

## ВПЛИВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА СПОЖИВЧУ ПРИВАБЛИВІСТЬ ТОВАРІВ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

### THE IMPACT OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEM ON THE CONSUMER ATTRACTIVENESS OF GOODS IN RETAIL TRADE

УДК 658.56

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.15-61>**Дончак Л.Г.<sup>1</sup>**

к.е.н., доцент кафедри економіки,  
обліку та оподаткування,  
Вінницький навчально-науковий інститут  
економіки Західноукраїнського  
національного університету

**Колесник О.В.<sup>2</sup>**

викладач вищої категорії,  
викладач-методист,  
Вінницький фаховий коледж  
економіки і підприємництва  
Західноукраїнського національного  
університету

**Бартецький А.А.<sup>3</sup>**

к.т.н., викладач кафедри правознавства  
і гуманітарних дисциплін,  
Вінницький навчально-науковий інститут  
економіки Західноукраїнського  
національного університету

**Donchak Lesia**

Vinnitsia Educative and Research Institute  
of West Ukrainian National University

**Kolesnyk Oleksandr**

Vinnitsia Vocational College  
of Economics and Entrepreneurship of  
West Ukrainian National University

**Bartetskiy Andrii**

Vinnitsia Educative and Research Institute  
of West Ukrainian National University

У статті досліджено вплив системи управління якістю (СУЯ) на споживчу привабливість товарів у роздрібній торгівлі. Розглянуто основні принципи СУЯ, зокрема стандартизацію, сертифікацію, контроль якості, простежуваність товарів та їхній вплив на конкурентоспроможність продукції. Проаналізовано роль міжнародних стандартів (ISO 9001, HACCP, GMP) у підвищенні рівня довіри споживачів та відповідності товарів їхнім очікуванням. Визначено основні фактори, що впливають на рішення покупців: якість, безпечність, маркування, екологічність, репутація бренду, відповідність міжнародним нормам. Досліджено механізми підвищення рівня контролю якості в роздрібних мережах, зокрема впровадження інноваційних технологій перевірки продукції, використання систем простежуваності походження товарів, автоматизації процесів контролю якості та покращення взаємодії з постачальниками для забезпечення стабільно високого рівня продукції.

**Ключові слова:** система управління якістю, споживча привабливість, роздрібна торгівля, стандартизація, контроль якості.

*In modern retail, product quality is crucial for consumer trust and enterprise competitiveness. Consumers consider not only price but also safety, compliance with international standards, environmental sustainability, and labeling. Retailers aim to minimize risks from low-quality goods, which can lead to reputational damage, reduced sales, and legal issues. Implementing effective quality management systems (QMS), such as ISO 9001, HACCP, and GMP, helps enterprises control quality at all production and distribution stages. However, challenges remain regarding consumer awareness of quality standards, QMS adaptation to changing assortments, and compliance variability across product categories. This highlights the need to study QMS impact on consumer preferences and develop recommendations for improving quality management in retail. The research methodology combines theoretical and empirical methods. A systematic approach was used to analyze scientific literature and regulations on quality management. Comparative analysis assessed QMS effectiveness in ensuring compliance with international standards. Statistical methods examined consumer preferences for product quality, labeling, and certification. The study confirms that QMS significantly influences consumer behavior and product competitiveness. ISO 9001 standardizes production, reducing defects and ensuring consistent product characteristics. HACCP minimizes food safety risks by preventing contamination. GMP regulates manufacturing, raw materials, and packaging, ensuring high-quality pharmaceutical and food products. ISO 22000 integrates HACCP principles into food safety management. Consumer perception of quality is shaped not only by physical characteristics but also by production transparency, labeling, and brand reputation. Clearly labeled, certified products gain higher trust and loyalty. The study emphasizes the importance of traceability systems using blockchain, QR codes, and RFID tags to monitor product quality. Regular supplier audits help prevent counterfeit or substandard goods from reaching consumers. An effective QMS enhances consumer trust, reduces risks from low-quality products, and optimizes business processes in retail. Implementing ISO 9001, HACCP, GMP, and ISO 22000 ensures compliance with safety and quality regulations, influencing purchasing decisions.*

**Key words:** quality management system, consumer attractiveness, retail trade, standardization, quality control.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах розвитку роздрібної торгівлі якість товарів відіграє значну роль у формуванні довіри споживачів і забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. Споживачі все більше орієнтуються не лише на ціну продукції, але й на її якісні характеристики, такі як безпечність, відповідність міжнародним стандартам, екологічність та маркування. Водночас ритейлери прагнуть мінімізувати ризики, пов'язані з реалізацією неякісних товарів, що може призвести до репутаційних втрат, зниження рівня продажів і юридичних санкцій.

