

УДК 35:005.658.56(07)

**Зось-Кіор М.В.***доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри менеджменту і логістики  
Полтавського національного технічного університету  
імені Юрія Кондратюка***Германенко О.М.***кандидат економічних наук, доцент,  
декан біолого-технологічного факультету  
Луганського національного аграрного університету***Іщенко К.І.***магістрант  
Полтавського національного технічного університету  
імені Юрія Кондратюка*

## СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

### АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена сучасним аспектам управління якістю продукції в умовах динамічного середовища. Узагальнено показники, що характеризують систему управління якістю на підприємствах. Розглянуто актуальні проблеми виробництва продукції з якістю на рівні міжнародних стандартів. Обґрунтовано необхідність створення на підприємствах ефективної системи управління якістю продукції та її контролю. Визначено високу ймовірність впливу використання соціальних мереж щодо поширення інформації про якість товарів серед споживачів.

**Ключові слова:** управління, якість продукції, системи контролю, стандартизація, сертифікація.

### АННОТАЦИЯ

Статья посвящена современным аспектам управления качеством продукции в условиях динамичной среды. Обобщены показатели, характеризующие систему управления качеством на предприятиях. Рассмотрены актуальные проблемы производства продукции с качеством на уровне международных стандартов. Обоснована необходимость создания на предприятиях эффективной системы управления качеством продукции и ее контроля. Определена высокая вероятность влияния использования социальных сетей касательно распространения информации о качестве товаров среди потребителей.

**Ключевые слова:** управление, качество продукции, системы контроля, стандартизация, сертификация.

### ANNOTATION

The article is concerned with modern aspects of product quality management (control) under the conditions of dynamic environment. There have been generalized the indicators characterizing the quality management system at the enterprises. This paper presents topical issues of manufacturing products with the quality at the level of international standards. The necessity of creating an effective managerial system and the system of product quality control at enterprises has been substantiated. The article determines high probability of the influence, exercised by the usage of social networking services as for dissemination of information about the quality of goods among consumers.

**Key words:** product quality, product quality management, product quality control systems, standardization, certification.

**Постановка проблеми.** З моменту виникнення людства та поступового його розвитку виробнича діяльність як окремих домогосподарств, так і підприємств стає основою розвитку і життєзабезпечення суспільства. Виробнича діяльність є множиною дій, спрямованих на перетворення предметів праці на готову продукцію за допомогою засобів праці. Так, під час виробництва вхідні елементи (сировина, матеріали)

за допомогою використання різноманітних пристроїв, устаткування та операцій змінюють свою форму, склад, властивості, в результаті чого підприємство отримує готову продукцію. Однак з кожним роком все менше значення має просте забезпечення обсягів виробництва. Лише виготовлення високоякісної продукції є необхідною умовою виживання на ринку, утримання лідерських позицій в галузі та високої конкурентоспроможності, а також здатності задовольнити всі вимоги споживачів. Саме тому дослідження аспектів управління якістю продукції в умовах динамічного середовища вибрано темою статті. Актуальність статті виражається в тому, що за змінних умов продукція неналежної якості не знаходитиме свого споживача. Адже клієнтоорієнтований підхід сучасних підприємств виключає виробництво неякісних товарів та надання неякісних послуг, а перш за все націлений на задоволення поточних та перспективних потреб споживачів за рахунок випуску високоякісної конкурентоспроможної продукції. Саме тому зростає важливість наявності систем контролю якості продукції на підприємствах та кваліфікованого управління цими процесами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Якість продукції – це сукупність властивостей, що зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до призначення [1]. Під властивістю продукції розуміють деяку особливість, що виявляється під час виготовлення, використання або споживання товару. Ефективне управління якістю приводить до сталого скорочення витрат і полегшує розроблення першокласних якісних продуктів з високим ступенем задоволеності клієнтів.

Однією з основних складових управління якістю продукції є її контроль. Контроль якості продукції – це встановлення відповідності виробів та процесів вимогам нормативно-технічної документації, зразкам-еталонам; інформація про стан виробничого процесу та дотримання його безперерійності; захист організації від закупівлі неякісної сировини; виявлення браку

на ранніх етапах виробництва; запобігання виробництву недоброякісної продукції [2].

Система контролю якості продукції – це сукупність методів і засобів контролю та регулювання компонентів зовнішнього середовища, які визначають рівень якості продукції на стадіях маркетингу, НДДКР та виробництва, а також технічного контролю на всіх стадіях виробничого процесу (рис. 1).

