

ВЕ<sup>2</sup>ЇОÙ ВЕ ÒАЕÒЇ Ð Ì<sup>2</sup>ААЕÙАÍ Í В ЕÍ Í ЕÒÐАÍ ÒЇ ÑÌ ÐЇ Ì Í АЕÍ Í ÑÒ<sup>2</sup>  
 Í ÐЇ АОЕÒ<sup>2</sup> Í<sup>2</sup>АЇ ÐЕ<sup>а</sup> Í ÑÒА

*Проведено оцінку якості продукції підприємств Сумської області з метою поліпшення їхнього конкурентного потенціалу та активізації їхньої діяльності. Запропоновано схему оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств.*

*In the article it is conducted estimation of quality of products of Sumy region enterprises with the purpose of improvement of their competition potential and activation of their activity.*

Вплив зовнішньої торгівлі на економічний розвиток являє собою одне з найбільш істотних питань, що мають принципове значення для реалізації ефективної економічної політики в багатьох країнах, що розвиваються у державах з перехідною економікою. Досвід економічної перебудови в Україні й інших країнах з перехідною економікою, зокрема Росії, наочно свідчить, що на сучасному етапі економічних перетворень вагомим фактором оздоровлення національної економіки, яка страждає від значного скорочення внутрішнього попиту на продукцію, може стати тільки істотне розширення зовнішньої торгівлі. Це пов'язано з особливою роллю зовнішньоекономічного сектору в економіці даних країн: розширенням ємності внутрішнього ринку за рахунок експорту, забезпеченням внутрішнього виробництва за рахунок імпорту необхідної сировини й устаткування.

Для України цей фактор має особливе значення, тому що він дозволяє прискорити ринкову трансформацію економіки, вихід на світовий товарний ринок і створення валютних резервів, необхідних для модернізації й структурної перебудови виробництва. Проте, розраховувати на успішну торгівлю можуть лише ті країни, які мають конкурентоспроможну економіку.

Разом з тим, сама торгівля не може зробити економіку конкурентоспроможною. Конкурентоспроможність – це комплексна категорія, її переваги остаточно реалізуються в торгівлі, але базис конкурентних переваг створюється у всіх ланках суспільного виробництва, у тому числі значною мірою за рахунок структурної перебудови й діючої політики.

Особливо актуальним це питання є для підприємств агропромислового комплексу, керівники яких в першу чергу мають усвідомити необхідність активного та постійного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та загрозу припинення виробництва суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності АПК України, що є неконкурентоспроможними в умовах повноправного членства України в СОТ.

Саме національна конкурентоспроможність, з погляду Портера, визначає успіх або неуспіх у конкретних галузях виробництва й те місце, яке країна займає в системі світового господарства.

На наш погляд одним із найефективніших засобів вирішення питань конкуренції є досягнення більш високої якості товару, ніж у "суперника", тобто конкурента. "Висока якість виробу забезпечує перевагу не тільки у споживача, але й дозволяє зробити певний секретний хід в технічному розвитку виробництва в майбутньому" [1].

Актуальність проблематики, пов'язаної з управлінням якістю продукції, підтверджується публікаціями іноземних та вітчизняних вчених-економістів, таких як Г. Г. Азгальдов, А. В. Глічев, Е. Демінг, С. Д. Ільєнкова, Х. Митаг, В. Ю. Огвоздін, В. В. Окрепілов, Н. Ф. Прокопенко, Н. І. Рижков, Є. І. Тавер, Дж. Харінгтон, В. Є. Швець, В. Г. Андрійчук, Р. В. Бичківський, О. В. Богуслаєв, Л. І. Боженко, О. І. Гойчук, О. Д. Гудзинський, П. Я. Калита, С. М. Коваленко, В. І. Кривошочков, П. А. Лайко, Є. А. Молчанов, Т. Г. Ровенчак, С. К. Фомічов, О. Б. Чернега, М. І. Шаповал, В. В. Юрчишин та ін.

Метою дослідження є проаналізувати стан конкурентоспроможності продукції агропромислового комплексу України та виявити значення якості як одного із найефективніших засобів вирішення питання конкуренції.

