



*Ми їстимось за те, чому
немає цін в усьому світі –
за Батьківщину.*
О. Довженко



Наукові інновації та передові технології

СЕРІЯ "УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ"

СЕРІЯ "ПРАВО"

СЕРІЯ "ЕКОНОМІКА"

СЕРІЯ "ПСИХОЛОГІЯ"

СЕРІЯ "ПЕДАГОГІКА"

Всеукраїнська Асамблея докторів наук із державного управління



у рамках роботи Видавничої групи «Наукові перспективи»

«Наукові інновації та передові технології»

(Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»)

Випуск № 5(33) 2024

Київ – 2024

Ukrainian Assembly of Doctors of Sciences in Public Administration



within the work of the Publishing Group «Scientific Perspectives»

«Scientific innovations and advanced technologies»

(Series «Management and administration», Series «Law», Series «Economics», Series «Psychology», Series «Pedagogy»)

Issue № 5(33) 2024

Kyiv – 2024



- Підвальна О.Г., Надкерничний І.В.** 858
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОСТОРОВИХ ФОРМ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ У КОНТЕКСТІ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ
- Семененко Ю.С.** 871
РОЛЬ РОБОТИЗОВАНИХ ПРОЦЕСІВ (RPA) У ФІНАНСОВОМУ СЕКТОРІ
- Цимбалюк С.Я., Цимбалюк А.В.** 885
ОПОДАТКУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ
- Шевченко А.В., Марчук В.В.** 898
СВІТОВІ ТРЕНДИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ЩОДО ПРОСУВАННЯ ЕКО-ПРОДУКТІВ У B2B СЕГМЕНТІ
- Шеленко Д.І., Шпикуляк О.Г., Ціжма Ю.І., Семанюк П.М.** 910
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ
- Шкварчук Л.О., Калин В.І.** 925
ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ КОНЦЕНТРАЦІЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ
- Юр'єв В.О.** 938
СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ І ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ЛОГІСТИКИ

СЕРІЯ «Педагогіка»

- Kharkivska A.A., Shcherbak I.V.** 946
MANAGEMENT ASPECT OF USING WORLD RATINGS FOR SUSTAINABLE COMPETITIVENESS IN THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET
- Lu Suo** 961
APPLICATION OF INTERACTIVE FORMS AND METHODS IN THE PROCESS OF DEVELOPMENT OF MUSICAL AND AESTHETIC CULTURE OF SCHOOLCHILDREN IN THE CONDITIONS OF CHILDREN'S MUSIC SCHOOL
- Lukianenko V.V., Shastko I.M., Korbut O.H.** 970
EVALUATING AI DETECTION TOOLS FOR ACADEMIC INTEGRITY IN HIGHER EDUCATION
- Parkheta L.P.** 979
FORMATION OF PROFESSIONAL COMPETENCES OF PHILOLOGY STUDENTS IN THE PROCESS OF PRACTICAL TRAINING
- Анголенко В.В.** 989
ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я У МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ЗАСОБАМИ АРТ-ТЕРАПІЇ ПРАЦІВНИКАМИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ



8. Shenderivska, L. & Savenok, D. (2016). Tendentsii rozvytku rynku upakovky Ukrainy [Development trends of the Ukrainian packaging market]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, 97-101 [in Ukrainian].
9. 2024 Packaging Trends. Medium. Retrieved from <https://medium.com/@mandreosky/2024-packaging-trends-98b629257f19> [in English].
10. 2024 packaging trends – the experts predictions. GWP Group. Retrieved from <https://www.gwp.co.uk/guides/2024-packaging-trends/> [in English].
11. Fast food wrapping paper market. Retrieved from <https://www.transparencymarketresearch.com/fast-food-wrapping-paper-market.html> [in English].
12. Packaging trends: 6 keys for 2024. Grupo Hinojosa EN. Retrieved from <https://hinojosagroup.com/en/packaging-trends-6-keys-for-2024/> [in English].
13. Rechun, O., & Peredriy, O. (2021). Aktyvne ta rozumne pakovannia kharchovykh produktiv [Active and smart food packaging]. *Tovarovnavchyi visnyk*. 14 (1), 65-77. Retrieved from <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2021-14-7> [in Ukrainian].



УДК 658.562:631

[https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5\(33\)-910-924](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5(33)-910-924)

Шеленко Діана Іванівна доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки, Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника, 76000, м. Івано-Франківськ, Шевченка, 57, тел.: (099) 066-23-26, <https://orcid.org/0000-0002-9214-7258>

Шпикуляк Олександр Григорович доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН, учений секретар Інституту, завідувач відділу підприємництва, кооперації та агропромислової інтеграції, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», 03127, м. Київ, Героїв Оборони, 10, тел.: (044)526-05-44, <https://orcid.org/0000-0001-5257-5517>

Ціжма Юрій Іванович кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки, Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника, 76000, м. Івано-Франківськ, Шевченка, 57, тел.: (066)076-49-31, <https://orcid.org/0000-0002-0048-2236>

Семанюк Петро Миколайович аспірат освітньої програми 051 «Економіка», Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 76000, м. Івано-Франківськ, Шевченка, 57, тел.: (068)806-86-26, <https://orcid.org/0009-0005-9645-684X>

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Особливості оцінки якості товарів і послуг та його подальше просування завжди було складним завданням для суб'єктів підприємництва. Мета статті є вивчити взаємозв'язок між якістю товарів та послуг, задоволеністю споживачів та впливом на це диверсифікаційних процесів. Дане дослідження також матиме на меті сприяння суб'єктам підприємництва у досягненні впровадження оптимальної системи щодо управління оцінкою якості товарів і послуг яка би враховувала потреби покупців. У дослідженні зроблено спробу зрозуміти дію факторів, що впливають на оцінку якості товарів і послуг. Доведено, що створення високого рівня якості товарів і послуг призводить до збільшення рівня прибутковості суб'єктів підприємства. У статті окреслено якісні характеристики товарів і послуг із урахуванням таких ознак як: технічні характеристики; функціональні характеристики; естетичні властивості; економічні характеристики; сертифікація якості;





