

СТРАТЕГІЇ ПАРТНЕРСТВА УКРАЇНСЬКОГО СЕРТИФІКАЦІЙНОГО ОРГАНУ З МІЖНАРОДНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

STRATEGIES OF PARTNERSHIP OF THE UKRAINIAN CERTIFICATION BODY WITH INTERNATIONAL ORGANIZATIONS

УДК 006

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct78-28>**Фрешер С.Ю.**

студентка,
Харківський інститут
Приватного акціонерного товариства
«Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія
управління персоналом»
Янковська В.А.
к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту,
Харківський інститут
Приватного акціонерного товариства
«Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія
управління персоналом»

Frecher Svitlana

Kharkiv Institute Interregional Academy
of Personnel Management
Yankovska Viktoriia
Kharkiv Institute Interregional Academy
of Personnel Management

Постановка проблеми. Сертифікаційний бізнес спеціалізується на встановленні та підтвердженні відповідності продуктів, послуг та підприємств в цілому міжнародним стандартам. Він є ключовим гравцем у забезпеченні якості та безпеки на глобальному ринку. Проте, навіть при високій якості послуг відсутність міжнародного визнання та доступу до глобального ринку може обмежувати потенційні можливості росту компаній, що займаються сертифікацією. У зв'язку з цим постає необхідність в розробці ефективних стратегій співпраці з міжнародними організаціями. Недоліки у цій області можуть включати недостатню гарантію відповідності встановленим міжнародним стандартам, невизнання певних сертифікатів у різних країнах та регіонах, а також недостатність механізмів співробітництва з відповідними міжнародними організаціями.

Отже, розв'язання цих проблем є критичним для подальшого розвитку українського сертифікаційного органу (СО) та підтримки його конкурентоспроможності на світовому ринку. У статті буде розглянуто можливі стратегії співпраці з іноземними організаціями, що спрямовані на подолання

У статті досліджена роль та значення сертифікаційного органу як незалежної організації, яка уповноважена оцінювати відповідність продукції, послуг або систем менеджменту вимогам стандартів, технічних регламентів або інших нормативних документів. Сертифікаційний бізнес – це вид діяльності, який полягає в наданні послуг з оцінки відповідності продукції, послуг або систем менеджменту вимогам стандартів, технічних регламентів або інших нормативних документів. Головна увага приділена питанням ієрархії органів сертифікації, їх співпраці, стратегічного партнерства з відповідними міжнародними структурами. Досліджені основні види партнерства, які варіюються за характером та цілями співпраці для успішної роботи та розвитку сертифікаційного органу, окреслені можливі стратегії співпраці сертифікаційного органу з міжнародними організаціями.

Ключові слова: сертифікація, сертифікаційний орган, міжнародне партнерство, партнерство, стратегії.

The article examines the role and significance of the certification body as an independent organization that is authorized to assess the compliance of products, services or management systems with the requirements of standards, technical regulations or other regulatory documents. Certification business is a type of activity that consists in providing services for assessing the conformity of products, services or management systems to the requirements of standards, technical regulations or other regulatory documents. A certification body is an organization that verifies and demonstrates whether all or part of a supplier's organization has a management system in accordance with specific specifications. Any certification body is interested and strives to fulfill the global goal of certification – to ensure the trust of all interested parties that the certified products meet the established requirements. Trust is ensured by the fact that the assessment of conformity is carried out by an impartial third party. In general, impartiality can be characterized by one or more of the following features: objectivity, independence, neutrality, honesty, openness, fairness, detachment, balance, absence of conflict of interest, absence of bias. An accreditation body is an authoritative body that carries out accreditation. Its main function is assessment according to internationally agreed standards of organizations that provide certification, testing, inspection and calibration services. Accreditation demonstrates the competence, impartiality and productivity of these organizations. Accreditation bodies usually act as not-for-profit disseminating organizations. In some cases, their authority comes from the government. The main attention is paid to issues of hierarchy of certification bodies, their cooperation, strategic partnership with relevant international structures. The main types of partnership, which vary in nature and goals of cooperation for the successful work and development of the certification body, are studied, possible strategies of cooperation of the certification body with international organizations are outlined.

Key words: certification, certification body, international partnership, partnership, strategies.

