

Министерство образования и науки России
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Казанский национальный исследовательский
технологический университет»

Р.Г. Сафин, Л.Ф. Асатова, Н.Ф. Тимербаев

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ
ПРОДУКЦИИ ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНЫХ
И ДЕРЕВОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ
ПРОИЗВОДСТВ

Учебное пособие

Казань
Издательство КНИТУ
2013

Лейсан Асатова

**Управление
качеством продукции
лесозаготовительных и
деревообрабатывающих
производств**

«БИБКОМ»

2013

УДК 658.562.012.7:674.8(075)
ББК 30.607:37.13я7

Асатова Л. Ф.

Управление качеством продукции лесозаготовительных и
деревообрабатывающих производств / Л. Ф. Асатова —
«БИБКОМ», 2013

Рассмотрены основные функции, методы, технологии оценки,
процессы и системы управления качеством продукции.
Предназначено для магистров, обучающихся по направлению 250400
«Технология лесозаготовительных и деревоперерабатывающих
производств».

УДК 658.562.012.7:674.8(075)
ББК 30.607:37.13я7

© Асатова Л. Ф., 2013
© БИБКОМ, 2013

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	5
1. КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНЫХ И ДЕРЕВОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	6
1.1. Качество и конкурентоспособность	6
1.1.1. Понятие качества продукции.	6
1.1.2. Понятие конкурентоспособности	7
1.2. Системы управления качеством на лесозаготовительных и деревоперерабатывающих производствах	9
1.3. Управление качеством на основе политики в области качества. Международные стандарты серии 9000	10
1.4. Основные положения Закона РФ «О защите прав потребителей»	13
Конец ознакомительного фрагмента.	20

**Асатова Л. Ф., Сафин
Р. Г., Тимербаев Н. Ф.
Управление качеством продукции
лесозаготовительных и
деревообрабатывающих производств**

ВВЕДЕНИЕ

Важнейшим источником роста эффективности производства является постоянное повышение технического уровня и качества выпускаемой продукции. Но не каждое предприятие затрачивает свои материальные и другие ресурсы на постоянное улучшение качества и модернизацию технологий. Многие организации пытаются удерживать свою продукцию на достаточно высоком уровне качества. В этих целях создаётся отдел управления и контроля за качеством выпускаемой продукции.

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству выпускаемой продукции. В современном мире выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности. В свою очередь, конкурентоспособность связана с двумя показателями – уровнем цены и уровнем качества продукции. Причем второй фактор постепенно выходит на первое место. Производительность труда, экономия всех видов ресурсов уступают место качеству продукции.

Рост качества продукции является характерной тенденцией деятельности всех ведущих фирм мира – европейских, американских и азиатских. И качество выпускаемой продукции – основной фактор конкуренции между фирмами. В условиях насыщенного товарного рынка и преобладающей конкуренции именно высокое качество продукции является главным фактором успеха.

На сегодняшний день качество продукции – одна из самых актуальных проблем. И любое предприятие, которое имеет своей целью завоевать больший сегмент рынка, вкладывает значительные материальные средства именно в качество производимой продукции.

1. КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНЫХ И ДЕРЕВОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

1.1. Качество и конкурентоспособность

Качество продукции относится к числу важнейших показателей деятельности предприятия. Повышение качества продукции в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, темпы технического прогресса, внедрения инноваций, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. В современных условиях конкуренция между предприятиями разворачивается главным образом в сфере качества выпускаемой продукции.

1.1.1. Понятие качества продукции.

Понятие качества продукции регламентировано в Российской Федерации ГОСТ 15467-79 «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения». Там дается следующее определение качества: «Качество – совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением».

Покупатель считает качественной ту продукцию, которая отвечает условиям потребления независимо от того, какие специфические потребности ей предназначалось удовлетворять. Действительно, совокупность свойств продукции может быть той же, но для потребителя эта продукция может быть неприемлемой. Совокупность свойств не может быть плохой или хорошей вообще. Качество может быть только относительным. Если необходимо дать оценку качества продукции, то надо сравнить данный набор свойств с каким-то эталоном. Эталоном могут быть лучшие отечественные или международные образцы, требования, закрепленные в стандартах или технических условиях. При этом применяется термин «уровень качества» (в зарубежной литературе – «относительное качество», «мера качества»).