Система контролю якості продукції є наявністю зв'язків між об'єктами та суб'єктами контролю, що використовують різноманітні методи й засоби оцінювання якості продукції та послуг, а також передбачає ранню діагностику браку та недопущення виготовлення неякісної продукції на всіх етапах життєвого циклу товарів.

Проблемами дослідження якості продукції та її значення для суспільства займалися багато вчених, які зробили значний внесок у розвиток цього напрямку. Серед них можна виділити таких, як І. Бабій, О. Біленький, А. Білоусова, Е. Гвіздова, Ф. Горбонос, В. Гриньова, Я. Завадські, О. Іванілов, С. Ілляшенко, Г. Капінос, Н. Кортельова, Н. Криковцева, А. Кубелакова, В. Мілаш, Н. Павленчик, А. Павленчик, Р. Пафель, О. Полінкевич, М. Салун, Л. Саркісян, В. Светлікова, Т. Сікора, К. Тек, Г. Цимбалюк, Г. Черевно, А. Шатанова, М. Шугрова, П. Шедік.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** За недовговічності майже будь-якого бізнесу, непередбачуваності, складності та неоднозначності (VUCA – volatile, uncertain, complex, ambiguous) оцінювати систему управління якістю продукції щодо поточних потреб споживачів вже недостатньо. Те, що сьогодні допомагає забезпечити достатні обсяги продажу, завтра, якщо змінюється кон'юнктура або стратегія компанії, може суттєво знизити ефективність її функціонування. Без планування превентивних дій неможливо сформулювати сучасну систему управління якістю.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є дослідження аспектів функціонування систем управління якістю продукції в умовах динамічного зовнішнього середовища.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ефективна система управління якістю продукції забезпечує діагностику виготовлення якісних виробів від найвищого рівня управління та прийняття управлінських рішень до випуску та експлуатації продукції, а також її сервісу.

Об'єктами управління якістю продукції є сукупність елементів, які є петлею якості. Під петлею якості розуміють життєвий цикл продукції, який зображений за допомогою кільця (рис. 2).

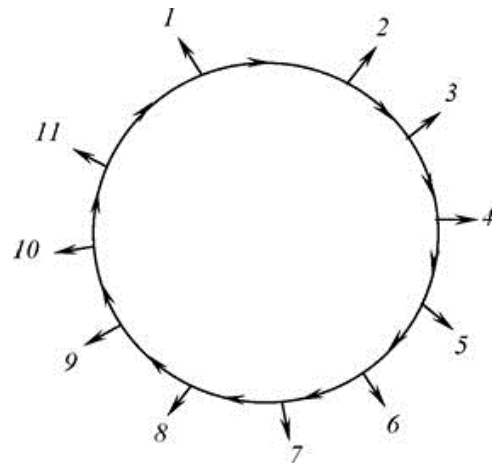


Рис. 2. Модель петлі якості

Розглянемо детально елементи петлі якості: 1 – маркетинг, аналіз ринку; 2 – проектування та розроблення технічних вимог до продукції; 3 – матеріально-технічне постачання; 4 – підготовка й розроблення виробничих процесів; 5 – виробництво; 6 – контроль та іспити; 7 – упакування та збереження; 8 – реалізація та розподіл; 9 – монтаж та експлуатація; 10 – технічна допомога в обслуговуванні; 11 – утилізація [4].

Петля якості дає змогу встановлювати взаємозв'язок між підприємством, що виготовляє продукцію, та кінцевим споживачем, а також з усіма елементами системи управління якістю, що гарантують виготовлення безпечної та якісної продукції.

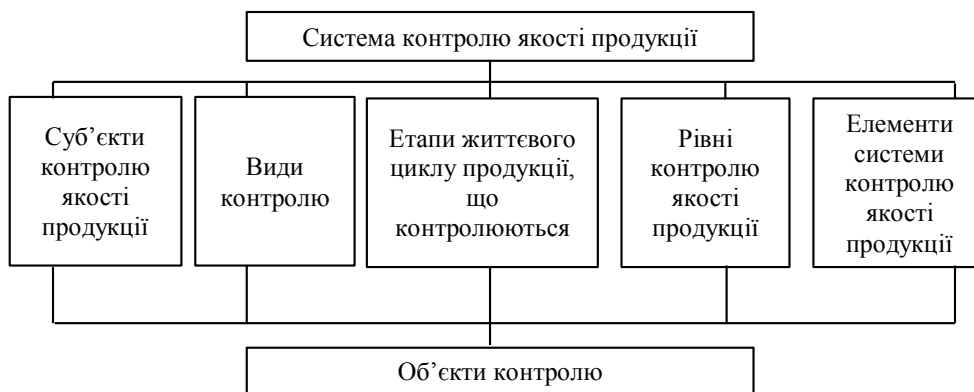


Рис. 1. Загальний вигляд структурно-функціональної моделі системи контролю якості продукції [3]