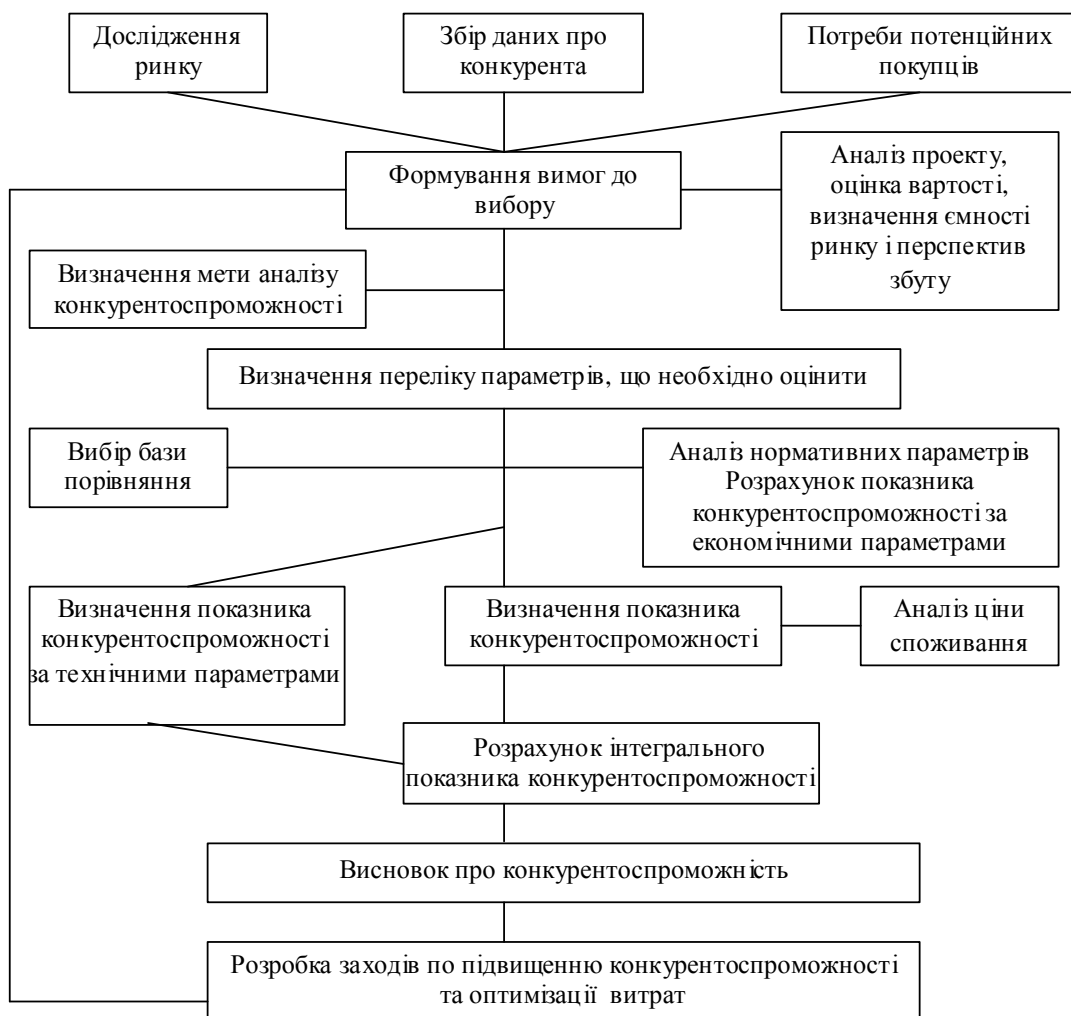
Становлення та розвиток сучасного рівня конкурентного середовища супроводжується, в перше чергу, відповідними змінами у структурі національного виробництва та товарних ринків. В умовах глобалізаційних процесів країн більшості підприємств національних економік необхідно співпрацювати не тільки з внутрішніми партнерами, але й зарубіжними виробниками чи торговцями. Досить висока інтенсивність конкурентної боротьби на сировинних, технологічних і товарних ринках змушує

підприємства займатися детальним прогнозом своєї діяльності, розробляти перспективні стратегії власного розвитку, уникати завчасних рішень тощо. Не є винятком і агропромисловий комплекс, який у своєму розвитку повністю відтворює траєкторію більшості галузей національної економіки України. Тому на сьогодні найважливішою передумовою розвитку економіки країни є аналіз конкурентоспроможності підприємств агропромислового комплексу та оцінка якості їх продукції в регіонах, бо саме в містах та селах криються найгостріші проблеми цього сектору економіки і зосереджені найпотужніші резерви його розвитку.