Впровадження ефективних систем управління якістю (СУЯ), зокрема стандартів ISO 9001, HACCP, GMP та інших, дозволяє підприємствам

контролювати якість продукції на всіх етапах її життєвого циклу – від виробництва до реалізації кінцевого споживача. Однак при активному застосуванні таких систем, залишається відкритим питання щодо їх реального впливу на споживчу привабливість товарів.

Недостатня інформованість покупців про стандарти якості, проблеми з адаптацією СУЯ до швидкозмінного асортименту та різний рівень підтримки стандартів у різних категоріях продукції створюють значні виклики для роздрібної торгівлі. Це зумовлює необхідність дослідження механізмів впливу СУЯ на споживчі переваги та розробку рекомендацій щодо підвищення ефективності управління якістю товарів у роздрібній сфері.

<sup>1</sup> ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1764-872X><sup>2</sup> ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6995-983X><sup>3</sup> ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7628-4789>

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Проблематика управління якістю продукції у роздрібній торгівлі активно досліджується як зарубіжними, так і українськими науковцями. Так, Одарченко А., Одарченко Д., Лісніченко О. та інші [1] акцентують увагу на методології управління якістю, статистичних інструментах й методах контролю, аналізу та управління. Вони розглядають принципи розробки систем менеджменту якості на основі міжнародних стандартів ISO, їх сертифікацію, основи технічного регулювання, а також економічні аспекти, зокрема механізм впливу витрат на якість та аналіз показників браку та втрат від нього.

Варто погодитись з думкою Короленко О., Поліщук І., Кутова Н., що система управління якістю відіграє важливу роль у зміцненні конкурентних позицій підприємства та забезпеченні його фінансової стабільності, оскільки сприяє оптимізації виробничих процесів і зниженню витрат [2]. Крім цього, Лозова Т. передбачає розробку довгострокових стратегічних планів для розвитку підприємства [3].

Огляд наукових праць свідчить, що питання управління якістю товарів у роздрібній торгівлі є актуальним та багатоаспектним. Дослідження підтверджують важливість СУЯ у формуванні довіри споживачів, підвищенні конкурентоспроможності та зниженні ризиків продажу неякісної продукції. Водночас існує необхідність у подальших дослідженнях, спрямованих на вивчення цифрових підходів до контролю якості, адаптації СУЯ до умов електронної комерції та удосконалення механізмів сертифікації товарів.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення впливу системи управління якістю на споживчу привабливість товарів у роздрібній торгівлі та обґрунтування ефективних підходів до підвищення якості продукції з урахуванням сучасних стандартів і споживчих очікувань.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Проблема забезпечення якості продукції досліджується вже протягом тривалого часу. З давніх часів люди прагнули гарантувати високу якість товарів, забезпечити їхню безпечність, зберегти здоров'я, майно та довкілля. Згодом питання стало одним із основних напрямів соціально-економічного розвитку в різних країнах світу, сприяючи підвищенню стандартів виробництва та споживання [4, с. 133]. Можна стверджувати, що система управління якістю (СУЯ) – це комплекс методів, інструментів і підходів, спрямованих на забезпечення стабільної відповідності продукції та послуг встановленим стандартам і очікуванням споживачів. Сучасне управління якістю ґрунтується на кількох основних принципах, які забезпечують ефективність виробничих і торговельних процесів (рис. 1).

Одним з основних принципів СУЯ є орієнтація на споживача, що вимагає глибокого розуміння потреб і очікувань покупців щодо продукції. Так, виробники та роздрібні мережі відповідають вимогам споживачів до якості, безпечності, екологічності та зручності використання товарів, що сприяє підвищенню рівня довіри та задоволеності споживачів.

