**НОУ ВПО Центросоюза РФ**

«Сибирский университет потребительской кооперации», г. Новосибирск

проректор по научной работе, В.И. Бакайтис

**Концепция**

**развития деятельности**

**Центра мониторинга качества потребительских товаров**

при НОУ ВПО Центросоюза РФ

«Сибирский университет потребительской кооперации»

Цель разработки концепции **Центра мониторинга качества потребительских товаров** — определение механизмов и ресурсов для реализации деятельности в соответствии с целью и задачами.

**Введение**

Создание «Центра мониторинга качества потребительских товаров» (далее Центр мониторинга) при Сибирском университете потребительской кооперации, с одной стороны, позволит

**университету**:

– выполнять требования ФГОС по обеспечению профессиональных компетенций выпускников и их социальной адаптации;

– включиться в реализацию государственной политики обеспечения качества товаров на региональном потребительском рынке, по средствам информирования потребителей о результатах мониторинга;

**органам государственной исполнительной власти** – осуществлять содействие**:**

– повышению доступности населению качественных и безопасных потребительских товаров;

– решению проблем торговли и потребительского рынка;

– развитию государственно-частного партнерства на потребительском рынке.

**Целью** мониторинга потребительских товаров является информирование потребителей, торговлю, органы государственной исполнительной власти о реальном состоянии качества и безопас­ности товаров, присутствующих на рынке.

**Задачи мониторинга**:

* разработка программы мониторинга, исходя из проблем потребительского рынка;
* системный подход к проведению исследований товаров;
* обеспечение достоверных данных о качестве и безопасности товаров на основе компетентного подхода к их исследованию.

**Основные принципы мониторинга качества и безопасности потребительских товаров**

**–** Независимость

– Компетентность

– Объективность

– Доступность изложения информации для потребителя

Основные принципы обеспечиваются:

– компетентностью кадров Центра мониторинга;

– применением современного оборудования для испытаний;

– использованием стандартизированных или научно обоснованных методик определения показателей.

**НОМЕНКЛАТУРА ИСПЫТУЕМОЙ ПРОДУКЦИИ**

• Хлеб, хлебобулочные, кондитерские, макаронные изделия;   
• Продукция винодельческой, ликеро-водочной, спиртовой, пивоваренной промышленности;   
• Продукция сахарной, консервной, масложировой промышленности;   
• Безалкогольные напитки, минеральная вода промышленного розлива;   
• Крахмалопаточная, чайная, соляная продукция;   
• Пищевые концентраты, пряности;   
• Продукция мясной и птицеперерабатывающей промышленности, яйцепродукты;   
• Продукция молочной и маслосыродельной промышленности;   
• Продукция рыбной промышленности, уловы рыбы;   
• Консервы и пресервы из рыбы и нерыбных объектов промысла;   
• Продукция мукомольно-крупяной промышленности;   
• Зерно и зернобобовые культуры;   
• Масленичные культуры;   
• Свежие овощи, картофель, бахчевые культуры,   
свежие грибы, орехи (кроме семенного и посадочного материала);   
• Продукция пчеловодства   
• Корма;   
• Продукция общественного питания;   
• Биологические активные добавки (БАД)   
• Игрушки   
• Посуда   
• Парфюмерно-косметическая продукция   
• Минеральная и питьевая вода   
• Природная вода (из поверхностных источников, скважин, колодцев);

**ОПРЕДЕЛЯЕМЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ**

• органолептические;   
• физико-химические - все показатели в соответствии с требованиями нормативной документации ;

показатели пищевой ценности;  
• показатели пищевой ценности;

• микробиологические показатели;

• гистологические показатели ;   
• содержание пищевых добавок;

• проведение испытаний с целью подтверждения сроков годности;   
• идентификация ГМИ/ГМО

**1 Предпосылки создания Центра мониторинга качества потребительских товаров**

Предпосылкой создания Центра мониторинга является необходимость реализации государственной политики обеспечения качества и безопасности потребительских товаров на региональном уровне.

Под государственной политикой обеспечения качества потребительских товаров, понимается комплекс мероприятий, направленных на создание условий, обеспечивающих удовлетворение потребностей населения в качественных и безопасных товарах.

Стратегической целью политики является  
насыщение потребительского рынка качественными и безопасными товарами, в том числе местных производителей на основе:

- обеспечения системного контроля качества, в том числе лабораторного;

- обеспечения добросовестной конкуренции между хозяйствующими субъектами;

- повышения престижа местных товаропроизводителей.

