

УДК 515.2

Лаврухіна К.О.,
Київський національний університет будівництва і архітектури

СЕРТИФІКАЦІЯ, ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ (МС)

Наведений аналіз інтеграційних процесів стандартизації та сертифікації в МС з метою гармонізації національної системи з урахуванням певних принципів та методів міжнародних норм.

Ключові слова: сертифікація, гармонізація, система якості.

Постановка проблеми. Питання сертифікації в Україні має досить актуальні відголоски. Адже вітчизняні підприємства не мають можливості виходу на ринки промислових країн через відсутність належної сертифікації за міжнародними стандартами у визнаній у всьому світі організації з сертифікації. Бажання України вийти на міжнародні ринки не підкріплено відповідними нормативними документами. При цьому українська система сертифікації УкрСЕПРО є недосконалою і має відмінності за схемами сертифікації навіть від російської ГОСТ Р, не кажучи вже про міжнародні нормативи. Така відмінність полягає у розбіжності технічних параметрів та характеристик національних та міжнародних нормативних документів. Представлена розбіжність у схемах сертифікації призводить до неможливості врегулювання процесу сертифікації продукції призначеної на експорт. Зазначені розбіжності та невідповідності національної системи сертифікації зумовлюють проведення переорієнтації системи та зведення основних вимог, характеристик, параметрів та схем до єдиних міжнародних норм. Таке узагальнення та гармонізація усіх параметрів спростить процес сертифікації за міжнародними стандартами та надасть можливість вітчизняним виробникам виходу на міжнародні ринки.

Аналіз основних досліджень. Процес практичної гармонізації національних стандартів виконується Держспоживстандартом України за активної участі регіональних органів. У їх діяльності використовуються переважно нормативно-правовий і організаційний механізми. Питання, що стосуються розробки дійових механізмів державного регулювання систем стандартизації і сертифікації, їх науково обґрунтованих напрямків удосконалення, вивчені недостатньо і набули особливої важливості у зв'язку зі зміною статусу України як держави-сусіда ЄС.

Цілі статі. Розкриття та аналіз поняття «сертифікація», як однієї з основних функцій маркетингових систем, а також необхідного інструменту, що

гарантує відповідність якості продукції вимогам нормативно-технічної документації.

Основна частина. В умовах виникнення ринкових відносин в Україні сертифікація стає практично єдиним засобом захисту споживача від несумлінності виробників. Вона сприяє запобіганню появи на ринку екологічно небезпечної і недоброякісної продукції, компенсуючи цим ослаблення державного контролю за якістю та безпекою продукції.

Українська система стандартизації спрямована на забезпечення прав споживача з питань надання безпечної, якісної продукції і послуг, що відповідають розвитку науки, техніки і потреб населення.

В даний час, особливо в умовах ринкових відносин, коли всім підприємствам і організаціям надане право самостійного виходу на зовнішній ринок, вони зіштовхуються з проблемою оцінки якості і надійності своєї продукції.

Міжнародний досвід свідчить про те, що необхідним інструментом гарантуючим відповідність якості продукції вимогам нормативно-технічної документації (НТД) є сертифікація.

Сертифікація - це документальне підтвердження відповідності продукції визначеним вимогам, конкретним стандартам чи технічним умовам.

Сертифікація виступає також, як одна з основних функцій маркетингових систем. Система маркетингу якості являє собою організовану і правильно скеровану множинність організаційних процесів. Аналіз МС відображає наявність певного ланцюга логічно взаємозалежних управлінських функцій, що впливають на прийняття управлінського рішення. Як функція МС, сертифікація є ключовим етапом роботи МС. Вона практично визначає і відбирає недоброякісно виготовлену продукцію на прикінцевих етапах, що виступає ключовим важелем в прийнятті остаточних управлінських рішень [4].

Сертифікація продукції являє собою комплекс заходів (дій), проведених з метою підтвердження за допомогою сертифіката відповідності (документа), що продукція відповідає визначеним стандартам чи іншим НТД.

