

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОНІТОРИНГУ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ У СИСТЕМІ АКТИВІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*У статті розглянуто особливості здійснення моніторингу якості продукції на основі активізації конкурентного потенціалу підприємства. Досліджено значення покращення якості продукції у формуванні її конкурентоспроможності на ринку. Виділено значення конкурентного потенціалу підприємства на базі його структуроутворюючих складових та охарактеризовано необхідність здійснення моніторингу якості продукції в межах їх елементів. Наведено формування моніторингу показників, які характеризують підвищення якості продукції у системі структурних елементів конкурентного потенціалу підприємства та забезпечення конкурентних переваг.*

*Ключові слова: якість продукції, моніторинг, конкурентоспроможність, конкурентний потенціал підприємства.*

## PECULIARITIES OF PRODUCTS QUALITY MONITORING FORMATION IN THE SYSTEM OF ENTERPRISE'S COMPETITION POTENTIAL ACTIVATION

*There was reviewed peculiarities of products quality monitoring making based on enterprise's competition potential activation. There was researched the meaning of products quality improving in formation of its competitiveness on the market. There was underlined the meaning of enterprise's competitive potential as a basis of its structural components. Also it was described the necessity of product quality monitoring making according to the main elements. There was presented the indicators monitoring formation that characterize the improvement of products quality in the system of structural elements of enterprise's competition potential and competition advantages providing.*

*Key words: product quality, monitoring, competitiveness, enterprise's competitive potential.*

**Постановка проблеми.** На сьогодні в сучасній діяльності вітчизняних підприємств промисловості неможливо не враховувати їх конкурентні позиції, які з розвитком інтеграції і глобалізації стають дедалі вразливішими до тих умов, в яких функціонують підприємства. Одне з важливих питань, яке торкається будь-якої діяльності вітчизняних підприємств промисловості, – це покращення якості їх продукції. Конкурентні умови та виклики споріднених галузей не дозволяють стояти на одному місці і вимагають постійного розвитку. Через те, досить важливим інструментом аналізу і відслідковування змін, які відбуваються у виробничому процесі з метою визначення їх відповідності та передбачуваності, є моніторинг, який у сфері якості продукції необхідно приймати до врахування на рівні конкурентних можливостей підприємства. Саме тому вивчення особливостей моніторингу якості продукції у системі конкурентного потенціалу є важливим та актуальним питанням для дослідження.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Основні проблеми, які пов'язані з дослідженням якості продукції підприємства та його зміцнення його конкурентних позицій на ринку знайшли відображення в роботах як вітчизняних, так і закордонних вчених та дослідників, зокрема: Балабанова І.В., Бутко М.П., Гузар Б.С., Дятлова В.В., Єрмошенко М.М., Кирчата І.М., Кислицян В.О., Лисьонкова Н.М., Харченко Т.Б.

**Постановка завдання.** Основним завданням статті є дослідження окремих аспектів організації моніторингу якості продукції підприємства на основі активізації окремих складових його конкурентного потенціалу.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** На сьогодні, слід відмітити, що якість продукції є досить специфічним поняттям у загальному виробничому процесі підприємства і в повній мірі залежить від його потенційних можливостей. Враховуючи посилення конкурентних умов в яких працюють вітчизняні виробники, під якісною продукцією слід вбачати результат створення стійких відмінних переваг, які ставить за мету досягти кожне підприємство для задоволення споживачів певного сегменту ринку. В такому випадку, певні характеристики продукції відповідно до своїх високих параметрів здатні випереджати продукцію конкурентів.

Виходячи з цього, слід вважати, що досконаліші якісні характеристики виробленої продукції відображають більший рівень її якості та конкурентоспроможності, а також, і свідчать про посилену активізацію конкурентних можливостей підприємства, а саме формування його конкурентного потенціалу щодо здійснення виробництва в майбутніх періодах.

