

**Лариса Володимирівна ІВАНЧЕНКОВА**

кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту  
Одеської національної академії харчових технологій

**Катерина Вікторівна СТАСЮКОВА**

Старший викладач кафедри обліку і аудиту  
Одеської національної академії харчових технологій

**ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ ФАКТОРІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ВИРОБНИЦТВА**

Іванченкова, Л. В. Якість продукції в системі факторів забезпечення конкурентоспроможності сучасного виробництва [Текст] / Лариса Володимирівна Іванченкова, Катерина Вікторівна Стасюкова // Український журнал прикладної економіки. – 2018. – Том 4. – № 2. – С. 67-75. – ISSN 2415-8453.

**Анотація**

**Вступ.** Питання виготовлення якісної продукції є актуальним для будь-якого підприємства. Для досягнення цієї мети необхідно відповідати міжнародним стандартам і встановленим вимогам. У сучасних ринкових умовах зусилля товаровиробників спрямовані на задоволення попиту споживачів, які, в свою чергу, керуються якісними характеристиками товару.

**Метою статті** є висвітлення основних питань якості продукції, як один із факторів підвищення й забезпечення конкурентоспроможності сучасного виробництва.

**Результати.** Запропоновано етапи інформаційного забезпечення процесу прийняття рішень для обґрунтованого вибору стратегії управління параметрами якості та іміджу підприємства. Встановлено, що поняття якості варто розглядати як баланс між складовими: формальна якість, функціональна якість та етична якість. Представлена роль логістичного мислення в забезпеченні реалізації інноваційних процесів у діяльності підприємства. Розглянуто закономірність управління потоками продукції та грошових коштів на основі інформації моніторингової оцінки стану ринку й вироблення стратегії розвитку. Розвиваються принципи маркетингових досліджень з урахуванням логістичного ланцюга. Це зумовлює підвищення ролі взаємодії підрозділів підприємства для забезпечення стабільності поточкових процесів від придбання сировини до реалізації готової продукції. Доведена необхідність врахування фундаментального зв'язку між очікуваннями та реальними властивостями об'єкта при наявності на ринку субститутів. Визначений зміст ризику. Представлено розуміння специфічного ризику підприємства, яке реалізує стратегію підвищення якості та конкурентоспроможності. Розглянута група ризиків для підприємств, що орієнтуються на виробництво благ, які забезпечують рівень якості життя. Розглянуто методичні підходи, які забезпечують економічну стійкість і раціональність позиціонування підприємства: перший орієнтований на формування виробничого потенціалу, другий - на використання принципу диверсифікації як чинника зниження інвестиційного ризику реалізації програми підвищення якості в маркетинговій зоні.

**Висновки.** Головною проблемою в системі управління якістю є встановлення показників і ступеня чутливості попиту на продукцію та її характеристики. Вирішальне значення інвестицій в забезпеченні належного рівня якості продукції обумовлює необхідність управління проектами на основі моделей оцінки ефективності капітальних активів за критеріями мінімізації інвестиційного ризику та максимізації прибутковості.

---

**Ключові слова:** *якість продукції, конкурентоспроможність, конкурентне виробництво, підприємство, фактори конкурентоспроможності.*

**Larysa IVANCHENKOVA**

PhD in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of Department of Accounting and Auditing  
Odessa National Academy of Food Technologies

**Kateryna STASIUKOVA**

Senior Lecturer, Department of Accounting and Auditing  
Odessa National Academy of Food Technologies

## **QUALITY OF PRODUCTS IN THE FACTORY SYSTEM OF PROVIDING CONCOMPETITIVENESS OF MODERN PRODUCTION**

### **Abstract**

**Introduction.** *The question of manufacturing quality products is relevant to any enterprise. In order to achieve this, it is necessary to meet international standards and established requirements. In today's market conditions, the efforts of commodity producers are aimed at meeting the demand of consumers, which, in turn, are guided by the quality characteristics of the product.*

**The purpose** of the article is coverage of the main issues of product quality, as one of the factors of increasing and ensuring the competitiveness of modern production.