Процесний підхід зосереджується на оптимізації всіх етапів виробництва, контролю якості та логістики. Це означає, що якість продукції та контроль за нею здійснюється на кожному етапі – від перевірки постачання сировини до реалізації кінцевого товару. Такий підхід дозволяє швидко виявляти та усувати недоліки, що мінімізує ризики появи неякісної продукції на ринку [5]. Принцип безперервного вдосконалення означає, що підприємство постійно працює над покращенням якості своїх товарів і процесів. Зокрема, оновлює стандарти, впроваджує сучасні методи оцінки якості, використовує нові технології контролю та автоматизації виробництва.

Прийняття рішення на основі фактів забезпечує об'єктивність і надійність процесу управління

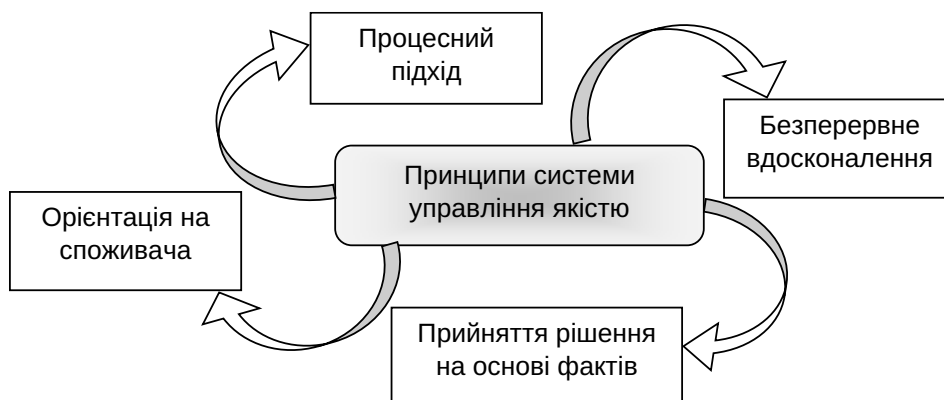


Рис. 1. Принципи системи управління якістю

Джерело: складено автором

якістю. Використання статистичних даних, аудитів, аналізу показників продуктивності та ефективності виробництва дозволяє не лише контролювати поточний стан якості, а й прогнозувати можливості відхилення та своєчасно впроваджувати коригувальні заходи. Таким чином, усі ці принципи разом формують ефективну систему управління, що сприяє підвищенню рівня довіри споживачів, оптимізації виробничих процесів і зміцненню конкурентних позицій ринку підприємств.

Якщо говорити про вплив міжнародних стандартів на споживчу привабливість товарів, то варто зазначити, що вони забезпечують відповідність встановленим вимогам щодо безпеки, якості, надійності та ефективності. Сертифікація товарів за міжнародними стандартами дозволяє виробникам не лише контролювати якість продукції, а й підвищувати її привабливість для кінцевого споживача.

Одним із найпоширеніших стандартів є ISO 9001, який встановлює вимоги до системи менеджменту якості та регулює внутрішні процеси підприємства таким чином, щоб продукція відповідала очікуванням споживачів. Впровадження цього стандарту дозволяє підприємствам підвищити ефективність управління, знизити витрати, пов'язані з браком продукції, та забезпечити стабільність характеристик товарів.

Для харчової продукції особливого значення має система HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), яка зосереджується на запобіганні ризикам, які можуть загрожувати здоров'ю споживачів. HACCP є обов'язковим для багатьох підприємств харчової промисловості та роздрібної торгівлі в країнах ЄС та США. Дослідження показують, що споживачі надають перевагу товарам, які мають маркування HACCP, після чого є гарантія їх безпечності та відповідності високим стандартам якості [6].

Ще одним стандартом є GMP (Good Manufacturing Practice), який використовують у фармацевтичній та харчовій промисловості. Він встановлює вимоги до виробничих процесів, контролю сировини, зберігання, пакування та транспортування продукції. Відповідність GMP гарантує, що товар виробляється в належних умовах і відповідає всім вимогам безпеки. Це, своєю чергою, формує позитивний імідж бренду та забезпечує довіру споживачам до продукції.