Якщо звернути увагу на трактування поняття «конкурентний потенціал» дослідниками та науковцями, Кирчата І.М. обґрунтовує конкурентний потенціал підприємства як систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища, який забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмеженості ресурсів, сприяє

досягненню поставлених конкурентних цілей та при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус [1, с. 6-7]. На думку Балабанова І.В., в основі конкурентного потенціалу лежить окремий потенціал підприємства на базі якого можливо врахувати багато різних чинників, які створюють конкурентні переваги [2]. Виходячи з цього, слід зазначити, що зв'язок даних понять полягає в тому, що якість продукції є одним з факторів конкурентоспроможності підприємства та через активізацію конкурентного потенціалу та здатна забезпечити його конкурентних переваги. В свою чергу, конкурентний потенціал може складатись з окремих потенціалів відповідно до їх специфіки функціонування в ньому.

Проте, для того, щоб сприяти виробництву більш якісної продукції за допомогою активізації конкурентного потенціалу підприємства, доцільно здійснювати моніторинг усіх ключових показників, які безпосередньо впливають на якість та пов'язані з виробничими процесами підприємства. Враховуючи динамічність сучасних трансформаційних процесів і мінливість зовнішнього середовища, потреба у постійному моніторингу дедалі зростає та є актуальною, особливо у тих поняттях та явищах, які стосуються конкуренції.

Через те, виникає необхідність обґрунтування того, як саме потрібно здійснювати моніторинг показників, які характеризують підвищення якості продукції в межах структурних елементів конкурентного потенціалу. На думку автора, вдалим інструментом у цьому напрямі може стати застосування декількох технологій аналізу показників, які впливають на якість продукції, за результатами яких можна було б відслідкувати можливі відхилення тих чи інших результатів діяльності для підвищення якості продукції на кожному з структурних потенціалів. Разом з тим, зазначені технології аналізу мають бути застосовані відповідно до їх призначення на конкретних стадіях життєвого циклу створення якісних характеристик продукції, а саме: маркетингове вивчення ринку; проектування та розробка; виробництво продукції; реалізація і збут.

Найбільш значними показниками, які характеризують якість продукції і які, на сьогодні є досить актуальними для моніторингу слід виділити наступні: показники, які стосуються підвищення професійного та кваліфікаційного рівня персоналу і безумовно вказують на компетентність та вміння окремого працівника створювати якість продукції; показники витрат на дослідження можливостей покращення якості продукції та забезпечення усіх потрібних умов виробництва якісної продукції; показники технологічного забезпечення, які безпосередньо пов'язані з показниками витрат та полягають у наявності новітніх технологій та їх відповідності сучасним стандартам виробництва.

З метою реалізації вищесказаного, слід звернути увагу на такі технології аналізу як: розгортання функції якості продукції; функціонально-вартісний аналіз виробництва якісної продукції; аналіз характеру дефектів та наслідків відмов.

У табл. 1 наведено структуру формування моніторингу показників, які характеризують підвищення якості продукції у системі структурних елементів конкурентного потенціалу підприємства. На авторське бачення, у структурі конкурентного потенціалу лежать дві основоположні складові: ресурсна складова, яка включає ресурсно-вартісний, виробничий, трудовий, технологічний, фінансово-економічний потенціали; функціональна складова, яка включає управлінський, асортиментний, маркетинговий, інноваційний, інвестиційний та експортний потенціали.

Згідно з табл. 1, слід відмітити, що застосування зазначених технологій аналізу при здійсненні моніторингу показників, які характеризують підвищення якості продукції дозволяє прослідкувати відповідність окремої діяльності підприємства плановим показникам. Основними орієнтирами застосування моніторингу, на думку автора, є наступні: аналіз вартісних показників ресурсів; аналіз стану основних виробничих фондів; аналіз вартісних показників продуктивності праці; аналіз вартісних показників техніко-технологічного забезпечення; аналіз стану фінансових показників; аналіз окупності інвестиційних та інноваційних проектів; оцінка відповідності проведених конструкторських робіт вимогам стандартів; оцінка відповідності вимог проектування конкретної продукції, маркетингових досліджень, статистики, попереднього періоду, споживання.

