

## REFERENCES

Donetska oblast u tsyfrakh u 2011 rotsi [Donetsk region in numbers in 2011]. Donetsk: Holovne upravlinnia statystyky u Donetskii oblasti, 2012.

Donetska oblast u tsyfrakh u 2010 rotsi [Donetsk region in numbers in 2010]. Donetsk: Holovne upravlinnia statystyky u Donetskii oblasti, 2011.

*Ekonomichna statystyka* [Economic Statistics]. Kyiv: KNEU, 2005.

Maliukina, A. O. "Rozrobka metodyky otsinky yakosti trudovoho potentsialu personalu banku" [Development of methodology

for assessing the quality of employment of staff of the bank]. *Biznes Inform*, no. 11 (2011): 114-115.

Ofitsiyniy sait Donetskoï oblasnoï derzhavnoï administratsii. <http://www.donoda.gov.ua>

*Pratsia Donetskoï oblasti za 2010 rik* [Work Donetsk region in 2010]. Donetsk: Holovne upravlinnia statystyky u Donetskii oblasti, 2011.

Savkiv, U. S. "Intehralna otsinka staloho rozvytku rehionu" [Integrated assessment of sustainable development]. *Biznes Inform*, no. 1 (2012): 45-50.

Shaulska, L. V. *Stratehiia rozvytku trudovoho potentsialu Ukrainy* [Strategy of development of labor potential of Ukraine]. Donetsk: IEP NAN Ukrainy, 2005.

УДК 005.332.4:658.62

# ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ОСНОВІ КОМЕРЦІЙНОЇ ОЦІНКИ ЇЇ ЯКОСТІ

ГРИНЬОВА В. М., МИСЬКО Н. В.

УДК 005.332.4:658.62

## Гриньова В. М., Мисько Н. В. Оцінка конкурентоспроможності промислової продукції на основі комерційної оцінки її якості

Проблема пошуку нових досконалих методів оцінки рівня конкурентоспроможності продукції та ефективних шляхів її зростання є актуальною і потребує більш детального дослідження. Метою та завданням статті є дослідження основних напрямів оцінки якості продукції як основної складової її конкурентоспроможності та розробка на цій основі вираження показника конкурентоспроможності товарів. Аналізуючи, систематизуючи та узагальнюючи наукові праці багатьох учених, було розглянуто основні підходи щодо оцінки якості продукції, виділено той, що найширше використовується при оцінці конкурентоспроможності промислової продукції. У ході проведеного співставлення категорій «споживча вартість продукції» та «якість продукції», як складових конкурентоспроможності промислової продукції підприємства, було встановлено, що якість – більш конкретне і багатше за змістом поняття у порівнянні із споживчою вартістю, що відображає всі сторони задоволення потреб споживача і особливості сприйняття ним продукції. Як результат дослідження було розроблено вираження показника конкурентоспроможності продукції. Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є розгляд підходів щодо оцінки дієвості організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності промислової продукції підприємства та основних напрямів його вдосконалення.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, якість продукції, споживча вартість продукції, витрати виробництва.

**Формул:** 11. **Табл.** 1. **Библ.:** 18.

**Гриньова Валентина Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** grineva@hneu.edu.ua

**Мисько Наталія Василівна** – аспірантка, кафедра менеджменту, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** natalymisko@gmail.com

УДК 005.332.4:658.62

UDC 005.332.4:658.62

## Гринева В. Н., Мисько Н. В. Оценка конкурентоспособности промышленной продукции на основе коммерческой оценки её качества

## Hrynyova V. M., Mysko N. V. Assessment of Competitiveness of Industrial Products on the Basis of Commercial Assessment of its Quality

Проблема поиска новых усовершенствованных методов оценки уровня конкурентоспособности продукции и эффективных путей ее роста является актуальной и требует более детального исследования. Целью и заданием статьи является исследование основных направлений оценки качества продукции как основной составляющей её конкурентоспособности и разработка на этой основе выражения показателя конкурентоспособности товаров. Анализируя, систематизируя и обобщая научные труды многих ученых, были рассмотрены основные подходы к оценке качества продукции, выделен наиболее широко используемый при оценке конкурентоспособности промышленной продукции. В ходе проведенного сопоставления категорий "потребительская стоимость продукции" и «качество продукции» было установлено, что качество – более конкретное и широкое по содержанию понятие по сравнению с потребительской стоимостью, которое отображает все стороны удовлетворения потребностей потребителя и особенности восприятия им продукции. В результате исследования было разработано выражение показателя конкурентоспособности продукции. Перспективой дальнейших исследований по данному направлению является рассмотрение подходов к оценке действенности организационно-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности промышленной продукции и основных направлений его совершенствования.

