ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 59046— 2020

ПРОВЕДЕНИЕ ИСПЫТАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Руководство для некоммерческих организаций

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2020

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН Автономной некоммерческой организацией «Российский институт потребительских испытаний» (РИПИ)

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 111 «Защита прав потребителей на основе контроля продукции на стадиях обращения и при оказании услуг»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 сентября 2020 г. № 682-ст

4 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

*Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (*gost.e-ecolog.ru

© Стандартинформ, оформление, 2020

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

1 Область применения . . . 1
2 Нормативные ссылки . . . 1
3 Термины и определения . . . 2
4 Сокращения . . . 3
5 Цели и принципы потребительских испытаний . . . 3
6 Общие рекомендации по проведению потребительских испытаний . . . 3
6.1 Выбор объекта испытаний . . . 3
6.2 Критерии выбора товаров для испытаний . . . 4
6.3 Количество образцов . . . 4
6.4 Закупка образцов . . . 4
6.5 Выбор параметров испытаний . . . 4
6.6 Методика проведения испытаний . . . 5
6.7 Контроль правильности оформления и содержания результатов испытаний . . . 5
6.8 Оценка и представление результатов . . . 6
6.9 Использование результатов . . . 6
6.10 Конфиденциальность . . . 6
7 Виды потребительских испытаний . . . 6
7.1 Сравнительные испытания . . . 6
7.2 Испытания в рамках сотрудничества с ассоциациями (объединениями, союзами) производителей и продавцов . . . 8
7.3 Испытания по заказам производителей, поставщиков и продавцов . . . 9
7.4 Испытания по заявкам, жалобам, обращениям граждан . . . 9
7.5 Повторные испытания . . . 9
8 Основные рекомендации к маркетинговому исследованию рынка при подготовке испытаний . . . 9
8.1 Общие положения . . . 9
8.2 Этапы маркетингового исследования . . . 10
8.3 Сбор информации о проблемных товарах . . . 10
9 Основные рекомендации к закупке, разработке ПИ и работе с ИЛ . . . 10
10 Обобщение результатов испытаний . . . 10
11 Формирование базы данных . . . 11
12 Основные рекомендации по работе с производителями, продукция которых не подтвердила заявленные свойства . . . 11
13 Уведомление контрольно-надзорных органов о результатах испытаний . . . 11
14 Публикация результатов испытаний . . . 12

Введение

Испытания потребительских товаров — вид деятельности некоммерческих организаций, уставной задачей которых является защита прав потребителей.

Основная цель потребительских испытаний — это получение объективных, не зависящих от интересов производителей и продавцов данных о безопасности и качестве товаров и обеспечение граждан объективной информацией, которая позволяет сделать им осмысленный, обоснованный выбор в пользу безопасной и качественной продукции.

Настоящий стандарт предназначен для определения последовательности действий при проведении потребительских испытаний и описывает основные требования к процессу, принципы, последовательность действий, ключевые этапы их проведения.

Настоящий стандарт рассматривает возможные варианты потребительских испытаний и дает примеры по отдельным видам исследований.

При подготовке настоящего стандарта учтены действующие правила и практики Международной потребительской организации (CI) и ICRT.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПРОВЕДЕНИЕ ИСПЫТАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Руководство для некоммерческих организаций

Testing of consumer products. Guide for non-profit organizations

Дата введения — 2021—09—01

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает правила проведения испытаний потребительских товаров некоммерческими организациями (далее — организации).

Настоящий стандарт предназначен для организаций, деятельность которых направлена на защиту прав потребителей и включает в себя проведение испытаний в области качества и безопасности товаров, в том числе потребительских испытаний.

Настоящий стандарт не распространяется:

- на бюджетные организации;
- отраслевые союзы и ассоциации производителей и продавцов.

Настоящий стандарт определяет необходимые процедуры потребительских испытаний, обеспечивающие получение результатов с высокой степенью достоверности, их корректную обработку, хранение, а также принципы взаимодействия с производителями и государственными контрольно-надзорными органами по результатам таких потребительских испытаний.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы нормативные ссылки на следующие стандарты:

ГОСТ ISO/IEC 17025 Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий

ГОСТ Р 54887—2011 Руководство по добросовестной практике для контрольных испытаний продукции (для испытательных лабораторий и испытательных центров)

ГОСТ Р 57490 Взаимодействие производителей и потребительских организаций по фактам обнаружения товаров, не соответствующих обязательным требованиям или заявленным свойствам. Руководство по добросовестной практике

ГОСТ Р 58185—2018 Закупка образцов для проведения потребительских испытаний продукции. Руководство по добросовестной практике

ГОСТ Р 59047 Взаимодействие с испытательными лабораториями при проведении испытаний потребительских товаров. Руководство для некоммерческих организаций

ГОСТ Р 59048 Руководство по взаимодействию некоммерческих потребительских организаций с органами контроля и надзора