Конкурентоздатність товару – це такий рівень його економічних, технічних і експлуатаційних параметрів, що дозволяє витримати суперництво (конкуренцію) з іншими аналогічними товарами на ринку [2].

В умовах розвинутого конкурентного ринку ефективним засобом розв'язання проблем конкурентоспроможності товарів виступає маркетинг, що пояснюється визначенням конкурентоспроможності такими властивостями, які дають можливість найкраще задовольнити потребу споживача, а необхідну інформацію про поведінку покупця, стан попиту, властивості товарів конкурентів тощо отримує і надає відділ маркетингу.

Вивчати й оцінювати конкурентоспроможність товару слід систематично і безперервно, у тісному взаємозв'язку з етапами ЖЦТ для того, щоб своєчасно зафіксувати момент зниження показника конкурентоспроможності і прийняти відповідне рішення. Спочатку потрібно з'ясувати причини цього зниження, а вже потім відповідно до ситуації приймати рішення (наприклад, перейти до іншого сектора ринку, модернізувати товар, зняти його з виробництва). Послідовність (етапи) такого оцінювання наведено на рис. 1.



**Рис. 1. Типова схема оцінки конкурентоспроможності**

Проте визначальними елементами цього специфічного менеджменту, що справляють найбільш істотний вплив на процес постійного забезпечення виробництва і постачання на ринок конкурентоспроможної продукції, є: стандартизація і сертифікація виробів; внутрішні системи якості; державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил і відповідальність за їх порушення; внутрішньо-виробничий технічний контроль якості.

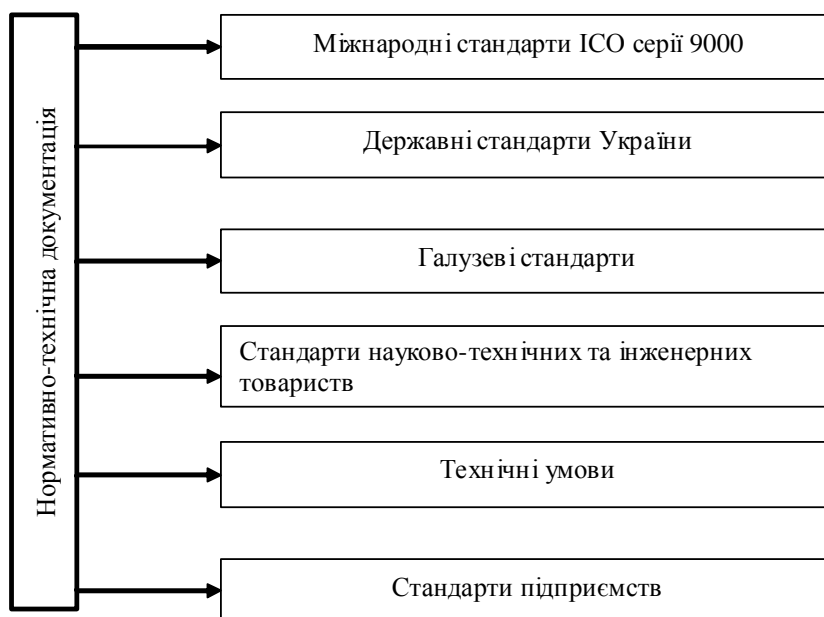
Питання поліпшення якості продукції були актуальні в СРСР вже із середини 1950-х рр. Слід зазначити, що в 70-х і на початку 80-х рр. минулого століття радянська школа якості не відставала від зарубіжних тенденцій, а у випадку із системою бездефектного виготовлення продукції в середині 1950-х – випередила їх. Однак вітчизняні системи створювалися й використовувалися переважно на підприємствах військово-промислового комплексу. У процесі виробництва споживчих товарів в умовах планово-розподільчої системи якість означала відповідність стандарту. Таке розуміння міцно осіло й дотепер превалює в головах вітчизняних керівників і змушує їх думати, що параметри якості встановлюються або регулюються виробником. Сьогодні це серйозна помилка. Виховання культури якості, заснованої тільки на стандартах, особливо в адміністративно-плановій системі, несе за собою певні ризики [3, 76].