викликів та забезпечення визнання на міжнародному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження партнерства в сфері сертифікації, міжнародного партнерства, ефективність співпраці, тенденції та перспективи висвітлені в роботах українських та закордонних авторів, таких як В. Базилевич, А. Болотніков, Е. Браун, О. Величко, В. Герасимчук, О. Гребешкова, М. Гарсія, Б. Гарретт, М. Данилюк, П. Дюссож, Е. Джонсон, І. Іванов, С. Карделла, М. Ковальова, С. Лі, О.Петренко, В. Петренко, О. Сідоров, Дж. Сміт, Р. Уолесс, Л. Чекаленко, М. Шаповал та ін.

Проте досліджень та розгляду питань саме з роботи сертифікаційних компаній майже немає. Не дивлячись на те, що до них можна застосувати загальноновживані принципи та стратегії менеджменту, ця галузь має свою специфіку. Тому важливо розглядати методики співпраці та стратегії партнерства крізь призму сертифікаційного бізнесу.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є аналіз міжнародного партнерства, його вплив на роботу органу сертифікації. При цьому

головний акцент буде зосереджений на актуальній для цієї галузі стратегії співробітництва в розрізі сучасних ринкових тенденцій.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Для оцінки специфіки роботи сертифікаційного бізнесу, доцільно розглянути основні терміни та структуру галузі. Тож, сертифікація – підтвердження відповідності, видання заяви третьою стороною після критичного огляду, тобто підтвердження придатності, адекватності й ефективності виконання встановлених вимог щодо продукції, процесів, систем чи персоналу [1, с. 5]. Таким чином, орган сертифікації – це організація, яка перевіряє та демонструє, чи вся організація постачальника або її частина має систему менеджменту відповідно до конкретних специфікацій.

Будь-який орган з сертифікації зацікавлений та прагне того, щоб виконувалась глобальна мета сертифікації – забезпечення довіри усіх зацікавлених сторін до того, щоб сертифікована продукція задовольняла встановлені вимоги. Довіру забезпечують тим, що оцінку відповідності проводить неупереджена третя сторона. Загалом, неупередженість можна характеризувати одним чи декількома з наступних ознак: об'єктивність, незалежність, нейтралітет, чесність, відкритість, справедливість, відстороненість, рівновага, відсутність конфлікту інтересів, відсутність упередженості [2, с. 32].

Для того, щоб компанія, яка є сертифікаційним органом мала змогу здійснити таку перевірку їй треба отримати акредитацію, тобто підтвердження відповідності третьою стороною, що стосується органу оцінювання відповідності, яке слугує офіційним доказом його компетентності для виконання конкретних завдань щодо оцінювання відповідності [1, с. 5]. Але, разом з тим, у більшості країн акредитація є добровільною, однак багато органів сертифікації вирішують отримати акредитацію, щоб продемонструвати підтвердження своєї компетентності третьою стороною. Орган з акредитації – це авторитетний орган,

який здійснює акредитацію. Його основною функцією є оцінка відповідно до міжнародно узгоджених стандартів організацій, які надають послуги з сертифікації, тестування, перевірки та калібрування. Акредитація демонструє компетентність, неупередженість і продуктивність цих організацій. Органи з акредитації зазвичай діють як некомерційні організації-розповсюджувачі. У деяких випадках їх повноваження походять від уряду.

Над вершині ієрархії органів сертифікації стоїть Міжнародний форум з акредитації (International Accreditation Forum, IAF), який займається різними сферами сертифікації систем менеджменту, продукції, персоналу шляхом укладення багатосторонньої домовленості щодо визнання між органами з акредитації на місцях з оцінки відповідності. Його метою є усунення технічних бар'єрів у торгівлі, які можуть виникати. Основною функцією IAF є розробка міжнародної програми оцінювання, яка забезпечує надійність акредитованих сертифікатів [3]. Тож, ієрархія в галузі виглядає наступним чином (див. рис. 1).