ГОСТ Р 59049 Рекомендации по работе с обращениями граждан для некоммерческих потребительских организаций

Примечание — При пользовании настоящим стандартом целесообразно проверить действие ссылочных стандартов в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет или по ежегодному информационному указателю «Национальные стандарты», который опубликован по состоянию на 1 января текущего года, и по выпускам ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты» за текущий год. Если заменен ссылочный стандарт, на который дана недатированная ссылка, то рекомендуется использовать действующую версию этого стандарта с учетом всех внесенных в данную версию изменений. Если заменен ссылочный стандарт, на который

Издание официальное

дана датированная ссылка, то рекомендуется использовать версию этого стандарта с указанным выше годом утверждения (принятия). Если после утверждения настоящего стандарта в ссылочный стандарт, на который дана датированная ссылка, внесено изменение, затрагивающее положение, на которое дана ссылка, то это положение рекомендуется применять без учета данного изменения. Если ссылочный стандарт отменен без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, рекомендуется применять в части, не затрагивающей эту ссылку.

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

3.1

база данных образцов: Структурированная совокупность сведений об образцах и результатах испытаний.

[ГОСТ Р 58185—2018, пункт 3.1]

3.2 **метод испытания:** Совокупность конкретно описанных операций, выполнение которых обеспечивает получение результатов испытания с установленными показателями точности.

3.3 **методика:** Воспроизводимая и обоснованная последовательность конкретных приемов и способов исследования, направленная на решение поставленных задач.

3.4

товарная категория: Совокупность товаров, которые обладают сходным составом потребительских свойств и показателей.

[ГОСТ Р 58185—2018, пункт 3.3]

3.5

контрольный образец: Количество (объем, масса, количество единиц) образца исследуемой продукции, случайным образом отобранное и достаточное для проведения повторных испытаний в течение срока годности (срока службы).

[ГОСТ Р 58185—2018, пункт 3.4]

3.6

обезличивание образца: Удаление с образца информации о его наименовании, изготовителе, торговой марке, логотипе, а также любой иной информации, которая может привести к однозначной идентификации образца в испытательной лаборатории.

[ГОСТ Р 58185—2018, пункт 3.6]

3.7

потребительские испытания: Комплексные испытания потребительской продукции для определения степени ее соответствия интересам потребителей, в том числе заявленным свойствам, обычно предъявляемым требованиям, ожиданиям и предпочтениям потребителей, а также лучшим образцам такого рода продукции.

[ГОСТ Р 54884—2011, статья 2.6]

3.8

сравнительные потребительские испытания: Потребительские испытания группы аналогичных товаров с целью выявить соотношение их характеристик по значимым для потребителей показателям.

[ГОСТ Р 54884—2011, статья 2.7]

3.9

торговая марка: Обозначение, служащее для идентификации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

[ГОСТ Р 58185—2018, пункт 3.9]

3.10

шифрование образца для испытаний: Процедура, целью которой является соблюдение конфиденциальности информации о товаре для обеспечения достоверности результатов испытаний.

[ГОСТ Р 58185—2018, пункт 3.10]

4 Сокращения

В настоящем стандарте применены следующие сокращения:
ИЛ — испытательная лаборатория или испытательный центр;
КО — контрольный образец;
ОРТ — объект розничной торговли;
ОКН — государственные органы контроля и надзора;
ПИ — программа испытаний;
СМИ — средства массовой информации.

5 Цели и принципы потребительских испытаний

Целями потребительских испытаний являются:

- получение объективных результатов о безопасности, качестве, потребительских свойствах, эффективности различных товаров для предоставления этой информации широкому кругу потребителей или отдельным физическим или юридическим лицам;
- выявление проблемных (опасных или фальсифицированных товаров) и предупреждение об этом потребителей;
- повторные испытания продукции, в которой ранее было обнаружено несоответствие обязательным требованиям безопасности и качества.

Принципами потребительских испытаний являются объективность и обоснованность методов исследования, результаты и их интерпретации должны применяться не только к группе товаров конкретной категории, но и к единичным товарам, единственным в своем роде (например, новый вид товара, представленный единственной моделью).

Информация, полученная в результате потребительских испытаний, может быть основана на лабораторных исследованиях, технических оценках, экспертных заключениях, смоделированных функциональных исследованиях, субъективных оценках, сделанных в соответствии с установленными методами получения данных о характеристиках товара.

Потребительские испытания следует проводить по разработанной ПИ, которая основывается в первую очередь на действующих Технических регламентах Таможенного союза (ТР ТС), национальных и межгосударственных стандартах, иных нормативных документах.

Результаты потребительских испытаний не должны использоваться некоммерческой организацией как реклама конкретного товара. При этом международные принципы потребительских испытаний и представления их результатов допускают при подведении итогов сравнительных испытаний выводы, оценочные суждения, указание товаров-победителей.