Стандарт ISO 22000 забезпечує комплексний підхід до управління безпечністю харчових продуктів, об'єднуючи принципи HACCP та загальні вимоги до системи менеджменту якості. Він працює у всьому харчовому ланцюгу – від виробництва до реалізації товарів у роздрібній торгівлі. Дослідження підтверджують, що підприємства, які сертифіковані за ISO 22000, мають вищий рівень довіри з боку споживачів та партнерів.

Сертифікація товарів за міжнародними стандартами значно впливає на рішення споживачів при виборі продукції. Наявність відповідних марок на упаковці підтверджує, що товар пройшов усі перевірки та відповідає встановленим вимогам. Дослідження, проведені у сфері споживчої поведінки, показують, що покупці частіше обирають продукцію із сертифікатами ISO або HACCP, навіть якщо вона коштує дорожче, ніж аналогічні товари без таких позначок [7].

Варто відзначити, що споживча привабливість товарів є комплексним поняттям, яке забезпечує рівень цікавості покупців у певному продукті та їх готовність до придбання. Вона формується під впливом різноманітних чинників, які забезпечують якісні характеристики товару, рівень довіри до виробника, зовнішнє оформлення продукції, її сертифікацію та відповідність стандартам безпеки.

Одним із важливих аспектів є якість продукції, яка забезпечує відповідність фізико-хімічних та органолептичних характеристик очікуванням споживачів. Купуючи продукцію, споживачі звертають увагу на оцінку смакових, кольорових, ароматичних властивостей товару, їхню консистенцію, текстуру та інші показники, що впливають на загальне сприйняття продукту. Чим вищий рівень якості, тим більша ймовірність того, що споживачі виберуть саме цей товар серед конкурентних аналогів.

Не менш важливим фактором є безпечність продукції, яка показує вплив на товари шкідливих речовин і відповідність вимогам екологічних та санітарно-гігієнічних норм. Сертифікація товарів відповідно до міжнародних стандартів (ISO, HACCP, GMP) є одним із основних показників їхньої безпечності. Споживачі все частіше звертають увагу на наявність відповідних оцінок, що підтверджують проходження товару перевітками та тестами.

Крім цього, важливу роль у формуванні привабливості товарів відіграє доступність інформації про продукт та правильне маркування. Коли на упаковці чітко вказано склад, країну походження, виробника, умови зберігання та термін придатності, це створює у споживачів відчуття довіри та прозорості. Адже зрозуміле та достовірне маркування продуктів допомагає покупцям робити усвідомлений вибір, тоді як приховування інформації може викликати сумніви щодо якості товару та втратити довіру до бренду.

Також значний вплив на рішення покупця має зовнішній вигляд товару та його упаковка. Привабливий дизайн, використання екологічних матеріалів, зручність відкриття та зберігання продукції – це має значення, особливо для товарів масового споживання. Люди частіше обирають товари в естетично оформленій та якісній упаковці, яка не тільки захищає продукт, а й створює позитивні емоції та асоціації з брендом.

В контексті даного дослідження ще одним фактором є репутація виробника, яка формується на основі досвіду споживачів, їхніх відгуків та загального іміджу компанії. Бренди із позитивною репутацією викликають більше довіри, а їхню продукцію частіше сприймають як якісну та надійну.

Впровадження СУЯ у роздрібній торгівлі є стратегічно важливим процесом, який сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, зміцненню довіри споживачів та мінімізації ризиків, пов'язаних із реалізацією неякісної продукції. Реалізація ефективної СУЯ охоплює контроль якості на всіх етапах постачання, простежуваність товарів, проведення аудитів постачальників, підвищення кваліфікації персоналу та автоматизацію процесів контролю.

Одним із основних напрямів реалізації СУЯ є контроль якості продукції на всіх етапах постачання, що передбачає перевірку відповідності товарів встановленим стандартам якості та безпечності. Контроль здійснюється ще на етапі приймання продукції на склад, де товари проходять первинний аналіз відповідності маркуванню, термінам придатності та умовам транспортування. Надалі, у процесі транспортування, особлива увага приділяється дотриманню температурних і санітарних норм, що є критично важливим для харчових продуктів, лікарських засобів та товарів, що швидко псуються. Безпосередньо в торговельних залах здійснюється моніторинг відповідності товарів стандартам шляхом регулярного інспекційного контролю, оцінки стану упаковки та дотримання умов зберігання.

