



«Система добровольной сертификации в России пока не работает

Ровно год прошел с того времени, когда в силу вступило постановление правительства N 982, значительно сократившее перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации. Никакой катастрофы, как пророчили пессимисты, не случилось, безопасность товаров не пострадала. Но и позитивных подвижек в качестве продукции и конкурентоспособности компаний, что сулили оптимисты, не было замечено тоже. "Мы сняли лишнее административное давление с части бизнеса, только и всего. Чтобы добиться изменений на качественном уровне, необходимо зайти с другого бока, активнее развивать сертификацию добровольную", - считает председатель правления Национального института технического регулирования Дмитрий Петров.

- Согласитесь, Дмитрий Юльевич, нельзя сказать, что добровольную сертификацию мы совсем не развиваем. Юридически у нее в России 17-летняя история. Лет 7 назад появились первые работоспособные системы. Сегодня их по стране более 500. Так что в этом смысле Россия вовсе не белое пятно.

- Но, как всегда, у нас - особый случай. Из сотен систем добровольной сертификации часть числится лишь на бумаге, другая занимается торговлей "индальгенциями" и лишь относительно немногие - реальной сертификацией. В итоге идея добровольной сертификации продукции и систем управления компаниями у нас не сработала, рядовой потребитель ее просто не заметил. Главная проблема - крайне низкая информированность общества. Даже у бизнес-среды о том, как работает система добровольной сертификации, представление смутное.

Между тем в отличие от обязательной сертификации добровольная должна была стать дополнительным и очень веским аргументом бизнеса в борьбе за покупателя, внушить ему: вот этот производитель или товар настолько хороши, что не боятся никакого

контроля качества, никаких проверок, можно сказать, сами ищут их. Значит, с ними можно иметь дело.

- Не внушили?

- Системы добровольной сертификации бывают двух видов: либо непосредственно на продукцию, либо на систему управления компанией. В последнем случае вышло чуть лучше. Может быть, оттого, что юридические лица - более грамотный контингент, чем простые покупатели. Когда в Россию, например, пришла немецкая компания "Метро", она сразу поставила условие перед поставщиками: всем иметь добровольный сертификат по системе ISO (Международная организация по стандартизации). И большинство поставщиков его получили, а те, кто не получил, - ушли. По системе ISO в России аттестовано более 5 тыс. компаний. Но наша российская практика такова, что даже наличие добровольного сертификата системы управления не говорит о том, что компания работает хорошо и что система управления этой компании соответствует данному стандарту.

- Что значит "практика такова..."? Если какие-то сертификационные структуры слабы и недобросовестны, разве их нельзя отсеять? Периодически они не подвергаются никакой переаттестации?

- Это рыночный инструмент, его не нужно проверять, переаттестовывать. Больше того, система будет работать только в том случае, если она завоевала доверие потребителей. Тут все построено на доверии, на репутации - вот передо мной определенный знак, я его знаю, для меня это лучшая гарантия качества, все, что им маркируется - качественное. Попытки государственного вмешательства здесь совершенно неуместны.

- Это об управлении компаниями, с товарами, похоже, получилось хуже?

- Как-то на глаза мне попало исследование: в магазинах изучают текст на маркировке товаров только 10% покупателей, хотя читающих с каждым годом становится все больше. А тут небольшой знак с короткой надписью - кто его видит, кто знает, кому он принадлежит и что значит? Покупателю никто ничего не разъяснял. Между тем у каждой из 500 российских систем добровольной сертификации - свой знак. И если

покупателя он не интересуется, если он его не замечает и не воспринимает, то как это может сказываться на его предпочтениях и через обратную связь влиять на производителя?

- А что торговля, как относится к добровольной сертификации она?

- Тут происходят странные вещи. Вот заменили у части товаров обязательную сертификацию на декларирование, что, на мой взгляд, не ухудшило их качества ни на йоту. Но торговые сети, толком не вникнув в суть нового механизма, сразу встали на дыбы: нет обязательной сертификации - давайте нам добровольную, иначе товар принимать не будем. В их глазах наличие бумаги со словом "сертификат" - свидетельство снижения риска, что действительности совершенно не соответствует. Но нужно так нужно. В результате производство добровольных сертификатов поставили на поток. На пользу такое, конечно, не идет, а саму идею сильно дискредитирует.

- Может, все это как-то приостановить, поправить?

- Нельзя приостановить. Еще раз повторю: это рыночная услуга. Процесс идет, это инициатива самих компаний, никто их сверху не принуждает. К тому же настоящий добровольный сертификат стоит недешево: на продукцию - свыше 100 тыс. рублей, на систему управления компанией в зависимости от ее размера - от 500 тыс. до 2-3 миллионов. Но предприятия на эти расходы идут, они уверены, что затраты со временем окупятся.

- Боюсь, не окупятся, если ничего не предпринимать.

- Прежде всего озаботиться этой проблемой должны владельцы систем добровольной сертификации. Это их задача раскручивать свой бренд, свой товарный знак. Добиваться, чтобы в глазах потребителей он был узнаваемым. В мире есть интересные примеры на этот счет. Знак Woolmark с характерным изображением Международного института шерсти знают и в Европе, и в Австралии, и в Канаде, и в США. Его ни с каким другим не спутаешь. В глазах миллионов людей из разных стран это лучшее свидетельство качества шерстяных изделий. И подавляющая масса производителей стараются этот знак получить. А ведь это не обязательная, а добровольная система

сертификации.

Мне кажется, не обойтись здесь и без поддержки государства. Государственные СМИ, прежде всего телевидение, могли бы взять на себя просветительскую функцию. Мне говорят, это у нас проблема. Но почему подобной проблемы нет во многих развитых странах, в конце концов федеральные каналы TV существуют на деньги того же государства, налогоплательщика.

- В советские времена все было проще - по поводу знака качества никого просвещать не приходилось.

- Мы уже многое подзабыли. Внедрение знака качества сопровождалось мощной пропагандой в советских СМИ. Это нормально, что в условиях рыночной экономики систем добровольной сертификации много. Когда все это заработает по-настоящему, то окажется, что конкуренция на этом рынке не может быть очень жесткой - 1-2 системы на товар. Потому что завоевать доверие покупателя крайне непросто.

- А сейчас вы можете сказать хотя бы про одну из них, как про Woolmark, что это стопроцентный гарант качества в России?

- Нет, я бы не решился.

- Откуда же ждать прорыва?

- Предполагаю, что в ближайшее время к нам придут несколько известных зарубежных брендов с хорошей репутацией. В принципе начало этому уже положено. Глядя на них, станут подтягиваться отечественные системы. В любом случае процесс этот быстрым не будет. Хорошо и много сразу не бывает".

[Джерело: Российская газета](#)