The problem of search for new improved methods of assessment of the level of product competitiveness and efficient ways of its growth is topical and requires a more detailed study. The goal and task of the article is a study of main directions of assessment of product quality as a main component of its competitiveness and development of expression of the indicator of goods competitiveness on the basis of it. Analysing, systemising and generalising scientific works of many scientists, the article considers main approaches to assessment of quality of products and allocates the one that is more widely used when assessing competitiveness of industrial products. The article compares "consumption cost of production" and "product quality" categories and establishes that, if compared with the consumption cost, the quality is a more specific and content-wide notion, which reflects all sides of satisfaction of customer needs and specific features of the customer's perception of products. In the result of the study the article develops an expression of the indicator of product competitiveness. The prospect of further study in this direction is consideration of approaches to assessment of effectiveness of the organisational and economic mechanism of ensuring competitiveness of industrial products and main directions of its improvement.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, качество продукции, потребительская стоимость продукции, затраты производства.

**Key words:** competitiveness, product quality, consumption cost of production, production costs.

**Формул:** 11. **Табл.** 1. **Библ.:** 18.

**Formulae:** 11. **Table.** 1. **Bibl.:** 18.

**Гринева Валентина Николаевна** – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой менеджмента, Харьковский национальный экономический университет (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

**Hrynyova Valentyna M.** – Doctor of Science (Economics), Professor, Head of the Department of Management, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** grineva@hneu.edu.ua

**E-mail:** grineva@hneu.edu.ua

**Мисько Наталья Васильевна** – аспирантка, кафедра менеджмента, Харьковский национальный экономический университет (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

**Mysko Natalya V.** – Postgraduate Student, Department of Management, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** natalymisko@gmail.com

**E-mail:** natalymisko@gmail.com

**В** умовах сучасних ринкових відносин виникає об'єктивна потреба у підвищенні якості та конкурентоспроможності продукції як одного з визначних факторів успіху виробника на ринку. Жорстка боротьба за споживачів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку потребує створення і виробництва конкурентоспроможних товарів. У зв'язку з цим проблема пошуку нових досконалих методів оцінки рівня конкурентоспроможності продукції та ефективних шляхів її зростання є актуальною і потребує більш детального дослідження.

Різноманітні методичні підходи до вирішення проблеми оцінки рівня конкурентоспроможності продукції викладено у роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема: Б. В. Буркинського, В. М. Гриньової, М. В. Коржа, І. В. Журило, Ю. Б. Іванова, Н. Н. Павлова, Т. С. Мельника, П. С. Зав'ялова, У. Конуея, Е. Демінга та ін. На сьогодні існує велика кількість методик оцінки конкурентоспроможності продукції, як відносно простих, так і набагато складніших, що вимагають від підприємства відповідних витрат і рівня професіоналізму персоналу. Аналіз доступних джерел по темі дослідження дає підстави для того, щоб погодитись із існуючою в економічній літературі думкою щодо того, що «загальноновизнана методика оцінки конкурентоспроможності на сьогоднішній день все ж відсутня».

*Мета та завдання* статті передбачають дослідження основних напрямів оцінки якості продукції як основної складової її конкурентоспроможності та розробку на цій основі вираження показника конкурентоспроможності товарів.