Важливим елементом СУЯ є система простежуваності товарів, яка дозволяє здійснювати контроль за продукцією на всіх етапах постачання – від виробника до кінцевого споживача. Для цього використовуються сучасні цифрові технології, зокрема blockchain, QR-коди та RFID-мітки.

Ще одним важливим аспектом СУЯ у роздрібній торгівлі є регулярні аудити постачальників, що передбачають систематичне оцінювання виробників на відповідність вимогам стандартів якості. Аудити можуть бути як внутрішніми, коли торговельна мережа самостійно здійснює перевірки своїх постачальників, так і зовнішніми – у разі залучення незалежних сертифікаційних органів. Вони допомагають виявити недоліки у виробничих процесах, оцінити відповідність технологій виробництва міжнародним стандартам (ISO 9001, HACCP, GMP) та запобігти потраплянню на полиці магазинів неякісної продукції [8].

Окрім технічного контролю, значну роль у забезпеченні якості продукції відіграє навчання персоналу, який відповідає за приймання, облік, зберігання та реалізацію товарів. Працівники роздрібною торгівлі мають володіти актуальними знаннями щодо методів оцінки якості продукції,

особливостей маркування, термінів придатності, а також умов зберігання та транспортування товарів різних категорій. Регулярне підвищення кваліфікації персоналу дозволяє мінімізувати ризики реалізації неякісної продукції та забезпечує високий рівень сервісу.

Заслужує уваги той факт, що сучасні торговельні мережі активно застосовують автоматизацію процесів контролю якості, яка передбачає використання штучного інтелекту (ШІ) та аналітичних систем для моніторингу відгуків споживачів, оцінки товарного асортименту та прогнозування можливих ризиків. Наприклад, роздрібні мережі аналізують дані про повернення товарів, скарги покупців та динаміку продажів, щоб визначити продукцію, яка не відповідає очікуванням споживачів.

На практиці ефективність впровадження СУЯ підтверджується діяльністю провідних торговельних мереж, таких як АТБ, Сільпо, METRO, які активно застосовують сучасні методи контролю якості. Це дозволяє їм мінімізувати ризики реалізації неякісної продукції, підвищити рівень довіри споживачів та зміцнити свою конкурентну позицію на ринку.

Що стосується використання сучасних цифрових технологій у забезпеченні високого рівня якості товарів у роздрібній торгівлі, то одним із важливих напрямів цифровізації є впровадження Інтернету речей (IoT), що дозволяє здійснювати моніторинг умов зберігання товарів у режимі реального часу. Спеціальні датчики, розташовані в складських приміщеннях і транспортних засобах, вимірюють температуру, вологість та інші параметри, що впливають на якість продукції. Завдяки цьому можна миттєво виявити порушення умов зберігання та вжити необхідних заходів.

Також значну роль у контролі якості відіграє Big Data та аналітика, які дозволяють прогнозувати попит на товари, аналізувати споживчі переваги та відстежувати тенденції у сфері якості продукції. Використання великих даних допомагає торговельним мережам своєчасно коригувати товарний асортимент та підвищувати рівень задоволеності клієнтів.

Автоматизація контролю якості також включає використання штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання, які забезпечують швидку і точну перевірку відповідності продукції стандартам. ШІ аналізує дані про продукцію, виявляє можливі порушення та прогнозує потенційні ризики, що дозволяє запобігти потраплянню неякісних товарів на ринок.

