

Стелажі використовуються для укладання товарів стелажним способом. При цьому товари, які є розпакованими, а також у зовнішній тарі із застосуванням різних прийомів (десятками, в'язками, рядами, пачками та ін.) викладають на комірки стелажів та на полиці. Укладання товарів на полицях повинне здійснюватися вертикально, що раціоналізує процес відбору.

#### **Використані джерела:**

1. Мельник Т. Ю. Товарознавство : підруч. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.

2. Чорна Т. М. Теоретичні основи товарознавства : навч. посіб. Університет державної фіскальної служби України. Ірпінь : Ун-т ДФС України, 2021. 597 с.

Вовнянка Софія

Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри  
підприємництва і торгівлі ЗУНУ Волошин Р.В.)

### **ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА ВИДІВ СЕРТИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ**

Система сертифікації – система, яка виробила власні правила процедури і управління для приведення сертифікації відповідності. Вона може діяти на національному, регіональному і міжнародному рівнях [2].

Сертифікація може мати обов'язковий і добровільний характер. Останнім часом обов'язкова сертифікація часто називається сертифікацією в законодавчо регульованій сфері, а добровільна сертифікація - в законодавчо нерегульованій сфері.

Обов'язкова сертифікація продукції в Україні здійснюється у відповідності з Переліком продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні визначений Наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 01.02.2005 р. № 28 [3].

Метою обов'язкової сертифікації є запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища [1].

Обов'язкова сертифікація в Україні, як і в зарубіжних країнах, насамперед розповсюджується на споживчі товари і підтверджує їх безпеку та екологічність.

Продукція, що належить обов'язковій сертифікації, включається в офіційний перелік, який є важливим документом для всіх зацікавлених в сертифікації:

- споживачі розглядають перелік як джерело інформації про гарантію своїх прав на придбання безпечних товарів, на вибір їх серед аналогів, що є у продажу;

- торгові організації отримують можливість обґрунтованого вибору при розміщенні замовлень;

- виробники, орієнтуючись на перелік, можуть своєчасно підготуватись до проведення сертифікації на своєму підприємстві;

- митні органи отримують відомості про об'єкти обов'язкового контролю при ввозі товарів на територію України;

- сертифікаційні органи разом з номенклатурою товарів отримують можливість своєчасного забезпечення свого фонду нормативними документами необхідних стандартів;

- контролюючі органи можуть підготуватись до інспекційного контролю сертифікованої продукції, скласти плани та графіки робіт;

- технічні комітети з стандартизації, завдяки цій інформації, визначають об'єкти для стандартизації методів випробувань і установа об'язкових для сертифікації вимог на конкретні види продукції.

На основі Закону «Про захист прав споживачів» Держстандарт України, як національний орган з сертифікації споживчих товарів, встановив номенклатуру товарів, що підлягають обов'язковій сертифікації і включив у неї більш 70 видів продукції і деякі види послуг. Серед них: сільськогосподарська і харчова продукція, товари побутової хімії, вироби текстильної і легкої промисловості, електропобутові прилади і радіоелектронна апаратура, медична техніка і прилади, автотранспортні засоби, спортивна і мисливська зброя, побутові нагрівальні прилади, побутова техніка. Перелік розповсюджується і на продукцію, що імпортується, про що проінформовані відповідними каналами офіційні органи зарубіжних країн [3].

Метою добровільної сертифікації єсприяння споживачеві в компетентному виборі продукції; підвищення конкурентоспроможності продукції на товарному ринку [1].

Добровільна сертифікація проводиться на відповідність тим нормативним документам, котрі пропонує замовник. Це може бути і стандарт будь-якої зарубіжної країни, що дуже важливо для вітчизняних підприємств-експортерів.

Інше направлення сприяє розвитку експорту - допомога експортерам у підготовці продукції до сертифікації за кордоном. Уже вироблена певна процедура. Вся робота, що необхідна в процедурі сертифікації, крім

заключного етапу, здійснюється силами системи, а на кінцевий етап запрошується представник зарубіжної сертифікаційної фірми, яка й видає сертифікат, поки більш такий, що призначається покупцям, ніж сертифікат України. Таку практику вважають корисною як у плані зниження затрат, що були необхідні при повному об'ємі сертифікації за кордоном, так і в плані набуття довіри закордонних партнерів і вигідних умов для замовника.