Загалом необхідність контролю якості важлива як для виробника, так і для споживача. Щодо важливості для споживачів необхідно відзначити, що споживана продукція прямо впливає на безпеку для клієнта підприємства. Від того, чи надійною та безпечною буде продукція, залежить не тільки рівень задоволеності, але й життя людини. Так, наприклад, якщо брати галузь харчових технологій, то спожита неякісна продукція може призвести до харчового отруєння, анафілактичного шоку та смерті. Такі ж сумні наслідки можна виокремити і в галузі машинобудування, хімічної, фармацевтичної промисловості тощо.

В аспекті важливості для виробників необхідно відзначити, що виготовлена продукція прямо впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку. Адже споживачі, які хоча б один раз отримали неякісну послугу або купили неякісний товар, більше не виберуть цього виробника. Окрім того, аналізуючи проблеми взаємодії громадськості в Інтернеті [5], можемо дійти висновку, що імідж підприємства буде значно підірваний, оскільки розголошення про недовіру до виробника в час інформатизації суспільства набуває значних обертів. Для цього не потрібно мати безліч знайомств, а досить хоча б одного разу опублікувати звернення у соціальних мережах, і тоді про неякісний товар дізнаються всі. За результатами особистих спостережень та статистичних даних більше 80% людей проводять багато часу у соціальних мережах, 50% з яких підписані на різноманітних блогерів, які постійно рекламують або антире-

кламують різноманітні товари. Досить одного разу відправити фотографії наслідків неякісної продукції, і завдяки розголошенню по соціальних мережах про це дізнаються тисячі, а то й мільйони людей. Саме тому для підприємств головною умовою виживання на рику та зайняття лідерських позицій є виготовлення високоякісної продукції. Для спрощеного розуміння поширення інформації в Інтернеті розроблена схема поширення інформації про незадовільну якість продукції серед споживачів за допомогою соціальних мереж (рис. 3).

Розглянемо умовну ситуацію, коли у одного незадоволеного клієнта в соціальній мережі (наприклад, "Instagram") є 300 друзів, у яких теж є 300 друзів, серед яких 3 відомі блогери, на яких підписано по 200 000 людей. Візьмемо за умову, що тільки 15% звернуть увагу на неякісний товар і відмовляться від його споживання. Таким чином, кількість клієнтів, що відмовляться від цього виробника, зростатиме в геометричній прогресії (1):

$$HC = (1 \times 300 \times 3 \times 200000) \times 15\%, \quad (1)$$

де HC – незадоволені споживачі, що з'явилися за рахунок антиреклами;

1 – перший незадоволений клієнт;

300 – кількість друзів у соціальній мережі незадоволеного споживача;

3 – кількість блогерів, на яких підписані споживач і його друзі;

200 тис. – кількість підписаних людей на кожного блогера;

