

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

бізнесу тому аналіз і оцінка впливу економічних криз на діяльність підприємств торгівлі є необхідним інструментом для розуміння та прогнозування змін у ринковому середовищі, виявлення ризиків і можливостей, а також розроблення ефективних стратегій адаптації та виживання на періоди економічних труднощів. Цей аналіз може включати оцінку фінансових показників підприємств, таких як оборот, прибуток, ліквідність тощо, а також оцінку реакції підприємств на економічні кризи шляхом аналізу їх стратегій управління ризиками, змін у продуктовому портфелі, маркетингових стратегій тощо. Крім того, аналіз може включати в себе також порівняння результатів діяльності підприємств у періоди економічних криз та в періоди стабільності, щоб визначити їхню реакцію на зміни в макро-економічному середовищі [1].

Загалом, аналіз та оцінка впливу економічних криз на діяльність підприємств торгівлі є важливою складовою стратегічного управління та дозволяє підприємствам ефективно реагувати на зміни в економічній середовищі для забезпечення стійкості та успішності бізнесу.

Економічні кризи мають значний вплив на фінансові показники, споживчу поведінку та стратегії управління підприємствами торгівлі, змушуючи їх переглядати бізнес-моделі, оптимізувати запаси, змінювати цінову політику та шукати нові ринкові можливості для забезпечення стабільності та конкурентоспроможності.

Економічні кризи часто супроводжуються спадом покупців, зменшенням оборотних засобів та зниженням доходів підприємств торгівлі. Крім того, економічні кризи можуть призвести до скорочення доступу до кредитів та фінансових труднощів [1]. Це вимагає від підприємств аналізу фінансових ризиків та розробки стратегій зменшення витрат та оптимізації фінансових потоків. Аналіз фінансових показників у цей період дозволяє ідентифікувати ризики фінансової нестабільності та розробляти стратегії подолання, такі як раціоналізація витрат або пошук нових джерел фінансування. У той же час, оптові підприємства можуть відчувати меншу вразливість до економічних криз, оскільки вони можуть мати довший цикл замовлень та більш жорсткі умови контрактів з постачальниками та покупцями. Однак, зниження загального попиту може все ще впливати на їх прибутковість та оборот.

Економічні кризи ще значно впливають на діяльність підприємств торгівлі та вимагають комплексного підходу до аналізу та реагування. Аналіз та оцінка

цього впливу є ключовим елементом стратегічного управління, оскільки дозволяє розуміти зміни на ринку, ідентифікувати ризики та можливості, розробляти ефективні стратегії управління та забезпечувати стійкість та успішність бізнесу. Ця тема має велике значення в економічних аспектах, оскільки вона стосується як окремих підприємств, а й економіки загалом. Впровадження ефективних стратегій управління підприємствами торгівлі за умов економічних криз необхідне забезпечення стійкості економічного розвитку та соціально-економічної стабільності.

Отже, аналіз та оцінка впливу економічних криз на підприємства торгівлі допомагають підприємствам розуміти зміни на ринку, ідентифікувати ризики та можливості, розробляти ефективні стратегії управління та забезпечувати стійкість та успішність бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Клебанова Т.С., Димченко О.В., Рудаченко О.О. Оцінка, аналіз і попередження кризового стану підприємств: моногр. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 193 с.

**Рудова К. Р.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Формування системи конкурентних переваг для підприємства – це складний і багатоаспектний процес, який передбачає визначення унікальних аспектів підприємства, які роблять його відмінним від конкурентів і створюють підстави для успіху на ринку.

У світі бізнесу конкуренція стала однією з ключових складових успіху для будь-якого підприємства. Уміння виокремитися серед конкурентів і залишатися на вершині вимагає від компаній постійного аналізу, інновацій та стратегічного планування. Формування системи конкурентних переваг є необхідним етапом для забезпечення стійкого розвитку підприємства в сучасних умовах глобалізації та посиленої конкуренції [1].

Перше, що необхідно зрозуміти, – це саме конкурентне оточення. Це включає в себе аналіз ринку, ідентифікацію конкурентів, їхніх стратегій, сильних та слабких