екологічні особливості; правильність контролю якості особливості логістики. Виокремлено, що управління якістю товарів і послуг та задоволеністю покупців повинно включати контроль процесів, взаємодію з постачальниками, підтримку управління та орієнтацію на клієнта, а також інші фактори, включаючи зниження витрат, підвищення якості товарів і послуг. Для досягнення цих цілей необхідно, щоб запровадження диверсифікаційних процесів сприяло координації всіх компонентів ланцюга виробництва-постачання-реалізація. Проведене дослідження намагається оцінити важливість факторів, що впливають на рішення покупців про покупку та їх роль у торгівлі. Окреслено, що покупці купують товари тривалого користування звертають увагу та такі фактори як якість продукції, асортимент продукції, якість обслуговування та оцінка ціни. Зроблено акцент на тому, що введення диверсифікаційних процесів потребує ретельного попереднього аналізу і економічно обґрунтованого рішення. Виокремлено, що крафтове виробництво є елементом диверсифікації, що потребує активізації підприємницької діяльності з одночасною його популяризацією та просуванням на ринки. Доведено, що продавці обіцяючи надавати якісні послуги своїм покупцям, вони створюють почуття довіри серед них клієнтів.

Ключові слова: управління якістю, оцінка, якість товарів і послуг, суб'єкти підприємництва, покупці, диверсифікація.

Shelenko Diana Ivanivna doctor of economic sciences, professor, professor of department of entrepreneurship, trade and applied economics, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, 76000, Ivano-Frankivsk, St. Shevchenko, 57, tel.: (099)066-23-26, <https://orcid.org/0000-0002-9214-7258>

Shpykuliak Oleksandr Hryhorovych doctor of economic sciences, professor, corresponding member of NAAS, learned secretary of the Institute, head of the department of entrepreneurship, cooperation and agro-industrial integration, National Scientific Centre "Institute of Agrarian Economics", 03127, Kyiv, St. Heroiv Oborony, 10, tel.: (044)526-05-44, <https://orcid.org/0000-0001-5257-5517>

Tsizhma Yurii Ivanovych Ph.D. (Economics), Associate Professor of department of entrepreneurship, trade and applied economics, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, 76000, Ivano-Frankivsk, St. Shevchenko, 57, tel.: (066)076-49-31, <https://orcid.org/0000-0002-0048-2236>

Semaniuk Petro Mykolayovych postgraduate of the educational program 051 "Economics", Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, 76000, Ivano-Frankivsk, Str. Shevchenko, 57, tel.: (068)806-86-26, <https://orcid.org/0009-0005-9645-684X>





QUALITY MANAGEMENT OF GOODS AND SERVICES OF BUSINESS ENTITIES IN THE CONDITIONS OF DIVERSIFYING THEIR ACTIVITIES

Abstract. Assessment of the quality of goods and services and its further promotion has always been a difficult task for business entities. The purpose of the article is to study the relationship between the quality of goods and services, customer satisfaction and the impact of diversification processes on it. This study will also aim to assist business entities in achieving the implementation of an optimal system for managing the assessment of the quality of goods and services that would take into account the needs of customers. The study attempts to understand the factors that influence the assessment of the quality of goods and services. It is proved that creating a high level of quality of goods and services leads to an increase in the level of profitability of business entities. The article outlines the qualitative characteristics of goods and services, taking into account such features as: technical characteristics; functional characteristics; aesthetic properties; economic characteristics; quality certification; environmental features; correctness of quality control; and logistics features. It has been highlighted that management of quality of goods and services and customer satisfaction should include process control, interaction with suppliers, management support and customer focus, as well as other factors, including cost reduction, improvement of quality of goods and services.

In order to achieve these goals, it is necessary that the introduction of diversification processes facilitates the coordination of all components of the production-supply-sales chain. The study tries to assess the importance of factors that influence the purchase decisions of buyers and their role in trade. It is outlined that buyers of durable goods pay attention to such factors as product quality, product range, quality of service and price evaluation. The emphasis is placed on the fact that the introduction of diversification processes requires a thorough preliminary analysis and an economically sound decision. It is singled out that craft production is an element of diversification, which requires intensification of entrepreneurial activity with its simultaneous popularization and promotion to markets. It is proved that by promising to provide quality services to their customers, sellers create a sense of trust among their customers.

Keywords: quality management, evaluation, quality of goods and services, business entities, customers, diversification.

Постановка проблеми. Розвиток підприємництва як сфери зайнятості населення і механізму формування його добробуту, відбувається у змінних інституційних умовах ринку. Відповідно до ринкових ситуацій та умов господарювання, суб'єкти підприємництва реалізують політики управління в різних цільових секторах організації-здійснення ринкових трансакцій. Таке положення речей є незмінним повсякчас, тому ефективно організованим,