**Висновки.** У результаті дослідження встановлено, що система управління якою є важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності товарів у роздрібній торгівлі, після чого вона впливає на довіру споживачів, знижує ризики реалізації

неякісної продукції та забезпечує ефективність управлінських процесів. Впровадження міжнародних стандартів забезпечує відповідність встановленим нормам і стандартам безпеки, що є критерієм вибору для покупців. Дослідження також підтвердило, що споживча привабливість товарів залежить не лише від їхніх фізичних характеристик, а й від прозорості виробничих процесів, маркування, інформаційної відкритості та репутації бренду. Важливу роль відіграють цифрові технології, зокрема IoT, Big Data, штучний інтелект та блокчейн, які підвищують ефективність контролю, забезпечують прозорість логістичних процесів та мінімізують ризики фальсифікації товарів. Отже, подальший розвиток системи управління якістю в роздрібній торгівлі повинен базуватися на інтеграції сучасних технологій, удосконаленні механізмів сертифікації та підвищенні рівня довіри споживачів до продукції.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Управління якістю товарів: навч. посіб. / А.М. Одарченко, Д.М. Одарченко, М.С. Одарченко, О.О. Лісниченко, Я.М. Черненко. Харків: ХДУХТ, 2018. 270 с.
2. Короленко О., Поліщук І., Кутова Н. Ефективність системи управління якістю в товарознавстві для підвищення рентабельності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 69. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-19>
3. Лозова Т. М. Сучасні аспекти управління якістю товарів. *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 35. С. 30-38.
4. Баєва О. Теоретичні основи формування системи управління якістю на підприємстві. *Економічний простір*. 2024. Вип. 190. С. 132-135. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-25>
5. Майданович В. В. Теоретичні основи визначення поняття управління якістю на підприємстві в сучасних умовах. *Економічна наука*. 2024. № 15. С. 183-187.
6. Шереметинська О. В., Захарченко А. А. Формування системи якості підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип. 1 (24). С. 140-145.
7. Корюгін, А. В., Шпатакова, О. Л. Економічні проблеми якості продукції на сучасному етапі. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 2024. № 12. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-04-04>
8. Розвиток економіки України в контексті активізації підприємницької діяльності: колективна монографія / за редакцією Н.С. Танклевської. Херсон: 2018. 197 с.

#### REFERENCES:

1. Odarchenko A.M., Odarchenko D.M., Odarchenko M.S., Lisnichenko O.O., Chernenko Ya.M. (2018) *Upravlinnia yakistiu tovariv: navchalnyi posibnyk* [Quality Management of Goods]. Kharkiv: KhDUKht, 270 p. (inUkrainian)
2. Korolenko O., Polishchuk I., Kutova N. (2024) *Efektivnist systemy upravlinnia yakistiu v tovaroznavstvi dlia pidvyshchennia rentabelnosti pidpriemstva*. [Effectiveness of the Quality Management System in Commodity Science for Increasing Enterprise Profitability]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 69. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-19>. (inUkrainian)
3. Lozova T.M. (2023). *Suchasni aspekty upravlinnia yakistiu tovariv* [Modern Aspects of Quality Management of Goods]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia*, no. 35, pp. 30-38. [in Ukrainian].
4. Baieva O. (2024) *Teoretychni osnovy formuvannia systemy upravlinnia yakistiu na pidpriemstvi* [Theoretical Foundations of Quality Management System Formation in an Enterprise]. *Ekonomichnyi prostir*, no.190, pp. 132-135. [in Ukrainian].
5. Maidanovych V.V. (2024) *Teoretychni osnovy vyznachennia poniattia upravlinnia yakistiu na pidpriemstvi v suchasnykh umovakh* [Theoretical foundations for defining the concept of quality management in an enterprise under modern conditions]. *Ekonomichna nauka*, no. 15, pp. 183-187. [in Ukrainian].
6. Sheremetyns'ka O.V., Zakharchenko A.A. (2021) *Formuvannia systemy yakosti pidpriemstva* [Formation of the company's quality system]. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk*, vol. 1 (24), pp. 140-145. [in Ukrainian].
7. Koriuhin, A. V., Shpatakova, O. L. (2024) *Ekonomichni problemy yakosti produktsii na suchasnomu etapi* [Economic problems of product quality at the present stage]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Serii: ekonomika ta upravlinnia*, no. 12. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-04-048>
8. *Rozvytok ekonomiky Ukrainy v konteksti aktyvizatsii pidpriemnytskoi diialnosti: kolektyvna monohrafiia* (2018) [The development of Ukraine's economy in the context of entrepreneurial activity activation: collective monograph]. In N.S. Tanklevskoi. Kherson, 197 p.