

Л. І. ПРОНКІНА

кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки підприємства
та економічної теорії Харківського
торговельно-економічного інституту
Київського національного
торговельно-економічного університету,
академік АЕН України, Харків
pronkinalora@gmail.com



**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ТА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ:
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЗМІСТУ ТА УПРАВЛІННЯ**

Розкрито особливості та взаємозв'язок якості і конкурентоспроможності як характеристик продукції, що визначають конкурентні переваги підприємства на внутрішньому і світовому ринках. Обґрунтовано необхідність розробки та впровадження на підприємстві єдиної системи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції, спрямованої на ефективну інтеграцію вітчизняних підприємств у світовий економічний простір.

Ключові слова: якість продукції, конкурентоспроможність продукції, система управління якістю та конкурентоспроможністю продукції, внутрішня і зовнішня конкурентоспроможність.

JEL Classification: D2.

Постановка проблеми. Суперечності та особливості розвитку економіки України в умовах втрати частки національного ринку та зменшення зовнішньоторговельного обороту вносять істотні корективи у визначення факторів її зовнішньої і внутрішньої конкурентоспроможності. У сучасний період необхідність адаптації продукції вітчизняних суб'єктів господарювання до вимог ЄС та світового ринку, що є основою ефективного експорту українських товарів та послуг, актуалізує теоретичні дослідження взаємозв'язку якості та конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств, розробки системи заходів щодо їх підвищення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні засади забезпечення конкурентоспроможності на мікро- та макроекономічних рівнях обґрунтовано у роботах М. Портера, П. Друкера, П. Кругмана, Дж. Стигліца, Й. Шумпетера. Напрями та чинники підвищення конкурентоспроможності економіки України розкрито вітчизняними вченими, серед яких — А. Гальчинський, В. Геєць, В. Кобелєв, А. Лагутін, М. Мірошнік, Г. Соловйова, С. Тульчинська, Я. Шемет та інші. Сьогодні ця проблема активно обговорюється на економічних форумах, у міжнародних фінансових і економічних організаціях, парламентах, урядах, наукових та університетських колах. Але факторна роль якості як основи конкурентоспроможності продукції та взаємозв'язок цих характеристик товару не отримали ще всебічного теоретичного обґрунтування.

Формулювання цілей. Метою статті є розкриття взаємозв'язку конкурентоспроможності і якості продукції та обґрунтування на цій основі заходів, спрямованих на забезпечення конкурентних переваг українських підприємств на національному та світовому ринках.

Виклад основного матеріалу. Високий рівень конкурентоспроможності економіки є фундаментальною умовою інтеграції України у світовий економічний простір як рівноправного учасника міжнародних економічних відносин. Це одночасно є і метою, і основою сталого економічного розвитку країни, спрямованого на підвищення суспільного добробуту. Але у сучасний період Україна втрачає свої позиції у рейтингу глобальної конкурентоспроможності, які і раніше не були високими (таблиця)

Т а б л и ц я

Україна у рейтингу глобальної конкурентоспроможності країн світу¹

Показники	Роки			
	2010–2011	2011–2012	2012–2013	2013–2014
Кількість країн у рейтингу	139	142	144	148
Місце України у рейтингу	89	82	73	84
Значення Індексу глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index)	3,9	4,0	4,14	4,05
Місце України у рейтингу за показником «Ефективність ринку товарів та послуг»	129	129	117	124
Значення Індексу за показником «Ефективність ринку товарів та послуг»	3,5	3,6	3,8	3,81

¹ Складено автором на базі джерел [1, с. 185; 2].