інноваційно-спрямованим має бути зокрема управління якістю товару-послуги – для успішного їх позиціонування-реалізації. У зв'язку із різновекторними змінами уподобань сучасного споживача, питання щодо менеджменту оцінки якості товарів і послуг набуло всезагальної значимості, потребує постійної системної уваги, а значить – актуального науково-практичного вирішення. Зокрема методи оцінки якості товарів і послуг докорінно змінили спосіб здійснення господарських операцій, а різноманітні фактори впливають на перевагу покупців у виборі тих чи інших товарів і послуг. Відповідно управління якістю товарів і послуг є одним із важливих завдань реалізації підприємницької стратегії на ринку, зокрема натепер це актуально в умовах диверсифікації діяльності господарюючих суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика управління підприємствами наслідує стійкий системний і постійний інтерес з боку науковців, про що свідчать широкоохопні відображення пізнання її дослідниками в минулому й на сучасному етапі розвитку людства. Зазначений контекст дослідницького й публікаційного позиціонування стосується також безпосередньо формування знання про управління якістю товарів і послуг суб'єктів підприємництва в умовах диверсифікації їх діяльності. Зокрема, дослідження [1] показують, що правильна оцінка продукту, якість продукту, рівень обслуговування, різноманітність продукту, ціна та післяпродажне обслуговування є важливими факторами управління, на які торгівля має безпосередній вплив. Наприклад, дослідження, проведене Крузом [1], показало, що якість продукції та рівень задоволення споживачів мають прямий зв'язок, який можна передбачити [1]. Проте коли це стосується онлайн покупок, у тому випадку, покупці більше стурбовані якістю продукції та їх обслуговуванням [2]. Однак погана якість товару купленого через інтернет може негативно вплинути на задоволеність потреби покупців.

В праці М. Abdirad та К. Krishnan [3] обґрунтовано, що управлінці, крім того щоб зосередитися на внутрішньому бізнесі та побудові довгострокових відносин та на довірі до своїх постачальників і клієнтів повинні ще й забезпечувати контроль процесів, взаємодію з постачальниками, підтримку управління, орієнтацію на клієнта та інші фактори, включаючи зниження витрат, підвищення якості товарів і послуг [3]. На важливості дослідження якості торговельного обслуговування покупців, як на можливу конкурентну перевагу суб'єкта підприємництва в сфері торгівлі наголошує О.В. Благоразумова та С.В. Кузьмін [4].

Диверсифікацію науковці розглядали з різних позицій таких як: розширення номенклатури товарів (послуг) підприємства [5]; перехід до багатопрофільного виробництва [6], [21]; фактор інноваційного і стратегічного розвитку [7], [8], [22], [23], [24]; [25]; кадрова складова, яка забезпечує ресурсні конкурентні переваги [9]; розширення асортименту товарів [10]. В.В. Лебедева [11] виділяє п'ять основних груп мотивів, що спонукають до



здійснення диверсифікації – техніко-технологічні, фінансові, економічні, соціальні та стратегічні [11]. Таким чином досліджувані наукові розробки демонструють актуальність оцінки можливості потенціалу управління якістю товарів і послуг із урахуванням умов господарювання, оскільки ефективно запроваджена диверсифікація сприятиме активізації економічної діяльності суб'єктів підприємництва.

Мета статті полягає в теоретико-методичному обґрунтуванні ролі управління щодо визначення взаємозв'язку характеристик між якістю товарів та послуг, задоволеністю споживачів та впливом на це диверсифікаційних процесів. Дане дослідження також матиме на меті означення контурів методичного сприяння суб'єктам підприємництва у досягненні ефективних спроможностей впровадження оптимальної системи управління оцінкою якості товарів і послуг, яка максимально враховуватиме потреби клієнтів. Проведене дослідження передбачає критичну оцінку підходів і означення напрямів управління якістю для виявлення прогалини в наукових працях, даючи пояснення різних поглядів щодо покращення якості товарів та послуг задля підвищення задоволеності споживачів пов'язаної з товарами та послугами.

Виклад основного матеріалу. Дослідження питань, які стосуються управління оцінкою якості товарів і послуг є важливим чинником забезпечення ефективної діяльності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах зростаючої глобалізації економіки. Існуючі виклики, пов'язані з підвищеною увагою до проблем диверсифікації виробництва, що унормовує спроможності конкурентоспроможного функціонування суб'єктів підприємництва. Разом з цим, постійно зростаюча конкуренція між суб'єктами підприємництва на ринках товарів-послуг, зокрема наприклад на агропродовольчому, потягує якісного підходу до здійснення менеджменту і постійних удосконалень методології організації цього процесу.

Питання управління якістю товарів і послуг суб'єктів підприємництва в умовах диверсифікації їх діяльності в зазначеному сенсі пізнання практик менеджменту підприємств певною мірою стоїть особняком. Успішна реалізація підприємницьких мотивацій щодо підвищення дохідності продажів продукції на визначених ринкових нішах залежить від багатьох чинників, зокрема від того, наскільки правильною буде оцінка балансу можливих вигід і витрат. Зазначений контекст управлінського впливу означає пізнання сенсів і доцільностей ринкового позиціонування товарів-послуг залежно від динаміки вартостей. Відповідно для оцінки вартості товарів і послуг необхідно використання таких елементів як: дослідження й аналіз ринку, виявлення різних факторів і ступеня їх впливу на ринкову вартість товару. Проте складні торговельні, економічні та політичні зв'язки зумовлюють необхідність посилення уваги до оцінки факторів які впливають на покупців щодо якості товарів, послуг.

Виокремимо фактори, які впливають на задоволеність клієнта щодо якості товарів, послуг та у цілому покупкою: довговічність (якість продукції є



найважливішим фактором при купівлі споживчих товарів тривалого користування); зручність обслуговування; якісні характеристики; кінцева оцінка характеристик продукту.

Для окреслення якісних характеристик товарів і послуг ми враховуємо такі ознаки: технічні характеристики; функціональні характеристики; естетичні властивості; економічні характеристики; сертифікація якості; екологічні особливості; особливості логістики; правильність контролю якості (рис. 1).



Рис. 1. Система управління ознаками, щодо якісних характеристик товарів і послуг

Джерело: методично кваліфіковано й сформовано авторами на основі аналізу літературних джерел і власних методологічних узагальнень

Здійснюючи аналіз системи управління ознаками, щодо якісних характеристик товарів і послуг зупинимося на розгляді кожної з них.