Но любой документ или эталон узаконивает определенный набор свойств и характеристик лишь на какой-то период времени, а потребности непрерывно меняются, поэтому предприятие, изготавливая продукцию даже в точном соответствии с нормативно-технической документацией, рискует выпускать ее некачественной, не устраивающей потребителя.

Таким образом, основное место в оценке качества продукции или услуг отводится потребителю, а стандарты, законы и правила (в том числе, и международные) лишь закрепляют и регламентируют прогрессивный опыт, накопленный в этой области. Следовательно, *качество* как экономическая категория – это общественная оценка, характеризующая степень удовлетворения потребностей в конкретных условиях потребления той совокупности свойств, которые явно выражены или потенциально заложены в товаре.

Качество продукции деревообрабатывающих предприятий определяется в первую очередь качеством сырья. Слабая сырьевая база, истощение запасов древесины приводит к отсутствию системы выбора поставщика и отбора сырья только высокого качества. Основными факторами, влияющими на качество сырья и материалов, являются: технология, обо-

рудование, инструмент и исполнители. Каждый из перечисленных факторов имеет свои составляющие.

Разработке программы повышения качества сырья и материалов может способствовать система контроля, существующая или разрабатываемая на предприятии лесного комплекса, в рамках которой следует рассмотреть прежде всего факторы, влияющие на объемный и качественный выход продукции.

- *Объемный выход.* При переработке дерева и бревна происходят основные потери как в объемном, так и в качественном выходе. Даже при наилучшей организации оборудования могут быть потери на протяжении всего процесса лесозаготовок. Потери могут возникнуть из-за расщепления ствола, поломок в критических сортовых точках, поломок в ключевых для объемного выхода точках и изменений высоты пня. Объемный выход – наибольшая потенциальная потеря в процессе превращения растущего дерева в бревно.

- *Качественный выход.* Соответствующие потери могут происходить при неправильной раскряжке на сорта, вызванной неправильным пониманием сортности бревна при использовании. Контроль качественного выхода может быть осуществлен только при раскряжке, когда учтены все переменные факторы и требования.

- *Вторичная обработка бревен.* Вторичная обработка бревен включает транспортировку бревен с места заготовки на склад, сортировку на площадке или обработку в производственных цехах. На всех операциях вторичной обработки должен осуществляться контроль правильности выполнения операций. Часто эту работу может выполнять один человек.

Опять же, куда бы бревно ни передавалось, должна быть обеспечена квалифицированная оценка сорта с применением соответствующей измерительной техники для снижения возможных потерь.

- *Сортировка бревен.* Сортировка бревен заключается в определении сорта и разделении их по сортам. Часто контроль сортировки бревен не согласуется с производством, что приводит к большим потерям времени и денег. Например, посылка балансов для щепы в лесопильный цех отрицательно скажется на производительности лесопильного оборудования и выходе пиломатериалов. В любой сортировочной системе контроль должен обеспечивать надежность результатов.

Контроль качества сортировки может быть легко произведен на месте или в цехе по количеству неправильно отсортированных бревен. Если же предприятия лесного комплекса больше заготавливают, чем получают от поставщиков, необходимо главным образом управлять качеством через усиление контроля за процессом заготовки.

1.1.2. Понятие конкурентоспособности

В условиях рынка удовлетворенность конкретного потребителя совокупностью предлагаемых ему свойств товара находит выражение в акте купли-продажи. Такое совпадение свойств, характеристик товара и требований потребителя, при котором соблюдаются интересы производителя и потребителя, означающее полное соответствие товара условиям рынка, называется его *конкурентоспособностью*.

Товары, таким образом, должны не только обладать набором технических, эстетических, эргономических и других свойств, но и отвечать условиям их реализации (цена, сроки поставки, сервис, престиж фирмы, реклама и т.д.). Конкурентоспособность продукции определяется комплексом потребительских (качественных и количественных) характеристик, позволяющих удовлетворять особые условия рынка. Конкурентоспособная продукция легко и быстро реализуется на рынке по наименее затратным каналам сбыта. Фактически товар проходит проверку на степень удовлетворения общественным потребностям. Они диктуются вкусами и предпочтениями определенной группы покупателей (сегментом рынка),

поэтому понятие конкурентоспособности всегда конкретно. Коммерчески выгодный сбыт товара возможен лишь на конкретном рынке в определенных условиях конкуренции.