**Results.** *The stages of information support of the decision-making process for the reasonable choice of strategy for managing the quality parameters and image of the enterprise are offered. It is established that the concept of quality should be considered as a balance between the components: formal quality, functional quality and ethical quality.*

*The role of logistical thinking in ensuring the innovative processes implementation in the enterprise activity is presented. The regularity of production and cash flow management is considered based on the information of the monitoring assessment of the market state and development a strategy. The principles of marketing research are being developed taking into account the logistics chain. This leads to an increase in the role of interaction between the units of the enterprise to ensure the stability of the flow processes from the purchase of raw materials to the sale of finished products.*

*The necessity to take into account the fundamental relation between the expectations and the real properties of the object is proved when substitutes are available at the market.*

*The content of risk is defined. An understanding of the specific risk of the company is presented that implements the strategy of improving the quality and competitiveness. A risk group for businesses focused on the production of goods that provide quality of life is considered. Methodical approaches that provide economic stability and rational positioning of the enterprise are considered: the first focused on the production potential formation, the second - on using the diversification principle as a factor of reducing the investment risk of implementing a quality improvement program in the marketing area.*

**Conclusions.** *The main problem in the quality management system is the establishment of indicators and the sensitivity degree of demand for products and its characteristics. The crucial importance of investment in ensuring an adequate level of product quality necessitates the need to manage projects on the basis of assessing models the capital assets performance by the criteria of minimizing investment risk and maximizing profitability.*

**Key words:** *product quality, competitiveness, competitive production, enterprise, competitiveness factors.*

---

**JEL classification: L15**

---

## Вступ

Пошук факторів впливу на підвищення конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах набуває особливої актуальності дивлячись на останні тенденції розвитку ринку. Одними з факторів, що мають вплив на конкурентоспроможність підприємства та виробництва продукції, є обсяг, якість, структура, виробничий потенціал та ін. Проте особливої уваги потребує саме якість виготовленої продукції.

Конкурентоспроможність підприємства досліджувалася чисельними класниками наукової думки, такими як: А. Сміт, Дж.С. Мілль, К. Маркс, Дж. Кейнс, Д. Рікардо, Й. Шумпетер та їх послідовниками. На сьогоднішній день чимало вітчизняних і зарубіжних учених вивчають це питання, а саме: М. Портер, В. Стівенсон, Т. К. Вознюк, В. Ф. Оберемчук, С. В. Ковальчук, О. В. Кошонько, Т. О. Кузьміна, З. Є. Шершньова тощо.

### Мета та завдання статті

Мета статті – виділити основні вимоги до здійснення стабільного контролю за якістю виготовленої продукції, що виступає одним із необхідних завдань формування й підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства в сучасних умовах. У межах досягнення мети виокремлено такі завдання:

- проаналізувати стратегії управління параметрами якості продукції;
- дослідити альтернативні підходи до вивчення якості.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Основними аспектами комерційної діяльності підприємства в сучасній системі конкуренції на ринку стандартних благ є забезпечення якісних переваг. Ця стратегія ґрунтується на обліку параметрів відкритості національних і регіональних ринків.

Планування й управління якісними параметрами розвитку та функціональної діяльності підприємства базується на забезпеченні та перевищенні сформованих стандартів якості продукції та роботи. На підставі інформації про рівні якості конкуруючих підприємств фірма отримує можливість організувати комплекс постійно діючих заходів, реалізувати взаємозв'язок в управлінні якістю між маркетинговими та консалтинговими організаціями й окремими підприємствами.

В системі управління якістю продукції та виробничої діяльності підприємства в межах обраного етапу реалізації стратегії стійкості функціональної та економічної діяльності найважливішим стає чіткість використання інформаційних потоків про стан даного сектора ринку.

Складання програми техніко-економічного забезпечення конкурентоспроможної якості продукції, з одного боку, і економічності виробничого процесу, з іншого, передбачає визначену послідовність підготовки розрахунково-економічної інформації.

