

## ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ ФАКТОРІВ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

*У статті розглянуто особливості формування конкурентного потенціалу підприємства на основі підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на її якість.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність підприємства, конкурентний потенціал, якість продукції, внутрішні фактори, зовнішні фактори.

A. SAVITSKYI

Khmelnytsky National University

### ENTERPRISE'S COMPETENCE POTENTIAL MAKING IN THE VIEW OF INFLUENCING INTERNAL AND EXTERNAL FACTORS OF PRODUCTION QUALITY GROWTH

*The article is about main features of enterprise's competence potential making on the basis of production competence growth with the help of quality products development. It was underlined connection and important interaction between enterprise's production quality and its competence potential. There was examined meaning of the internal and external factors of quality production development. Also it was defined a significant role and place of quality production in the manufacturing process of an enterprise through the elements of making enterprise's competence. It was emphasized specific peculiarities of algorithm of enterprise's competence making in the view of internal and external factors of the quality production improvement.*

**Key words:** production competence, enterprise's competence, enterprise's competence potential, production quality, internal factors, external factors.

**Постановка проблеми.** Кожне підприємство для того, щоб закріпити свої конкурентні позиції на ринку, прагне підвищити свій конкурентний потенціал, який тісно пов'язаний з конкурентоспроможністю продукції на ринку, її можливістю та задовольняти вимоги споживача та приносити прибуток для підприємства. Конкурентоспроможність продукції не можна окремо розглядати від поняття якості продукції, так як за рахунок високих якісних характеристики продукція стає більш популярною серед споживачів та відповідає вимогам ринку. Тому, на сьогодні, для будь-якого підприємства важливо досліджувати всі причини, а саме фактори які впливають на підвищення якості продукції, що в результаті сприятиме збільшенню конкурентного потенціалу підприємства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання, пов'язані з дослідженням факторів впливу на якість продукції промислових підприємств, знайшли відображення в роботах як вітчизняних, так і закордонних вчених та дослідників, зокрема Верхоглядова Н.І., Россіхіна О.Є., Кирчата І.М., Зайцева Л.О., Гавриш О.А., Гузар Б.С., Малюга Л.М., Смоленок П.С., Григорова З.В., Левкулич В.В. та ін.

**Мета статті** – дослідити, як саме фактори підвищення якості продукції впливають на конкурентоспроможність продукції та конкурентний потенціал підприємства.

**Результати дослідження.** На сьогодні поняття конкурентного потенціалу досить чітко залежить від поняття конкурентоспроможності продукції підприємства, її здатності задовольняти споживача на ринку та створювати нові конкурентні переваги. В сучасних дослідженнях поняття конкурентоспроможності продукції досить тісно пов'язане з поняттям якості продукції, так як саме якість продукції є однією з складових, які формують її конкурентоспроможність.

Якість продукції можна досліджувати з різних сторін її формування та впливу на діяльність підприємства, галузі чи ринку взагалі. Тому, на думку автора, слід зазначити, що вивчаючи поняття конкурентного потенціалу на основі конкурентоспроможності продукції, необхідно враховувати всі особливості та фактори підвищення якості продукції підприємства.

Багато вчених вважають, що при дослідженні поняття якості продукції, важливо враховувати значення кожного з досліджуваних факторів впливу на якість продукції, так як з урахування усіх факторних властивостей разом підприємство може стати конкурентоспроможним та досягти своїх цілей за допомогою підвищення конкурентоспроможності продукції [4, с.297].

Виходячи з цього, виникає необхідність окремо виділити всі фактори, які впливають на конкурентоспроможність продукції з точки зору формування її якості. За ступенем контролю підприємства на рівень впливу факторів на якісні характеристик продукції підприємства вченими та дослідниками прийнято розрізняти зовнішні та внутрішні фактори впливу. На думку автора, розглядаючи зовнішні та внутрішні фактори конкурентоспроможності продукції на основі підвищення якості продукції, необхідно врахувати те, що якісні характеристик продукції формуються з урахуванням усіх етапів життєвого циклу продукції. Тому, зазначені зовнішні та внутрішні фактори розташовуються у порядку їх впливу на кожному з етапів життєвого циклу продукції, а саме: маркетинговому, організаційному, технологічному та інноваційному етапах (табл. 1).

Згідно з табл. 1, на думку автора, слід зазначити, що наведені фактори впливу на якісні характеристики продукції за результатом своєї дії створюють не тільки конкурентоспроможність продукції, а в свою чергу, за допомогою поділу на внутрішні та зовнішні фактори визначають ступінь їх контролюваності, так як внутрішні фактори пов'язані безпосередньо з діяльністю підприємства та можуть стимулюватись відповідно до його виробничих потреб, а зовнішні фактори створюють середовище, в якому функціонує підприємство, але без прямого впливу на них. Виходячи з цього, слід стверджувати, що якість продукції є одною з основних складових

конкурентоспроможності підприємства за якими і визначається конкурентоспроможність продукції, тому необхідно виділити місце, яке займає якість продукції серед складових конкурентоспроможності підприємства.