Каждый покупатель приобретает тот товар, который максимально удовлетворяет его личные потребности. В целом покупатели приобретают тот товар, который более полно соответствует общественным потребностям по сравнению с другими. Поэтому степень удовлетворенности покупателя товаром тоже складывается из совокупности мнений единичных покупателей и формируется еще в преддверии появления его на рынке, на любом этапе жизненного цикла изделия до момента его утилизации. В это время и происходит острая конкурентная борьба за потребителя. Конкурентоспособность зависит от степени удовлетворенности покупателя товаром.

Конкурентоспособность товара определяется (в отличие от качества) только той совокупностью свойств, которые представляют несомненный интерес для определенной группы покупателей, и обеспечивает удовлетворение данной потребности. Прочие характеристики и свойства продукции во внимание не принимаются. Товар с более высоким уровнем качества может стать менее конкурентоспособным, если его стоимость значительно повысилась за счет придания ему новых свойств, не затребованных группой потребителей, для которых он предназначен. Кроме того, один и тот же продукт может быть конкурентоспособен на внутреннем рынке и неконкурентоспособен на внешнем, и наоборот.

Многие компании индустриально развитых стран (Япония, США, Франция, ФРГ) стремятся добиваться конкурентоспособности товаров лишь на внутреннем рынке, будучи уверенными в возможности сбыта своих товаров и на внешнем рынке.

Таким образом, при неизменности качественных характеристик товара его конкурентоспособность может меняться в широких пределах, реагируя на изменение конъюнктуры рынка, воздействия рекламы и на проявления других внутренних и внешних по отношению к товару факторов.

1.2. Системы управления качеством на лесозаготовительных и деревоперерабатывающих производствах

Система управления качеством продукции представляет собой совокупность управленческих органов и объектов управления, мероприятий, методов и средств, направленных на установление, обеспечение и поддержание высокого уровня качества продукции.

Разработка системы качества в основном заключается в том, чтобы сначала с учетом рекомендаций стандартов ИСО 9000 определить состав необходимых функций системы качества, а затем структуру, которая выполняет или будет выполнять эти функции. После этого разрабатываются новые, перерабатываются или используются имеющиеся нормативные документы для выполнения всех функций.

Функции системы управления качеством продукции:

1. Функции стратегического, тактического и оперативного управления.
2. Функции принятия решений, управляющих воздействий, анализа и учета, информационно-контрольные.
3. Функции специализированные и общие для всех стадий жизненного цикла продукции.
4. Функции управления по научно-техническим, производственным, экономическим и социальным факторам и условиям.

Система управления качеством включает:

1. Задачи руководства (политика в области качества, организация).
2. Систему документации и планирования.
3. Документацию требований и их выполнимость.
4. Качество во время разработки (планирование, компетентность, документация, проверка, результат, изменения).
5. Качество во время закупок (документация, контроль).
6. Обозначение изделий и возможность их контроля.
7. Качество во время производства (планирование, инструкции, квалификация, контроль).
8. Проверку качества (входные проверки, межоперационный контроль, окончательный контроль, документация испытаний).
9. Контроль за испытательными средствами.
10. Корректирующие мероприятия.
11. Качество при хранении, перемещении, упаковке, отправке.
12. Документирование качества.
13. Внутрифирменный контроль за системой поддержания качества.
14. Обучение.
15. Применение статистических методов.
16. Анализ качества и систем принимаемых мер.

Контролируемые показатели качества устанавливаются в зависимости от специфики продукции.

1.3. Управление качеством на основе политики в области качества.

Международные стандарты серии 9000

Политика в области качества выделяется в соответствии с международными стандартами ИСО серии 9000 и так же, как система качества, включает обеспечение, улучшение и управление качеством продукции. Она может быть сформулирована в виде направления деятельности или долгосрочной цели и может предусматривать:

- улучшение экономического положения предприятия;
- расширение или завоевание новых рынков сбыта;
- достижение технического уровня продукции, превышающего уровень ведущих фирм;
- ориентацию на удовлетворение требований потребителей определенных отраслей или регионов;
- освоение изделий, функциональные возможности которых реализуются на новых принципах;
- улучшение важнейших показателей качества продукции;
- снижение уровня дефектности изготавливаемой продукции;
- увеличение сроков гарантии на продукцию;
- развитие сервиса.