Пример — При представлении результатов сравнительных испытаний допустимо использование таких терминов, как «лучшая покупка», «победитель теста», «рекомендовано» и т. п.

6 Общие рекомендации по проведению потребительских испытаний

6.1 Выбор объекта испытаний

Выбор товаров для испытаний зависит от поставленной цели. При исследовании категории товаров рекомендуется включать в исследуемую группу товары со сходными потребительскими характеристиками.

Пример — При проведении испытаний творога не рекомендуется включать в группу товаров творог с разной массовой долей жира.

Выбираемые объекты испытаний должны быть достаточно широко представлены на рынке региона проведения испытаний, если это не касается отдельных испытаний по заявкам или целевых (точечных) испытаний конкретного товара.

Выбор отдельных товаров возможен, если целью испытаний является предоставление информации об определенных типах товаров или новинках рынка.

6.2 Критерии выбора товаров для испытаний

Критерии выбора товаров зависят от целей и видов испытаний.

6.2.1 Испытания по категориям товаров. При выборе рекомендуется учитывать доступность приобретения товара (распространенность и цену). Выбираются преимущественно товары, представленные в торговых сетях.

6.2.2 Региональные испытания. При проведении испытаний в регионах информацию о проблемных товарах, наиболее востребованных и распространенных товарах рекомендуется уточнить у региональных потребительских организаций, а также в региональных источниках информации.

6.2.3 Испытания по заявлениям и жалобам граждан. Испытания рекомендуется проводить в соответствии с ГОСТ Р 59049. Образцы для испытаний запрашиваются у заявителя. Заявителю следует предложить предоставить для испытаний либо уже приобретенный образец, являющийся предметом жалобы, либо приобрести аналогичный образец с идентичными характеристиками в том же ОРТ.

6.2.4 Испытания по заказам производителей. Образцы для испытаний могут быть предоставлены производителем либо приобретены организацией в ОРТ в соответствии с ГОСТ Р 58185.

6.2.5 Контрольные испытания. Для проведения контрольных испытаний используют КО в соответствии с ГОСТ Р 58185. При проведении контрольных испытаний рекомендуется учитывать положения ГОСТ Р 59047.

6.2.6 Выборочные испытания отдельных товаров. Выбор образцов определяют в зависимости от задачи испытания и осуществляют в соответствии с ГОСТ Р 58185.

6.3 Количество образцов

Количество образцов зависит от вида и цели испытаний. При определении количества образцов для испытаний рекомендуется учитывать положения ГОСТ Р 58185. Если целью испытаний является подтверждение постоянства определенных характеристик товара конкретного производителя, то рекомендуется проводить испытания данного товара с разными датами изготовления, из разных партий с определенной периодичностью.

6.4 Закупка образцов

Закупку образцов для проведения испытаний организациями, вне зависимости от видов испытаний, проводят в соответствии с ГОСТ Р 58185. Приобретая образцы для испытаний, организации действуют как обычные потребители, покупая их через торговую сеть. При определенных обстоятельствах допускается использовать другие способы приобретения образцов (например, отбор образцов со склада производителя). Для достоверности результатов испытаний следует исключать присутствие в числе образцов специально подготовленных товаров.

При закупке образцов согласно ГОСТ Р 58185 следует учитывать такие факторы, как условия хранения и транспортирования, положения действующих нормативных документов на данный вид продукции, методических документов для работы с отбираемой продукцией. При проведении испытаний отдельных видов товаров, например скоропортящихся пищевых продуктов, должны обеспечиваться условия транспортирования и хранения согласно маркировке продукции.

Если объектом испытаний являются новинки потребительского рынка, допускается предоставление образцов заказчиком.

6.5 Выбор параметров испытаний

При принятии решения о том, какие характеристики товаров будут отражены в отчете об испытаниях, рекомендуется учитывать рекламные заявления производителей, характеристики, указанные в маркировке товара, требования законодательства, соответствие стандартам, а также факторы, влияющие на мнение потребителей о товаре: надежность, сервисное обслуживание, гарантии, наличие запасных частей, упаковка, установка, инструкции по эксплуатации и пр.

Потребительские испытания могут проводиться как в лаборатории (лабораторная часть), так и при участии экспертов, имитирующих использование товара в повседневных потребительских условиях (потребительская часть).

При разработке ПИ для проведения испытаний рекомендуется учитывать:

- наиболее значимые характеристики товара;
- выявленные в ранее проведенных испытаниях несоответствия реальных характеристик товара заявленным;

- заявленные свойства товара, как обязательные к указанию в маркировке, так и рекламные заявления;

- нормативно-правовую документацию на данный вид товара (ТР ТС, стандарты, СанПиН, иные документы).