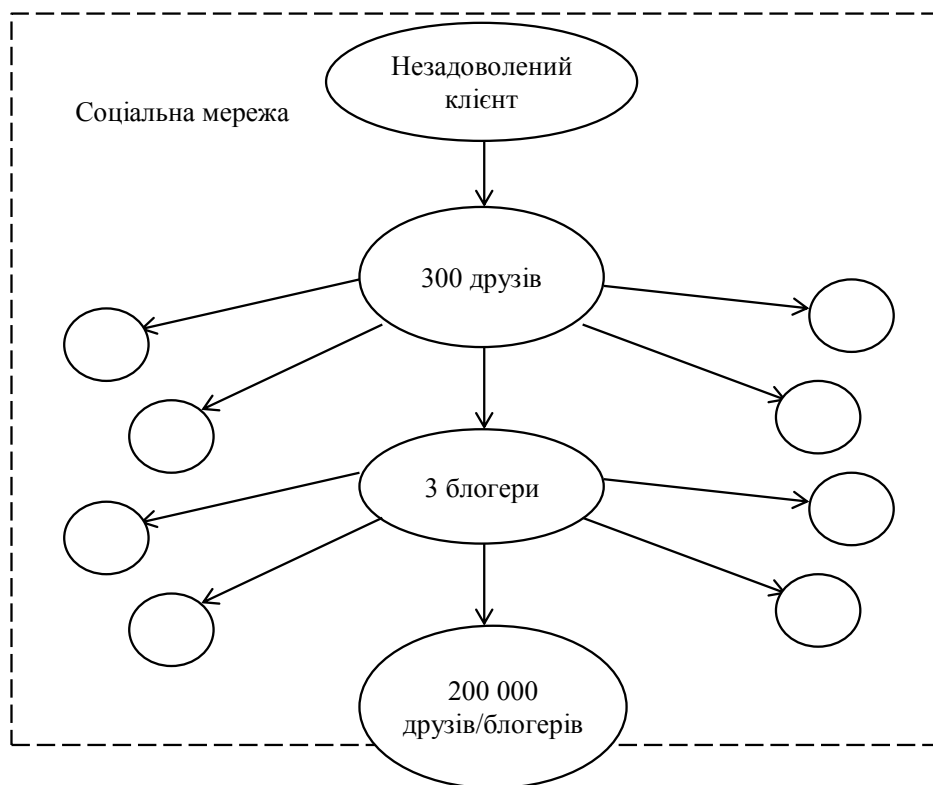


Рис. 3. Спрощена модель поширення інформації у соціальних мережах про незадовільну якість продукції

15% – умовний відсоток людей, що відмовляться від споживання неякісної продукції.

Отже, за умови, що незадоволений споживач виставить фото та відеодокази неякісного товару до соціальної мережі, 15% з його 300 друзів добавлять до себе цю інформацію, 3 блогери також опублікують її, а 15% з 600 тис. підписаних людей також добавлять до себе цю інформацію та відреагують на неї, отримаємо 27 млн. людей, які більше не будуть вибирати цього виробника або порекомендують іншим відмовитись від цього вибору.

Тому для того, щоб розуміти, чи є досконалою виготовлена продукція, необхідно оцінити показники її якості. Оцінювання рівня якості продукції включає сукупність процесів, які передбачають вибір показників якості, що будуть досліджуватись; визначення точних значень цих показників; порівняння їх з еталонними або базовими. Показники, за якими відбувається такий контроль, є досить різними, тому розглянемо їх детальніше. Так, для оцінювання якості продукції всі промислові товари поділяються на такі класи: продукція, що витрачається під час використання, і продукція, що витрачає свій ресурс.

Важливим аспектом оцінювання якості товарів є діагностика рівня її якості. Рівень якості продукції – це відносна характеристика її якості, що базується на зіставленні значень показників якості оцінюваної продукції з базовими значеннями відповідних показників [6]. Базовим показником може бути еталонний зразок, дані про якість якого є достовірними, а також рівень якості, який був у минулому періоді або визначений експериментальним шляхом. Рівень якості продукції обчислюється за допомогою формули (2):

$$Q_i = \frac{P_i}{P_{oi}}, \quad (2)$$

де  $Q_i$  – рівень якості продукції;

$P_i$  – значення показника якості оцінюваної продукції;

$P_{oi}$  – значення базового показника;

$i$  – кількість показників якості, що оцінюються.

Для оцінювання випуску продукції, яка не відповідає вимогам якості (наявність браку), використовують індекс дефектності. Індекс дефектності є комплексним показником якості продукції, що є різномірною, і становить середній зважений коефіцієнт дефектності (середня зважена кількість дефектів, що припадають на одиницю продукції). Індекс дефектності продукції обчислюється за допомогою формули (3):

$$I_d = \sum_{i=1}^i B_i Q_i, \quad (3)$$

де  $B_i$  – коефіцієнт вагомості  $i$ -го виду продукції;

$Q_i$  – коефіцієнт дефектності продукції.

За допомогою індексу дефектності мас-мо змогу проаналізувати те, наскільки якісно

функціонують виробництво та відділ контролю якості на підприємстві. Так, протягом декількох періодів можна відстежити динаміку виробництва продукції з дефектами (невідповідність, пов'язана з передбачуваним або встановленим використанням [7]), і вже на основі цих даних приймати ефективне управлінське рішення.