Сертифікація з'явилася в зв'язку з необхідністю захистити внутрішній ринок від продукції, непридатної до використання. Питання безпеки, захисту здоров'я і навколишнього середовища змушують законодавчу владу, з одного боку, встановлювати відповідальність постачальника (виробника, продавця і так далі) за введення в обіг недоброякісної продукції; з іншого боку - встановлювати обов'язкові до виконання мінімальні вимоги, що стосуються характеристик продукції, що вводиться в обіг. До першого відносяться такі законодавчі акти, як наприклад, Закон "Про захист прав споживачів", прийнятий в Україні, чи закон про відповідальність за продукцію, прийнятий у

країнах Європейського Співтовариства. Закони, що встановлюють мінімальні вимоги по характеристиках, можуть відноситися в цілому до групи продукції чи до окремих її параметрів.

Таким чином, встановлюється обмеження на введення в обіг продукції, що у цілому чи по яких-небудь окремих параметрах підпадає під дію законодавчих актів.

Для введення в обіг продукції, що попадає в законодавчо регульовану область, потрібно офіційне підтвердження того, що вона відповідає всім пред'явленим законодавством вимогам. Однією з форм такого підтвердження є сертифікація продукції, проведена незалежною третьою стороною (перша - виготовлювач, друга - споживач).

Застосування українськими підприємствами сертифікації продукції в умовах ринкових відносин дає наступні переваги:

- ✓ забезпечує довіру внутрішніх і закордонних споживачів до якості продукції;
- ✓ полегшує і спрощує вибір необхідної продукції споживачами;
- ✓ забезпечує споживачу одержання об'єктивної інформації про якість продукції;
- ✓ сприяє більш тривалому успіху і захисту в конкуренції з виготовлювачами несертифікованої продукції;
- ✓ зменшує імпорту в країну аналогічної продукції;
- ✓ запобігає надходження в країну імпортової продукції не відповідного рівня якості;
- ✓ стимулює поліпшення якості НТД шляхом встановлення в ній більш прогресивних вимог;
- ✓ сприяє підвищенню організаційно-технічного рівня виробництва;
- ✓ стимулює прискорення НТП.

Але основною проблемою на сьогодні залишається значна розбіжність між вимогами національної системи сертифікації продукції і вимогами міжнародної системи. Для подолання таких розбіжностей було впроваджено процеси гармонізації національних систем стандартизації і сертифікації.

Процеси гармонізації дозволяють сертифікації, як функціональній одиниці МС проводити більш чіткий контроль та відбір продукції у відповідності з міжнародними нормативними вимогами, що дозволить прискорити інтеграційні процеси національної системи сертифікації.

В Україні процеси гармонізації спрямовані, переважно, на розширення фонду державних стандартів, що відповідають міжнародним і міждержавним, розробку технічних регламентів, які регулюють питання безпеки продукції і послуг для життя і здоров'я людей, довколишнього природного середовища. Гармонізація національних стандартів і системи підтвердження відповідності

міжнародним нормам створює передумови для випуску вітчизняними підприємствами конкурентоспроможної продукції і є об'єктивною необхідністю в умовах активізації участі України в міжнародній торгівлі.

Порівняння систем сертифікації зарубіжних країн дозволило виявити різні підходи: у національних системах може діяти як один орган управління, так і кілька. В рамках національних систем сертифікація може бути обов'язковою і (або) добровільною, при цьому в економічно розвинених країнах все більшого значення набуває добровільний характер сертифікації продукції, що випускається. В Україні і країнах СНД така практика не набула великого поширення.

Розробкою вітчизняних стандартів, гармонізованих з міжнародними і регіональними, займається національний орган – Держспоживстандарт України, в рамках якого функціонують органи виконавчої влади у сфері стандартизації, технічні комітети, науково-дослідні інститути (НДІ) і територіальні органи державного управління в особі державних центрів стандартизації, метрології і сертифікації.