В адміністративно-командній системі Радянського Союзу споживач не був основною рушійною силою розвитку управління (на відміну від зарубіжних країн). Попит та пропозиція були предметом державного планування, конкуренція між виробниками була відсутня [4, 41]. У споживача фактично не було вибору під час покупки товару, і йому доводилося купувати те, що продають. Штучне моделювання ринку не тільки не сприяло, але, навпаки, суперечило філософії якості.

З моменту набуття нашою державою незалежності український ринок почали масово заповнювати імпортною продукцією, причому в першу чергу такою, яка не знаходила збуту в зарубіжних країнах через низьку якість, дуже часто не відповідала нормам безпеки, але яка мала, порівняно з вітчизняною, низьку ціну і, завдяки низькій купівельній спроможності вітчизняного споживача, користувалася попитом.

В останній час українські підприємства все більше уваги приділяють сучасним напрямкам управління якістю продукції та послуг. Незважаючи на те, що на сьогодні існують різні концепції управління якістю, всі вони так чи інакше базуються на стандартах ISO серії 9001:2000.

Результати стандартизації знаходять відображення у спеціальній нормативно-технічній документації. Основними її видами є стандарти і технічні умови – документи, що містять обов'язкові для продуцентів норми якості виробу і засоби їх досягнення (набір показників якості, рівень кожного з них, методи і засоби вимірювання, випробувань, маркування, упаковки, транспортування і зберігання продукції). Застосовувана на підприємствах нормативно-технічна документація охоплює певні категорії стандартів, які відрізняються ступенем жорсткості вимог до виробів і сукупністю об'єктів стандартизації (рис.2).



**Рис. 2. Сукупність нормативно-технічної документації для проектування і виготовлення продукції**

Міжнародний досвід показує, що найкращим вирішенням підвищення та управління якістю є СУЯ з використанням стандартів ISO. Завдяки універсальній природі ці стандарти знайшли використання в усіх без винятку галузях виробництва і сфери послуг. Тому перед українськими підприємствами гостро стоїть проблема запровадження цих стандартів і переходу до комплексних СУЯ на базі міжнародних стандартів. Особливо враховуючи високі темпи розвитку зовнішньоекономічної діяльності та набуття Україною повноправного членства в СОТ, з метою завоювання максимально можливого зиску та іміджу надійного партнера на зовнішньому ринку підприємствам необхідно істотно прискорити впровадження СУЯ на підприємствах.

Ефективність механізму реалізації зовнішньоекономічної діяльності характерна для підприємств із розвинутою системою адаптації економічного механізму функціонування до умов ринкових відносин в Україні. З метою визначення результативності діяльності підприємств у Сумській області нами було проведено аналіз конкурентоспроможності суб'єктів господарювання через оцінку якості їх продукції (табл. 1) [5].

Таблиця 1

## Перелік експортоспроможних підприємств Сумської області

№ з/п	Назва підприємства	№ з/п	Назва підприємства
1.	ВАТ «СНВО ім. Фрунзе»	19.	ЗАТ «Електрообутприлад»
2.	ДП завод обважнених бурильних труб ВАТ «СНВО ім. Фрунзе»	20.	ВАТ «Шосткинський завод хімічних реактивів»
3.	ВАТ «Сумхімпром»	21.	ВАТ «Шосткинський міськмолкомбінат»
4.	ВАТ «Сумський завод «Насосенергомаш»	22.	ТОВ «Шостка-Технокат»
5.	Концерн «Укрросметал»	23.	ВАТ «Роменський завод «Тракторозапчастина»
6.	ВАТ «Selmi»	24.	ТОВ «Фірма Роменська гардинно-тюлева фабрика ЛТД»
7.	ТОВ «Таланпром»	25.	ТОВ «Роменський завод продовольчих товарів»
8.	ЗАТ «Крафт Фудз Україна»	26.	ВАТ «Нафтопромаш»
9.	ВАТ «Сумигазмаш»	27.	ТОВ «Лебединський нафтомаслозавод»
10.	ЗАТ «Слобожанська будівельна кераміка»	28.	ВАТ «Лебединська швейна фабрика»
11.	ЗАТ «Сумський фарфоровий завод»	29.	ВАТ «Лебединський завод поршневих кілець»
12.	ТОВ «Мотордеталь-Конотоп»	30.	ТОВ «РАМА UA»
13.	ДП Міністерства оборони України «Конотопський авіаремонтний завод «Авіакон»	31.	ВАТ «Білопільський машзавод»
14.	ТОВ «Pavel Shaposhnikov & Sweden Classic Yacht Naval Architecture Bureau»	32.	ДП ВАТ ЗалК «Глухівський кар'єр кварцитів»
15.	ВАТ «Червоний металіст»	33.	ЗАТ «Кролевецький завод силікатної цегли»
16.	ВАТ «Конотопський арматурний завод»	34.	ВАТ «Тростянецький машзавод»
17.	Казенний завод «Зірка»	35.	ВАТ «Свеський насосний завод»
18.	Казенне підприємство «Шосткинський казенний завод «Імпульс»	36.	ТОВ «Керамейя»