У. Конуей [18], розробник власної системи формування і реалізації конкурентних переваг товару, заснованої на спільних з Е. Демінгом статистичних дослідженнях в галузі якості та організації промислового виробництва, відзначає, що «... головне в забезпеченні конкурентоспроможності – система і методологія досягнення якості при низьких витратах шляхом усунення (мінімізації) втрат у всіх робочих процесах» [18, с. 7]. Девізом його системи формування і реалізації конкурентних переваг товару є таке: «Надмірні витрати є головною причиною втрати конкурентоспроможності» [18, с. 42]. Дієвістю такої системи, що забезпечує конкурентоспроможність продукції при прийнятних цінах, заснована на аналізі та раціональному розподілі матеріальних і фінансових ресурсів підприємства. Оскільки всі витрати на підтримку конкурентоспроможності продукції оплачуються підприємством, облік і дослідження впливу витрат на кінцевий результат і прибуток підприємства повинні стати основним напрямом роботи економічних служб [18, с. 58], вони забезпечать повноту та надійність даних для ефективного розподілу ресурсів і вибору оптимальної стратегії виробництва і збуту.

Таким чином, особливу увагу необхідно приділяти обліку і аналізу витрат і втрат, пов'язаних з непродуктивними витратами праці і матеріалів, браком і дефектами виробів, як найбільш істотної складової конкурентоспроможності промислової продукції. Як показують дослідження, способи обліку [5 – 8, 10], що практикуються в даний час, дозволяють виявити ледве одну десяту цих втрат [1, с. 60], а насправді витрати на доробки виробів

і спроби здати їх споживачеві разом з втратами від неврахованих бракованих або оброблених з відхиленнями у показниках якості виробів досягають 30 – 40 % усіх витрат виробництва [9, с. 54].

Продукція підприємства характеризується великою кількістю властивостей, що мають відношення не лише до задоволення потреб споживачів, але і до процесів виробництва, контролю, упаковки, транспортування, зберігання. Так, різні вироби однакового призначення можуть потребувати у процесі виробництва різного обсягу матеріалів і комплектуючих виробів, різних трудовитрат при виготовленні деталей, збірці і регулюванні продукції. Проте властивості продукції, що визначають будь-які витрати виробника, не мають значення для споживачів. Так само не представляють інтересу для споживачів вартість і трудомісткість контролю якості виробу, його упаковки, транспортування, зберігання, а вони можуть істотно розрізнятися для виробів одного призначення. Ці властивості відносяться до інших характеристик виробу, таких як технологічність, можливість транспортування, зберігання і впливають на собівартість продукції та техніко-економічні показники виробництва.

**Р**еально можна виділити ряд властивостей продукції, що визначають її цінність ( $U$ ) для задоволення споживача, які можуть виражатися єдиними грошовими складовими матеріального ефекту, результату використання продукції. Зокрема, цими групами властивостей визначаються складові цінності продукції:

- ✦ для товарів, що виробляють при використанні за призначенням продукцію, – вартість продукції або послуг, що виробляються, товаром за термін його служби ( $U_p$ );
- ✦ для товарів, що виробляють при використанні інформацію, наприклад, комп'ютери, засоби зв'язку, радіомовлення, телебачення, радіолокації – вартість інформації, що надається ( $U_i$ );
- ✦ для виробів культурного і художнього призначення вартість інтелектуальних і естетичних благ, що надаються виробом ( $U_e$ );
- ✦ вартість корисних для здоров'я і довкілля результатів використання виробу ( $U_z$ ), наприклад, усунення витрат на страхування життя при використанні захисного пристрою;
- ✦ вартість виробів, що вивільняються, які можуть бути реалізовані завдяки використанню даної продукції ( $U_b$ ), наприклад, вартість автомобіля, що раніше був у експлуатації та підлягає заміні новим при обмеженій місткості гаража;
- ✦ вартість гарантійних та інших послуг, що надаються постачальником продукції ( $U_n$ ), наприклад, послуг щодо обслуговування, ремонту, заміни частин;
- ✦ вартість інших точкових для споживача результатів придбання або вживання продукції, що мають грошове вираження ( $U_m$ ), наприклад, підвищення якості послуг, збільшення можливостей сумісності виробу, зменшення витрат на страхування і т. ін.