Треба відмітити також IAF MLA, який базується на еквівалентності програм акредитації, керованих органами з акредитації, які є членами IAF, які перевіряються через оцінку еквівалентності між органами з акредитації відповідно до ISO/IEC 17011 (вимоги до органів з акредитації). IAF MLA вирішує ситуацію, коли відповідність органу, який проводить оцінку відповідності в одній країні, є недостатньою, щоб викликати довіру в користувачів оцінки відповідності в інших країнах. Така ситуація може служити чітким нетарифним бар'єром для торгівлі, і компанії можуть зазнати великих втрат з точки зору часу та витрат через повторну сертифікацію на багатьох ринках. Мета IAF MLA полягає в тому, щоб переконатися, що сертифікати, видані органами сертифікації, акредитованими органами, що підписали IAF MLA, є результатом оцінювання, проведеного належним чином, і гарантувати, що еквівалентні органи сертифікації та перевірки в інших країнах працюють



Рис. 1. Ієрархія в галузі сертифікації

за тими ж стандартами, що й органи сертифікації своїх економіки [4].

Окрім того деякі країни, регіональні об'єднання, створили свої органи з акредитації, яким надають першочергову перевагу. Однак, ці організації погоджуються визнавати еквівалентність акредитацій, наданих іншими органами з акредитації-членів, які підписали цю угоду, через низку домовленостей про взаємне (або багатостороннє) визнання (MRA/MLA).

Наприклад, IAS – це некомерційна громадсько-корисна корпорація, яка є провідною міжнародною службою акредитації США. Організація акредитує широкий спектр компаній та організацій, включаючи державні установи, комерційні підприємства та професійні асоціації, а програми акредитації базуються на акредитованих національних і міжнародних стандартах, які забезпечують національне та/або глобальне визнання акредитації. IAS є підписантом трьох основних міжнародних організацій, які утворюють єдину систему оцінки та визнання компетентних органів акредитації в усьому світі. IAS зберігає статус учасника багатосторонніх домовленостей про визнання IAF [5].

Наступна така організація – APAC (Азіатсько-Тихоокеанське співробітництво з питань акредитації). Оскільки цей регіон є акредитованим регіональним співробітництвом IAF та ILAC (Міжнародне співробітництво з акредитації лабораторій), більшість підписантів APAC MRA також акредитовані за міжнародними угодами про багатостороннє визнання IAF (MLA) та ILAC MRA. APEC був акредитований як спеціалізований регіональний орган (SRB) державами-членами Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (APEC) і в той же час підтримує роботу стандартів APEC та підкомітету зі стандартів і відповідності (SCSC). Головною метою APAC є сприяння розвитку компетентних лабораторій та інспекційних установ у країнах-членах, досягнення гармонії завдань акредитації між регіонами. MRA полегшує прийняття результатів оцінки відповідності (наприклад, звітів про випробування, сертифікатів про випробування, звітів про перевірки та сертифікації) в регіоні та з іншими регіонами світу. Акредитовані результати оцінки відповідності приймаються в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та на міжнародному рівні [6].

Домовленості між великими організаціями показують взаємозалежність та необхідність партнерства в цій галузі. Крім того, певна акредитація розповсюджується на певний стандарт. За стандарти відповідають такі найбільш відомі організації: Міжнародна Організація Стандартизації (ISO), Міжнародна електротехнічна комісія (IEC), Міжнародна організація зі стандартизації їжі (Codex Alimentarius), Міжнародна організація зі стандартизації авіації (IAQG), Міжнародна

організація зі стандартизації для електроніки та телекомунікацій (ETSI), Фонд сертифікації харчової безпеки, який розробив FSSC (Food Safety System Certification), Глобальна ініціатива з безпеки харчових продуктів (GFSI), Британська роздрібний консорціум (BRC), Інститут безпеки якості харчових продуктів (SQFI), Міжнародна організація стандартів якості (IFS).

Діяльність сертифікаційного органу суворо регламентується вищенаведеними організаціями, через що створено низку правил роботи СО.