Необхідними аспектами процесу управління якістю продукції є стандартизація та сертифікація.

Стандартизація продукції – діяльність, що полягає в установленні положень для загального та неодноразового використання щодо наявних чи потенційних завдань і спрямована на досягнення оптимального ступеня впорядкованості в певній сфері [8].

Стандартизація продукції буває декількох видів. Так, виділяють міжнародну, галузеву, національну стандартизацію. Якщо підприємство сертифіковано міжнародним стандартом якості, то національний стандарт, що прийнятий у країні, не повинен суперечити міжнародному. В разі виникнення спірних моментів дотримання вимог міжнародного стандарту є пріоритетним.

Для підприємств дотримання стандартів є необхідним, адже фактично стандарт – це еталонний зразок найвищої якості, а будь-які дефекти зумовлюють виготовлення неякісної продукції. Задля гарантування безпеки людей держава розробляє стандарти, які є обов'язковими для виконання їх вимог. До такої продукції, що підлягає обов'язковому дотриманню стандартів, відносять товари та їх параметри, що потенційно можуть бути небезпечними для життя й здоров'я людей, а також їх майна.

Коли для певного виду продукції не розроблені галузеві чи національні стандарти, виробники можуть орієнтуватись на вимоги технічних умов. Технічні умови регулюють відносини між споживачем продукції та підприємством-виробником. Технічні умови, наприклад, застосовуються до нових видів продукції, що пройшла випробування та планується до запуску у виробництво.

Національна система стандартів передбачає вимоги, за якими суб'єкти господарювання незалежно від форм їх власності дотримувались вимог стандартів на всіх стадіях життєвого циклу товарів.

Згідно зі стандартом ISO 9001 останнім часом великого поширення набуває процесний підхід у сфері управління якістю продукції (рис. 4). Він передбачає орієнтацію підприємства на вимоги замовника, бездефектне виробництво якісної продукції, тотальний контроль за якістю, постійне поліпшення всіх управлінських та виробничих процесів.

Процесний підхід складається з декількох етапів «Плануй – Виконуй – Перевірй – Дій» («Plan – Do – Check – Act (PDCA)») [9]. «Плануй» є цілепокладанням та визначенням процесів, необхідних для досягнення встановле-

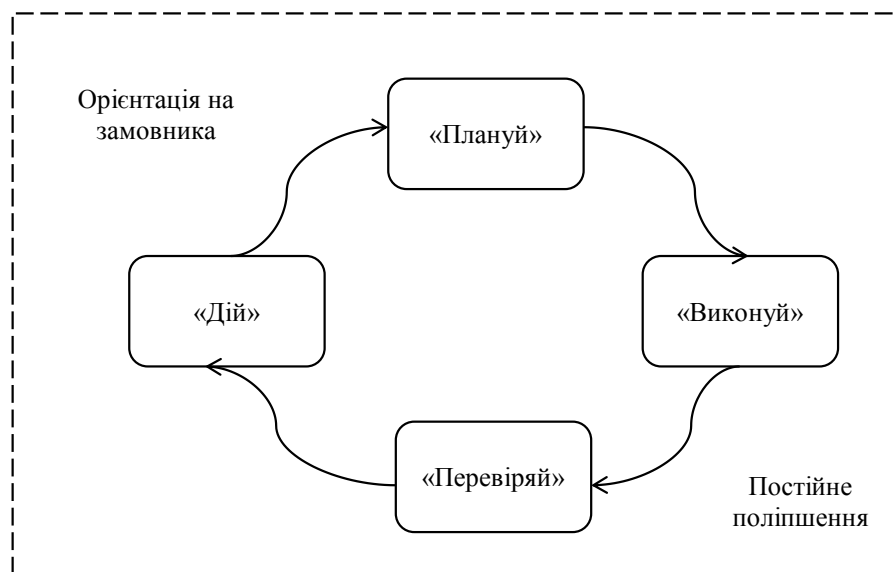


Рис. 4. Процесний підхід у сфері управління якістю

них результатів, орієнтованих на задоволення замовників. «Виконуй» передбачає виконання необхідних дій та процесів. «Перевірйай» передбачає наявність контролю й аудиту продукції та процесів, а також складання звіту за результатами. «Дій» орієнтується на постійне поліпшення процесів та виробництво готової продукції.