К наиболее значимым характеристикам товаров можно отнести:

- для продуктов питания — показатели безопасности, микробиологические и физико-химические показатели, идентификацию, проверку на фальсификацию;

- для непищевых товаров — показатели безопасности, технические характеристики, эксплуатационные качества, эргономику, удобство пользования, доступность инструкции и т. д.

Исключение составляют случаи, когда целью испытаний является оценка специфических характеристик товаров.

6.6 Методика проведения испытаний

Основным критерием при разработке ПИ является задача предоставления потребителям достоверной и объективной информации о товаре.

При составлении программы испытаний для лабораторной части исследований рекомендуется руководствоваться положениями ГОСТ Р 59047.

Для лабораторной части исследований рекомендуется применять в первую очередь нормативно утвержденные методы, а при их отсутствии использовать современные научные и инновационные разработки.

При проведении лабораторной части испытаний выбор методов, как правило, осуществляется ИЛ. Исключение составляют случаи, когда требуется проведение испытания определенным методом.

Используемые в испытаниях методы должны обеспечивать сходимость полученных результатов.

Проведение потребительской части испытаний предполагает субъективную оценку товаров по определенным характеристикам согласно 6.5 и может включать в себя экспертные оценки, оценки группой потребителей или потребительские опросы. Опросы и оценки такого рода должны проводиться в соответствии с принятой статистической практикой, а результаты должны быть представлены так, чтобы практическое значение полученных данных было четким и ясным.

6.7 Контроль правильности оформления и содержания результатов испытаний

Сведение к минимуму вероятности ошибочных или вводящих в заблуждение результатов испытаний, а также фактора случайной ошибки является существенным условием проведения потребительских испытаний. Для проверки в рамках своей компетенции результатов испытаний рекомендуется создать экспертный совет, который обеспечит проверку полученных результатов, их обсуждение, выяснение и решение проблемных вопросов. Это позволит избежать ошибок, которые могут не только негативно отразиться на репутации организации, но и нанести ей материальный ущерб.

За организацией остается право выбора метода контроля правильности оформления и содержания результатов, наиболее подходящего для испытываемых товаров и использованной методики проведения испытаний.

Процедура проверки результатов может включать в себя следующие действия, но не ограничивается ими:

- предоставление предварительных отчетов об испытаниях экспертам для получения их комментариев до публикации;

- запрос комментариев у сотрудников ИЛ, проводившей испытания;

- запрос комментариев у сторонних экспертов, специалистов в данной области;

- сравнение результатов испытаний с отчетами об испытаниях аналогичных товаров;

- сравнение результатов с данными, опубликованными производителями;

- информирование производителей о результатах испытаний с целью получения от них комментария до публикации.

Организации рекомендуется внимательно рассматривать комментарии производителей, однако выбор решения по предоставленным ответам остается за ней.

Процедуру контроля оформления и содержания протоколов рекомендуется проводить согласно ГОСТ Р 59047.

6.8 Оценка и представление результатов

Результаты испытаний рекомендуется представлять таким образом, чтобы их могли легко понять неспециалисты, но при этом они должны быть технически корректными. По мере возможности рекомендуется принимать во внимание различающиеся требования, предпочтения, социальное положение различных групп потребителей.

При представлении результатов испытаний продовольственных товаров рекомендуется не ранжировать оценочно образцы, а группировать на «полностью подтвердившие свои свойства» и «не соответствующие требованиям безопасности или качества».

При представлении результатов испытаний технически сложных товаров рекомендуется более детализированно оценочно ранжировать образцы с подробным описанием свойств, сопровождая текст достаточным количеством технических данных.

6.9 Использование результатов

Тиражирование (публикация) результатов испытаний может осуществляться организацией как на собственных информационных ресурсах (бумажных, электронных), так и на сторонних (СМИ, сайты партнеров). В целях предотвращения искажения результатов испытаний, неверной интерпретации сути выводов организации рекомендуется готовить пресс-релизы.

Организация является правообладателем полученной информации об испытаниях и при их опубликовании вправе указать, что использование результатов испытаний производителями товаров возможно с письменного разрешения организации, проводившей испытания. При выдаче такого разрешения рекомендуется заключить договор, в котором рекомендуется предусмотреть возможные риски, согласовать способ представления результатов испытаний производителем.

6.10 Конфиденциальность

Предоставление производителям информации о результатах испытаний не является обязанностью для организации. При этом получение комментариев от производителей может обеспечивать дополнительный контроль полученных результатов испытаний либо исправление выявленных несоответствий. Распространение информации, имеющей отношение к результатам испытаний (включая предварительные отчеты), до ее опубликования рекомендуется тщательно контролировать, чтобы сохранить непредвзятость, объективность подачи информации и защитить сотрудников организации от влияния заинтересованных сторон.

7 Виды потребительских испытаний

7.1 Сравнительные испытания

Сравнительные испытания используют для сравнительной оценки товаров по конкретным категориям и имеют целью предоставление потребителям объективной информации для выбора лучших образцов и опосредованной поддержки добросовестных производителей и продавцов.