Технічні характеристики, дозволяють: оцінити задоволення, пов'язане з теоріями безпеки, що надання споживачам впевненості у використанні товарів; визначити технічні параметри, будову та технологію виробу, що мають значний вплив на товар (геометричні розміри, фізико-хімічні властивості, технічні робочі параметри (продуктивність)); отримати детальну інструкцію щодо виконання цього товару. Технічні характеристики також мають вплив на якість, оскільки, щоб віднести продукт до певного класу якості, характерис-



тики повинні бути на належному рівні. За твердженням V. Chalotra покращена безпека продукту, підвищення рівня задоволеності та лояльності клієнтів спроможні покращити отримання прибутку для суб'єктів підприємництва [12].

Функціональні характеристики мають вплив на оцінку товарів та послуг з точки зору функціональності, зручності, безпеки використання та надійності товару. Оцінюючи вплив функціональних характеристик доцільно їх також розглядати з точки зору забезпечення прискореного обслуговування при наданні послуг або підвищення ефективності послуг, які вони надають.

Естетичні властивості включатимуть акцентування уваги на їх зовнішньому вигляді та відповідності промисловим стандартам. До даної групи можна також віднести ознаки, які потребують відчуття (запах, смак, звук та дотик), а також відповідний спосіб зберігання та пакування повинен забезпечувати його довговічність і міцність. Суб'єкти підприємництва повинні змінити свої вимоги щодо забезпечення естетичних властивостей, якщо вони хочуть працювати довгострокову перспективу і покращувати стосунки зі своїми клієнтами, оскільки через жорстку конкуренцію, зокрема у сфері послуг, розуміння очікувань споживачів стає все більш важливим. Суб'єкти підприємництва, окрім зосередження уваги на внутрішніх процесах управління, також повинні й урахувувати побудову довгострокових відносин, орієнтовану на довіру із постачальниками та покупцями [13].

Досліджуючи вплив економічних характеристик на якість товарів і послуг доведено, що вони призначені для розуміння здатності товарів і послуг адаптуватися до заявлених потреб у характеристиках користувача, таких як витрати, оцінка ціни послуг, наявність асортименту продукції, аналіз вигід-витрат. Аналіз витрат і вигод за твердженням І.В. Лінтур та С.В. Нестерової це метод, який використовується суб'єктами підприємництва для прийняття остаточного рішення після оцінки витрат і вигод від конкретної дії включаючи чисту поточну вартість та норму вигоди та витрат тощо [14, с. 279].

У результаті оцінки економічного впливу варто, певну частку фінансових ресурсів спрямовувати на постійний моніторинг якості товарів та оцінку потреб клієнтів у товарах і послуг для подальшого впровадження диверсифікаційних процесів. Розуміння потреби понесених витрат на якість товарів та послуг сприятиме підвищенню задоволеності клієнтів, зростанню частки на ринку для позиціонування високоякісних безпечних продуктів на ринку та матиме вплив на позитивний кінцевий результат. Суб'єктам підприємництва доцільно також розуміти те, що помилковим є робити висновок про те, що покупці обирають лише дешевші варіанти товарів, оскільки навіть здійснюючи онлайн-покупки, вони надають більше значення якості продукції.

Екологічні особливості, які на сьогодні є найважливішими, повинні розкривати зв'язок між виробленим товаром та природним середовищем, враховуючи також: природу їх походження (органічність чи шкідливість); напрямки споживання сировини, насамперед невідновлюваної енергії; рівень забруднені (стічні води, викиди, шкідливі гази) та ін.



Сертифікація якості передбачатиме, що уся продукція має мати сертифікат якості, відповідні стандарти і повинна підлягати контролю та класифікації. Сертифікати можна умовно розділити на: системи якості; персоналу; продукції; обов'язкові (маркування, яке повинно наноситися на небезпечні для життя, здоров'я та навколишнього середовища продукти) та добровільні (сертифікація відповідності вимогам національних та міжнародних стандартів, нормативних документів).

Особливості логістики мають на меті розуміння того, що розвинена транспортна система відіграє вагомую роль у скороченні термінів доставки товарів у відповідній якості до споживача. Оскільки логістика дозволяє встановити найкращу доставку сировини, товарів, засобів для їх пакування, транспортування та зберігання продуктів. Правильно прокладені логістичні маршрути мають вплив на собівартість виробництва і є добре вимірними [26].

Методи контролю якості товарів і послуг повинні передбачати вибіркові перевірки, які будуть проведені коли цього вимагає цільове використання товару та які проводитимуться у разі відсутності економічних чи технічних підстав для проведення основної перевірки або коли під час перевірки спостерігалися незворотні зміни властивостей, які роблять товари непридатними для використання їх за призначенням. Тобто якість продукції є опорою контролю якості, яка гарантує, що покупці мають змогу купувати високоякісні продукти чи послуги з довгостроковою надійністю [15]. Звідси і можна зробити висновок, що контроль за дотриманням якості продукції, товарів та послуг вигідний як і клієнтам так і суб'єктам підприємництва, оскільки від цього зростатиме довіра до: суб'єктів підприємництва; частки їх товарів на ринку та до зростання прибутку[27], [28].

Дослідивши систему управління ознаками, щодо якісних характеристик товарів і послуг, можна зробити висновок, що найчастіше послугами з оцінки вартості товару користуються виробники цих товарів, їх партнери, постачальники та продавці, а потреба у такій оцінці може виникати у випадках коли: виробник або постачальник, має значно знижувати ціну продажу товару; планується одноразовий продаж великої партії товару; виникають умови щодо укладання договору про постачання на тривалий термін; при проведенні уцінки товару (при закінченні терміну придатності, пошкодженні товару або упаковки); передбачається вихід на новий ринок збуту.