Ще одним важливим елементом управління якістю продукцію в динамічному середовищі є сертифікація. Сертифікація – це один зі способів підтвердження відповідності продукції висунутим вимогам або оцінювання продукції щодо її відповідності вимогам стандарту [10].

Сертифікація гарантує неушкодженість та надійність продукції для замовника, а також екологічність виробництва стосовно зовнішнього оточення. Наявність сертифіката спрощує можливість залучення суб'єктів господарювання до міжнародної співпраці [11; 12].

У ситуації VUCA виготовлення якісної продукції дає можливість стабілізації динамічності зовнішнього середовища [13–15]. Динамічність зовнішнього оточення підприємств полягає у швидкості, з якою відбуваються зміни зовні, передбачити які часом буває неможливо. Саме тому за будь-яких змін у політичній, культурній чи економічній ситуації в країні постачання на ринок якісних товарів стає запорукою успіху та виживання організації в невизначеному та мінливому середовищі.

**Висновки.** Для забезпечення конкурентоспроможності на ринку, а також гарантування замовнику задоволеності його вимог підприємствам необхідно виготовляти лише якісну продукцію, яка спирається на виконання вимог стандартів. Забезпечити виготовлення відповідної продукції можна завдяки впровадженню на підприємствах ефективної системи управління та контролю якості. Система контролю якості продукції покликана підвищити рівень якості продукції на підприємстві за рахунок аналізу

показників якості, зіставлення їх з еталонними зразками, встановлення вимог стандартів та дотримання їх, орієнтації на вимоги замовника та постійного поліпшення виробничих та управлінських процесів. Адже дані про виробництво неякісної продукції в інформаційному суспільстві поширюються досить швидко за рахунок масштабного використання соціальних мереж. Ефективна система управління якістю продукції на підприємстві здатна забезпечити високу конкурентоспроможність організації навіть у невизначеному, мінливому, динамічному середовищі.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Іванілов О. Економіка підприємства: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 728 с.
2. Капінос Г., Бабій І. Операційний менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 352 с.
3. Гриньова В., Салун М. Організація виробництва: підручник. Київ: Знання, 2009. 582 с.
4. Криковцева Н., Саркісян Л., Біленький О., Кортельова Н. Маркетингова товарна політика: підручник / за ред. Н. Криковцевої. Київ: Знання, 2012. 183 с.
5. Завадскі Я., Шатанова А., Гвіздова Е. Управління зв'язками з громадськістю в середовищі Інтернет. Економічний часопис – XXI. 2017. № 165 (5–6). С. 124–127.
6. Ілляшенко С. Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком: монографія. Суми: ТОВ Друкарський дім «Папірус», 2011. 644 с.
7. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2015, IDT).
8. Мілаш В. Господарське право: навч. посіб. Харків: Право, 2015. 328 с.
9. ДСТУ ISO 9001:2015 Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2015, IDT).
10. Горбонос Ф., Червено Г., Павленчик Н., Павленчик А. Економіка підприємств: підручник. Київ: Знання, 2010. 463 с.
11. Пафель Р., Сікора Т. Регулювання безпечності споживання продукції на основі нормативно-правових актів України. Організація і управління. 2012. № 4 (118). С. 8–12.

