

УДК 658.62

Осипенко Сергей Анатольевич

студент магистратуры
Ростовский государственный университет
путей сообщения
Ростов-на-Дону, Россия
anatol090874@mail.ru

Sergey A. Osipenko

Post-graduate student
Rostov State Transport University
Rostov-on-Don, Russia

**ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ
КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА
ПРЕДПРИЯТИИ**

**LEGAL SUPPORT OF PRODUCT QUALITY
MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE**

Аннотация

В статье рассмотрены основные механизмы по обеспечению качества продукции. Выявлены основные способы, подтверждения соответствия товаров и услуг установленным государственным стандартам: сертификация и маркировка продукции специальными знаками. Определены правовые аспекты в отношении контроля за качеством продукции. Приведены основные нормативно-правовые акты, регулирующие данную сферу.

Ключевые слова:

качество продукции, управление качеством, сертификация, правовое регулирование

Abstract

This article discusses the main mechanisms for ensuring product quality. The main ways of confirming the compliance of goods and services with established state standards have been identified: certification and labeling of products with special marks. The legal aspects of product quality control are defined. The main normative legal acts regulating this area are given.

Keywords:

product quality, quality management, certification, legal regulation

Качество продукции считается ключевым аспектом на рынке товарооборота. Улучшение характеристик продукции существенно влияет на стабильное положение производителя в конкурентной среде. Одним из основных критериев, определяющих рыночную стратегию и позиционирование продукта, является соотношение цены и качества. Важным элементом этого процесса является соблюдение необходимых стандартов и норм в процессе производства. Качество продукта формируется под воздействием сложной системы различных факторов: экономических, организационных, технических и правовых. Поэтому необходимо обеспечить комплексное воздействие на качество продукции.

Устанавливая контроль за качеством товаров, организация должна учитывать ключевые требования к производственным процессам и гарантировать необходимый уровень качества продукции. Управление качеством продукции включает в себя ряд систематически реализуемых мероприятий, направленных на улучшение потребительских характеристик продукции. Это касается планирования качества, правового регулирования, а также использования экономических и организационных

средств воздействия на потребительские свойства, таких как сертификация и государственная стандартизация продукции, а также контроль за качеством, организацию социалистического соревнования за высокий технический уровень и качество продукции.

Качество продукции регулируется правовыми нормами, которые устанавливают правила взаимодействия между различными предприятиями, государственными органами и общественностью относительно потребительских характеристик товаров. Ключевыми законодательными актами, относящимися к этой области, являются Конституция Российской Федерации [1], Гражданский кодекс, Федеральный закон "О защите прав потребителей", Федеральный закон "О качестве пищевых продуктов", Федеральный закон "О техническом регулировании". Существуют также другие нормативные документы федерального, регионального и муниципального уровней, которые играют важную роль в обеспечении защиты прав потребителей и установлении стандартов качества. Эти факты формируют правовую основу для защиты интересов граждан и предпринимателей, способствуя созданию справедливых условий на рынке товаров и услуг.

Наиболее распространенным методом оценки качества товаров является ознакомление покупателей с соответствующими стандартами. Такой подход активно применяется как на национальном, так и на международном уровне торговли. В современных условиях стандартизация выступает в качестве ведущего метода управления качеством продукции. Контроль качества осуществляется в соответствии с международными, государственными и отраслевыми стандартами, а также нормами, установленными самими предприятиями [2]. В Российской Федерации создана государственная система менеджмента качества, разработанная с учетом международных стандартов системы качества, таких как ISO 9000.

Международные стандарты ISO 9000 предоставляют потребителям возможность более активно влиять на качество товаров. Они создают правовую базу, которая предусматривает активное участие потребителя на этапе производства [3]. Эти стандарты включают в себя пять ключевых моделей (MS ISO 9000 - MS ISO 9004) системы менеджмента качества, которые определяют основные требования к разработке унифицированных программ менеджмента качества, как в промышленности, так и в сфере услуг.

Международные стандарты серии ISO 9000:2000 основаны на восьми ключевых принципах управления качеством:

1. Ориентация на потребности клиентов.
2. Руководящая роль руководства.
3. Активное участие сотрудников.
4. Процессный подход.
5. Системный подход к управлению.
6. Постоянное совершенствование.
7. Принятие решений на основе объективных данных.
8. Взаимовыгодные партнерские отношения с поставщиками.

Для успешной координации качества продукции важно не только четко определить объект управления, но и точно определить категории управления. Это означает, что необходимо выявить явления, которые помогут лучше понять и оптимизировать весь процесс.

Нормы и стандарты для организаций создаются самой организацией и утверждаются соответствующими вышестоящими органами. Компания вправе требовать от других хозяйствующих субъектов соблюдения требований стандартизации, если это прописано в заключенном с ними договоре.

В рамках рыночной экономики законодательство Российской Федерации предоставляет предприятиям право самостоятельно выходить на международные рынки. У таких компаний могут возникнуть трудности при оценке качества их продукции, которая основывается на критериях соответствия государственным стандартам.

Существует два способа подтверждения соответствия товаров и услуг установленным государственным стандартам: сертификация и маркировка продукции специальными знаками, указывающими на соответствие государственным стандартам. Процесс маркировки любого товара определяется соответствующим Государственным стандартом или Техническими условиями (ТУ). Основные требования к маркировке разнообразны и имеют свои особенности. Нормативные требования варьируются в зависимости от типа маркировки, которая наносится на продукт (или его упаковку), будь то промышленная, коммерческая, транспортная, специальная и т.д. Общие критерии маркировки включают надежность, наглядность и достаточность

информации. Эти требования определяются федеральными нормативными актами, касающимися продажи как непроизводственной, так и готовой продукции.