Для кращого розуміння сутності внутрішньої торгівлі проведемо аналіз роздрібного та оптового товарообороту підприємств роздрібною та оптовою торгівлі за товарними групами, яку подамо у табл. 1.

Як бачимо з таблиці 1, як роздрібний, так і оптовий товарооборот підприємств у 2021 р. має позитивну динаміку. У структурі оптового товарообігу суттєво переважають непродовольчі товари, їх частка у загальному товарообороті склала у 2021 році 84,4 %, що на 2,2 в.п. більше, ніж у 2020 р. [16, с. 307, 308]. У структурі роздрібного товарообігу більша половина припадає на непродовольчі товари, їх частка у загальному товарообороті склала у 2021 році 56,9 %, що на 1,1 в.п. більше, ніж у 2020 р. [16, с. 313, 314].

Одним із варіантом диверсифікації є відновлення виробництва крафтових видів діяльності, які виникають за сприятливої кон'юнктури та поступово освоюючи ринки (ніші) ексклюзивної продукції. Попит на такі продукти та появлення нових виробників крафтової продукції вказують на те, що крафтове виробництво є перспективною формою підприємницької діяльності, а зокрема крафтове виробництво – перспективна справа для малих форм господарювання на селі, серед яких особисті селянські та сімейні фермерські господарства [17, с. 82], [29].

Таблиця 1

Роздрібний та оптовий товарооборот підприємств роздрібною та оптовою торгівлі за товарними групами, млн грн

Товарні групи	Продаж	Роки		2021/2020, +/-	2021/2020, %
		2020	2021		
Усі товари	роздрібний	868283,3	1044516,5	176233,2	120,30
	оптовий	2462558,8	3153187,3	690628,5	128,04
<i>Продовольчі товари</i>	роздрібний	384091,6	449762,3	65670,7	117,10
	оптовий	437577,3	490576,1	52998,8	112,11
М'ясо та м'ясні продукти	роздрібний	28484,5	50031,1	21546,6	175,64
	оптовий	41797,9	50220,9	8423	120,15
Яйця	роздрібний	5855,9	7503,2	1647,3	128,13
	оптовий	2058,2	2475,6	417,4	120,28
Олії та жири харчові	роздрібний	5169,1	7054,2	1885,1	136,47
	оптовий	18402,4	20518,1	2115,7	111,50
Вироби хлібобулочні та кондитерські борошняні	роздрібний	29992,8	37562,0	7569,2	125,24
	оптовий	7033,3	8302,9	1269,6	118,05
Цукор	роздрібний	2951,3	4303,8	1352,5	145,83
	оптовий	5192,2	6824,9	1632,7	131,44
Продукти молочні	роздрібний	44317,7	49053,8	4736,1	110,69
	оптовий	25824,5	26756,6	932,1	103,61
Риба, ракоподібні та моллюски	роздрібний	18623,0	22255,1	3632,1	119,50
	оптовий	15079,3	17153,1	2073,8	113,75
Фрукти та овочі свіжі	роздрібний	31355,4	34235,0	2879,6	109,18
	оптовий	19909,1	20374,5	465,4	102,34
Борошно	роздрібний	1779,4	1867,9	88,5	104,97
	оптовий	1545,7	1896,4	350,7	122,69
Вироби макаронні	роздрібний	5914,8	8482,6	2567,8	143,41
	оптовий	1190,5	1619,8	429,3	136,06
Сіль	роздрібний	454,4	457,0	2,6	100,57
	оптовий	1421,4	1426,9	5,5	100,39
<i>Непродовольчі товари</i>	роздрібний	484191,7	594754,2	110562,5	122,83
	оптовий	2024981,5	2662611,2	637629,7	131,49

Джерело: [16, с. 307, 308, 313, 314].



Наочним прикладом диверсифікації є бізнес на рибі (спеціалізується господарство на рибі голец), диверсифікація виробництва є у таких прапямках: підприємця вирощує мальок з ікринки і аж до товарної риби; запустили будівництво власного цеху; діє кухня на виїзд (готують баранчиків на вертелі, форель у сметані, банош); сушать та в'ялять м'ясо 5 видів (свинина, яловичина, баранина, конина та курятина) [18].

Дослідження потреби у здійсненні диверсифікаційних процесів включатиме потребу у: розробці системи вивчення потреб покупців; тісній співпраці з усіма компонентами системи ланцюга виробництво-постачання-реалізація; зосередженості на клієнтах; добре навченому персоналу; взаємодії з постачальником; віднайденні можливостей щодо інвестування в покращення якості продукції [19]; підтримку процесів управління серед персоналу та добре налагоджений контроль процесів. Впровадження диверсифікаційних процесів в систему підприємництва дозволить: максимально адаптувати технологію та техніку, що використовується ними; стабілізувати та поступово збільшити обсяги виробництва нових видів продукції; забезпечить добробут населення та сприятиме відродженню сільських територій [20].

Впроваджуючи процеси диверсифікації виробники повинні передбачати й шкідливі наслідки, коли вони впроваджують нові продукти, оскільки вони усвідомлюють, що окреслення проблем безпеки мінімізує загрозу для покупця. Проте за твердженням В.В. Лебедевої [11] диверсифікація може й містити й певні небезпеки для суб'єктів господарювання, а зокрема вибір неперспективного напряму розширення діяльності, недостатня компетентність управлінців, розпорошення їх ресурсів, значні витрати на входження до нових ринків.