Вибір стратегії управління параметрами якості продукції та іміджу підприємства можливий при реалізації таких етапів інформаційного забезпечення процесу прийняття рішень:

- аналіз тенденцій та прогноз обсягів і показників ринкової ситуації в системі зовнішніх і внутрішніх виробничо-економічних зв'язків;
- аналіз тенденцій і темпів зміни техніко-економічного рівня підприємств-конкурентів, технології та організації виробництва і реалізації продукції;
- визначення загального обсягу сектора ринку й обґрунтування частки підприємства, яка забезпечує його економічну стійкість;
- вивчення середньострокового та перспективного горизонтів кон'юнктури в системі макроекономічної ситуації і підприємницьких цілей;
- розрахунок дефіциту виробничого потенціалу в даній галузі ринку благ і по окремим його складовим;
- розробка прогнозів науково-технічних параметрів забезпечення стійкості розвитку підприємства з урахуванням генеральної економічної мети;

- 
- визначення основних параметрів розвитку підприємства по етапах життєвого циклу товару та інвестиційного проекту;
  - підготовка основних заходів щодо підвищення якості продукції та проектів розвитку;
  - розрахунок необхідного приросту показників ефективності роботи підприємства: обсягу продукції, продуктивності праці, віддачі потенціалу, зниження собівартості щодо рівноважної ціни;
  - розробка основних напрямків підтримки нормалізованого стану підприємства в межах розрахункового періоду;
  - розрахунок потреби в економічних ресурсах розвитку по критеріях адекватності якості;
  - визначення показників ринкової ситуації поточного періоду, що забезпечують прийнятні темпи і напрямки розвитку підприємства (перелік робіт, масштаби і горизонти, економічна оцінка).

Якщо погодитися з позицією, що поняття якості слід розглядати як баланс між трьома складовими: «формальною якістю», яка характеризується відповідністю продуктів проектним характеристикам; «функціональною якістю», тобто найбільш повна відповідність вимогам споживачів до благ; «етичною якістю», то слід чітко дотримуватися концепції адекватності якісних параметрів продукції конкурентним фірмам та ефективності витрат по підтримці функціональної якості.

У сучасних умовах конкуренції на ринку благ в якості найважливішого завдання підприємницької діяльності має розглядатись посилення інноваційних процесів. У зв'язку з цим, розширюється область логістичного мислення. На основі такого підходу весь господарський процес замикається по колу: виробничі рішення - виробництво - реалізація - наступні якісні нововведення. Співпраця в цьому аспекті охоплює внесистемну і внутрішню діяльність. При відсутності такої співпраці проявляються деструктивні механізми.

Можна погодитися з розглядом логістичного підходу до управління товарними потоками «як методу організаційно-аналітичної оптимізації виробничо-комерційної діяльності». При цьому, в складі такої діяльності виділяються: економічне зростання, стабільність виробництва продукції, підвищення її якості, зниження собівартості, максимізація грошових потоків на основі конкурентоспроможності.

Складність прийняття господарських рішень полягає в тому, що основним принципом є максимізація приватних інтересів кожного учасника ринкових відносин. Ці інтереси в кінцевому рахунку утворюють параметри попиту і пропозиції по критеріям ціни і якості.

Всі підприємства при реалізації програм розвитку або функціональної діяльності виступають у формі довгострокових чи контрактних відношень. У цьому випадку діяльність підприємства протікає під впливом як ринкових, так і організаційних механізмів. Особливо виділяються зв'язки з банківською системою, які зумовлюють подальший характер протікання економічних і виробничих процесів.

Як відомо, [3, 5, 6] найважливішими цілями підприємницької діяльності є отримання прибутку й ефективно управління потоками продукції та грошових коштів. Цей процес ускладнюється внаслідок економічного зростання, мінливості кон'юнктури та наявності ризику оптимальної реалізації програми розвитку. Тому адекватність якісних параметрів продукції стає в певній мірі основою стратегії сталого позиціонування на ринку. При цьому слід враховувати можливість і необхідність реалізації стратегії лідерства й обліку параметрів реакції конкурентів на характер поведінки підприємства в логістичній системі.

Таким чином, формується та проявляється зовнішнє середовище функціонування й розвитку підприємств та окремих ланок загальної логістичної товаропровідної

---

системи. Крім того на конкурентоспроможність підприємства впливають сукупність екологічних обмежень і доступність до інноваційних та інвестиційних ресурсів.

Відповідно до зазначеного повинна будуватися програма поточного і стратегічного розвитку підприємства. В цьому аспекті важливим є вибір мети розвитку. Можна погодитися з необхідністю орієнтації на фундаментальну мету функціональної діяльності - досягнення нормалізованого [4] рівня прибутку. Але з урахуванням принципів комерційної логістики [7, 8, 9] ця мета може бути забезпечена на основі стійкості економічного зростання, підтримки підприємницького іміджу і реалізації вимог критерію ефективності інвестиційної та виробничої діяльності відповідно до параметрів капіталізації.