Сравнительные испытания используют преимущественно для непищевых товаров. Для пищевых товаров приоритетно их ранжирование на две основные группы по принципу соответствия заявленным свойствам и обязательным требованиям ТР ТС.

Сравнительные испытания являются наиболее сложным видом исследований и ранжирования результатов. Способность организации проводить такого рода исследования дает возможность эффективно проводить другие виды испытаний.

Сравнительные испытания могут проводиться различными организациями (включая и организации производителей), но рассматриваться как надежная основа потребительской информации они могут в случае, если осуществляются независимо от сторон, имеющих коммерческую заинтересованность в результатах.

7.1.1 Определение характеристик товара

Организации вправе самостоятельно определять, какие именно характеристики товаров будут исследоваться для сравнения их между собой.

7.1.2 Выбор типа товаров

При выборе типа товара для испытаний следует принимать во внимание:

- потребность потребителей в информации о товаре (например, на основе анализа жалоб в потребительские журналы и организации);

- проведенные проверки соответствия товара стандартам (качества, безопасности, энергопотребления, влияния на окружающую среду и т. д.);
- необходимость информирования потребителей о новинках рынка;
- необходимость информирования потребителей о товарах, свойства которых не соответствуют заявленным либо могут представлять опасность при использовании.

7.1.3 Выбор торговых марок и моделей

При выборе торговых марок и моделей товаров для испытаний следует учитывать:
- долю рынка, которую занимают различные торговые марки;
- типичность товара в своей категории;
- функциональные возможности товара;
- наличие информации о недостатках конструкции товара, претензии, жалобы, обращения потребителей.

7.1.4 Общее руководство по оценке результатов сравнительных испытаний

Отчеты о сравнительных испытаниях обычно содержат не только техническую информацию, но и общее описание товара. Подобная информация должна быть точной, но может варьироваться, поскольку в различных регионах подход к сравнительным испытаниям одних и тех же товаров может отличаться. Потребителям необходима информация, отражающая региональные особенности (цены, условия распространения, гарантийный и послепродажный сервис), а также другие факторы (региональное законодательство, климат, традиции и прочее), которые могут влиять на условия продажи и использования товаров.

При оценке результатов испытаний рекомендуется принимать во внимание потребность различных групп потребителей в детализации представления полученной информации.

При представлении результатов испытаний товаров ежедневного использования (например, продуктов питания, кормов для животных, средств по уходу за домом и т. д.) потребителей можно условно разделить на две группы. на тех, кого в первую очередь интересует качество и безопасность, и на тех, кого в первую очередь интересует цена и безопасность.

При представлении результатов испытаний сложных технических товаров рекомендуется выделять большее число групп потребителей. Для этого можно использовать деление потребителей на категории, основанное на данных, полученных от экспертов рынка (маркетологов, продавцов, производителей, опытных потребителей), знакомых с тем, как потребители используют товар. Рекомендуется использовать технологии, позволяющие применить метод группировки потребителей по различным характеристикам на основе имеющейся информации.

С целью удовлетворения ожиданий потребителей разного уровня и предпочтений рекомендуется оценивать результаты испытаний по комплексу критериев, чтобы при публикации их можно было представить как кратко, так и детально — с использованием технической информации.

7.1.5 Обобщение данных сравнительных испытаний

Данные сравнительных испытаний можно разделить на три категории.
- технические, которые необходимы для технического обоснования исследований;
- описательные, в том числе также информация, интересующая потребителей с особыми потребностями (энергетическая ценность, содержание соли в продукте и т. д.). Подобная информация обычно представлена в виде таблиц или диаграмм, чтобы сравнение товаров было наглядным для потребителей;
- полученные в результате испытаний, относящиеся к характеристикам товара, которые влияют на основную оценку.

К последней категории данных следует применять системные методы оценки. Количественные данные и технические единицы измерения рекомендуется упоминать в такой форме, чтобы они были доступны для понимания среднестатистического потребителя.

7.1.6 Ранжирование и оценка товаров

Процесс ранжирования состоит в определении весового коэффициента основных характеристик в окончательной оценке товара. В большинстве случаев применяются от трех до семи характеристик, которые могут быть разделены в свою очередь на подкатегории.

При определении весовых коэффициентов различных характеристик рекомендуется устанавливать такие значения, которые позволяли бы объективно оценивать товар по наиболее значимым характеристикам. Неверно определенные весовые коэффициенты могут привести к необъективным итоговым оценкам.

Безопасность товара является определяющим критерием при его оценке. Рекомендуется снимать товар с испытаний, если по одному или нескольким критериям безопасности он не соответствует обязательным нормативно установленным требованиям.

Для обеспечения правильности трактовки результатов испытаний следует привлекать экспертов. Рекомендуется также запрашивать комментарии по конкретным товарам от производителей или представителей союзов (объединений) производителей по интересующим вопросам. Информирование союзов (объединений) о результатах проведенных испытаний производителей не является обязательным.