Таблиця 1

**Внутрішні та зовнішні фактори конкурентоспроможності продукції у розрізі етапів формування та забезпечення її якості**

Етапи	Фактори
<b>Внутрішні фактори</b>	
Маркетинговий етап [4, с.297; 6, с.65-66; 5, с.89-90]	Обсяги реалізації продукції; витрати на збут; насичення ринку товарами підприємства; наявність можливостей підприємства до збільшення своєї частки на ринку; ціна на продукцію
Організаційний етап [3, с.279-280; 4, с.297; 7; 8]	Організаційно-правова структура; виробнича структура; професійний та кваліфікаційний рівень працюючих кадрів; ефективність управління трудовими ресурсами; наявність системи управління якістю продукції; автоматизація управління; освітній потенціал підприємства; використання новітніх комп'ютерних програм під час проектування та конструювання виробів; наявність на підприємстві умов для підвищення якості; інформаційне забезпечення оперативною інформацією
Технологічний етап [4, с.297; 3, с.279-280]	Технологічне оснащення підприємства; сировинно-матеріальна база; якість сировини і матеріалів та здатність її переробки; витрати виробництва; прибутковість та рентабельність підприємства; збільшення вартості оборотних коштів
Інноваційний етап [4, с.297; 8; 3, с.279-280]	Оновлення устаткування та технологій; впровадження нової техніки та засобів праці; впровадження інновацій у виробництво; запровадження процесів автоматизації виробництва та комп'ютерної графіки
<b>Зовнішні фактори</b>	
Організаційний етап [4, с.297; 8; 6, с.65-66; 5, с.89-90; 7]	Діяльність владних державних структур (фіскальна та грошово-кредитна політика); розвиток підтримуючих галузей економіки; місце розташування та природно-кліматичні умови (екологічні); поглиблення інтеграційних процесів; інвестиційна політика держави; податкова політика держави; нормативні документи в галузі якості продукції;
Технологічний етап [4, с.297; 7]	Покращення кон'юнктури ринків сировини, матеріалів, трудових ресурсів та засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів; імпорт сировини та матеріалів;
Маркетинговий етап [4, с.297; 5, с.89-90; 3, с.279-280]	Ріст попиту на товари, що виробляються підприємствами; закріплення положення на ринку; освоєння нових ринків; купівельна спроможність та споживчі уподобання населення (соціальні); інтенсивність конкуренції на досліджуваному ринку (конкурентне середовище); рівень конкурентоспроможності галузі
Інноваційний етап [4, с.297; 6, с.65-66]	Розвиток нових технологій та НТП; розвиток інновацій; збільшення науково-дослідних та конструкторських розробок; розвиток ресурсозберігаючих технологій; розвиток нових джерел енергії; створення систем глибокої переробки; стандартизація і сертифікація продукції

\*складено та систематизовано автором на основі: [3, с.279-280; 4, с.297; 5, с.89-90; 6, с.65-66; 7; 8]



**Рис. 1. Формування конкурентного потенціалу підприємства та місце якості продукції серед складових конкурентоспроможності підприємства**

\*складено та доопрацьовано автором на основі: [1, с.264]

На рис. 1 зображено місце якості продукції серед складових конкурентоспроможності підприємства та формування його конкурентного потенціалу.

Згідно з рис. 1 основними складовими конкурентоспроможності підприємства є техніко-економічна складова, комерційна складова та нормативно-правова складова, проте на думку автора, доцільно окремо виділити, також, фінансову складову, яка включає в себе фінансовий потенціал та інвестиції. Якість продукції належить до техніко-економічної складової і є ступінь задоволення конкретної потреби тим або іншим видом товару виходячи з її конкурентоспроможності в умовах ринку. Основна суть даного визначення – вимога оцінки якості тільки у зв'язку з заданою конкретною потребою. Звідси слідує, що управління якістю має бути цілеспрямованим та впливає з умови повного задоволення попиту споживачів шляхом підвищення конкурентоспроможності продукції та покращення умов її експлуатації [1, с.264].

Базуючись на дослідженнях науковця-економіста Кирчатої І.М., конкурентний потенціал підприємства виступає систематизованим комплексом взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства (внутрішніх факторів), який забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів (зовнішніх факторів), сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей та при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус [2, с.6-7].

**Висновок.** Отже, конкурентоспроможність продукції є головною конкурентною перевагою, яка впливає на формування конкурентного потенціалу підприємства. В свою чергу, конкурентоспроможність продукції залежить від її якості, що визначається внутрішніми та зовнішніми факторами підприємства. Вплив внутрішніх факторів на якість продукції може керуватись з боку самого підприємства, вплив зовнішніх факторів не залежить від діяльності підприємства, але в процесі створення свого виробничого процесу підприємство не може не узгоджувати свою діяльність з тими умовами, які ставить для нього зовнішнє середовище. Тому, в процесі свого розвитку кожне підприємство повинно досить багато уваги приділяти вивченню та дослідженню впливу внутрішніх факторів на виробничу діяльність підприємства, які здатні направляти весь виробничий процес у потрібному йому напрямі та спрямовувати його на підвищення якості продукції, завоювання нових ринків збуту, задоволення споживачів та отримання більшого прибутку.