Згідно з даними таблиці у 2013–2014 рр. Україна, порівняно з 2012–2013 рр., втратила 11 позицій у рейтингу глобальної конкурентоспроможності країн світу, а за показником «Ефективність ринку товарів та послуг», який як складова The Global Competitiveness Index відображає стан конкуренції на національному ринку — 7 позицій (із 117 місця до 124). Низька ефективність ринку товарів та послуг України (124 місце із 148 країн) свідчить про високий рівень його монополізації, значне обмеження конкуренції, що обумовлює низьку мотивацію суб'єктів господарювання здійснювати заходи, спрямовані на підвищення їх внутрішньої конкурентоспроможності. Простежується певний конфлікт інтересів: український бізнес, з одного боку, зацікавлений у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності, а з другого — не має дієвих стимулів щодо здійснення ефективної конкурентної політики на внутрішньому ринку, значна частка якого монополізована окремими підприємствами. При цьому ті суб'єкти господарювання, позиції яких на внутрішньому ринку підтримуються не заходами, що забезпечують зростання їх внутрішньої конкурентоспроможності, а монополієм становисем, не здатні і до ефективної конкурентної поведінки на зовнішніх ринках, оскільки їх головним інструментом конкурентної боротьби залишається низька ціна продукції, яка базується на дешевій робочій силі. Висока якість продукції, новітні технології, інновації не є основою їх міжнародної конкурентоспроможності. Але ефективне включення українських підприємств у міжнародні економічні відносини безпосередньо залежить від того, чи будуть задіяні саме ці чинники їх конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність національної економіки формується на різних рівнях, але первинним є підприємство, де в процесі виробництва товарів і послуг закладаються основи їх якості як фактора та умови успішного бізнесу. Отже, подолання ситуації, що склалася, потребує обґрунтування комплексного підходу до забезпечення внутрішньої та міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Серед напрямів розв'язання цієї проблеми одним із найважливіших є забезпечення високої якості продукції. Саме якість товарів і послуг визначає конкурентні переваги підприємств, а економія матеріальних, трудових та інших ресурсів за рахунок використання високоякісної продукції досягається на всіх фазах суспільного відтворення і може забезпечити значний економічний ефект.

Змістовно категорії якості і конкурентоспроможності товарів тісно взаємопов'язані.

По-перше, якість і конкурентоспроможність є характеристиками товару, що у сукупності забезпечують його затребуваність з боку покупців

(споживачів). Якість товару — це сукупність властивостей, що характеризують ступінь його суспільної корисності з урахуванням суспільно необхідних витрат на всіх стадіях відтворювального циклу. У міжнародному стандарті ISO 8420 якість визначено як сукупність характеристик об'єкта, що належать до його здатності задовольняти встановлені і передбачувані потреби [3]. Як влучно зазначає Г. Строкович: «Якість — це те, що говорить споживач, а не виробник» [4, с. 21].

Слід підкреслити, що якість товару може мати виміри:

1) об'єктивні і суб'єктивні. Наприклад, технічні параметри продукту свідчать про певний рівень його якості. Але ця об'єктивна характеристика товару повинна бути оцінена і визнана споживачем, інакше йому не буде надано переваги, порівняно з іншими пропозиціями. Отже, суб'єктивна оцінка споживачем якості товару є умовою його конкурентоспроможності;

2) абсолютні і критеріальні. Якість товару характеризується його виробничими та споживчими властивостями, строком використання, безпекою споживання тощо (абсолютний вимір якості). Також якість визначається методом порівнянь — із стандартами, зразками, вимогами тощо. Так, конкурентні позиції українських виробників на європейських ринках безпосередньо залежать від досягнення такого рівня якості, який відповідає вимогам ЄС — технічним, екологічним, санітарним і фітосанітарним [5]. У цьому випадку рівень якості товару визначається ступенем відповідності його характеристик офіційним вимогам та нормам (критеріальний вимір якості).

Конкурентоспроможність — це такі властивості товару, що характеризують ступінь відповідності його техніко-функціональних, економічних характеристик вимогам споживачів та визначають частку ринку, що йому належить. Серед цих властивостей якості продукції належить одне з пріоритетних місць. Отже, і якість, і конкурентоспроможність товару — це його відповідність вимогам та потребам споживачів.

По-друге, *якість є необхідною умовою конкурентоспроможності товару* та його виробника на ринку. Як відомо, саме гранична корисність товару формує ціну попиту, яка, корегуючись із ціною пропозиції, визначає ринкову ціну товару. Отже, від оцінки споживачем якості товару безпосередньо залежить попит на нього, рівень якого є показником конкурентоспроможності його виробника (продавця).

По-третє, *якість є ознакою конкурентоспроможності товару*, яка визначається сукупністю тільки тих його властивостей, що становлять інтерес для покупця і забезпечують задоволення певної потреби. Т. Білоног справедливо вважає якість складовою конкурентоспроможності продукції: «Кон-

курентоспроможність продукції складається з багатьох факторів: соціальний аспект задоволення попиту, якість, задоволення попиту, асортимент, отримання прибутку торговими підприємствами, післяпродажне обслуговування тощо» [6].