Систематизовані результати табл. 1 дають змогу узагальнити те, що зазначені технології моніторингу показників, які характеризують підвищення якості продукції, сприяють підвищенню конкурентного потенціалу підприємства на рівні його ресурсної та функціональної складової, що в подальшому за рахунок підтвердження відповідності дозволить з'ясувати чи якісні характеристики виробленої продукції підприємства є конкурентними перевагами (рис. 1).

Згідно з рис. 1, зазначимо, здійснення наведеного моніторингу дозволить для вітчизняних підприємств легкої промисловості з'ясувати, чи досягнуті якісні характеристик продукції відповідають поставленим вимогам на кожній стадії виробництва за допомогою спеціального аналізу та оцінки діяльності кожного зі структурних потенціалів загального конкурентного потенціалу. Досягнення відповідності поставленим вимогам виробництва якісної продукції підприємства сприятиме забезпеченню його конкурентних переваг з урахуванням того, що за допомогою моніторингу якості продукції, в додаток, можна встановити взаємозв'язок між сформованою системою підвищення якості продукції підприємства та порівнянням його діяльності з показниками роботи інших підприємств у сфері якості.

**Формування моніторингу показників, які характеризують підвищення якості продукції у системі структурних елементів конкурентного потенціалу підприємства\***

Структурні елементи кон-курентного потенціалу*	Технології аналізу якісних показників**	Стадії життєвого циклу продукції, які охоплює технологія аналізу*	Орієнтири застосування моніторингу показників, які впливають на підвищення якості продукції***
<i>Ресурсна складова конкурентного потенціалу</i>			
Ресурсно-вартісний потенціал	Функціонально-вартісний аналіз виробництва якісної продукції	Маркетингове вивчення ринку, проєктування та розробка, виробництво продукції	Здійснення аналізу вартісних показників ресурсів, які залучаються для виробництва якісних виробів
Виробничий потенціал		Виробництво продукції	Здійснення аналізу вартісних показників стану основних виробничих фондів підприємства
Трудовий потенціал		Проєктування та розробка, виробництво продукції	Здійснення аналізу вартісних показників продуктивності праці працівників
Технологічний потенціал		Маркетингове вивчення ринку, проєктування та розробка, виробництво продукції	Здійснення вартісного аналізу техніко-технологічних показників спрямованих на якість продукції
Фінансово-економічний потенціал		Маркетингове вивчення ринку, проєктування та розробка, виробництво продукції	Здійснення вартісного аналізу фінансово-економічних показників спрямованих на якість продукції
<i>Функціональна складова конкурентного потенціалу</i>			
Управлінський потенціал	Технологія аналізу характеру дефектів та наслідків відмов	Маркетингове вивчення ринку, проєктування та розробка, виробництво продукції	Оцінка відповідності здійснення конструкторських робіт вимогам стандартів на кожному етапі виробництва та реалізація заходів щодо попередження дефектів
Асортиментний потенціал	Технологія розгортання функцій якості продукції	Маркетингове вивчення ринку, проєктування та розробка	Оцінка відповідності вимог проєктування виробництва конкретної продукції
Маркетинговий потенціал		Маркетингове вивчення ринку, реалізація і збут	Оцінка відповідності проєктування виробництва продукції щодо встановлених вимог результатів маркетингових досліджень
Інформаційний потенціал		Маркетингове вивчення ринку, проєктування та розробка, виробництво продукції, реалізація і збут	Оцінка відповідності проєктування виробництва продукції за результатами статистики маркетингу, попереднього виробництва та споживання
Інноваційний потенціал		Функціонально-вартісний аналіз виробництва якісної продукції	Маркетингове вивчення ринку, проєктування та розробка, виробництво продукції
Інвестиційний потенціал	Функціонально-вартісний аналіз виробництва якісної продукції	Маркетингове вивчення ринку, проєктування та розробка, виробництво продукції	Здійснення вартісного аналізу інвестиційних проєктів спрямованих на якість продукції
Експортний потенціал		Маркетингове вивчення ринку, проєктування та розробка, виробництво продукції	Здійснення аналізу вартісних показників ресурсів, які залучаються для виробництва якісного експорту

