробляючи нові стандарти якості [5]. Уряди різних країн почали встановлювати стандарти та норми якості для забезпечення безпеки, захисту прав споживачів і підтримки справедливої конкуренції на ринку.

Таким чином, розвиток категорії "якість продукції" у товаровзнавстві був зумовлений необхідністю стандартизації, задоволенням зростаючих вимог споживачів, впровадженням технологічних інновацій та регулюванням з боку держави.

Рівень розвитку компанії та її прибутковість залежать насамперед від якості продукції. Якість як економічне поняття відображає сукупність характеристик товару, які визначають його здатність задовольняти потреби людей згідно з його призначенням [1]. Тому для кожного підприємства важливо постійно вдосконалювати та підвищувати якість своїх товарів чи послуг. У контексті зростання міжнародної торгівлі та споріднених галузей, успіх компаній на внутрішньому та зовнішньому ринках напряму залежить від відповідності їхньої продукції стандартам якості. Проблеми, пов'язані з якістю, є спільними для всіх країн і стають ще більш актуальними в умовах поглиблення ринкових відносин, посилення конкуренції та зменшення державного захисту національних виробників. Якість продукції – це сукупність характеристик товару або послуги, які визначають його здатність задовольняти потреби споживача відповідно до встановлених стандартів [3]. Вона включає такі показники, як надійність, безпека, функціональність, естетичність, довговічність, екологічність тощо.

Отже, якість продукції важлива як для підприємства, так і для споживача, оскільки вона впливає на успіх бізнесу та задоволення потреб клієнтів.

При визначенні показників якості та встановленні їх рівнів для різних видів продукції необхідно комплексно враховувати такі чотири фактори:

- потреби і побажання споживачів: це можуть бути населення, підприємства з переробки або аграрні підприємства, які використовують проміжну продукцію
- можливості досягнення потрібних показників якості з урахуванням рівня розвитку технологій, техніки та кваліфікації працівників
- наявність розроблених методик, підходів та

інструментів для оцінки якості та контролю її показників

- матеріальне стимулювання виробників за досягнення високих показників якості та встановлення відповідальності за їх погіршення [2].

Таблиця 1

Критерії важливості якості продукції для виробника і споживача

Для виробника	Для споживача
Конкурентоспроможність: висока якість продукції дозволяє підприємству виділятися серед конкурентів, що допомагає залучати більше клієнтів	Задоволення потреб: продукція високої якості краще відповідає очікуванням та потребам споживачів.
Зниження витрат: продукція високої якості зменшує ймовірність повернень, гарантійних ремонтів та скарг, що знижує витрати на післяпродажне обслуговування.	Безпека: якісні товари є більш безпечними у використанні, що знижує ризики для здоров'я та життя.
Зростання прибутку: якісні продукти дозволяють підприємствам встановлювати вищу ціну та отримувати більше прибутку.	Тривалість використання: якісні продукти служать довше, що дозволяє споживачам заощаджувати кошти на заміну або ремонт.
Репутація: надійна продукція формує позитивний імідж компанії, що сприяє довгостроковій успішній діяльності.	Довіра до бренду: придбання якісної продукції підвищує лояльність до бренду, споживачі більше довіряють компанії та частіше повертаються за новими покупками.
Відповідність стандартам: забезпечення високої якості допомагає підприємствам відповідати міжнародним стандартам та регламентам, що відкриває можливості для експорту.	Економічна ефективність: висока якість означає меншу ймовірність дефектів або поломок, що зменшує загальні витрати споживача на обслуговування.

Джерело: сформовано автором

На якість продукції впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори:

До основних внутрішніх факторів належать:

1. Якість сировини та матеріалів – використання високоякісних ресурсів підвищує якість кінцевої продукції.

2. Технологічні процеси – правильна організація виробничих процесів, застосування сучасних технологій та обладнання сприяють виготовленню якісної продукції.

3. Кваліфікація персоналу – рівень професійної підготовки та досвід працівників безпосередньо впливають на точність та якість виконуваних операцій.

4. Організація контролю якості – наявність системи контролю на всіх етапах виробництва дозволяє виявляти та усувати недоліки.

5. Інновації та розробки – впровадження нових технологій та рішень може покращити якість продукції та її конкурентоспроможність.

До зовнішніх факторів належать:

1. Конкуренція на ринку – змушує підприємства підвищувати якість продукції, щоб відповідати очікуванням споживачів.

2. Попит і потреби споживачів – зміни в уподобаннях клієнтів стимулюють вдосконалення продукції.

3. Законодавство та стандарти – вимоги державних стандартів, регуляцій та сертифікацій впливають на якість продукції.

4. Економічні умови – коливання цін на сировину, зміни в економіці можуть впливати на можливості підприємства забезпечувати високу якість.

5. Екологічні фактори – дотримання екологічних норм та вимог може вимагати змін у виробничому процесі та якості продукції.

Ці фактори взаємодіють між собою, впливаючи на кінцевий результат – якість продукції.

Отже, щоб продукція була успішною на ринку і могла ефективно конкурувати, вона повинна відповідати вимогам споживачів. Для цього, з одного боку, держава має враховувати ринкові потреби під час розробки стандартів якості, а з іншого боку – сам виробник продукції. Задоволення потреб передбачає виробництво продукції відповідної якості та в необхідній кількості. Розрив між потребами ринку та наявною продукцією за рівнем

якості і насиченістю ринку має стати основою для прийняття управлінських рішень щодо державного регулювання якості продукції. Щоб продукція залишалася якісною, вона повинна враховувати актуальні потреби, але також важливо пам'ятати, що якість – це динамічне поняття, яке змінюється з часом разом із потребами споживачів.

Список використаних джерел

1. Васюта В., Пузак В., Лашко І. Основні напрямки розвитку сучасного товарознавства. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 1. С. 152–157. URL: <http://surl.li/dgvor>.

2. Завадських Г. М. Основні напрямки і проблеми розвитку сучасного товарознавства. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки) № 1 (50)*, 2024. С.104-111.

3. Завадських Г.М. Безпека та якість продукції в контексті формування продовольчої системи України. *Актуальні проблеми сучасної науки, розвитку технологій та менеджменту: збірник тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції*. За заг. наук. ред. д.-ра екон. наук, доц. А.В. Савіцького. Хмельницький, 2023. С. 135-137.

Системи управління якістю. [Стандарт востаннє переглядався та підтверджувався у 2021 році]. URL: <https://www.iso.org/>

5. Язіна В.А., Вишнікіна О.В., Сабіров О.В. Сучасні тенденції розвитку товарознавства харчових продуктів. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Випуск 67. С. 167-170.