Продукция маркируется знаком, подтверждающим ее соответствие государственным стандартам. Это зарегистрированный символ, который, согласно установленным правилам системы сертификации, указывает на то, что продукция соответствует определенным требованиям [4]. Данный знак выдается организацией, имеющей лицензию, полученную в порядке, установленном Госстандартом РФ. Компании, которые смогли получить такие лицензии, а также товары и услуги, соответствующие данному знаку, вносятся в специальный государственный реестр.

Сертификация и декларирование соответствия продукции играют важную роль в системе государственного контроля за качеством. Федеральный закон от 27 декабря 2002 года № 184-ФЗ "О техническом регулировании" служит правовой основой, как для обязательной, так и для добровольной сертификации продукции в России [5]. Этот закон также четко определяет права, обязанности и ответственность сторон, участвующие в процессе сертификации.

Несоблюдение законодательства, связанное с отсутствием необходимых разрешительных документов на товары, влечет за собой меры административной ответственности. Это подтверждается статьями 4 и 7 Закона "О защите прав потребителей" [6]. Без сертификата или декларации о соответствии, которые должны подтверждать безопасность продукции в процессе обязательной сертификации или декларирования, легальный выход такой продукции на рынок становится невозможным.

Для эффективной организации системы менеджмента качества продукции чрезвычайно важно четко определить объект управления и установить четкие категории управления, которые помогут лучше понять и структурировать производственный процесс. Обычно в качестве объекта управления выступают такие показатели, как уровень конкурентоспособности, технические характеристики или другие параметры, отражающие качество продукции и производственных процессов.

Участниками производственного процесса и процесса контроля за качеством продукции являются те, кто несет ответственность за достижение и поддержание запланированного уровня качества в соответствии с установленными стандартами и принципами. Основной целью контроля является обеспечение необходимого уровня качества продукции с учетом экономических интересов, как производителя, так и

потребителя, а также соблюдение требований безопасности. Методы и инструменты, используемые для оценки качества продукции, являются средствами, с помощью которых органы управления воздействуют на различные элементы производственного процесса, способствуя достижению и поддержанию запланированного уровня и состояния качества продукции.

Для достижения эффективного взаимодействия между производителем и потребителем необходимо придерживаться следующих механизмов по обеспечению качества продукции.

1. Проверка и всесторонний анализ качества сырья в процессе закупок имеет первостепенное значение. Необходимо приобретать продукцию только у надежных поставщиков, которые имеют необходимые сертификаты на свою продукцию. При этом также следует учитывать требования нормативных документов и соответствие установленным техническим стандартам.

2. Мониторинг и регулирование производственных процессов позволит определить качество материалов в процессе производства. На данном этапе проводится тестирование материалов, их контроль, взятие проб для лабораторных испытаний с целью получения сертификационной и технической документации, подтверждающей соответствие продукции определенной группе качества.

3. Коммуникация с потребителями на этапе реализации. Данный механизм предполагает работу только с проверенной клиентской базой, проведение сделок только после заключения договора, юридическое сопровождение продажи с целью предоставления всей необходимой документации по продукту.

4. Оценка качества обслуживания, анализ ведения продаж, привлечение сотрудников, имеющих квалификацию в части контроля за качеством, а также введение метода «тайный покупатель».

5. Поддержание тесного сотрудничества с органами государственной по контролю качества товаров и услуг (Общество защиты прав потребителей, управление Роспотребнадзора).

6. Формирование базы данных клиентов с хорошей репутацией и установление с ними долгосрочных партнерских отношений.

Применяя вышеуказанные механизмы контроля качества, руководитель производства будет иметь четкое представление о своем продукте, что позволит ему

не только улучшить его, но и надежно защитить себя и организацию от возможных юридических последствий.

Таким образом, вопрос обеспечения качества товаров в настоящее время волнует не только производителей, но и потребителей, которые стремятся приобрести качественный товар. Низкие цены часто вызывают больше недоумения, чем интереса. Для успешного взаимодействия производителей и потребителей необходим эффективный механизм обмена информацией о качестве продукции. Это позволит менеджерам добиваться устойчивого успеха, а товары будут пользоваться стабильным спросом. Кроме того, правовое регулирование в обществе важно для создания надежной правовой системы. Она должна включать структуры и институты, направленные на защиту прав, свобод и законных интересов граждан и других субъектов, установленных применимыми правовыми нормами. Таким образом, обеспечение качества продукции и надежной правовой среды являются ключевыми факторами успешного функционирования рынка.

Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 17.08.2023).

2. Федеральный закон от 02.01.2000 N 29-ФЗ (ред. от 13.07.2020) "О качестве и безопасности пищевых продуктов" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25584/ (дата обращения: 17.08.2023).

3. Огрызков В. М. Правовое регулирование управлением качеством продукции на базе стандартизации в СССР. – В кн. Качество продукции, стандартизация и право. – М. Изд-во стандартов, 1982. – с. 5-19.

4. Швандар В. А., В. П. Панов, Е. М. Купряков. Стандартизация и управление качеством продукции: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 487с.

5. Федеральный закон от 27.12.2002 N 184-ФЗ (ред. от 21.11.2022) "О техническом регулировании" // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/ (дата обращения: 17.08.2024).

6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) "О защите прав потребителей"// КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 17.08.2023).