Відповідно до чинного принципу управління проектами, формування стратегії конкурентної стійкості на основі показників якості продукції передбачає розробку заходів, які б нейтралізували дію принципу корпоративних та інших відношень. До таких кроків відноситься аналіз інвестиційних можливостей підприємства й оцінка принципів дії конкурентів на ринку. Потім формується техніко-економічне обґрунтування, що відображає найважливіші умови і параметри розвитку. Саме на цій фазі вибору і реалізації цієї стратегії стає зрозумілим як масштаб потрібних інвестицій, так і прогнозовані результати.

При виборі стратегії сталого позиціонування в секторі ринку конкурентних переваг і контролю параметрів розвитку виникає проблема вибору варіантів оптимізації життєвого циклу підприємства. Вибір оптимальних варіантів розвитку підприємства доцільно здійснювати на базі комплексної оцінки використання діючого виробничого потенціалу. При цьому слід враховувати вплив зовнішніх факторів на формування найважливіших вартісних показників - прибутку, продуктивності ресурсів, собівартості. У цьому аспекті важливо враховувати те, що підприємства є первинною ланкою збалансованості економічного стану системи.

Відомий взаємозв'язок зміни обсягів виробництва і економічних показників діяльності підприємства, тому можна погодитись з висновком [10, 11], що задоволення потреб в межах проекту, що реалізовується, відбувається відповідно до логістичної функції. Цей принцип визначає життєвий цикл товару, технології або проекту розвитку й управління якістю. Головним стає контроль параметрів беззбитковості функціонування підсистеми і вибору напрямків капіталізації чистих грошових потоків на наступних рівнях конкурентоспроможності.

Зазначена закономірність і зумовлює особливості управління потоками продукції та грошових ресурсів на основі інформації моніторингової оцінки стану ринку й вироблення стратегії розвитку в короткостроковому та довгостроковому періодах.

Стратегія управління конкурентоспроможністю в умовах одного ринку на основі якості продукції зумовлює необхідність створення умов, при яких для забезпечення розрахункової суми витрат за обраними параметрами розвитку підприємство мало б резерв чистого доходу. Досягнення оптимальних співвідношень між власними доходами, кредитом банку й альтернативними джерелами фінансування ефективного проекту дозволяє управляти процесом на будь-якому етапі життєвого циклу як товару, так і підприємства в цілому.

В даний час економічні результати роботи і масштаби функціональної діяльності спеціалізованих фірм формуються на базі реалізації потенціалу унікальних технологічних процесів. У той же час обсяг реалізації продукції не відображає повною мірою якість менеджменту та виробничих процесів підприємства. Важливим фактором залишається поведінка конкурентів, організаційно-правових відносин влади і бізнесу та відносин всіх учасників логістичного ланцюга (від виробництва сировини до розподілу кінцевих вартісних результатів). Кінцева продукція і фінансовий стан підприємства забезпечується комплексною взаємодією всіх підрозділів, що формують умови

---

безперервності основного технологічного процесу. Однак ця умова не відбивається ні правовими, ні соціально-економічними регуляторами стабільності розвитку підприємницького середовища.

Слід враховувати, що підприємства, орієнтовані на поточні потреби ринку працюють в умовах мінливості та еластичності кількісної визначеності специфічних потреб в конкретних видах продукції. Тому розвиваються принципи маркетингових досліджень з урахуванням логістичного ланцюга, яка враховує взаємозалежний рух факторів виробництва, інвестицій, ресурсів, продукції та грошових коштів. Цей процес ускладнюється в умовах стохастичних структурних змін в номенклатурі та обсягах виробництва благ і ресурсів.