Висновки. Отже, проведене нами дослідження, щодо управління якістю товарів і послуг та задоволеності клієнтів, включало обґрунтування практик та дій суб'єктів підприємництва, направлених на сприяння задоволення бажання споживачів, у частині піклування про вищий рівень до них довіри ніж як про боротьбу з їх конкурентами. Вчасно отримана оцінка якості товарів і послуг сприятиме врегулюванню висунутих претензій до суб'єктів підприємництва від податкової служби, клієнтів та покупців та в той же час надасть правомірності заключеним угодам та забезпечить документальне підтвердження відповідності якості товарів і послуг. Ці концепції вказують, що управління якістю товарів і послуг повинно відбуватися на основі відбору і застосування найкращих практик для вирішення виробничих і організаційних завдань щодо розвитку суб'єктів підприємництва.

Управління якістю товарів і послуг для суб'єктів підприємництва у контексті диверсифікації їх діяльності відіграє важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів. Завдяки ефективному контролю якості, підприємства можуть впевнено виходити на нові ринки та розширювати асортимент продукції. При цьому, необхідно



здійснювати постійний моніторинг якості виробів та послуг, а також впроваджувати системи якісного контролю та управління якістю. Збереження репутації підприємства та відповідність його продукції чи послуг міжнародним стандартам стають ключовими аспектами у контексті диверсифікації. Крім того, важливо надавати пріоритетну увагу забезпеченню якості на всіх етапах виробництва, починаючи від закупівель сировини і закінчуючи доставкою готової продукції. Врахування вимог ринку та зворотний зв'язок від клієнтів допомагає постійно вдосконалювати систему управління якістю, що сприяє зростанню довіри споживачів та успішному розвитку підприємства в умовах диверсифікації.

Література:

1. Cruz, A. V. (2015). Relationship between product quality and customer satisfaction. Walden University. <https://scholarworks.waldenu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2402&context=dissertations>.
2. Kidane, T.T., Sharma, R.R.K. (2016). Factors Affecting Consumers' purchasing Decision through ECommerce. In Proceedings of the 2016 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Kuala Lumpur, Malaysia. Vol. 8, No. 10, p. 159-165. http://ieomsociety.org/ieom_2016/pdfs/52.pdf
3. Abdirad, M., & Krishnan, K. (2022). Examining the impact of E-supply chain on service quality and customer satisfaction: a case study. *International Journal of Quality and Service Sciences*. doi: 10.1108/ijqss-08-2020-0131.
4. Благоразумова О.В., Кузьмін С.В. Методичні підходи до оцінювання якості торговельного обслуговування покупців. *Ефективна економіка*. № 12, 2016. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5331>
5. Arthur A. Thompson, A.J. Strategic Management. Strickland McGraw-Hill Education, 2001.
6. Матковський П.Є., Гловацька В.В., Шеленко Д.І. Шляхи диверсифікації діяльності аграрних підприємств регіону. *Інноваційна економіка*. 2012. № 7. С. 128-131
7. Шпикуляк О.Г., Мазур Г.Ф. Інноваційна діяльність у механізмі стимулювання агропромислового виробництва *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного*. № 4 (28), 2014. С. 73-77.
8. Шпикуляк О.Г., Русан В.М., Курило Л.І., Павлик П.В., Розгон І.Ю. Організаційні форми і методи інноваційної діяльності у розвитку аграрної сфери економіки. *Економіка АПК*. 2010. № 12. С. 119-124.
9. Шпикуляк О.Г. Кадровий потенціал та його формування в аграрних підприємствах. *Економіка АПК*. 2004. №1. С. 155-159.
10. Шеленко Д.І., Семанів П.М. Напрями продовольчого забезпечення товарами і послугами жителів сільських територій. *Розвиток аграрного сектору та сільських територій в умовах воєнного часу й повоєнного відновлення України: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції*, Київ, 28 вер. 2023 р. / Редкол.: Ю.О. Лупенко, М.І. Пугачов, О.М. Нечипоренко та ін. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2023. С. 155-157. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10022492>
11. Лебедева В.В. Диверсифікація підприємств аграрного виробництва як чинник їх економічного зростання. С. 192-195. <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/192.pdf>
12. Chalotra, V. Customer satisfaction regarding small scale industries products. *Amity Global Business Review*, 2012. (2), 784-99. <http://www.ijemr.in/Aligning%20inventories%20with%20supply%20chain%20strategies.pdf>