Усі ці складові мають для виробів різного призначення різну питому вагу, але можуть бути тією чи іншою мірою представлені одночасно, тому для їх загального кількісного вираження слід використовувати сумарний вартісний ефект для споживача при використанні за призначенням продукції, що дорівнює

$$C = C_p + C_i + C_e + C_z + C_b + C_n + C_m. \quad (1)$$

Ця величина з відомою мірою допущення може бути ототожнена із споживчою вартістю продукції, вона є економічною категорією, тому при дослідженні конкурентоспроможності продукції доцільно розглянути, як вона співвідноситься з якістю продукції, оскільки і споживна вартість і якість виробу є складовими частинами конкурентоспроможності промислової продукції підприємства.

Відмінність якості від споживної вартості продукції обумовлена існуванням цілого ряду складових якості продукції, що не мають грошового вираження. До них належать:

- ✦ *комфорт* – задоволення від зручності, простоти управління, надійності та стабільності властивостей виробу ( $C_k$ );
- ✦ естетичне задоволення від зовнішнього виду, дизайну, кольору, запаху, упаковки продукції та документації до неї ( $C_e$ );
- ✦ престижність – задоволення від модності, новизни, рідкості, оригінальності або унікальності виробу ( $C_n$ );
- ✦ задоволення діями постачальників, пов'язане з їх готовністю і пунктуальністю при виконанні зобов'язань, з авторитетністю підприємства, товарного знаку, репутацією країни постачальника, з довірою до можливостей виробника щодо забезпечення якості та стабільності постачань, компенсації збитків і т. д.

Використовувані на практиці методи, за допомогою яких окремі складові якості продукції промислового підприємства, виражені кількісно, об'єднуються в комплексну оцінку якості наведено в *табл. 1*.

Представлення комплексного показника якості продукції ( $K$ ) сумою у вигляді:

$$K = \sum_{i=1}^n K_i, \quad (2)$$

де  $K_i$  – одиничні показники якості продукції загальною кількістю  $n$ .

Як одиничні показники якості продукції можуть виступати і відносні значення, отримані шляхом ділення значень конкретних показників для продукції на максимальні значення або на відповідні показники для найбільш конкурентоспроможної продукції. У цьому випадку комплексний показник відобразить рівень якості продукції по відношенню до продукції конкурента.

Даний метод відрізняється простотою, але може спотворювати загальну оцінку якості продукції, оскільки одиничні показники не завжди будуть однаково важливі для загальної оцінки.

Представлення комплексного показника якості продукції ( $K$ ) на основі використання середнього зваженого арифметичного показника одиничних показників якості:

$$K = \sum_{i=1}^n W_i K_i, \quad (3)$$

де  $K_i$  – одиничні показники якості продукції загальною кількістю  $n$ ;  $W_i$  – показник значимості (ваги)  $i$ -го одиничного показника якості.

Найчастіше на практиці використовують нормовані значення ваги одиничних показників якості, тобто їх сума має дорівнювати одиниці. Тоді комплексний показник якості вимірюватиметься за тою ж шкалою вимірювання, що й одиничні показники якості.

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика методів конструювання інтегральних показників якості промислової продукції**

Спосіб формування інтегрального показника	Переваги методу	Недоліки методу
Адитивна модель	Простота побудови, розрахунків, інтерпретації результатів.	Необхідно обґрунтовувати базу порівняння конкретних показників якості продукції, що досліджується. Може спотворювати загальну оцінку якості продукції, оскільки одиничні показники не оцінюються за показниками значимості
Адитивно-мультиплікативна модель	Враховується важливість одиничних показників якості, що дає упевненість в тому, що комплексний показник якості буде більш точно відображати вимірювану властивість	Суб'єктивність визначення значущості (ваги) одиничних показників якості продукції
Мультиплікативна модель	Найбільш точний метод розрахунку інтегрального показника якості при урахуванні важливості одиничних показників якості продукції	Суб'єктивність визначення значущості (ваги) одиничних показників якості продукції
Змішана модель (адитивно-кратна)	Оцінка орієнтована на урахування потреб споживачів продукції	Необхідно проводити попередній аналіз продукції для виявлення потреб споживачів та кількісної оцінки забезпечення цих потреб

Цей підхід до визначення комплексного показника якості пропонують використовувати Артур А. Томпсон і А. Дж. Стрікленд [7, 15, 16]. Метод дозволяє визначити оцінки комплексних показників якості продукції для підприємства та його конкурентів і виявити відносну позицію продукції на ринку також, як і в попередньому методі. Перевага даного підходу полягає в тому, що враховується важливість одиничних показників якості, що дає упевненість в тому, що комплексний показник якості буде більш точно відображати вимірювану властивість. До недоліків цього підходу слід віднести суб'єктивність визначення значущості (ваги) одиничних показників якості продукції.