При цьому зберігається недосконалість процесу забезпечення якості використовуваних ресурсів для виробництва кінцевої продукції. При наявності ніші ринку зі значним ступенем індивідуальності поведінка підприємства ускладнюється досягненням рівноважного стану попиту та пропозиції щодо стандартів поведінки споживачів. Крім того, в умовах агресивного імпорту вітчизняні підприємства потрапляють в зону ризику, в якій важко зберегти базові позиції на вітчизняному ринку благ. Все це зумовлює підвищення ролі взаємодії всіх підрозділів економічної системи, які забезпечують стабільність потокових процесів від придбання сировини до реалізації готової продукції. Будь-які форми фінансування окремих ланок і процесів також передбачає концентрацію ресурсів учасників і розширення зони збуту.

Слід звернути увагу на існування альтернативних підходів до вивчення якості. У ряді випадків використовується концептуальна модель, яка враховує ступінь розбіжності між оцінкою та реальними відчуттями використання благ. Тобто в системі управління параметрів позиціонування підприємства необхідно розглядати фундаментальний зв'язок між очікуваннями і реальними властивостями об'єкта при наявності на ринку субститутів. Цей зв'язок ґрунтується не тільки на якісних параметрах, але і на оцінці вартості і корисності в системі споживчої поведінки індивіда.

Можна погодитися з положенням, що виробнича організація, підтримуючи базовий потенціал в стійкому стані та можливість розвитку, «отримує стійку конкурентну перевагу». Це досягається завдяки прояву загальних закономірностей економічного зростання.

Найважливішою проблемою виробника в системі раціонального вибору рівня якості є встановлення показників і ступеня чутливості попиту на продукт до його якості та формування характеристик підвищення якості. Для благ поточного споживання вимоги споживача є найважливішим критерієм при виборі стратегії оптимізації параметрів якості та технологічних процесів. Тому важливий компроміс між характеристиками фінансових потоків і стійкістю підприємства за рівнем якості продукції.

Оптимізація якісних параметрів продукції підприємства з урахуванням зовнішнього середовища забезпечує прямі фінансові вигоди. Метод їх відображення пов'язаний з принципами управління витратами підприємства. Однак основні зрушення слід контролювати за двома напрямками:

1. Збільшення ціни одиниці продукції;
2. Зниження витрат на одиницю продукції.

У першому випадку, при збільшенні ціни та постійному рівні випуску продукції зростає загальна виручка. Якщо має місце збільшення обсягу продажів при збереженні початкової ціни під впливом зміщення кривої попиту внаслідок підвищення функціональної якості, слід очікувати зростання припливу грошових коштів.

У другому випадку, знижуються змінні витрати внаслідок зменшення витрат продукції та нераціонального використання технології, якщо витрати за цими операціями ставилися на цю групу витрат підприємства. При віднесенні таких витрат до

---

групи постійних їх зниження стабілізує постійні витрати і відповідно зростає прибуток.

Слід враховувати ту обставину, що у сфері управління якістю та конкурентоспроможності підприємства визначальне значення відіграють інвестиційні потоки з розвитку виробничого потенціалу підприємства та інноваційні процеси, націлені на диверсифікацію й оновлення продукції. Тому важливим стає процес управління проектами на основі моделей оцінки ефективності капітальних активів за критеріями мінімізації інвестиційного ризику і максимізації прибутковості.

Ризик відображає можливу небезпеку або випадковість у виробництві та реалізації продукції, в фінансах - це відхилення отриманого доходу від розрахункового рівня.

При розвитку підприємства та виході його на новий рівень позиціонування в секторі основної діяльності слід розрізняти інвестиційних ризик і такий, що обумовлений особливостями формування ринкового сектора пріоритетного оперування. Тому при обґрунтуванні проекту розвитку виробничого потенціалу підприємства необхідно враховувати в межах обраної стратегії або концепції механізм мінімізації проектного ризику. Головним чином цей процес пов'язаний з вибором адекватної вартості основного капіталу підприємства, що відповідає нормалізованим параметрам капіталізації. Необхідно враховувати сучасну тенденцію підвищення капітальної вартості підприємства на основі сталого і конкурентного функціонування.

Слід розрізняти специфічний ризик підприємства, що реалізує стратегію підвищення якості та конкурентоспроможності, який проявляється на рівні діяльності даного підприємства через: неправильності оцінки позиціонування в обраному секторі ринку благ або проектний ризик; недооцінки або переоцінки дії конкурентів (конкурентний ризик); помилки у виборі принципів позиціонування за спеціалізацією підприємства і її продукції (секторний ризик).

