

Анастасія МОРОЗОВА
ЗВО спеціальності 051 Економіка,
Миколаївський національний аграрний університет
м.Миколаїв, Україна

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах ринкової конкуренції якість сервісу стає одним з ключових факторів успіху підприємств сфери послуг. Споживачі все більше зважають не тільки на вартість, а й на рівень обслуговування, що змушує компанії впроваджувати ефективні системи управління якістю. Високий рівень сервісу сприяє формуванню лояльності клієнтів, укріпленню репутації та збільшенню конкурентоспроможності підприємства. Забезпечення якості сервісу вимагає комплексного підходу, що включає стандартизацію процесів, застосування сучасних технологій, навчання персоналу та використання зворотного зв'язку від споживачів.

З початком повномасштабної війни в Україні багато підприємств втратили стабільність і прогнозованість. У таких умовах важливо не лише вижити, а й підтвердити свою надійність і відповідність міжнародним стандартам якості. Особливої ваги набувають стандарти ISO 9001, ISO 27001, ISO 13485, а створення та підтримка системи управління якістю стає ключовим чинником довгострокової конкурентоспроможності підприємств.

Відповідно до визначення Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), якість – це сукупність властивостей та характеристик продукту, котрі дають йому змогу задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби [1]. Більшість стандартів ISO використовуються у багатьох країнах світу, зокрема і в Україні. Українська національна версія стандартів називається ДСТУ ISO. Варто зазначити, що Міжнародна організація з стандартизації (ISO) не встановлює вимог до якості окремих товарів чи послуг, а визначає ефективність організації виробництва й управління, що впливають на якість загалом. Тому стандарти ISO спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності не лише продукції, а й

самого підприємства. У загальному розумінні конкурентоспроможність відображає відповідність ринковим потребам: продукції — попиту, підприємства — здатності створювати переваги, а країни — її економічній моделі. Таким чином, конкурентоспроможність продукції є проявом конкурентоспроможності підприємства, а остання — показником рівня конкурентоспроможності країни [2]. У сучасних умовах система управління якістю має власну мету, функції, ресурси та інформаційне забезпечення, взаємодіючи з іншими системами підприємства протягом усього життєвого циклу продукції. Для успішного просування продукту вона повинна бути визнана споживачами або постачальниками як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринку [3].

Отже, у сучасних умовах управління якістю послуг є ключовим інструментом зміцнення позицій підприємства. Впровадження стандартів ISO забезпечує стабільну якість, підвищує довіру клієнтів і сприяє адаптації до змін. Комплексна система якості є основою довгострокової конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Список використаних джерел:

1. Каламан О.Б. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств малого та середнього бізнесу виноробної галузі. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 4 (20). С. 426–441.
2. Терлецька Ю.О., Кравчук А.Ю. Управління якістю продукції у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений*. 2022. №1 (101). С.242-245.
3. Власенко І.В. Роль системи управління якістю в забезпеченні конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / І.В. Власенко // *Економіка і організація управління*. № 3(43) (2021). С. 194–203. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2021.3.19>