Представлення комплексного показника якості продукції на основі використання середнього зваженого геометричного показника одиничних показників якості:

$$K = \prod_{i=1}^n K_i^{W_i}, \quad (4)$$

де  $K_i$  – одиничні показники якості продукції загальною кількістю  $n$ ;  $W_i$  – значимість  $i$ -го одиничного показника якості.

**Х**арактеризуючи в цілому даний метод, заснований на використанні середнього зваженого геометричного показника одиничних показників якості для визначення комплексного показника, можна констатувати, що він забезпечує більшу точність оцінки комплексного показника, ніж метод, заснований на визначенні середнього зваженого арифметичного показника.

Визначення комплексного показника якості продукції на основі корисного ефекту від її використання та ціни експлуатації [2, 3, 4, 6, 8, 11, 12, 13, 14, 17]. Цей підхід широко використовується при оцінці конкурентоспроможності промислової продукції. На основі відносних значень відносних показників якості продукції і відносної ціни використання (експлуатації) цієї продукції комплексний показник якості продукції визначають на основі вираження:

$$K = \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{ЦП_i}, \quad (5)$$

де  $x_i$  – відносне значення  $i$ -го одиничного показника якості продукції;  $ЦП_i$  – відносна ціна використання (експлуатації) промислової продукції.

Відносні значення показників якості та ціни використання (експлуатації) виходять з порівняння показників якості та ціни експлуатації оцінюваної продукції з аналогічними показниками і ціною експлуатації базової продукції. За базову продукцію приймають ідеальну споживчу модель продукції, тобто ту продукцію, яку бажають придбати споживачі. Часто дослідники враховують значущість (вагу) показників якості та ціни використання (експлуатації). Необхідно відзначити, що в даному випадку корисний ефект характеризує здатність продукції задовольняти конкретну потребу користувача і визначається набором показників якості і ринкової привабливості продукції, включаючи рівень якості та його стабільність, рівень новизни, імідж, інформативність, ціну використання продукції [5]. Даний підхід більшою мірою, ніж інші підходи, орієнтований на спо-

живачів продукції і враховує їх потреби, тому при проведенні комерційної оцінки якості продукції доцільно розраховувати комплексний показник якості продукції на основі корисного ефекту від її використання (експлуатації) та ціни використання.

Оцінюючи якість продукції значення складових досліджуваної продукції, співвідносять з опорними значеннями [2, 3, 7, 8, 11, 13, 14] аналогічних складових виробів того ж призначення, що добре зарекомендували себе на ринку. Опорні значення визначаються за допомогою експертної оцінки з урахуванням усіх наявних даних про кон'юнктуру попиту ( $C_{кп}$ ,  $C_{эп}$ ,  $C_{нп}$ ,  $C_{ап}$ ). Так отримують коефіцієнти рівня якості за складовими:

$$K_k = \frac{C_k}{C_{кп}}; K_э = \frac{C_э}{C_{эп}}; K_n = \frac{C_n}{C_{нп}}; K_a = \frac{C_a}{C_{ап}} \quad (6)$$

і результуючий коефіцієнт приведення:

$$K = K_k \cdot K_э \cdot K_n \cdot K_a. \quad (7)$$

За допомогою останнього отримуємо комерційну оцінку якості продукції:

$$O = \frac{K}{Ц}, \quad (8)$$

з якої видно, що якість – більш конкретне і багатше за змістом поняття у порівнянні зі споживчою вартістю, що відображає всі сторони задоволення потреб споживача і особливості сприйняття ним продукції. При однаковій споживчій вартості якості для різних груп споживачів і умови використання (експлуатації) можуть відрізнятися, що відображає конкретність сприйняття якості продукції споживачами. За наявності виражених відмінностей в цьому відношенні для різних сегментів ринку показники комерційної оцінки якості повинні виражатися для таких сегментів окремо з використанням індексів сегментів:

$$O_i = \frac{K_i}{Ц_i}. \quad (9)$$

Показник конкурентоспроможності продукції ( $K_c$ ) може бути виражений як відношення оцінки якості  $O$  до повних витрат споживача на її придбання та використання (експлуатацію). Для отримання величини цих витрат необхідно підсумовувати ціну продукції при покупці  $Ц_{нок}$  і повні витрати  $B$  на її використання (експлуатацію). Наприклад, для продукції машинобудування до них відносять витрати на: енергію та енергоносії  $B_e$ ; витратні матеріали і напівфабрикати  $B_{нф}$ ; експлуатаційне обслуговування  $B_o$ ; підтримку справного технічного стану  $B_{мс}$ ; забезпечення безпеки та екологічності експлуатації  $B_б$ ; інші експлуатаційні витрати  $B_{інші}$ :

$$B = B_e + B_{нф} + B_o + B_{мс} + B_б + B_{інші}. \quad (10)$$

Таким чином, отримуємо вираження показника конкурентоспроможності продукції:

$$K_c = \frac{O}{Ц_{нок} + B} = \frac{K/Ц}{Ц_{нок} + B}. \quad (11)$$

Таким чином, ми бачимо залежність показника конкурентоспроможності промислової продукції від якості продукції та її ціни, яка, у свою чергу, визначається ринковим попитом на продукцію підприємства.

## ВИСНОВКИ

У ході проведеного співставлення категорій «споживча вартість продукції» та «якість продукції», як складових конкурентоспроможності промислової продукції підприємства, встановлено, що якість – більш конкретне і багатше за змістом поняття у порівнянні зі споживчою вартістю, що відображає всі сторони задоволення потреб споживача і особливості сприйняття ним продукції.

Сформований на основі залежностей маржинального аналізу методичний підхід до оцінки дієвості організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності промислової продукції підприємства обґрунтовує залежність показника конкурентоспроможності промислової продукції від якості продукції та її ціни, яка, у свою чергу, визначається ринковим попитом на продукцію підприємства.

Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є розгляд підходів оцінки дієвості організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності промислової продукції підприємства та основних напрямів вдосконалення організаційно-економічного цього механізму. ■

## ЛІТЕРАТУРА

- 1. Євтушевський В.** Сучасний стан та проблеми забезпечення якості продукції на вітчизняних підприємствах / В. Євтушевський, Г. Махінч // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2009. – Випуск 108. – С. 59 – 63 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Current\\_state\\_and\\_problems\\_of\\_product\\_quality\\_provision\\_at\\_domestic\\_enterprises\\_14232.pdf](http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Current_state_and_problems_of_product_quality_provision_at_domestic_enterprises_14232.pdf)
- 2. Завгородній Є. Є.** Вибір методу оцінки якості промислової продукції / Є. Є. Завгородній, Є. О. Снітко, Т. М. Жучок [http://www.rusnauka.com/NPM/Economics/13\\_13\\_zavgorodniy.doc.htm](http://www.rusnauka.com/NPM/Economics/13_13_zavgorodniy.doc.htm)
- 3. Кирчата І. М.** Напрямок формування економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства / І. М. Кирчата // Зб. статей. – Харків, 2010. – № 8. – С. 18 – 19.
- 4. Коношенкова Т. Б.** Концептуальний підхід до визначення конкурентоспроможності промислової продукції / Т. Б. Коношенкова, Л. С. Лісовська // Вісник НУ «Львівська політехніка»: Проблеми економіки та управління. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2001. – № 425. – С. 253 – 257.
- 5. Лифиц І. М.** Теория и практика конкурентоспособности товара и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001.
- 6. Окрепилов В. В.** Экономические и организационные проблемы повышения качества [Текст] : учеб. пособие / В. В. Окрепилов ; Ленингр. финансово-экон. ин-т им. Н. А. Вознесенского, Каф. орг. и размещения произв. комплексов. – Л. : ЛФЭИ, 1990. – 128 с.
- 7. Павлова О. В.** Методичні основи визначення комплексного показника конкурентоспроможності продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування / О. В. Павлова // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2008. – № 2. – С. 193 – 200 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2008/2\\_1\\_econ/27\\_Pavl.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2008/2_1_econ/27_Pavl.pdf)
- 8. Пархоменко В. М.** Економічний аналіз якості продукції: компоненти методики [Електронний ресурс]. – Ре-