Крім того для підприємств, що орієнтуються на виробництво благ, що характеризують якість життя слід враховувати і групу ризиків, що роблять істотний вплив на весь або більшу частину ринку продукції підприємства: підвищення процентних ставок при реалізації інвестиційних проектів або менеджменту ресурсних запасів; інфляційні процеси, особливо для елітних видів продукції, реалізація яких розтягується в часі (створення і реалізація марочних вин); зміна темпів економічного зростання і платоспроможності споживачів; зміна валютного курсу по валюті держав, що роблять істотний вплив на міжнародну економіку.

При досягненні адекватного стану підприємства щодо ринкового сектора або галузі в цілому і в порівнянні з параметрами участі країни в міжнародному поділі праці важлива чіткість у використанні двох методичних підходів, що забезпечують економічну стійкість і раціональність позиціонування. Перший ґрунтується на формуванні такого рівня виробничого потенціалу підприємства, який би забезпечував економічну стійкість на основі ефекту масштабу і відповідних резервів. Другий підхід орієнтований на використання принципу диверсифікації, як фактору зниження інвестиційного ризику реалізації програми підвищення якості та конкурентної стійкості в пріоритетній маркетинговій зоні. Ці альтернативи в певній мірі знижують рівень прояву ринкового й специфічного ризику виробництва при реалізації гетерогенних благ. По-перше, інвестиції в альтернативні технологічні процеси та розширення асортименту знижують ступінь ризику реалізаційної діяльності в окремих секторах. По-друге, виправданий розкид інвестиційних проектів по зонах спеціалізації діяльності підприємства знижує залежність від коливань інфляції.

Прояв диверсифікації на рівень ризику ефективності функціональної діяльності можна розглянути за умовою зростання продуктивності, зсуву якісних параметрів по групам продукції і відповідного рівня дисперсії капітальних активів. При цьому слід враховувати, що остання залежить від дисперсії по зонах діяльності конкурентів.

---

Коваріація в певній мірі розкриває вплив диверсифікації на рівень ризику.

### **Висновки та перспективи подальших розвідок**

Найважливішою проблемою виробника в системі раціонального вибору рівня якості є встановлення показників і ступеня чутливості попиту на продукт до його якості та формування характеристик її підвищення. Для благ поточного споживання вимоги споживача є найважливішим критерієм при виборі стратегії оптимізації параметрів якості і технологічних процесів. Тому важливий компроміс між характеристиками фінансових потоків і стійкістю підприємства за рівнем якості продукції.

Слід враховувати ту обставину, що у сфері управління якістю та конкурентоспроможності підприємства визначальне значення відіграють інвестиційні потоки з розвитку виробничого потенціалу підприємства та інноваційні процеси, націлені на диверсифікацію й оновлення продукції. Тому важливим стає процес управління проектами на основі моделей оцінки ефективності капітальних активів за критеріями мінімізації інвестиційного ризику і максимізації прибутковості.

Економічне зростання посилює значення логістичних принципів управління потоками. Виходячи з того, що логістика розглядається у формі «перспективного підприємницького завдання, яка втілює в собі координаційну функцію між підсистемами збуту, матеріального господарства та виробництва», стає доцільним на цій основі оптимізувати основні цілі підприємства.)

Тому організаційно-економічний механізм, сформований за критерієм функціональної та економічної стійкості, має бути націлений на:

- своєчасність поставки продукції адекватного попиту якості;
- чітке реагування на кон'юнктуру ринку за параметрами вчасності і конкурентоспроможності асортименту продукції;
- оптимізацію потреби в капіталі з урахуванням функціонування і розвитку;
- мінімізацію витрат на складування і на технологічні процеси;
- конкурентні закупівельні ціни.

В кінцевому рахунку головним стає максимізація реалізації продукції і формування чистих грошових потоків. Ці умови досяжні при оптимізації інвестиційних та інформаційних потоків. Тому інформаційне дослідження націлене на вирішення цих логістичних принципів.