По-четверте, *підвищення якості є чинником зростання конкурентоспроможності товару*. Як підкреслює А. Панна: «Підвищення якості — одна із форм конкурентної боротьби, завоювання і втримання позицій на ринку» [7]. Чим вище якість товару, тим він привабливіше для споживача, тим більше покупців надають йому перевагу, порівнюючи з іншими товарами, що пропонуються на ринку.

Таким чином, якість і конкурентоспроможність є взаємопов'язаними властивостями товару. Але слід підкреслити, що зв'язок якості та конкурентоспроможності товару не є абсолютним. З одного боку, для споживача якість є обов'язковою, але недостатньою характеристикою щодо ухвалення рішення про придбання товару. Відомими є чимало прикладів, коли товари, що одержали найвищі оцінки експертів, залишали байдужими споживачів, на рішення яких впливає не тільки якість товару, а і його ціна та інші чинники. З другого боку, при незмінних якісних характеристиках товару його конкурентоспроможність може змінюватися у досить широких межах, реагуючи на різні фактори зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Крім того, обумовлені сукупністю властивостей товару його якість і конкурентоспроможність виявляються в різних сферах. Якість товару закладається у сфері вивчення потреб потенційних споживачів продукції підприємства, на стадіях її проектування та виробництва і виявляється при споживанні. «Конкурентоспроможність продукції створюється у рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання» [8]. Але, у кінцевому підсумку, і якість, і конкурентоспроможність товару як його взаємопов'язані властивості визначаються ринком.

Аналіз взаємозв'язку якості і конкурентоспроможності товару дає підстави для висновку про необхідність, по-перше, його всебічного урахування при формуванні конкурентної стратегії і тактики підприємств, по-друге, формування на підприємстві єдиної системи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції.

У сучасних наукових і прикладних джерелах достатньо глибоко розглянуто проблеми управління якістю продукції [3; 4; 9] і її конкурентоспроможністю [1; 8; 10]. Але, як правило, ці управлінські функції розглядаються відокремлено одна від одної, що, на нашу думку, істотно знижує їх ефективність щодо формування конкурентних переваг підприємства на внутрішньому і світовому ринках. Серед вітчизняних дослідників, які вважають необхідним сполучення зазначених управлінських процесів, слід назвати Г. Соловійову, яка

справедливо підкреслює, що «система управління якістю доповнює систему управління конкурентоспроможності в умовах ринкових відносин» [11, с. 202]. Т. Білоног обґрунтовано вважає управління якістю одним із рівнів управління конкурентоспроможністю, об'єктами якого є також собівартість, ціна, асортимент, збут [6].

На нашу думку, взаємозв'язок якості і конкурентоспроможності продукції підприємств обумовлює необхідність не доповнення управління конкурентоспроможністю управлінням якістю продукції, а створення на підприємстві *єдиної системи управління якістю і конкурентоспроможністю*.

Управління якістю продукції є процесом комплексного впливу системи взаємозалежних заходів економічного й організаційно-технічного характеру, спрямованих на встановлення, забезпечення і підтримку необхідного рівня якості продукції на етапах маркетингових досліджень, матеріально-технічного постачання, виробництва, упакування і збереження, експлуатації і відновлення. Управління конкурентоспроможністю продукції — «це процес ідентифікації, планування, формування, утримання та нарощування (нагромадження) конкурентних переваг продукції на кожному етапі створення доданої вартості з метою підвищення рівня конкурентоспроможності продукції або втримання його на запланованому рівні» [6]. На нашу думку, виходячи із взаємозв'язку якості та конкурентоспроможності, управління якістю, починаючи з моменту з'ясування уподобань майбутніх споживачів і завершуючи післяпродажним сервісом, забезпечує формування конкурентних переваг продукції підприємства, тобто досягнення цілей управління конкурентоспроможністю. Управління конкурентоспроможністю є неможливим без здійснення заходів щодо забезпечення високих якісних параметрів продукції. Отже, конкурентна політика підприємства повинна базуватися на єдиній системі управління якістю та конкурентоспроможністю.