Для проведення об'єктивної сертифікації орган з сертифікації не повинен бути проектувальником, виготовлювачем, установником, продавцем, оператором або набувачем, зокрема споживачем продукції, яка підлягає сертифікації у відповідності з галуззю акредитації органу з сертифікації. Таким чином для органу з сертифікації повністю виключається можливість якої-небудь участі в консалтинговій діяльності. Недопустимо також консультування щодо системи менеджменту, тобто участь в розробці, впровадженні та підтримці в робочому стані системи менеджменту, так як це можна трактувати як підтримку сертифікаційного процесу в відповідному стані. При цьому недопустимо, щоби ОС здійснював підготовку або випуск керівництв або процедур, а також надавав конкретні поради, інструкції або готові рішення, пов'язані з розробкою та впровадженням системи менеджменту. Необхідно, однак, відмітити, що проведення навчання та участь в якості викладача не розглядається як консультування, якщо курс навчання відноситься до систем менеджменту або проведенню аудита, але обмежується наданням інформації загального характеру, яка знаходиться у відкритому доступі [2, с. 35].

Таким чином, сертифікаційний орган не може існувати без стратегічного партнерства з відповідними міжнародними структурами, також важливим є маркетингові стратегії. Нижче представлені основні види партнерства, які варіюються за характером та цілями співпраці для успішної роботи та розвитку сертифікаційного органу:

1. Стратегічне партнерство (глибока та довгострокова співпраця, спрямована на досягнення стратегічних цілей обох компаній, це саме партнерство з органами акредитації та сертифікації).

2. Дистриб'юторське партнерство (співпраця між СО та дистриб'ютором для оптимізації процесу збуту та розповсюдження продукції, наприклад, угода з організаціями охорони довкілля та соціальної відповідальності (спряє просуванню стандартів ISO 14001, ISO 26000, GRI Standards, FSC Standards тощо) або угоди з галузевими спілками певного регіону, країни, такі як Асоціація підприємств харчової промисловості та торгівлі України (Укрпромторг), Європейська асоціація виробників молока (EDA), Американська асоціація

харчових та напоїв (GMA), Асоціація харчової промисловості Японії (JAFA) тощо).

3. Технологічне партнерство (співпраця для обміну технологіями, знаннями та інноваціями, наприклад, партнерство з розробниками стандартів або іншими органами зі сертифікації).

4. Фінансове партнерство (об'єднання фінансових ресурсів для спільних інвестицій або фінансування конкретного проекту, наприклад, спільна інвестиція у стартап або розробку нового продукту).

5. Маркетингове партнерство (взаємодія у маркетингових та збутових зусиллях для спільної просування продуктів чи послуг, це проведення спільних маркетингових кампаній, участь в виставках, конференціях, форумах, проведення навчання).

Ці види партнерств можуть комбінуватися між собою або доповнюватися іншими, використовуватися в різних галузях діяльності для досягнення спільних цілей та взаємного користування.

Для досягнення головних цілей, виходу на глобальний ринок окреслимо можливі стратегії співпраці:

1. Приєднання до міжнародних організацій: Компанія може стати членом відповідних міжнародних організацій з питань сертифікації, таких як Міжнародна Організація Стандартизації (ISO), Міжнародна Організація зі Стандартизації (IEC) та інші. Членство в цих організаціях дозволить підприємству отримати міжнародне визнання та підтримку для своїх стандартів і сертифікатів.

2. Активна участь у процесі стандартизації: СО може активно брати участь у розробці та вдосконаленні міжнародних стандартів зі своєї галузі. Це дозволить не лише впливати на формування стандартів, а й забезпечити визнання його експертної компетенції в цій сфері.

3. Партнерство з великими міжнародними організаціями: укладання партнерської угоди такими як IAF MLA, APAC з метою спільного розвитку та впровадження стандартів. Це може включати спільне проведення навчальних заходів, конференцій, а також обмін експертизою та досвідом.

4. Маркетингова стратегія з використанням впізнаваних брендів: якщо підприємство отримало визнання від певних міжнародних організацій, воно може використовувати їх бренди та логотипи на своїх матеріалах та веб-сайті. Це допоможе підвищити довіру споживачів та бізнес-партнерів до продуктів та послуг підприємства.

5. Лобіювання та вплив на політичні рішення: СО може активно лобіювати за визнання своїх стандартів та сертифікатів на рівні міжнародних організацій та урядів країн-членів. Це може включати участь у консультаціях, розробці законодавчих актів та інших заходах, спрямованих на підтримку відповідних стандартів.

Висновки з проведеного дослідження.