13. Balaniuk I., Shelenko D., Shpykuliak O., Sas L., Cherneviy Y., Diuk A. Determinants of performance indicators of agricultural enterprises. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2023. Vol. 45. No. 1: 29-41. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2023.04>. URL: <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/index>
14. Лінтур І.В., Нестерова С.В. Аналіз вигод і витрат в мікроекономічних дослідженнях. *Міжнародний науковий журнал «ОСВІТА І НАУКА»*. Вип. 2(33), 2022. С. 277-285.
15. Feigenbaum, A. V. (1991). Total quality control. New York, NY: McGraw-Hill.
16. Статистичний щорічник України за 2022 рік. Київ: Державна служба статистики України 2023. 387 с.
17. Шпикуляк О., Морозова А., Хміль В. Розвиток крафтового підприємництва як сімейної форми бізнесу на селі. Розвиток фермерських господарств у сучасних умовах функціонування аграрного сектору економіки України: колективна монографія]; за редакцією О. Шпикуляка та М. Маліка. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2023. С. 81-96.
18. Не фореллю єдиною. Як у високогірному селі доять гольця та начиняють ковбаси. AgroPortal.ua <https://agroportal.ua/agrocheck/zvidki-jizha/ne-forellyu-yedinoyu-yak-u-visokogirnomu-seli-doyat-golcya-ta-nachinyayut-kovbasi>
19. Shelenko D., Balaniuk I., Shpykuliak O., Sas L., Humeniuk M., Matkovskiy P. (2022). Simulation of change in performance indicators (net profit, land area, number of employees) of agricultural cooperatives of Ukraine. *Journal "Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development"*, Vol. 22(1), 2022, p. 569-578. https://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol.22_1/volume_22_1_2022.pdf
20. Шеленко Д.І., Матковський П. Є., Баланюк С. І. Основні напрями забезпечення системності диверсифікації діяльності аграрних підприємств. *Інноваційна економіка*. № 2 [57]. 2015. С. 82-85.
21. Шеленко Д.І., Сас Л.С., Матковський П.Є. Особливості технології оновлення та модернізації підприємств різних організаційно-правових форм в умовах різноукладності виробництва на селі. *Економічний дискурс*. 2017. Вип. 4. С. 99-109. URL: <http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/1807/1/ED-17-4-99-109.pdf> (дата звернення: 13.01.2024)
22. Shelenko D., Balaniuk I., Sas L., Matkovskiy P. Kozak-Balaniuk I. Mechanism of transformation of agricultural enterprises in terms of innovative development. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2020, vol. 7, no. 3, pp. 115-127. URL: <https://cutt.ly/8wNcXdbz> (дата звернення: 02.02.2024)
23. Матковський П.Є., Шеленко Д.І., Сас Л.С., Баланюк І. Ф. Інноватизація сільсько-господарських підприємств в умовах модернізації економіки. *European journal of economics and management*. 2019. Vol. 5, no. 2. p. 79–85. URL: <http://surl.li/rzqko> (дата звернення: 23.02.2024)
24. Сас Л.С., Шеленко Д.І., Матковський П.Є., Баланюк І. Ф. Innowacyjne technologie modernizacji produkcji w przedsiębiorstwach rolnych w Ukrainie. *International independent scientific journal*. 2019, no. 7, pp. 7–11. URL: <http://surl.li/rthlg> (дата звернення: 23.02.2024)
25. Shelenko D., Sas L., Matkovskiy P., Balaniuk I. Improving economic mechanism of innovative development of agricultural enterprises and farming economies of Ukraine. *Sciences of Europe (Praha, Czech Republic)*. 2019, vol. 2, no. 43. pp. 13–20 URL: <http://surl.li/rwflf> (дата звернення: 23.02.2024)
26. Матковський П.Є., Сас Л.С., Шеленко Д.І. Формування електронних логістичних маршрутів доставки сільськогосподарської продукції від виробника до споживача у системі бюджетування діяльності суб'єктів господарювання. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. №1(124). С. 37-40. URL: http://www.econom.sateandregions.zp.ua/journal/2022/1_2022/7.pdf (дата звернення: 23.02.2024)
27. Шеленко Д.І., Жук О.І., Матковський П.Є. Завдання та функції внутрішньогосподарського контролю на підприємствах. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2020. Вип. 8(2). С. 202–207. URL: <http://surl.li/rwflj> (дата звернення: 23.02.2024)



28. Матковський П.Є., Сас Л.С., Шеленко Д.І. Модернізація системи нормування внутрішнього контролю на сільськогосподарських підприємствах. *Вісник Прикарпатського університету. Економіка*. 2017. Вип. 12. С. 101-104. URL: https://econ.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/39/2018/03/Visnuk_12_R-2.pdf#page=35 (дата звернення: 23.02.2024)

29. Неміш Д.В., Баланюк І.Ф., Шеленко Д.І., Сас Л.С., Матковський П.Є. Роль тваринництва у функціонуванні особистого селянського господарства. *Вісник аграрної науки*. 2020. №10. С. 77-87. URL: https://agrovisnyk.com/pdf/ua_2020_10_10.pdf (дата звернення: 23.02.2024)

References:

1. Cruz, A. V. (2015). Relationship between product quality and customer satisfaction. Walden University. Retrieved from <https://scholarworks.waldenu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2402&context=dissertations>.

2. Kidane, T.T., & Sharma, R.R.K. (2016). Factors Affecting Consumers' purchasing Decision through ECommerce. In *Proceedings of the 2016 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* Kuala Lumpur, Malaysia, 8(10), 159-165. Retrieved from http://ieomsociety.org/ieom_2016/pdfs/52.pdf

3. Abdirad, M., & Krishnan, K. (2022). Examining the impact of E-supply chain on service quality and customer satisfaction: a case study. *International Journal of Quality and Service Sciences*. doi: 10.1108/ijqss-08-2020-0131.

4. Blahorazumova, O.V., & Kuzmin, S.V. (2016). Metodichni pidkhody do otsiniuvannia yakosti torhovelnoho obsluhovuvannia pokuptsiv [Methodological approaches to the assessing the quality of customer service shopping]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 12, <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5331> [in Ukrainian].

5. Arthur, A. Thompson, A.J. (2001). *Strategic Management*. Strickland McGraw-Hill Education.

6. Matkovskiy, P.Ye., Hlovatska, V.V., & Shelenko, D.I. (2012). Shliakhy dyversyfikatsii diialnosti ahrarnykh pidpriemstv rehionu [Ways to diversify the activities of agricultural enterprises in the region]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative economy*. 7, 128-131. [in Ukrainian].

7. Shpykuliak, O.H., & Mazur, H.F. (2014). Innovatsiina diialnist u mekhanizmi stymuliuvannia ahropromyslovoho vyrobnytstva. [Innovative activity in the mechanism of stimulation of agro-industrial production]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho – Collection of scientific works of the Tavri State Agro-Technological Institute*. 4 (28), 73-77. [in Ukrainian].

8. Shpykuliak, O.H., Rusan, V.M., Kurylo, L.I., Pavlyk, P.V., & Rozghon, I.Iu. (2010). Orhanizatsiini formy i metody innovatsiinoi diialnosti u rozvytku ahrarnoi sfery ekonomiky [Organizational forms and methods of innovative activity in the development of the agrarian sphere of the economy]. *Ekonomika APK – Ekonomika APK*, 12, 119-124. [in Ukrainian].