жим доступу : [http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/2\\_48/17.pdf](http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/2_48/17.pdf)

**9. Саллі В. І.** Стратегічне управління виробництвом конкурентоспроможної продукції машинобудування [Текст] : монографія / В. І. Саллі, О. А. Паршина ; Нац. гірн. ун-т. - Дніпропетровськ : НГУ, 2008. – 231 с.

**10. Свириденко А.** Облік втрат від браку // Спецвипуск. Газета «Податки та бухгалтерський облік». – № 2 від 28 січня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukr.buhgalter.com.ua/articles/details/5614/>

**11. Статистические методы управления качеством /** Под ред. Хитоси Куме. – М. : Финансы и статистика, 1980. – 304 с.

**12. Теребух А. А.** Підходи до оцінювання конкурентоспроможності продукції промислового призначення / А. А. Теребух, Л. С. Лісовська // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Економічні проблеми розвитку виробництва регіону – Львів : Вид-во Інституту регіональних досліджень НАН України. – 2001. – випуск XXXI. – С. 210 – 218.

**13. Тимчак Н. В.** Аналіз та оцінка управління якістю продукції на підприємстві / Н. В. Тимчак // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : Вісник НУ «Львівська політехніка». – Львів : НУ «Львівська політехніка», 2004. – № 517. – С. 96 – 100.

**14. Тимчак Н. В.** Методичні підходи по забезпеченню конкурентоспроможності продукції / Н. В. Тимчак // Регіональна політика України: наукові основи, методи, механізми : зб. наук. праць за матеріалами доповідей міжнар. наук.-практ. конф., 21 – 23 трав. 1998 р. / НАН України, Інститут регіональних досліджень ; відп. ред. М. І. Долішній – Львів, 1998. – С. 410 – 413. – (в 3-х ч.; ч. 2).

**15. Томпсон-мл. Артур А., Стрикленд III А. Дж.** Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928с.

**16. Трещов М. М.** Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції / М. М. Трещов // Економічний простір. – 2009. – № 23/1. – С. 118 – 126.

**17. Федоров Г. Є.** Контроль якості продукції в машинобудуванні : навч. посіб. / Г. Є. Федоров, М. М. Ямшинський, А. М. Фесенко, М. А. Фесенко. – К. : ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2008. – 332 с.

**18. Conway William E.** The Quality Secret: The Right Way To Manage. – Nashua, Conway Management Company, Inc., 2010. – 231 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.amazon.com/The-Quality-Secret-Manage-ebook/dp/B00BD3XE8I/ref=sr\\_1\\_2?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1362573259&sr=1-2](http://www.amazon.com/The-Quality-Secret-Manage-ebook/dp/B00BD3XE8I/ref=sr_1_2?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1362573259&sr=1-2)

## REFERENCES

- Conway, William E. "The Quality Secret: The Right Way To Manage". [http://www.amazon.com/The-Quality-Secret-Manage-ebook/dp/B00BD3XE8I/ref=sr\\_1\\_2?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1362573259&sr=1-2](http://www.amazon.com/The-Quality-Secret-Manage-ebook/dp/B00BD3XE8I/ref=sr_1_2?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1362573259&sr=1-2)
- Evtushevskiy, V., and Makhinich, H. "Suchasnyi stan ta problemy zabezpechennia yakosti produktsii na vitchyznianskykh pidpriemstvakh" [Current status and problems of quality products to domestic enterprises]. [http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Current\\_state\\_and\\_problems\\_of\\_product\\_quality\\_provision\\_at\\_domestic\\_enterprises\\_14232.pdf](http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Current_state_and_problems_of_product_quality_provision_at_domestic_enterprises_14232.pdf)
- Fedorov, H. IE., Yamshynskiy, M. M., and Fesenko, A. M. *Kontrol yakosti produktsii v mashynobuduvanni* [Quality control in engineering]. Kyiv: Politekhnik, 2008.