\*складено та систематизовано автором

\*\*взято до врахування: [3, с. 61–69]

\*\*\*запропоновано автором

Порівняння роботи підприємства у сфері якості з роботою інших підприємств є досить цікавим питанням для дослідження лише тому, що вагому увагу для інтенсифікації діяльності щодо підвищення якості продукції відіграє локалізація підприємств по відношенню один до одного. Підприємства можуть краще розвиватись та досягати більшого ефекту коли вони розташовуються на одній території, мають спільний доступ до виробничих ресурсів, однакових споживачів та обсяги виробництва. Це відбувається за рахунок того, що в даному випадку між такими підприємствами досить тісно загострена конкуренція і вони постійно взаємодіють один з одним, адже для того, щоб дізнатись ту чи іншу інформацію про свого конкурента, необхідно здійснити певний обмін досвідом у виробництві, обробки матеріалів, навчання персоналу та роботи з новими технологіями. Крім того, підприємства можуть обмінюватися патентами, ідеями та працівниками. Такий підхід може бути дієвим для вітчизняних підприємств галузі, оскільки конкуруючі підприємства не тільки можуть постійно стежити за діяльністю один одного, а і мати вільний доступ до продукції конкурента. В подальшому, це дозволить порівняти якісні характеристики продукції підприємства з продукцією конкурентів та одразу відшукувати нові методи вдосконалення якості продукції. Тому, якщо на сьогодні існує досить велике число підприємств, які знаходяться в однакових умовах ведення бізнесу і характеризуються високою конкуренцією, кожне з них прагне до підвищення якості своєї продукції. Такими підприємствами можуть бути підприємства, які працюють на давальницькій схемі виробництва, використовують однакових постачальників, сегмент ринку, мають приблизно рівну оборотність та об'єми виробництва. Як результат, для таких підприємств, якість продукції не тільки сприяє збільшенню обсягів виробництва та продажу, а і компенсує всі вкладені витрати зростанням прибутку від реалізації та можливістю подальшого вдосконалення за рахунок набутого конкурентного потенціалу.



Рис. 1. Моніторинг показників, що характеризують підвищення якості продукції у розрізі структурних елементів конкурентного потенціалу підприємства та забезпечення конкурентних переваг\*

\*складено та систематизовано автором

\*\*взято до врахування: [3, с. 61–69]

**Висновки.** Отже, для виробництва продукції кращої якості та успішної діяльності вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, необхідно здійснювати моніторинг показників, які характеризують якість продукції. Виходячи з сучасних умов загострення конкуренції, такий моніторинг повинен виходити з внутрішньої структури підприємства та усіх його можливостей щодо використання наявних і набутих ресурсів у конкурентній боротьбі. В такому випадку, формування і підвищення якості продукції підприємства необхідно здійснювати на основі активізації його конкурентного потенціалу, який включає окремі структурні потенціали з спеціальними можливостями у сфері якості та зміцненні конкурентних позицій на ринку.

### Література

1. Кирчата І. М. Оцінка конкурентного потенціалу підприємства в системі управління конкурентоспроможністю підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / І. М. Кирчата. – Маріуполь, 2007. – 18 с.
2. Балабанова І. В. Конкурентний потенціал як складова формування конкурентних переваг [Електронний ресурс] / Балабанова І. В. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>.
3. Бутко М. П. Менеджмент якості в умовах поглиблення інтеграції / за ред. М. П. Бутка. – Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф»», 2010. – 288 с.

Надійшла 17.08.2016; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.