### **Список літератури**

1. Амбарцумов А. А., Стерліков Ф. Ф. 1000 термінів ринкової економіки: навчальний посібник. М.: Крон-Пресс, 1993. 302 с.
2. Андріанов В. Д. Економічний та інвестиційний потенціал. М. : ВАТ Економіка, 1999. 662 с.
3. Бірман Г., Шмідт С. Економічний аналіз інвестиційних потоків. М. : ЮНИТИ, 1997. 631 с.
4. Великий комерційний словник / За ред. Т.Ф. Рябової. М. : Ре-редакція "Війна і мир", 1996. 400 с.
5. Великий економічний словник / За ред. А.Н. Азріліяна. 3-тєвид. стереотип. М. : Інститут нової економіки, 1998. 864 с.
6. Буркинський Б. В., Лазарева Е. В., Агеєва І. М. та ін. Конкурентоспроможність продукції і підприємства. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2002. 132 с.
7. Ковальчук С. В. Підвищення якості продукції в контексті маркетингової логістики. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. №2, Т.2. С. 60–63.
8. Лагодієнко В. В., Лагодієнко Н. В. Моделювання оцінки інноваційної спроможності промислових підприємств. *Збірник наукових праць «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики»*. №1 (28), 2019. С. 280-289.

9. Лагодієнко В. В., Голодонюк О. М., Мільчева В. В. Маркетингова стратегія виведення на ринок інноваційного продукту. *Економіка харчової промисловості*. Т.10, Вип. 2. 2018. С. 40-50.
10. Мальята Л. Я. Забезпечення якості продукції – необхідна умова підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції в сучасному ринковому просторі. *Економіка, фінанси, право*. 2008. № 9. С. 11–14.
11. Мудрак Р. П., Лагодієнко В. В., Лагодієнко Н. В. Вплив сукупних витрат на обсяги національного виробництва. *Економічний часопис – XXI*. 2018. №172(7-8), С. 44-50.

## Reference

1. Ambartsumov, A. A. Sterlikov, F. F. (1993). *1000 terms of market economy*. [1000 terms of market economy]. Kron-Press. Moscow. Russia.
2. Andrianov, V. D. (1999). *Ekonomichnyj ta investytsijnyj potentsial*. [Economic and investment potential]. VAT Ekonomika. Moscow. Russia.
3. Burman, G. Schmidt, S. (1997). *Ekonomichnyj analiz investytsijnykh potokiv*. [Economic analysis of investment flows]. UNITI. Moscow. Russia.
4. *Velykyj komertsijnyj slovnyk*. [The Great Commercial Dictionary]. (1996) / In T. F. Theripple (ed.). Re-edition of War and Peace. Moscow. Russia.
5. *Velykyj ekonomichnyj slovnyk*. [The Great Economic Dictionary] (1998) / In A. N. Azrilliana (ed.) 3<sup>rd</sup> view. stereotype. Institute of New Economics. Moscow. Russia.
6. Burky`nsky`j, B. V. and Lazareva, E. V., Agyeyeva, I. M. (2002). Konkurentospromozhnist` produkciyi i pidpry`emstva. [Competitiveness of products and enterprises]. IPREED NAN Ukryiny`. Odesa. Ukraine.
7. Kovalchuk, S. V. (2010). «Improving product quality in the context of marketing logistics». *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*. no. 2, vol. 2. pp. 60–63
8. Lagodiyenko, V. V., Lagodiyenko, N. V. (2019). «Modeling of estimation of innovative capacity of industrial enterprises». *Zbirny`k naukovy`x prac` «Finansovo-kredy`tna diyal`nist`: problemy` teorii ta prakty`ky`»*. no 1 (28). pp. 280-289.
9. Lagodiyenko, V. V., Golodonyuk, O. M. and Mil`cheva, V. V. (2018). «Marketing strategy for the launch of the innovative product». *Ekonomika xarchovoyi promy`slivosti*. vol.10, Issue. 2. pp. 40-50.
10. Malyuta L. Y. (2008). [Ensuring product quality is a prerequisite for improving the competitiveness of an enterprise and its products in today's market space]. *Ekonomika, finansy, pravo*. no 9. pp. 11-14.
11. Mudrak, R. P., Lagodiyenko, V. V. and Lagodiyenko, N. V. (2018). «Influence of total expenditures on volumes of national production». *Ekonomichny`j chasopy`s – XXI*. no. 172 (7-8), pp. 44-50.

Стаття надійшла до редакції 25.02.2019 р.