Konoshenkova, T. B., and Lisovska, L. S. "Kontseptualnyi pidkhid do vyznachennia konkurentospromozhnosti promyslovoi produktsii" [Conceptual approach to determining the competitiveness of industrial products]. *Visnyk NU «Lvivska politekhnika»: Problemy ekonomiky ta upravlinnia*, no. 425 (2001): 253-257.

Kyrchata, I. M. "Napriamky formuvannia ekonomichnoho mekhanizmu pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [Directions formation mechanism of increasing economic competitiveness]. In *Zbirnyk statei*, 18-19. Kharkiv, 2010.

Lifits, I. M. *Teoriia i praktika konkurentospobnosti tovara i uslug* [Theory and practice of competitive goods and services]. Moscow: Yurayt-M, 2001.

Okrepilov, V. V. *Ekonomicheskie i organizatsionnye problemy povysheniia kachestva* [Economic and organizational problems of quality improvement]. Leningrad: LFEI, 1990.

Parkhomenko, V. M. "Ekonomichni analiz iakosti produktsii: komponenty metodyky" [Economic analysis of product quality : components method]. [http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/2\\_48/17.pdf](http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/2_48/17.pdf)

Pavlova, O. V. "Metodychni osnovy vyznachennia kompleksnoho pokaznyka konkurentospromozhnosti produktsii pidpriemstv silskohospodarskoho mashynobuduvannia" [Methodological basis for determining the complex index of competitiveness of companies in Agricultural Engineering]. [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2008/2\\_1\\_econ/27\\_Pavl.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2008/2_1_econ/27_Pavl.pdf)

Svyrydenko, A. "Oblik vtrat vid braku" [Accounting losses from spoilage]. <http://ukr.buhgalter.com.ua/articles/details/5614/>

*Statisticheskie metody upravleniia kachestvom* [Statistical methods for quality control]. Moscow: Finansy i statistika, 1980.

Salli, V. I., and Parshyna, O. A. *Stratehichne upravlinnia vyrobnytvom konkurentospromozhnoi produktsii mashynobuduvannia* [Strategic management of competitive production engineering]. Dnipropetrovsk: NHU, 2008.

Tymchak, N. V. "Analiz ta otsinka upravlinnia iakistiu produktsii na pidpriemstvi" [Analysis and evaluation of quality management in the enterprise]. *Visnyk NU «Lvivska politekhnika»*, no. 517 (2004): 96-100.

Tymchak, N. V. "Metodychni pidkhody po zabezpecheniu konkurentospromozhnosti produktsii" [Methodological approaches to ensure competitiveness]. *Rehionalna polityka Ukrainy: naukovy osnovy, metody, mekhanizmy*. Lviv: NAN Ukrainy, Instytut rehionalnykh doslidzhen, 1998. 410-413.

Tompson-ml., Artur A., and Striklend, III A. Dzh. *Strategicheskii menedzhment. Kontseptsii i situatsii dlia analiza* [Strategic management. Concepts and situation analysis]. Moscow: Viliams, 2006.

Treshchov, M. M. "Metody otsiniuvannia konkurentospromozhnosti produktsii" [Methods for evaluating competitiveness]. *Ekonomichniy prostir*, no. 23/1 (2009): 118-126.

Terebukh, A. A., and Lisovska, L. S. "Pidkhody do otsiniuvannia konkurentospromozhnosti produktsii promyslovoho pryznachennia" [Approaches to the evaluation of industrial competitiveness]. *Sotsialno-ekonomichni doslidzhennia v perekhidnyi period. Ekonomichni problemy rozvytku vyrobnyctva rehionu*, no. 31 (2001): 210-218.

Zavhorodnii, Ie. Ie., Snitko, Ie. O., and Zhuchok, T. M. "Vybir metodu otsinky iakosti promyslovoi produktsii" [The method of assessing the quality of industrial products]. [http://www.rusnauka.com/NPM/Economics/13\\_13\\_zavgorodniy.doc.htm](http://www.rusnauka.com/NPM/Economics/13_13_zavgorodniy.doc.htm)