Серед причини, що спонукають підприємства здійснювати добровільну сертифікацію, важливо відзначити:

- забезпечення задоволення потреб та надання гарантій споживачам;
- тиск з боку споживача;
- забезпечення конкурентоспроможності товарів;
- необхідність збільшення своєї частки ринку;
- полегшення просування товарів на ринки збуту;
- застосування новітніх технологій, що формують безпеку та якість продукції;
- підвищення якості продукції;
- підвищення ефективності виробництва;
- зниження витрат виробництва

Друга область сертифікації - системи забезпечення якості на підприємствах, підтвердження відповідності товару, що бере участь у торгах, вимогам нормативного документа, що пропонується замовником. Сертифікації в цій системі належать: нафта, вугілля, лісоматеріали, папір, картон, будівельні матеріали, зернові культури, м'ясо, м'ясопродукти. Процедура сертифікації включає випробування зразків товару, атестацію виробництва і персоналу, сертифікацію систем забезпечення якості.

Крім сертифікації товарів і систем пропонуються інші послуги: забезпечення учасників торгів інформацією про якість товарів, про вимоги стандартів до них і форми сертифікатів, консультації продавців та брокерів з ефективного використання сертифікації, організації випробувань продукції.

Значення добровільної сертифікації обумовлено її широкими можливостями по підтвердженню відповідності тим вимогам, котрі цікавлять споживача і заявлені замовником сертифікації. Добровільна сертифікація не тільки задовольняє потребу внутрішнього ринку, але й використовується для продукції, що експортується, або перспективної для експорту. В таких випадках добровільна сертифікація в рамках контракту купівлі - продажу набуває обов'язковий характер. Системи добровільної сертифікації створені за ініціативою різних асоціацій, союзів, акціонерних товариств та інших юридичних осіб, яким законом не заборонено займатися цією діяльністю [3].

Що дає сертифікація продукції:

- продукція отримує визнання якості при здійсненні різних випробувань;

- товар стає більш привабливим з точки зору споживання;

- підвищується конкурентоспроможність продукції на ринку;

- створюється позитивний імідж як виробника / імпортера;

- Ви показуєте себе у вигідному світлі за участю в тендерах [4].

Отже, здійснення сертифікації пов'язане з наданням споживачеві гарантій щодо відповідності товарів, які купуються, вимогам конкретних стандартів. З розвитком сертифікації став очевидним її позитивний вплив на торговельні зв'язки між країнами; терміни одержання дозволу на ввезення значно скорочувались для сертифікованого товару; не вимагалися повторні випробування в країні, якщо вона визнала сертифікат постачальника.

#### **Використані джерела:**

1. Мельник Т. Ю. Товарознавство : підруч. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.

2. Сіренко С. О., Трішкіна Н. І. Товарознавство. Непродовольчі товари : навч. посіб. для студентів товарознав. освіт. програм ВНЗ. Хмельницький : Цюпак А. А. [вид.], 2021. 560 с.

Герасименко Юрій

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: д.е.н., професор, завідувачка кафедри підприємництва і торгівлі ЗУНУ Собко О.М.)

## **ПОСИЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ**

Цифровізація економіки, підвищення впливу ціннісних чинників у забезпеченні конкурентоспроможності продукції сучасних молокопереробних підприємств актуалізують питання підвищення інноваційності суб'єктів господарювання. Формування ціннісних конкурентних переваг молочної продукції ПрТА«Тернопільський молокозавод» на основі забезпечення поширення маркетингової інформації в глобальному бізнесовому просторі сприяє пошуку потенційних та утриманню наявних клієнтів. Це, в свою чергу, вимагає формування системи інноваційного маркетингу ПрТА«Тернопільський молокозавод», зорієнтованої на реалізацію принципів