### Література

1. Верхоглядова Н. І., Россіхіна О. Є. Управління якістю продукції будівельного підприємства як фактор забезпечення його конкурентоспроможності // Н. І. Верхоглядова, О. Є. Россіхіна / Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Науковий журнал. – № 3. – 2011. – с.262-266
2. Кирчата І. М. Оцінка конкурентного потенціалу підприємства в системі управління конкурентоспроможністю підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / І. М. Кирчата. – Маріуполь, 2007. — 18 с.
3. Гузар Б. С., Цикалюк О. С. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції // О. С. Цикалюк, Гузар Б. С. / Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». - №11 (37). – 2012. – С.277-280
4. Зайцева Л. О. Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства // Л. О. Зайцева / Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. - №8 (179). – 2012. – с.293-300
5. Малюга Л. М. Управління факторами конкурентоспроможності підприємств // Л. М. Малюга / Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». - №11 (37). – 2012. – с.88-91
6. Смоленюк П. С. Підвищення якості продукції – основна умова забезпечення її конкурентоспроможності // П. С. Смоленюк / Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». - №5 (31). – 2012. – с.64-68
7. Гавриш О. А., Гриценко В. В., Григорова З. В. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність поліграфічних підприємств // О. А. Гавриш, В. В. Гриценко, З. В. Григорова / Економічний вісник Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. - №1. – 2008. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/evkpi/2008/4GalEk/24.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evkpi/2008/4GalEk/24.pdf)
8. Левкулич В. В. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на забезпечення та покращення якості продукції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvu/Ekon/2012\\_36/statti/3\\_13.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvu/Ekon/2012_36/statti/3_13.htm)

### References

1. Verhogliadova N. I., Rossihina O. E. Upravlinnia yakosti produkciji bydivelnogo pidruemstva jak factor zabezpechennia jogo konkurentospromognosti // N. I. Verhogliadova O. E. Rossihina / Visnyk Cherniveckogo tovgovelno-ekonomichnogo instytutu. Naukovij gurnal. – № 3. – 2011. – S.262-266
2. Kyrchata I. M. Ocinka konkurentnogo potencialu pidruemstva v sustemi upravlinnia konkurentospromognistiu pidruemstva: avtoref. diss. na zdobytta nauk. Stupenia kand. ek. nauk: spets. 08.00.04 «ekonomika ta upravlinnia pidruemstvamu» / I. M. Kyrchata. – Mariupol, 2007. — 18 s.
3. Guzar B. S., Tsukaliuk O. S. Osnovni factory vplyvu na konkurentospromognist produkciji // O. S. Tsykaliuk, Guzar B. S. / Vseukrajinskij naykovo-vurobnuchij gurnal «Innovacijna ekonomika». - №11 (37). – 2012. – S.277-280
4. Zajtseva L. O. Klassyfikacija faktoriv konkurentospromognosti pidruemstva // L. O. Zajceva / Visnyk shidnoukrajinskogo nacionalnogo universytetu imeni Volodymyra Dalia. - №8 (179). – 2012. – S.293-300
5. Maliuga L. M. Upravlinnia faktorami konkurentospromognosti pidruemstv // L. M. Maliuga / Vseukrajinskij naykovo-vurobnuchij gurnal «Innovacijna ekonomika». - №11 (37). – 2012. – s.88-91
6. Smolenuk P. S. Pidvyshchennia yakosti produkciji – osnovna umova zabezpechennia jiji konkurentospromognosti // P. S. Smolenuk / Vseukrajinskij naykovo-vurobnuchij gurnal «Innovacijna ekonomika». - №5 (31). – 2012. – S.64-68
7. Gavrush O. A., Grytsenko V. V., Grygorova Z. V. Osnovni factory vplyvu na konkurentospromognist poligrafichnyh pidryemstv // O. A. Gavtysh, V. V. Grytsenko, Z. V. Grygorova / Ekonomichnij visnyk natsionalnogo tehničnogo universytetu «Kyjivskij polotehničnij instytut». Zbirnyk naukovykh prats. - №1. – 2008. - [Elektronnyj resurs]. – Regym dostyup: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/evkpi/2008/4GalEk/24.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evkpi/2008/4GalEk/24.pdf)
8. Levkylu4 V. V. Zovnishni ta vnytrishni fakotory vplyvu na zabezpechennia ta pokrashchennia yakosti prodykciji. [Elektronnyj resurs]. – Regym dostyup: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvu/Ekon/2012\\_36/statti/3\\_13.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvu/Ekon/2012_36/statti/3_13.htm)

Рецензія/Peer review : 14.7.2013 p. Надрукована/Printed :4.9.2013 p.