Также в соответствии со стандартами ИСО можно выделить жизненный цикл продукции, который обозначается как «петля качества». С помощью «петли качества» осуществляется взаимосвязь изготовителя продукции с потребителем, со всей системой, обеспечивающей решение задачи управления качеством продукции.

Таким образом, обеспечение качества продукции – это совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий, создающих необходимые условия для выполнения каждого этапа «петли качества» с целью удовлетворения продукции требованиям к качеству.

В условиях конкурентной борьбы предприятия смогут успешно развиваться, внедряя системное управление качеством продукции. В настоящее время растущие требования к улучшению качества изделий – одна из характерных черт развития мирового рынка.

Всеобщее (тотальное) управление качеством (ТУК), осуществляемое фирмами Западной Европы, США и Японии, предполагает три обязательных условия:

1. Качество как основная стратегическая цель деятельности признается высшим руководством фирм. При этом устанавливаются конкретные задачи и выделяются средства для их решения. Поскольку требования к качеству определяет потребитель, не может существовать такого понятия, как «постоянный уровень качества». Качество должно постоянно возрастать, ибо качество – это постоянно меняющаяся цель.

2. Мероприятия по повышению качества должны затрагивать все подразделения без исключения. Опыт показывает, что 80-90 % мероприятий не контролируется отделами качества и надежности.

3. Непрерывающийся процесс обучения (ориентирован на определенное рабочее место) и повышение мотивации персонала.

В результате современного развития системы управления качеством осуществлен переход от тотального управления качеством (ТУК) к тотальному менеджменту качества (ТМК). Если ТУК – это управление качеством с целью выполнения установленных требований, то ТМК – еще и управление целями и самими требованиями. В ТМК также включается

и обеспечение качества, которое трактуется как система мер, вызывающая у потребителя уверенность в качестве продукции.

Система ТМК является комплексной системой, ориентированной на постоянное улучшение качества, минимизацию производственных затрат и поставку точно в срок. Основная идеология ТМК базируется на принципе «улучшению нет предела». Применительно к качеству действует целевая установка – стремление к устранению дефектов и непроизводительных затрат, к поставкам точно в срок. При этом осознается, что достичь этих пределов невозможно, однако необходимо постоянно к этому стремиться и не останавливаться на достигнутых результатах. Эта идеология обозначается специальным термином «постоянное улучшение качества».

В системе ТМК используются методы управления качеством, адекватные целям. Одними из ключевых особенностей системы являются использование коллективных форм и методов поиска, анализа и решения проблем, постоянное участие всего коллектива в улучшении качества.

Особое место в мировой практике управления качеством продукции занимают кружки качества как форма привлечения работников предприятия к осознанному участию в процессе повышения качества продукции, имиджа фирмы и собственного благополучия. Кружки качества впервые появились в Японии в 1962 г. и стали важным фактором повышения качества и конкурентоспособности продукции, что в значительной мере способствовало выдвиганию Японии в число лидеров на мировом рынке товаров. С конца 70-х гг. движение по созданию кружков качества приняло массовый характер во многих странах мира (Венгрия, США, Франция, ФРГ, Швеция, Югославия и др.). Их широкому распространению способствовала активная пропаганда, многочисленные публикации, проведение конференций и семинаров.

Кружок качества – это небольшая группа (от 3 до 12 человек) рабочих или служащих одного производственного подразделения, которые регулярно (один раз в неделю) собираются и в течение часа (в рабочее или нерабочее время) обсуждают проблемы, возникшие в их работе. Коллективно под руководством лидера находят пути решения производственных задач и сами претворяют их в жизнь или с помощью специалистов.

Основными целями кружков качества являются:

- содействие вкладу в рост и развитие компании;
- создание атмосферы, в которой проявляется уважение к каждому члену трудового коллектива;
- активизация использования человеческого фактора.