Джерело: <http://www.state-gov.sumy.ua>.

Серед підприємств Сумської області за обсягами відвантажень основними експортерами товарів залишаються підприємства обласного центру (77,8% загального експорту) та міст Конотоп (5,30%), Шостка (4,13%), Тростянець (3,68%), Ромни (2,52%). Як і раніше тільки два підприємства обласного центру забезпечують половину обласного експорту – це ВАТ "СНВО ім. Фрунзе", ВАТ "Сумхімпром". Ще п'ять підприємств – майже 20% (ВАТ "Сумський завод "Насосенергомаш", Концерн "Укрросметал", ВАТ "Центролит", АТЗТ "Сумський фарфоровий завод", ВАТ "Селмі").

Таким чином, лише 36 підприємств регіону є експортоспроможними за умов врахування міжнародних стандартів якості. У 2009 році екпортували ж продукцію 270 підприємств області, що говорить про те, що гостра конкуренція на міжнародних ринках з кожним роком заставляє багатьох керівників швидше усвідомлювати ті процеси, які мають відбуватися в сфері управління якістю та безперервно прискорювати адекватне реагування на них.

За інформацією Держмитслужби України експортні відвантаження підприємств області за січень-листопад 2009 р. становили 657 млн. дол. США і скоротились у порівнянні з відповідним періодом 2008 р. майже на 19%. Зовнішньоторговельні операції здійснювались з партнерами із 94 країн світу, найбільше з Російською Федерацією, Німеччиною, Казахстаном, Туркменістаном, Узбекистаном, Іраном. Скорочення поставок спостерігалось до переважної більшості торговельних країн-партнерів. Щодо товарної структури експорту, тут відбулось зменшення відвантажень хімічної продукції майже на 70% при одночасному збільшенні поставок машин та обладнання на 7%.

Таким чином, підсумовуючи вищевикладене, на розвиток СУЯ в Україні впливає вітчизняний досвід промислових підприємств та сучасні тенденції у сфері управління якістю із застосуванням міжнародних стандартів серії ISO 9001:2000. У найближчому майбутньому позитивний розвиток буде залежати від плідної роботи держави в напрямку формування в українських людей сучасного розуміння поняття "якість".

На нашу думку, посилення конкуренції на ринку можливе лише за умов наявності на ньому конкурентоздатних, фінансово-стійких виробників. Необхідними кроками щодо гармонізації вітчизняної управлінської практики зі стандартами, поширеними у країнах-членах ЄС, є вдосконалення організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємництва на рівні регіонів, шляхом реформування системи самоврядування та підвищення рівня участі громадськості у розробці та реалізації місцевої політики.

Все ж таки, незважаючи на труднощі, підприємства повинні досягати світового рівня і прориватися на зарубіжні ринки.

### **Література**

1. Рубин Б. Б., Шустов В. В. *Конкуренція: реалії і перспективи*. – М.: Знання, 1990 р. – 64 с.
2. Гаркавенко С. С. *Маркетинг: Підруч.* – К.: Лібра, 2002. – 705 с.
3. Конти Т. *Возможности и риски при использовании моделей делового совершенства // Стандарты и качество*. – 2003. – № 1. – С. 76–81.
4. Ясин Е. Г. *Российская экономика. Истоки и панорама рыночных реформ*. – 2-е изд. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 187 с.
5. <http://www.state-gov.sumy.ua>