12. Білоусова А., Тек К. Сертифікація туристичних послуг в Україні. *Економіка і регіон*. 2017. № 6 (67). С. 109–113.
13. Полінкевич О. Чинники формування випереджального розвитку підприємств в умовах глобальної світової кризи. *Економічний часопис – XXI*. 2016. № 156 (1–2). С. 59–62.
14. Цимбалюк Г. Ключові аспекти системи управління якістю продукції на етапах її виробництва. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 1 (29). С. 129–134.
15. Шугрова М., Шедік П., Кубелакова А., Светлікова В. Вплив якості продукції на задоволеність споживачів і корпоративний бренд. *Економічний часопис – XXI*. 2017. № 165 (5–6). С. 133–137.
6. Illiashenko S. (2011) Problemy i perspektyvy rynkovo-orientoivanoho upravlinnia innovatsiinym rozvytkom [Problems and prospects of a market-oriented management of innovation development], TOV Drukarskyi dim "Papirus", Sumy, Ukraine.
7. DSTU ISO 9000: 2015 Quality management systems. Basic Terms and Glossary (ISO 9000:2015, IDT).
8. Milash V. (2015) Hospodarske pravo [Economic law], Pravo, Kharkiv, Ukraine.
9. DSTU ISO 9001: 2015 Quality management systems. Requirements (ISO 9001:2015, IDT).
10. Horbonos F., Cherevno H., Pavlenchuk N., Pavlenchuk A. (2010) *Ekonomika pidpriemstv* [Business Economics], Znannia, Kyiv, Ukraine.
11. Pafel R., Sikora T. (2012) "Regulation of safety of consumption of products on the basis of normative legal acts of Ukraine", *Organization and management*, no. 4 (118), pp. 8–12.
12. Belousova A., Tek K. (2017) "Certification of travel services in Ukraine", *Economy and region*, no. 6 (67), pp. 109–113.
13. Polinkevich O. (2016) "Factors of the formation of advanced development of enterprises in the conditions of global global crisis", *Economic Annals – XXI*, no. 156 (1–2), pp. 59–62.
14. Tsimbalyuk G. (2017) "Key aspects of the quality management system at the stages of its production", *Economics: realities of time*, no. 1 (29), pp. 129–134.
15. Shugrova M., Sheydyk P., Kubelakova A., Svetlikova V. (2017) "Effect of product quality on consumer satisfaction and corporate brand", *Economic Annals – XXI*, no. 165 (5–6), pp. 133–137.

---

**REFERENCES:**

1. Ivanilov O. (2009) *Ekonomika pidpriemstva* [The economy of the enterprise], Tsentri uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
2. Kapinos H., Babii I. (2013) *Operatsiyni menedzhment* [Operational Management], Tsentri uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
3. Hrynova V., Salun M. (2009) *Orhanizatsiia vyrobnytstva* [Organization of production], Znannia, Kyiv, Ukraine.
4. Krykovtseva N., Sarkisian L., Bilenkyi O., Kortielova N. (2012) *Marketynhova tovarna polityka* [Marketing Commodity Policy], Znannia, Kyiv, Ukraine.
5. Zavadsky Y., Shatanova A., Gvizdova E. (2017) "Public relations management in the Internet environment", *Economic Annals – XXI*, no. 165 (5–6), pp. 124–127.

**Zos-Kior M.V.**

*Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Professor at Department of Management and Logistics,  
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University*

**Hermanenko O.M.**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Dean of Faculty of Biotechnology  
Lugansk National Agrarian University, Kharkiv*

**Ishchenko K.I.**

*Graduate Student,  
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University*

## **MODERN ASPECTS OF PRODUCT QUALITY MANAGEMENT UNDER THE CONDITIONS OF DYNAMIC ENVIRONMENT**

The article considers the customer-oriented approach of modern national enterprises, which excludes the production of poor-quality goods and the provision of poor-quality services. This approach is basically aimed at the total satisfaction of current and future needs of standing and prospective consumers through the production of high-quality, competitive products. It is proved in this paper that it is very important to have effective quality control systems at the enterprises, as well as to ensure competent management of these processes. It is determined that the quality control system of products is intended to increase the manufacturing quality level of products at an enterprise based on the quality performance analysis, by comparing these quality indicators with standard samples, by setting out requirements of national and international standards, in particular, of European standards, and by maintaining these standards, through the commitment to customer's requirements and due to continuous improvement of productive and management processes. The authors of the article have proved the necessity of adjusting the quality management system under volatile, uncertain, complex, ambiguous (VUCA) conditions, that is, under the conditions of dynamic outside environment. According to the conclusions, drawn by the authors of this paper, in estimating relationships between the enterprise that manufactures the output and the end-consumer, as well as all the elements of the quality management system that guarantee the manufacture of safe and high-quality products, the quality loop plays an essential role, which is relevant either at B2B and B2C levels, or at the levels of C2C, C2A, B2A, and suchlike. This article presents the main indicators that assess the quality management system at enterprises, in particular, the manufacturing quality level, the defective index of products, etc. The necessity of performing systematic diagnostics of the manufacturing quality level has also been determined on the basis of taking a process approach, which consists of several stages of Plan-Do-Check-Act (PDCA). Such elements of product quality control as standardization and certification are investigated in this paper. It is determined that data on the production of defective products spread rather quickly in the information society due to the large-scale use of social networks. The authors of this article have concluded that an effective system of product quality management at an enterprise can provide high competitiveness of the organization even in uncertain, changing, dynamic environment.