В последние годы в развитых странах усилилось влияние общества на предприятия, а предприятия стали все больше учитывать интересы общества. Это привело к появлению стандартов ИСО 14000, устанавливающих требования к системам качества с точки зрения защиты окружающей среды и безопасности продукции. Сертификация систем качества на соответствие стандартам ИСО 14000 становится не менее популярной, чем на соответствие стандартам ИСО 9000. Существенно возросло влияние гуманистической составляющей качества. Усиливается внимание руководителей предприятий к удовлетворению потребностей своего персонала.

Основополагающим стандартом серии стандартов качества является документ ISO 9000 «Стандарты на управление качеством и обеспечение качества. Руководящие положения по выбору и применению». Он определяет основные принципы политики руководства организаций в области обеспечения качества, описывает три возможные модели управления качеством, устанавливает и разъясняет взаимосвязь между различными понятиями в области качества. Стандарт устанавливает новое для экономических процессов понятие «степень подтверждения», определяющее представление потребителю (заказчику) доказа-

тельств того, что система управления качеством и продукция изготовителя (поставщика) соответствуют установленным в договорах техническим требованиям. В стандарте ISO 9004 «Система качества. Элементы системы управления качеством. Руководящие положения» рассматриваются 20 элементов системы управления качеством на предприятии и их применение. На основе рекомендаций этого стандарта руководитель предприятия может выбрать соответствующие элементы управления, отвечающие специфике организации. Используя рекомендации стандарта при проектировании системы управления качеством, можно сократить затраты и одновременно, за счет применения уже апробированного опыта, повысить экономический эффект от проектируемой системы.

Три модели обеспечения качества, входящие в состав стандартов серии ISO 9000, отражают различные виды (сочетания) производственных этапов предприятия, которые могут быть сертифицированы. Они позволяют сделать обоснованный выбор заказчику и поставщику продукции, а также корректно зафиксировать взаимные обязательства в договоре (контракте) на разработку, поставку или испытание продукции.

Первая модель – стандарт ISO 9001 «Система качества. Модель обеспечения качества на стадиях разработки (проектирования, производства, монтажа и обслуживания)». Этот стандарт используется тогда, когда изготовитель (поставщик) должен обеспечить соответствие продукции установленным требованиям на всех стадиях жизненного цикла продукции – от проектирования до обслуживания. Область организационного применения – договор (контракт) на поставку, включающий проведение опытно-конструкторских работ. Требования к продукции выражаются в основном с позиций эксплуатационных характеристик. Первая модель качества содержит наиболее полный набор требований при строгом соблюдении всех элементов управления качеством.

Вторая модель – стандарт ISO 9002 «Система качества. Модель обеспечения качества на стадиях производства и монтажа». Стандарт применяется в условиях, когда требования к продукции устанавливаются с точки зрения уже разработанного проекта. В этом случае необходимо подтвердить возможности изготовителя (поставщика) в части производства и монтажа продукции. Хотя в договоре (контракте) рекомендуется использовать полный набор требований, строгость соблюдения некоторых из элементов управления качеством может быть ослаблена.

Третья модель – стандарт ISO 9003 «Система качества. Модель обеспечения качества на стадии контроля и испытания готовой продукции». Эта модель устанавливает возможности и обязанности изготовителя (поставщика) в части контроля и испытания поставляемой продукции. Третья модель качества может содержать полный набор требований или только часть наиболее важных элементов.

1.4. Основные положения Закона РФ «О защите прав потребителей»

Руководителям предприятий необходимо более эффективно использовать экономические, организационные и правовые рычаги воздействия на процесс формирования, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества на всех стадиях жизненного цикла товара. Для этого необходимо обладать информацией о товаре, знать обязанности изготовителя, права потребителя, которые рассматриваются в основных статьях Закона РФ «О защите прав потребителей».

Статья 1. Правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей

1. Отношения в области защиты прав потребителей регулируются Гражданским кодексом Российской Федерации, настоящим законом, другими федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации.

2. Правительство Российской Федерации не вправе поручать федеральным органам исполнительной власти принимать акты, содержащие нормы о защите прав потребителей.

Правительство Российской Федерации вправе издавать для потребителя и продавца (изготовителя, исполнителя, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров (договоров розничной куплипродажи, энергоснабжения, договоров о выполнении работ и об оказании услуг).

Статья 4. Качество товара (работы, услуги)

1. Продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество которого соответствует договору.