Процеси гармонізації стандартів протягом останніх років проходять досить активно. Відповідно до плану національної стандартизації на 2013 рік заплановано до розроблення 436 нормативних документів, 381 з них гармонізованих [6].

Уніфікація національної системи стандартизації і сертифікації матиме позитивний результат за умови наявності інформаційного зв'язку органів стандартизації із суб'єктами господарської діяльності.

Наступним недоліком роботи органів сертифікації і стандартизації є низький рівень зареєстрованих сертифікатів порівняно з розвиненими європейськими країнами. Для підвищення рівня реалізації сертифікованої продукції необхідно проводити активну агітаційну політику в кожній галузі промисловості.

Процеси гармонізації в Україні необхідно інтенсифікувати за рахунок посилення міжнародної співпраці на рівні галузевих компаній, що дозволить використовувати міжнародні стандарти для підвищення технічного рівня національної продукції. Але розбіжності в технічних вимогах, процесах і схемах стандартизації можуть призвести до ускладнень в процесі гармонізації.

Таким чином функція сертифікації виступаючи ключовим етапом роботи системи якості пояснює її значущість і необхідність як на державному рівні, так і в рамках функціонування маркетингової системи якості. Провідним інструментарієм результативності роботи функції сертифікації виступають методи і засоби прикладної геометрії. З огляду особливостей побудови взаємної співпраці інструментарію прикладної геометрії з усіма основними функціями

маркетингової системи якості можна споглядати процес планомірного підвищення якості продукції, що зумовлюється своєчасним впровадженням науково-технічних досягнень в роботу системи якості.

Література

1. Бондар О.А., Якимчук І.М., Лаврухіна К.О. Геометричне моделювання маркетингових систем в будівництві / Містобудування та територіальне планування: Наук.-техн. збірник / Відпов. ред. М.М. Осетрін. – К., КНУБА. – 2011. – Вип.42. – с. 54-64.
2. Бондар О.А., Лаврухіна К.О. Система якості як об'єкт геометричного управління // Наук.-техн. збірник / Відпов. ред. М.М. Михайленко. – Прикладна геометрія та інженерна графіка, Вип. 89, Київ:ВІПОЛ, - 2012, - с.82-88
3. Бондар О.А., Лаврухіна К.О. Геометричні особливості системного аналізу процесу управління систем якості /// Наук.-техн. збірник / Відпов. ред. М.М. Михайленко. – Прикладна геометрія та інженерна графіка, Вип. 90, Київ:ВІПОЛ, - 2012, - с.85-91.
4. Лаврухіна К.О. Системне уявлення проблематики управління маркетинговими системами /// Містобудування та територіальне планування: Наук.-техн. збірник / Відпов. ред. М.М. Осетрін. – К., КНУБА. - 2010. – Вип.39. – с. 241-250.
5. Калита П.Я. Системы качества и международные стандарты ISO серии 9000. Часть 2. Общие рекомендации по разработке, внедрению и сертификации систем качества. -К: Украинская Ассоциация качества, Межотраслевой центр качества “ПРИРОСТ”, 1996.- 91с.
6. План національної стандартизації : [Електрон. ресурс]. – Режим доступа: www.ukrndnc.org.ua/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=39&Itemid=235&limit=6&limitstart=0
7. Успешная сертификация на соответствие нормам ISO серии 9000: Руководство по подготовке, проведению последующей сертификации / изд.: Eckhard Kreier/ - Kissing. Forum-Verl.Herkert-Losebl.-Ausg, 1995. 416с.

Аннотация

В статье представлен анализ интеграционных процессов стандартизации и сертификации в МС с целью гармонизации национальной системы на основе определенных принципов и методов международных норм.

Ключевые слова: сертификация, гармонизация, система качества.

Abstract

In this article the analysis of integration processes standardization and certification in the system of MS in order to harmonize the national system based on certain principles and techniques of international norms.

Keywords: certification, harmonization, quality system.