Законодательной базой для осуществления независимого мониторинга потребительских товаров служит Федеральный закон «О защите прав потребителей» (ФЗ №2300-1 от 07.02.1992, с изм.), который провозглашает право изучать потребительские свойства продукции, проводить испытания продукции и информировать потребителей.

Торговое сотрудничество регионов в рамках единого таможенного пространства, а также предстоящее вступление России в ВТО предусматривает строгое соблюдение прав потребителей.

Права потребителей признаны мировым сообществом и отражены в различных документах, в том числе:

* «Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей» (расширенные в 1999 году);
* «Хартия защиты потребителей», одобренная в 1973 году ХХV сессией Консультативной Ассамблеи Евросоюза (Резолюция №543);
* Хартия фундаментальных прав Европейского Союза, утвержденная Европейским Парламентом в рамках документа «Независимость, безопасность и правосудие: на повестке дня Европы» в 2005 году.

Реализация потребителями права на информацию и свободный выбор является существенным фактором обеспечения безопасности и качества потребления. Следовательно, широкий доступ к информации о действительных свойствах продукции по результатам независимых исследований становится важным элементом просвещения потребителей.

**2 Механизм реализации деятельности**

Деятельность Центра мониторинга должна быть направлена на осуществление взаимодействия с региональными органами государственной исполнительной власти; организациями, осуществляющими торговлю потребительскими товарами для решения задач:

– содействие потребителям в компетентном выборе товаров;

– выработка рекомендаций по улучшению качества и потребительских свойств товаров;

– подготовка выставок, ярмарок, работы конкурсных комиссий, подтверждающих престиж потребительских товаров и товаропроизводителей;

– освещение в средствах массовой информации вопросов качества и безопасности продуктов питания, реализуемых на потребительском рынке.

– подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров по вопросам контроля качества;  
- обучение руководителей и специалистов организаций малого и среднего бизнеса по вопросам современных технологий производства потребительских товаров, оценки соответствия и управления качеством.

Как свидетельствует практика, охват информацией достаточно большой аудитории потребителей способствует формированию устойчивого спроса граждан на достойную доверия потребительскую информацию. Результаты мониторинга служат для потребителя ориентиром в осуществлении правильного выбора товаров.

Широкий доступ к информации о результатах мониторинга содействует повышению самосознания потребителей:

– формирует доверие потребителей к производителям товаров и конкретным торговым маркам;

– предупреждает потребителей о возможных рисках, служат сигналом для производителей о проблемах качества товаров.

Концепция предусматривает также повышение эффективности взаимодействия между органами исполнительной власти и Центром мониторинга

Среди конкретных шагов взаимодействия в данной сфере –

- анализ результатов исследований;

- представление их в средствах массовой информации для усиления воздействия потребителей на производственную сферу с целью повышения качества и безопасности товаров;

- развитие социального диалога «спрос и предложение».

**3 Финансирование деятельности по мониторингу качества и безопасности товаров**

Источники финансирования программ по мониторингу качества и безопасности потребительских товаров могут быть различными:

– **финансирование со стороны органов государственной власти**, **органов местного самоуправления**, что согласуется с ФЗ «О защите прав потребителей». Практика свидетельствует, что подавляющее количество жалоб и обращений граждан к представителям власти на местах связано с нарушением их законных прав потребителя. Мониторинг качества и безопасности товаров должен стать фактором снижения показателя неудовлетворенности потребителей (количества жалоб и претензий, досудебных и судебных разбирательств потребитель­ских конфликтов), повышения успешности честных производителей и предпринимателей, улучшения взаимоотношений между государством, потребительским сообществом и бизнесом.

– **гранты от отечественных или международных фон­дов**, поддерживающих проведение независимого мониторинга в интересах широкого круга потребителей о знаниях истинных свойств товаров на рынке.

– **финансовая поддержка от юридических или физических лиц**. Например, те производители, которые строят свою политику на основе повышения качества продукции, обновления технологий производства и вложения средств в его развитие, а значит, уверены в высоких потре­бительских свойствах своего продукта, могут быть заинтересованы в независимом мониторинге. Этот интерес подкреплен же­ланием поддержать исследование определенного сегмента потребитель­ского рынка, где не только потребители, но и производители нередко страдают от нечестной конкуренции;

– **заказ на проведение мониторинга со стороны средств массовой информации.** Согласно концепции СМИ, а также с учетом аудитории, на которую издания (программы) рассчитаны, определяется план мониторинга. Заказчик и мониторинга заключают договор на проведение соответствующих исследований;

– **средства, поступающие от продажи печатных изданий**, публикующих результаты мониторинга;

Несмотря на возможность использования разных источников финансирования Центр мониторинга должен соблюдать принцип независимости.