У статті розглянули ключові аспекти стратегій співпраці для сертифікаційного органу з метою розширення його присутності на глобальному ринку та підвищення авторитету в цілому. Партнерство з великими міжнародними організаціями допомагає отримати підтримку та експертну допомогу, а також просувати стандарти й практики сертифікації. Загальна мета поданих стратегій полягає в створенні сприятливих умов для розвитку компанії, забезпеченні визнання її стандартів та сертифікатів, а також в підвищенні довіри споживачів та бізнес-партнерів. Ці стратегії допоможуть сертифікаційному органу успішно рухатися вперед і забезпечити йому конкурентну перевагу на міжнародному ринку.

У контексті стратегій партнерства українського сертифікаційного органу з міжнародними організаціями, можна зробити висновок щодо важливість активного співробітництва та взаємодії для досягнення регіональних та глобальних цілей. Залучення до міжнародних організацій, участь у процесах стандартизації, партнерство з провідними міжнародними гравцями, використання впізнаваних брендів та лобіювання на різних рівнях сприяють підвищенню авторитету та конкурентоспроможності. Це не лише сприяє розвитку індустрії в Україні, але й сприяє підвищенню якості продукції та послуг, забезпечуючи відповідність світовим стандартам безпеки, якості та екологічних норм. Такий підхід допомагає українським компаніям ефективно конкурувати на міжнародному ринку та розвиватися в умовах глобалізації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. ДСТУ EN ISO/IEC 17000:2021. Оцінювання відповідності. Словник термінів і загальні принципи (EN ISO/IEC 17000:2020, IDT; ISO/IEC 17000:2020, IDT). На заміну ДСТУ EN ISO/IEC 17000:2007; чинний від 2023-01-01. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт, 2022. 20 с. URL: http://csm.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=4658%3A-en-iso-iec-170002021&catid=122%3A2015-09-15-07-01-23&Itemid=111&lang=ru (дата звернення 7.04.2023).
2. Семко Ж.О. Управління ризиками органу з сертифікації продукції. Частина 1. Відповідальність за прийняття рішень. *Збірник наукових праць ДП «УкрНДІВ». Рейковий рухомий склад*. Кременчук. 2017. № 14. С. 31–39.
3. International Accreditation Forum. URL: <https://iaf.nu/en/home/> (дата звернення: 10.04.2023).
4. IAF MLA Multilateral Recognition Arrangements. URL: https://www.gicert.org/bbs/board.php?bo_table=free_en&wr_id=21 (дата звернення: 12.04.2023).
5. IAS. URL: <https://www.iasonline.org/about-ias/> (дата звернення: 12.04.2023).
6. APAC. URL: <https://www.apac-accreditation.org/about/> (дата звернення: 15.04.2023).

REFERENCES:

1. DSTU EN ISO/IEC 17000:2021. Otsiniuvannia vidpovidnosti. Slovnyk terminiv i zahalni pryntsypy (EN ISO/IEC 17000:2020, IDT; ISO/IEC 17000:2020, IDT). Na zaminu DSTU EN ISO/IEC 17000:2007; chynnyi vid 2023-01-01. Vyd. ofits. Kyiv: Derzhspozhyvstandart, 2022. 20 s. Available at: http://csm.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=4658%3A-en-iso-iec-170002021&catid=122%3A2015-09-15-07-01-23&Itemid=111&lang=ru (accessed 7.04.2023).

2. Semko Zh.O. (2017) Upravlinnia ryzykamy orhanu z sertyfikatsii produktsii. Chastyna 1. Vidpovidal-

nist za pryiniattia rishen. Zbirnyk naukovykh prats DP «UkrNDIV». *Reikovy rukhomyi sklad*, no. 14, pp. 31–39.

3. International Accreditation Forum. Available at: <https://iaf.nu/en/home/> (accessed 10.04.2023).

4. IAF MLA Multilateral Recognition Arrangements. Available at: https://www.gicert.org/bbs/board.php?bo_table=free_en&wr_id=21 (accessed 12.04.2023).

5. IAS. Available at: <https://www.iasonline.org/about-ias/> (accessed 12.04.2023).

6. APAC. Available at: <https://www.apac-accreditation.org/about/> (accessed 15.04.2023).