Висновки. Якість і конкурентоспроможність є взаємопов'язаними характеристиками продукції, що у сукупності визначають конкурентні переваги її виробника на національному і світовому ринках. Підвищенню їх рівня буде сприяти єдина комплексна система управління якістю і конкурентоспроможністю продукції, впровадження якої на українських підприємствах дозволить ефективно адаптуватися до викликів та вимог сучасного світогосподарського процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мірошнік М. В. Розробка моделі оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства / М. В. Мірошнік, В. М. Кобелев // Вісн. НТУ «ХПІ». — 2014. — № 32. — С. 182–187 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/9530/1/vestnik_HPI_2014_32_Miroshnyk_Rozrobka.pdf.

2. Аналіз індексу конкурентоспроможності України в 2013–2014 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infolight.org.ua/content/analiz-indeksu-konkurentospromozhnosti-ukrayini-v-2013-2014-rr>.
3. Строчкович Г. В. Методологічні та методичні основи стратегічного управління якістю функціонування підприємств : монографія / Г. В. Строчкович. – Х. : Вид-во НУА, 2013. – 396 с.
4. Строчкович Г. В. Якість функціонування підприємства: внутрішні та зовнішні аспекти : монографія / Г. В. Строчкович. – Х. : Вид-во НУА, 2010. – 212 с.
5. Основні вимоги законодавства ЄС до безпеки та якості товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/Ukraine+-+EU+export-import+helpdesk+/Non-tariff+regulation>.
6. Білоног Т. В. Цільовий підхід до управління конкурентоспроможністю продукції промислового підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Білоног. – Режим доступу: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2011_24/Zb24_45.pdf.
7. Панна А. О. Якість продукції як економічна категорія та об'єктивна необхідність її підвищення [Електронний ресурс] / А. О. Панна. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=26448>.
8. Шемет Я. В. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / Я. В. Шемет, С. О. Тульчинська. – Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2013-32.pdf>.
9. Томілін О. О. Впровадження системи управління якістю продукції на підприємстві [Електронний ресурс] / О. О. Томілін. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/312.pdf>
10. Перерва П. Г. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства [Електронний ресурс] / П. Г. Перерва, Т. В. Романчик // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4 – С. 227–235. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_4_230_235.pdf.
11. Соловійова Г. В. Удосконалення системи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / Г. В. Соловійова // Економіка: реалії часу : наук. журн. – 2013. – № 1. – С. 201–206. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/No1/201-206.pdf>.

REFERENCES

1. Miroshnik M. V. Rozrobka modeli otsinky rivnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva / M. V. Miroshnik, V. M. Kobeliev // Visnyk NTU «KhPI». – 2014. – № 32. – S. 182–187 Retrieved from: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/9530/1/vestnik_HPI_2014_32_Miroshnyk_Rozrobka.pdf.
2. Analiz indeksu konkurentospromozhnosti Ukrainy v 2013–2014 rr. Retrieved from: <http://infolight.org.ua/content/analiz-indeksu-konkurentospromozhnosti-ukrayini-v-2013-2014-rr>.

3. Strokovych H. V. (2013) Metodolohichni ta metodychni osnovy stratehichnoho upravlinnia yakistiu funktsionuvannia pidpryiemstv : monohrafiia / H. V. Strokovych. – Kharkiv.: Vydavnytstvo NUA. – 396 s.
4. Strokovych H. V. (2014) Yakist funktsionuvannia pidpryiemstva: vnutrishni ta zovnishni aspekty : monohrafiia / H. V. Strokovych. – Kharkiv.: Vydavnytstvo NUA. – 212 s.
5. Osnovni vymohy zakonodavstva YeS do bezpeky ta yakosti tovariv Retrieved from: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/Ukraine+-+EU+export-import+helpdesk+/Non-tariff+regulation>.
6. Bilonoh T. V. Tsilovi pidkhid do upravlinnia konkurentospromozhnistiu produktsii promyslovoho pidpryiemstva / T. V. Bilonoh Retrieved from: http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2011_24/Zb24_45.pdf.
7. Panna A. O. Yakist produktsii yak ekonomichna katehoriia ta obiektyvna neobkhdnist yii pidvyschennia / A. O. Panna Retrieved from: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=26448>.
8. Shemet Ya. V. Suchasni pidkhody do upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva / Ya. V. Shemet, S. O. Tulchynska Retrieved from: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2013-32.pdf>.
9. Tomilin O. O. Vprovadzhennia systemy upravlinnia yakistiu produktsii na pidpryiemstvi / O. O. Tomilin Retrieved from: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/npp-daa/4.2/312.pdf>
10. Pererva P. H. Mekhanizm upravlinnia rivnem konkurentospromozhnosti produktsii pidpryiemstva / P. H. Pererva, T. V. Romanchyk // Marketynh i menedzhment innovatsii. – 2012. – № 4 – S. 227–235 Retrieved from: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_4_230_235.pdf
11. Soloviova H. V. Udoskonalennia systemy upravlinnia yakistiu i konkurentospromozhnistiu produktsii pidpryiemstva / H. V. Soloviova // Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal. – 2013. – № 1. – S. 201–206 Retrieved from: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/No1/201-206.pdf>.