9. Shpykuliak, O.H. (2004). Kadrovyi potentsial ta yoho formuvannia v ahrarnykh pidpriemstvakh [Personnel potential and its formation in agricultural enterprises]. *Ekonomika APK – Ekonomika APK*, 1, 155-159. [in Ukrainian].

10. Shelenko, D.I., & Semaniv, P.M. (2023). Napriamy prodovolchoho zabezpechennia tovaramy i posluhamy zhyteliv silskykh terytorii [Areas of food supply with goods and services for residents of rural areas]. Proceedings from MIIM '23: *Rozvytok ahrarnoho sektoru ta silskykh terytorii v umovakh voiennoho chasu y povoiennoho vidnovlennia Ukrainy: Materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii – Development of the agricultural sector and rural areas in the conditions of wartime and postwar recovery of Ukraine: Materials of the international scientific and practical conference*, (pp. 155-157). Kyiv, Redcol.: Yu.O. Lupenko, M.I. Puhachov, O.M. Nechyporenko et al. Kyiv: NNTs «IAE», Retrieved from <https://doi.org/10.5281/zenodo.10022492> [in Ukrainian].



11. Lebedeva, V.V. Dyversyfikatsiia pidpriemstv aharnoho vyrobnytstva yak chynnyk yikh ekonomichnoho zrostantia [Diversification of agricultural production enterprises as a factor in their economic growth]. Retrieved from <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/192.pdf> [in Ukrainian].
12. Chalotra, V. (2012). Customer satisfaction regarding small scale industries products. *Amity Global Business Review*, 2, 784-99. Retrieved from <http://www.ijemr.in/Aligning%20inventories%20with%20supply%20chain%20strategies.pdf>
13. Shelenko, D., Balaniuk, I., Shpykuliak, O., Sas, L., Humeniuk, M., & Matkovskiy, P. (2022). Simulation of change in performance indicators (net profit, land area, number of employees of agricultural cooperatives of Ukraine. *Journal "Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development"*, 22(1), 569-578. Retrieved from https://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol.22_1/volume_22_1_2022.pdf
14. Lintur, I., & Nesterova S. (2022). Analiz vyhod i vytrat v mikroekonomichnykh doslidzhenniakh [Analysis of benefits and costs in microeconomic research]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «OSVITA I NAUKA» – International scientific journal "Education And Science"*. 2(33), 277-285. [in Ukrainian].
15. Feigenbaum, A.V. (1991). *Total quality control*. New York, NY: McGraw-Hill.
16. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2022 rik. (2023). Statistical Yearbook of Ukraine for 2022. Kyiv: State Statistics Service of Ukraine. [in Ukrainian].
17. Shpykuliak, O., Morozova, A., & Khmil, V. (2023). Rozvytok kraftovoho pidpriemnytstva yak simeinoi formy biznesu na seli [Development of craft entrepreneurship as a family form of business in the countryside]. Development of farms in modern conditions of functioning of the agrarian sector of the economy of Ukraine: collective monograph; edited by O. Shpykulyak & M. Malik. Kyiv: NSC "IAE", 81-96. [in Ukrainian].
18. Ne forelliu yedynoiu. Yak u vysokohirnomu seli doiat holtsia ta nachyniaut kovbasy. [Not the only trout. How in a high mountain village they milk char and stuff sausages] AgroPortal.ua. Retrieved from <https://agroportal.ua/agrocheck/zvidki-jizha/ne-forellyu-yedynoyu-yak-u-visokogirnomu-seli-doyat-golcya-ta-nachinyayut-kovbasi> [in Ukrainian].
19. Balaniuk, I., Shelenko, D., Shpykuliak, O., Sas, L., Cherneviy, Y., & Diuk, A. (2023). Determinants of performance indicators of agricultural enterprises. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 45(1), 29-41. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2023.04>. Retrieved from <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/index>
20. Shelenko, D., Matkovskiy, P., & Balaniuk, S. (2015). [Osnovni napriamy zabezpechennia systemnosti dyversyfikatsii diialnosti aharnykh pidpriemstv] The main directions of ensuring the systematic diversification of agricultural enterprises. *Innovatsiina ekonomika – Innovative economy*, 2 [57], 82-85. [in Ukrainian].
21. Shelenko, D.I., Sas, L.S., & Matkovskiy, P.Ye. (2017). Osoblyvosti tekhnolohii onovlennia ta modernizatsii pidpriemstv riznykh orhanizatsiino-pravovykh form v umovakh riznoukladnosti vyrobnytstva na seli [Peculiarities of the technology of renewal and modernization of enterprises of various organizational and legal forms in conditions of diversity of production in the countryside]. *Ekonomichnyi diskurs – Economic discourse*, 4, 99-109. Retrieved from <http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/1807/1/ED-17-4-99-109.pdf> [in Ukrainian].
22. Shelenko, D., Balaniuk, I., Sas, L., Matkovskiy, P., & Kozak-Balaniuk, I. (2020). Mechanism of transformation of agricultural enterprises in terms of innovative development. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, 7(3), 115-127. Retrieved from <https://cutt.ly/8wNcXdbz>
23. Matkovskiy, P.Ye., Shelenko, D.I., Sas, L.S., & Balaniuk, I.F. (2020). Innovatyzatsiia silskohospodarskykh pidpriemstv v umovakh modernizatsii ekonomiky [Innovation of agricultural enterprises in the conditions of modernization of the economy]. *European journal of economics and management – European journal of economics and management*, 5(2), 79-85. <http://surl.li/rzqko> [in Ukrainian].