Пример — Таблица 1 Ранжирование результатов сравнительных испытаний цветного телевизора

Основные характеристики	*Весовые коэффициенты, %*	*Подкатегории*	*Весовые коэффициенты, %*
Качество приема сигнала	***15***	—	—
Качество картинки	***35***	***Технический тест*** ***Визуальный тест***	***35*** ***65***
Качество звука	***25***	***Технический тест*** ***Аудиотест***	***45*** ***55***
Простота использования	***15***	***Пульт ДУ*** ***Кнопки на ТВ-блоке***	***80*** ***20***
Энергопотребление	***5***	—	—
Эргономические свойства	***5***	—	—
Итого	***100***	—	—

Выбор шкалы оценок определяется организацией. Она может варьироваться от 3-балльной до 100-балльной.

7.1.7 Соотношение «цена — качество»

После определения окончательной оценки товара следует указывать его цену, используя для этого соотношение «цена — качество». Цена может указываться как фактическая (по которой приобретен товар), так и средняя для рынка или в интервале «от и до».

В оценочных выводах по сравнительным испытаниям «лучшей покупкой» («победитель теста» и т. п.) рекомендуется признавать те товары, чьи соотношения «цена — качество» однозначно лучше соотношений у других товаров.

7.1.8 Методика проведения сравнительных потребительских испытаний

При подготовке потребительских испытаний приоритет отдается аттестованным методикам. Преимуществом аттестованных методик является то, что при их использовании менее вероятно возникновение спорных вопросов.

При разработке методик потребительской части испытаний, на которые не существует принятых нормативов и аттестованных методик, организация вправе самостоятельно разработать методику потребительской части испытаний и принять ее как стандарт организации.

При разработке рекомендуется учитывать:

- методики, разработанные и апробированные российскими и международными потребительскими организациями — CI или ICRT для аналогичных товаров;
- методы измерения эксплуатационных характеристик товаров, признанные международными, национальными и региональными организациями по стандартизации;
- методики, опубликованные в специальных технических журналах.

Используемая методика должна обеспечивать сходимость полученных результатов.

Для характеристик, которые можно оценить только субъективно, методика может включать в себя экспертные оценки, оценки группы потребителей или потребительские опросы.

Рекомендуется проводить консультации с независимыми техническими экспертами из вузов и исследовательских институтов.

Окончательное решение по выбору методики испытаний остается за организацией.

7.2 Испытания в рамках сотрудничества с ассоциациями (объединениями, союзами) производителей и продавцов

Основными задачами испытания в рамках сотрудничества с объединениями производителей являются: улучшение качества рынка, формирование лояльного отношения к потребителям, установление условий добросовестной конкуренции между производителями (продавцами), соблюдение действующего законодательства, совершенствование нормативной базы. В сотрудничестве с объедине-

ниями производителей (продавцов) организации следует преследовать только цели защиты интересов потребителей.

Такое сотрудничество может быть в разных формах: долгосрочным или кратковременным, нацеленным на решение конкретных задач.

Испытания, проводимые в рамках сотрудничества с объединениями производителей (продавцов), рекомендуется оформлять договорами, соглашениями и иными документами, имеющими юридическую силу. Подобного рода соглашения о сотрудничестве, а также результаты такой работы рекомендуется придавать публичности — представлять на сайтах организации и других информационных ресурсах.

Публичность поможет избежать претензий в адрес организации о сотрудничестве с бизнесом.

7.3 Испытания по заказам производителей, поставщиков и продавцов

Некоммерческие организации имеют право работать по заказам производителей (продавцов) с целью исследования:

- выяснения реального качества конкретного товара, в том числе новинок;
- сравнения выпускаемого товара с другими аналогичными товарами, представленными на рынке;
- получения заключения организации в конфликтной ситуации;
- добровольной сертификации.

Такая деятельность предполагает последующую публикацию результатов испытаний. Условие опубликования рекомендуется оговаривать в договоре.

Независимо от предмета заключенного договора с производителем (продавцом), организации следует сохранять независимость и соответствовать основным уставным задачам и целям.

7.4 Испытания по заявкам, жалобам, обращениям граждан

Проведение испытания по обращениям граждан для некоммерческих организаций является добровольным. При проведении испытаний по заявкам граждан следует учитывать положения ГОСТ Р 59049.

7.5 Повторные испытания

При проведении повторных испытаний следует учитывать положения ГОСТ Р 59047.

Наиболее частой причиной проведения повторных испытаний является получение в разных ИЛ некоррелируемых результатов для образцов из одной партии и с одинаковой датой изготовления.