Стаття надійшла до редакції 25.06.2015.

Рецензент — доктор економічних наук, професор О. С. Марченко, Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, м. Харків, Україна.

Reviewer — Marchenko O. S., Doctor of Economic Sciences, Professor, Yaroslav Mudryi National Law University, Kharkiv, Ukraine.

Рецензент — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри економічної теорії І. В. Шкодін, Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи», Україна.

Reviewer — Shkodina I. V., Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, head, the Department of economic theory, Kharkiv training and research Institute of state higher educational institution «University of banking», Ukraine.

Л. И. ПРОНКИНА

кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики предприятия и экономической теории Харьковского торгово-экономического института Киевского национального торгово-экономического университета, академик АЭН Украины, Харьков

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
И КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ:
ВЗАИМОСВЯЗЬ СОДЕРЖАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

Раскрыты особенности и взаимосвязь качества и конкурентоспособности как характеристик продукции, определяющих конкурентные преимущества предприятия на внутреннем и мировом рынках. Обоснована необходимость разработки и внедрения на предприятии единой системы управления качеством и конкурентоспособностью продукции, направленной на эффективную интеграцию отечественных предприятий в мировое экономическое пространство.

Ключевые слова: качество продукции, конкурентоспособность продукции, система управления качеством и конкурентоспособностью продукции, внутренняя и внешняя конкурентоспособность.

L. I. PRONKINA

PhD. in Economics, associate professor, professor of the Department of Enterprise Economics and Economic Theory, Kharkiv Trade and Economics Institute of Kyiv National University of Trade and Economics, academician of the Academy of Economic Science of Ukraine, Kharkiv

**COMPETITIVENESS AND QUALITY OF PRODUCTS
OF ENTERPRISES: THE INTERRELATION
BETWEEN THE SENSE AND MANAGEMENT**

Problem setting. Nowadays, a need of adaptation of products of the domestic business entities to requirements of the EU and the world market, which is the basis of effective export of Ukrainian goods and services, actualizes theoretical researches of the interrelation between quality and competitiveness of products of domestic enterprises and developments of a system of measures for enhancement of quality and competitiveness.

Recent research and publications analysis. Directions and factors of enhancement of competitiveness of the Ukrainian economy have been considered by domestic scientists, namely A. Halchynskiyi, V. Heiets, V. Kobelev, A. Lahutin, M. Miroshnyk, H. Soloviova, S. Tulchynska, Ya. Shemet, etc. Nevertheless, the factor role of quality as the basis of product competitiveness and the interrelation between these product characteristics haven't been comprehensively substantiated.

Paper objective. The paper objective is to indicate the interrelation between competitiveness and quality of products and to substantiate measures aimed at providing competitive advantages of Ukrainian enterprises in the national and the world markets.

Paper main body. The quality and the competitiveness are interrelated characteristics of a product. Their combination provides demand of customers (consumers) for the product. The quality is an essential requirement and a characteristic of competitiveness of a product and a producer in a market. The interrelation between the quality and the competitiveness of enterprise products stipulates the necessity of creation of a single system of management of quality and competitiveness rather than supplementation of competitiveness management with product quality management.

Conclusions of the research. Analysis of the interrelation between the quality and the competitiveness of a product stipulates a conclusion on, firstly, a necessity of its comprehensive consideration in formation of a competitive strategy and tactics of enterprises and, secondly, a need for formation of a single system of management of quality and competitiveness of products at an enterprise.

Short Abstract for an article

Abstract. The author has indicated peculiarities and the interrelation between quality and competitiveness as characteristics of products, which determined competitive advantages of an enterprise in the national and the world market. The author has substantiated the necessity of development and implementation of a single system of management of quality and competitiveness of products at an enterprise aimed at effective integration of the domestic companies to the world economic space.

Key words: product quality, product competitiveness, a management system of quality and competitiveness of products, internal and external competitiveness.