2. При отсутствии в договоре условий о качестве товара (работы, услуги) продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), соответствующий обычно предъявляемым требованиям и пригодный для целей, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется.

3. Если продавец (исполнитель) при заключении договора был поставлен потребителем в известность о конкретных целях приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), пригодный для использования в соответствии с этими целями.

4. При продаже товара по образцу и (или) описанию продавец обязан передать потребителю товар, который соответствует образцу и (или) описанию.

5. Если законами или в установленном ими порядке предусмотрены обязательные требования к товару (работе, услуге), продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), соответствующий этим требованиям.

Статья 5. Права и обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) в области установления срока службы, срока годности товара (работы), а также гарантийного срока на товар (работу)

1. На товар (работу), предназначенный для длительного использования, изготовитель (исполнитель) вправе устанавливать срок службы – период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки.

2. Изготовитель (исполнитель) обязан устанавливать срок службы товара (работы) длительного пользования, в том числе комплектующих изделий (деталей, узлов, агрегатов), которые по истечении определенного периода могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинять вред его имуществу или окружающей среде.

3. Срок службы товара (работы) может исчисляться единицами времени, а также иными единицами измерения (километрами, метрами и прочими единицами измерения) исходя из функционального назначения товара (результата работы).

4. На продукты питания, парфюмерно-косметические товары, медикаменты, товары бытовой химии и иные подобные товары (работы) изготовитель (исполнитель) обязан устанавливать срок годности – период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению.

5. Продажа товара (выполнение работы) по истечении установленного срока годности, а также товара (выполнение работы), на который должен быть установлен срок годности, но он не установлен, запрещается.

6. Изготовитель (исполнитель) вправе устанавливать на товар (работу) гарантийный срок – период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель (исполнитель), продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны удовлетворить требования потребителя.

Изготовитель вправе принять обязательство в отношении недостатков товара, обнаруженных по истечении установленного им гарантийного срока (дополнительное обязательство). Содержание дополнительного обязательства изготовителя, срок действия такого обязательства и порядок осуществления потребителем прав по такому обязательству определяются изготовителем.

7. Продавец вправе установить на товар гарантийный срок, если он не установлен изготовителем.

Продавец вправе принять обязательство в отношении недостатков товара, обнаруженных по истечении гарантийного срока, установленного изготовителем (дополнительное обязательство). Содержание дополнительного обязательства продавца, срок действия такого обязательства и порядок осуществления потребителем прав по такому обязательству определяются договором между потребителем и продавцом.

8. Изготовитель (продавец) несет ответственность за недостатки товара, обнаруженные в течение срока действия дополнительного обязательства.

Статья 6. Обязанность изготовителя обеспечить возможность ремонта и технического обслуживания товара

Изготовитель обязан обеспечить возможность использования товара в течение его срока службы. Для этой цели изготовитель обеспечивает ремонт и техническое обслуживание товара, а также выпуск и поставку в торговые и ремонтные организации в необходимых

для ремонта и технического обслуживания объеме и ассортименте запасных частей в течение срока производства товара и после снятия его с производства в течение срока службы товара, а при отсутствии такого срока – в течение десяти лет со дня передачи товара потребителю.

Статья 7. Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)

1. Потребитель имеет право на то, чтобы товар (работа, услуга) при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя. Требования, которые должны обеспечивать безопасность товара (работы, услуги) для жизни и здоровья потребителя, окружающей среды, а также предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, являются обязательными и устанавливаются законом или в установленном им порядке.

2. Изготовитель (исполнитель) обязан обеспечивать безопасность товара (работы) в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы). Если в соответствии с пунктом 1 статьи 5 настоящего закона изготовитель (исполнитель) не установил на товар (работу) срок службы, он обязан обеспечить безопасность товара (работы) в течение десяти лет со дня передачи товара (работы) потребителю.

Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие необеспечения безопасности товара (работы), подлежит возмещению в соответствии со статьей 14 настоящего закона.

3. Если для безопасного использования товара (работы, услуги), его хранения, транспортировки и утилизации необходимо соблюдать специальные правила (далее – правила), изготовитель (исполнитель) обязан указать эти правила в сопроводительной документации на товар (работу, услугу), на этикетке, маркировкой или иным способом, а продавец (исполнитель) обязан довести эти правила до сведения потребителя.

4. Если на товары (работы, услуги) законом или в установленном им порядке установлены обязательные требования, обеспечивающие их безопасность для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, соответствие товаров (работ, услуг) указанным требованиям подлежит обязательному подтверждению в порядке, предусмотренном законом и иными правовыми актами.

Не допускается продажа товара (выполнение работы, оказание услуги), в том числе импортного товара (работы, услуги), без информации об обязательном подтверждении его соответствия требованиям, указанным в пункте 1 настоящей статьи.

5. Если установлено, что при соблюдении потребителем установленных правил использования, хранения или транспортировки товара (работы) он причиняет или может причинить вред жизни, здоровью и имуществу потребителя, окружающей среде, изготовитель (исполнитель, продавец) обязан незамедлительно приостановить его производство (реализацию) до устранения причин вреда, а в необходимых случаях принять меры по изъятию его из оборота и отзыву от потребителя (потребителей).

Если причины вреда устранить невозможно, изготовитель (исполнитель) обязан снять такой товар (работу, услугу) с производства. При невыполнении изготовителем (исполнителем) этой обязанности уполномоченный федеральный орган исполнительной власти принимает меры по отзыву такого товара (работы, услуги) с внутреннего рынка и (или) от потребителя или потребителей в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Убытки, причиненные потребителю в связи с отзывом товара (работы, услуги), подлежат возмещению изготовителем (исполнителем) в полном объеме.

Статья 10. Информация о товарах (работах, услугах)

1. Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. По отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации.

2. Информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать:

- наименование технического регламента или иное установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара обозначение;

- сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг), в отношении продуктов питания сведения о составе (в том числе, наименование использованных в процессе изготовления продуктов питания пищевых добавок, биологически активных добавок, информация о наличии в продуктах питания компонентов, полученных с применением генно-инженерно-модифицированных организмов, в случае, если содержание указанных организмов в таком компоненте составляет более девяти десятых процента), пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения продуктов питания, о способах изготовления готовых блюд, весе (объеме), дате и месте изготовления и упаковки (расфасовки) продуктов питания, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях. Перечень товаров (работ, услуг), информация о которых должна содержать противопоказания для их применения при отдельных заболеваниях, утверждается Правительством Российской Федерации;

- цену в рублях и условия приобретения товаров (работ, услуг), в том числе при предоставлении кредита – размер кредита, полную сумму, подлежащую выплате потребителем, и график погашения этой суммы;

- гарантийный срок, если он установлен;

- правила и условия эффективного и безопасного использования товаров (работ, услуг);

- информацию об энергетической эффективности товаров, в отношении которых требование о наличии такой информации определено в соответствии с законодательством об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности;

- срок службы или срок годности товаров (работ), установленный в соответствии с настоящим законом, а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары (работы) по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества потребителя или становятся непригодными для использования по назначению;

- адрес (место нахождения), фирменное наименование (наименование) изготовителя (исполнителя, продавца), уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера;

- информацию об обязательном подтверждении соответствия товаров (работ, услуг), – информацию о правилах продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг);

- указание на конкретное лицо, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем, если это имеет значение, исходя из характера работы (услуги);

- указание на использование фонограмм при оказании развлекательных услуг исполнителями музыкальных произведений.

3. Информация, предусмотренная пунктом 2 настоящей статьи, доводится до сведения потребителей в технической документации, прилагаемой к товарам (работам, услугам), на этикетках, маркировкой или иным способом, принятым для отдельных видов товаров (работ, услуг). Информация об обязательном подтверждении соответствия товаров представляется в порядке и способами, которые установлены законодательством Российской Федерации о техническом регулировании, и включает в себя сведения о номере документа, подтверждающего такое соответствие, о сроке его действия и об организации, его выдавшей.

Статья 12. Ответственность изготовителя (исполнителя, продавца) за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге)

1. Если потребителю не предоставлена возможность незамедлительно получить при заключении договора информацию о товаре (работе, услуге), он вправе потребовать от продавца (исполнителя) возмещения убытков, причиненных необоснованным уклонением от заключения договора, а если договор заключен, в разумный срок отказаться от его исполнения и потребовать возврата уплаченной за товар суммы и возмещения других убытков.

При отказе от исполнения договора потребитель обязан возвратить товар (результат работы, услуги, если это возможно по их характеру) продавцу (исполнителю).

2. Продавец (исполнитель), не предоставивший покупателю полной и достоверной информации о товаре (работе, услуге), несет ответственность за недостатки товара (работы, услуги), возникшие после его передачи потребителю вследствие отсутствия у него такой информации.

3. При причинении вреда жизни, здоровью и имуществу потребителя вследствие непредоставления ему полной и достоверной информации о товаре (работе, услуге) потребитель вправе потребовать возмещения такого вреда в порядке, предусмотренном статьей 14 настоящего закона, в том числе полного возмещения убытков, причиненных природным объектам, находящимся в собственности (владении) потребителя.

4. При рассмотрении требований потребителя о возмещении убытков, причиненных недостоверной или недостаточно полной информацией о товаре (работе, услуге), необходимо исходить из предположения об отсутствии у потребителя специальных познаний о свойствах и характеристиках товара (работы, услуги).

Статья 13. Ответственность изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) за нарушение прав потребителей

1. За нарушение прав потребителей изготовитель (исполнитель, продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) несет ответственность, предусмотренную законом или договором.

2. Если иное не установлено законом, убытки, причиненные потребителю, подлежат возмещению в полной сумме сверх неустойки (пени), установленной законом или договором.

3. Уплата неустойки (пени) и возмещение убытков не освобождают изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченную организацию или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) от исполнения возложенных на него обязательств в натуре перед потребителем.

4. Изготовитель (исполнитель, продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) освобождается от ответственности за неисполнение обязательств или за ненадлежащее исполнение обязательств, если докажет, что неисполнение обязательств или их ненадлежащее исполнение произошло вследствие непреодолимой силы, а также по иным основаниям, предусмотренным законом.

5. Требования потребителя об уплате неустойки (пени), предусмотренной законом или договором, подлежат удовлетворению изготовителем (исполнителем, продавцом, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером) в добровольном порядке.

6. При удовлетворении судом требований потребителя, установленных законом, суд взыскивает с изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя штраф в размере пятидесяти процентов от суммы, присужденной судом в пользу потребителя.

Если с заявлением в защиту прав потребителя выступают общественные объединения потребителей (их ассоциации, союзы) или органы местного самоуправления, пятьдесят процентов суммы взысканного штрафа перечисляются указанным объединениям (их ассоциациям, союзам) или органам.

Статья 14. Имущественная ответственность за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги)

1. Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие конструктивных, производственных, рецептурных или иных недостатков товара (работы, услуги), подлежит возмещению в полном объеме.

2. Право требовать возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги), признается за любым потерпевшим независимо от того, состоял он в договорных отношениях с продавцом (исполнителем) или нет.

3. Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя, подлежит возмещению, если вред причинен в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы). Если на товар (результат работы) должен быть установлен в соответствии с пунктами 2, 4 статьи 5 настоящего закона срок службы или срок годности, но он не установлен, либо потребителю не была предоставлена полная и достоверная информация о сроке службы или сроке годности, либо потребитель не был проинформирован о необходимых действиях по истечении срока службы или срока годности и возможных последствиях при невыполнении указанных действий, либо товар (результат работы) по истечении этих сроков представляет опасность для жизни и здоровья, вред подлежит возмещению независимо от времени его причинения.

Если в соответствии с пунктом 1 статьи 5 настоящего закона изготовитель (исполнитель) не установил на товар (работу) срок службы, вред подлежит возмещению в случае его причинения в течение десяти лет со дня передачи товара (работы) потребителю, а если день передачи установить невозможно, – с даты изготовления товара (окончания выполнения работы). Вред, причиненный вследствие недостатков товара, подлежит возмещению продавцом или изготовителем товара по выбору потерпевшего.

Вред, причиненный вследствие недостатков работы или услуги, подлежит возмещению исполнителем.

4. Изготовитель (исполнитель) несет ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя в связи с использованием материалов, оборудования, инструментов и иных средств, необходимых для производства товаров (выполнения

работ, оказания услуг), независимо от того, позволял уровень научных и технических знаний выявить их особые свойства или нет.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.