В таких случаях целесообразно сверить методы исследования по проблемному параметру. Если нарушений не выявлено, то рекомендуется провести повторные исследования по следующей процедуре с учетом положений ГОСТ Р 58185:

- закупают три образца товара: два — для повторных испытаний и один — КО;
- образцы обезличивают и шифруют в соответствии с правилами шифрования образцов для повторных испытаний;
- образцы направляют в две или более ИЛ для проведения испытаний по параметру, по которому были выявлены несоответствия. При этом используется ранее примененная ПИ. По окончании повторных испытаний и получении протоколов следует анализировать все полученные результаты.

Нарушение считается подтвержденным, если как минимум две из трех ИЛ установили наличие нарушения.

Нарушение считается не подтвержденным, если как минимум две ИЛ из трех не установили нарушения.

Все данные (протоколы) повторных испытаний и заключения по ним (в том числе о выявленных несоответствиях требованиям ТР ТС, ГОСТ, ГОСТ Р и иным нормативным документам) рекомендуется заносить в базу данных.

8 Основные рекомендации к маркетинговому исследованию рынка при подготовке испытаний

8.1 Общие положения

Закупке образцов для целей потребительских испытаний предшествует маркетинговая оценка рынка. Это позволяет организации четко определиться с приоритетными торговыми марками, выявить наиболее проблемные товары, оценить предложения торговых сетей, определиться с ценой закупаемой продукции.

8.2 Этапы маркетингового исследования

В процессе маркетингового исследования для целей потребительских испытаний рекомендуется руководствоваться положениями ГОСТ Р 58185.

8.3 Сбор информации о проблемных товарах

Сбор информации о проблемных товарах осуществляется из нескольких групп источников:

- данные государственных органов контроля и надзора, опубликованные на официальных сайтах;
- данные о результатах проверок потребительских организаций, как региональных, так и иных (товар, произведенный в регионе, может быть проверен в других регионах);
- жалобы потребителей, поступившие в организации по защите прав потребителей;
- отзывы о товаре в сети Интернет, а также на сайтах продавцов (последнее применимо к промышленным товарам);
- результаты предварительных опросов. Опросы могут быть проведены как организацией, проводящей испытания, так и с помощью информационных ресурсов региональных организаций;
- заявки и предложения органов исполнительной власти, ассоциаций, союзов и объединений производителей, общественных организаций, СМИ и иных юридических и физических лиц;
- прочие источники.

Рекомендуется учитывать информацию, полученную не ранее чем за три года, предшествующие испытаниям.

В процессе сбора информации рекомендуется проводить осмотр двух-трех ОРТ с целью проверки наличия в них нужных торговых марок, предварительно найденных в сети Интернет, их распространенности и соответствия характеристик. При этом следует проверить данные, позволяющие провести идентификацию товара согласно пункту 6.4.1 ГОСТ Р 58185—2018.

9 Основные рекомендации к закупке, разработке ПИ и работе с ИЛ

Проведение закупки, транспортирования, обезличивания и шифрования образцов рекомендуется проводить в соответствии с ГОСТ Р 58185.

ИЛ, в которых планируют проведение испытаний, должны отвечать требованиям ГОСТ Р 54887 и ГОСТ ISO/IEC 17025. При выборе ИЛ и организации проведения испытаний рекомендуется учитывать положения ГОСТ Р 59047.

Формирование реестра ИЛ рекомендуется проводить с учетом целевой задачи исследования и максимального охвата базы ИЛ из конкретного региона РФ.

Выбор ИЛ осуществляют в соответствии с поставленными задачами для конкретной группы товаров или отдельного товара.

В первую очередь список ИЛ рекомендуется формировать из общедоступного списка аккредитованных лабораторий. При этом следует учитывать опыт работы организации с конкретной ИЛ, ее неангажированность, способность давать достоверные результаты и коммуникативные возможности.

ПИ разрабатывается с учетом действующих нормативных документов на безопасность и качество по конкретной категории продукции. К разработке ПИ рекомендуется привлекать экспертов в данной области. ПИ создается на основе консолидированного мнения как экспертов организации, так и привлеченных.

Испытания могут проводиться как в одной, так и в нескольких ИЛ. При заключении договора с ИЛ рекомендуется учитывать положения ГОСТ Р 59047 и ГОСТ Р 54887—2011 (раздел 4).

В каждой из привлекаемых для исследований ИЛ могут проверяться как все показатели, предусмотренные ПИ, так и некоторые из них.

10 Обобщение результатов испытаний

Обобщение результатов проведенных испытаний является завершающим этапом исследования. Его рекомендуется осуществлять в виде таблицы и текста. Для удобства обобщения информации по испытаниям и ее последующего использования целесообразно формирование отдельного документа по каждому исследованному товару и внесение в него всех данных о товаре. Результаты исследованных показателей по всем товарам следует обобщать в сводную таблицу, в которой отражаются выводы о соответствии или несоответствии товара обязательным требованиям ТР ТС, стандартов и иных нормативных документов и заявленным свойствам. В зависимости от видов испытаний определяется под-

робность изложения технических выводов по товарам для последующей работы. Данная информация является существенной для претензионной работы организации с производителями и ОКН, а также для подготовки результатов испытаний к публикации.

11 Формирование базы данных

Сохранение всех данных по проведенным испытаниям рекомендуется вести в регулярном режиме в электронном формате, что позволит не только избежать ошибок, но и обеспечит возможность пользоваться всей полученной информацией для аналитических целей, взаимодействия с производителями и оперативного представления справок по запросам.

В базу данных рекомендуется вносить следующую информацию с учетом требований ГОСТ Р 58185—2018 (раздел 11):

- наименование и адрес ИЛ, уникальную идентификацию протокола испытаний [номер и дата, наименование объекта (объектов) испытаний и однозначная идентификация (дата изготовления, шифр, если есть в маркировке)];
- нормативный документ на объект(ы), подлежащий(ие) испытаниям;
- результаты испытаний с указанием единиц измерений;
- погрешность метода измерения;
- указание на несоответствие требованиям;
- дополнительные сведения.

Объем дополнительных сведений может устанавливаться организацией по собственному усмотрению.

После внесения данных из протоколов испытаний рекомендуется осуществлять проверку корректности внесенной информации.

12 Основные рекомендации по работе с производителями, продукция которых не подтвердила заявленные свойства

12.1 В случае, если организация считает необходимым информирование производителей, продукция которых по результатам испытаний не подтвердила заявленные свойства, рекомендуется учитывать положения ГОСТ Р 57490.

12.2 Действия организации по отношению к производителям, продукция которых по данным испытаний не соответствует нормативным требованиям, зависят от ответа производителя на полученную претензию.

12.2.1 В случае мотивированного несогласия производителя с результатами испытаний могут быть проведены контрольные испытания. Для этого следует использовать КО. Производитель и организация совместно выбирают ИЛ для проведения контрольных испытаний.

12.2.2 В случае, если контрольные испытания подтверждают первоначальный результат, он принимается за объективно обоснованный и единственно верный.

12.2.3 В случае неподтверждения первоначального результата могут быть проведены повторные испытания. Закупка образцов для этих целей осуществляется в соответствии с ГОСТ Р 58185.

12.3 В случае, если производитель принимает информацию о выявленном несоответствии, проводит внутреннее расследование для определении причин, устраняет его и сообщает о результатах, организации рекомендуется провести испытания, подтверждающие устранение недостатков, согласно ГОСТ Р 57490.

12.4 Существенным определяющим фактором для выбора ИЛ является ее независимость и доверие к достоверности результатов как со стороны производителя, так и со стороны организации. Выбор ИЛ осуществляется с учетом положений ГОСТ Р 59047.

12.5 Организации следует внимательно рассматривать комментарии производителей на обращения, однако принятие решений остается за ней.

13 Уведомление контрольно-надзорных органов о результатах испытаний

Если результаты испытаний показывают, что товар не соответствует требованиям безопасности и может причинить вред потребителям, то рекомендуется в кратчайшие сроки проинформировать ОКН с целью принятия ими срочных, законодательно регламентированных мер. В остальных случаях ОКН информируют о выявленных несоответствиях после формирования отчета о проведенных испытаниях.

По результатам проведенных испытаний в ОКН рекомендуется направлять уведомления (информационные письма) о продукции, не соответствующей установленным требованиям ТР ТС и иным нормативам в части безопасности и качеству в соответствии с ГОСТ Р 59048.

14 Публикация результатов испытаний

Публикация результатов испытаний является основным способом доведения полученной организацией информации до широкого круга потребителей. Организации рекомендуется использовать для этого все возможные ресурсы, включая партнерские организации и СМИ, с учетом возможностей, специфики региона и иных субъективных факторов.

Представление результатов испытаний должно быть доступно для понимания разных групп потребителей, но при этом содержать достаточное количество необходимой технической информации.

Любые публикации результатов испытаний должны быть корректными и объективно обоснованными.

УДК 006.86:006.352

ОКС 03.120
19.020

Ключевые слова: проведение потребительских испытаний, защита прав потребителей, потребительские товары

БЗ 11—2020/86

Редактор *Л.В. Коретникова*
Технические редакторы *В.Н. Прусакова, И.Е. Черепкова*
Корректор *Е.Р. Ароян*
Компьютерная верстка *Л.В. Софейчук*

Сдано в набор 29.09.2020. Подписано в печать 26.10.2020. Формат 60 × 84 1/8. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 1,86. Уч.-изд. л. 1,40.

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

ИД «Юриспруденция», 115419, Москва, ул. Орджоникидзе, 11.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru
Создано в единичном исполнении во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»
для комплектования Федерального информационного фонда стандартов,
117418 Москва, Нахимовский пр-т, д. 31, к. 2.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru