**Вступление:**

По статистике, почти треть предприятий малого бизнеса работает в сфере торговли, а общая численность работающих составляет 18 процентов. Ежегодно организуется более 200 новых торговых точек. Понятно, что состояние торговли и ее развитие зависят от качества продаваемых товаров. Поэтому уже многие предприниматели ощутили необходимость создания специальной экспресс-лаборатории по определению качества группы товаров широкого потребления и вышли с инициативой по ее организации в городскую администрацию. В настоящее время российские государственные стандарты качества лишь гарантируют безопасность данного товара для жизни потребителя. Сравнить, например, водку от разных поставщиков по качеству, основываясь лишь на вышеупомянутых стандартах, невозможно. Потребитель, а вслед за ним и продавец могут оценить качество товара лишь по рекламе и опыту. Таким образом, часто западные товары низкого качества, но более рекламируемые, продаются по высоким ценам и пользуются большим спросом, вытесняя отечественных товаропроизводителей.

Объективную оценку качества товара можно сделать лишь на основе индекса качества, определяемого в соответствии с международными стандартами качества. Он представляет из себя сумму баллов, выставленных товару по стандартному набору показателей.

Надо сказать, что индекс качества и стандарты качества играют важную роль не только в управлении рынком и конкурентной борьбе, но и в жизни рядового потребителя. Так, введение стандартов качества на содержание выхлопных газов автомобилей, продаваемых в США, позволило избавиться от знаменитого американского смога. Введение индекса качества на молоко сократило с 1953 по 1983 годы в стадах фермеров ФРГ поголовье скота вдвое, при этом увеличило производство молока почти в 4 раза, а индекс качества молока вырос в несколько раз. К тому же введение жестких стандартов вытеснило с внутреннего рынка иностранных поставщиков молока и молочных продуктов. Естественно, доходы фермеров ФРГ значительно выросли.

Как видите, внедрение международных стандартов качества и оперативное определение индекса качества товаров крайне необходимы для объективной оценки российской продукции. Первым значительным шагом в создании экспресс-лаборатории по определению качества группы товаров широкого потребления станет включение специального пункта в городскую программу по развитию потребительского рынка. На днях этот документ будет рассматриваться городской Думой.

Оценка качеств товара может осуществляться на стороне как продавцов, так и покупателей. Во избежание нерационального дублирования желательно, чтобы измерение производилось однажды и чтобы его брал на себя тот, кто способен делать это с меньшими издержками. Целью их экономии обусловлены такие формы деловой практики, как гарантийный ремонт, фирменные ярлыки, приобретение партий товаров по образцам и т.д.

Например, гарантии предоставляются в тех случаях, когда всестороняя оценка качеств и обнаружение дефектов происходят автоматически по ходу использования блага. Ответственность за измерение падает на покупателя.

К контрактам с долевым вознаграждением ("ройалти") прибегают тогда, когда измерение ex ante затруднительно и для продавца, и для покупателя. Так, при издании книг малоизвестных писателей гонорар устанавливается обычно в виде определенного процента от суммы продаж, поскольку издательству трудно заранее предугадать, каким спросом они будут пользоваться.

Торговые марки используются в тех случаях, когда и измерение в момент покупки, и предоставление гарантий по обмену или ремонту дефектных экземпляров трудно осуществимы. Фирменный знак сигнализирует, что производитель не допускает отклонений в качестве выпускаемого товара, так что покупатели вполне могут полагаться на производимые им самим измерения. Ведь если будет обнаружен дефектный экземпляр, то под ударом окажется репутация фирмы и ее потери намного превзойдут любой возможный выигрыш от манипуляций с качеством товара.

Важным способом минимизации издержек измерения является также вертикальная интеграция (организация фирмы).

В нашей бурной, быстротекущей жизни есть не так уж много общих причин, сдерживающих наше социальное развитие общества, ограничивающее социальную безопасность каждого из нас. Среди них одна из заметных и больных для нас — крайне низкая информированность населения о качестве того, что оно потребляет. Рынок, основой которого должна быть соревновательность товаров, услуг, при этом как бы уже не рынок, а базар, на котором каждый своего кота хранит в закрытом мешке, приоткрывая его в самых крайних случаях.

Вопрос о том, как оценить качество товара или услуги, возникает у нас с вами очень часто: какой из выставленных холодильников выбрать, в какую химчистку сдать костюм, как отреагировать на утерю почтой письма или на опоздание автобуса...Ответы на них не всегда достаточно просты.

Качество - что это такое? Качество единичной вещи, услуги - это их полезность, ЦЕННОСТЬ для нас с вами Мы признаем полезность вещи, если основная функция, соответствующая назначению вещи, действительно совпадает с тем, что нам нужно от веши, а ее отдельные потребительские свойства не хуже и не лучше того, что нас устраивает "Не хуже" - это, казалось бы, понятно, но почему "не лучше"?

Попробуем сослаться на всеобщее правило "За все надо платить" Если нам с вами предложили приемник с чувствительностью значительно выше уровня помех в нашем городе, то, следовательно, мы явно переплатим. Не говоря уже о нередко сопутствующем этому ухудшении других свойств приемника

Ценность, цена - соответствуют ли они друг другу?

В том-то и дело, что далеко не всегда. В процессе купли-продажи мы меняем цену (результат нашего труда) на ценность (результат труда производителя и продавца). Меняем не всегда адекватно. В чистом, рафинированном виде ценность соответствует цене только на абсолютно свободном рынке, свободном от монополизма и от сговора производителей. К тому же этот рынок должен быть насыщенным, т.е. без естественно или искусственно вызванного дефицита, и честным, когда нас абсолютно полно и точно информируют обо всех свойствах товаров, положительных и отрицательных. Реально такого рынка нигде не было и нет, у нас - тем более.

Как уменьшить наш проигрыш при обмене цены на ценности? Нужна максимальная информированность о том, что вы покупаете. Конечно, существует несколько уровней информированности о товарах.

Первый - это когда мы точно знаем, что нам завернули действительно то, за что мы заплатили деньги например, плеер, а не кирпич.

Второй - что завернутый плеер содержит весь необходимый комплект (наушники и т.д.)

Третий - что плеер выполняет свои функции звучит, перематывает пленку. Все это кажется нам само собой разумеющимся. Далее уже не так безусловно:

Четвертый - что он звучит и перематывает по крайней мере так, как обещает рекламный проспект, что он достаточно красив и удобен в работе и, конечно же, абсолютно безопасен.

Пятый - что рекламный и проспект учел все важные для нас свойства плеера, и хорошие, и плохие, - чтобы то и другое мы учли и взвесили. В уме.

Интересно оценить качества по отдельным характеристикам автомобиля, а дать комплексную оценку качества, которая включала бы все стороны потребительской стоимости изделия. Не менее важен и другой вопрос. Назначение товара – удовлетворять потребности конкретных потребителей. Но как уже здесь отмечалось, потребителей нельзя рассматривать как однородную группу. Поэтому и оценки качества автомобиля для различных категорий потребителей должны также различаться. Причем чем более тщательное, мелкое деление на группы потребителей будет проведено, тем более точной будет оценка качества для этих групп. Это очень важно, так как позволяет выпускать автомобили, в большей степени соответствующие потребностям этих групп потребителей, снижая потери за счет несовпадения характеристик товара с потребностями конкретных потребителей (потери от адаптации). Но деление на группы не может быть бесконечным, так как пришлось бы переходить от массового производства к индивидуальному. Это привело бы к удорожанию производства и ударило бы в первую очередь по самому потребителю. При переходе от выпуска 100 автомобилей к 500 тыс. в год себестоимость автомобиля снижается в 7 раз. Поэтому необходимо найти такое сегментирование потребителей, чтобы соотношение между потерями от адаптации и расходами производства было оптимальным. Единой методики подобной оптимизации не существует. На практике этот вопрос чаще всего решается экспертным путем. При подобном делении на группы потребителей в зарубежной практике не только учитывают рассмотренные ниже социально-экономические факторы, но и добавляют еще деление потребителей по психологическому признаку, например:

1. расчетливый автомобилист, для которого главное – экономичность использования машины;
2. автомобилист-энтузиаст, превыше всего ставящий скоростные характеристики;
3. автомобилист, обращающий основное внимание на предоставляемый машиной комфорт.

При выборе потребителей для опроса необходимо учитывать также следующие данные: пол, возраст, образование, основное занятие, район проживания. Район проживания может существенно сказаться на характере использования автомобиля. Так, потребитель, проживающий в сельской местности, предъявляет повышенные требования к проходимости автомобиля.

При выборе потребителей обязателен учет такого важного фактора, как доход на одного члена семьи. Важнейшая роль уровня денежных доходов как фактора, определяющего характер требований потребителей и уровень спроса на автомобили, объясняется тем, что приобретение автомобиля влечет за собой существенные изменения в структуре потребления и расходной части бюджета семьи. Не только появляется новая значительная статья расходов на содержание автомобиля, но и возрастают расходы на приобретение спортивно-туристического и хозяйственного инвентаря, т . е. расходы на материальное обеспечение проведения досуга с помощью автомобиля.

Необходимо учитывать и такой важный фактор, как размер семьи.

Деление потребителей на категории по этим важнейшим признакам позволит дифференцированно подойти к определению основных требуемых потребительских свойств автомобилей по каждой группе потребителей.

Исходя из требования проведения опроса потребителей и экспертов в несколько туров, можно рекомендовать использовать панельный метод опроса.

К сожалению, далеко не все свойства возможно заметить с первого взгляда в магазине - например, шум от холодильника. Некоторые свойства проявляются вообще только во времени (например, потребляемая холодильником энергия). Далеко не все, что мы сегодня носим, курим, пьем , объективно соответствует отдаваемым за все это суммам денег. И тем более утвердившемуся представлению о модности или престижности этих вещей.

При нашей доверчивости к именам знаменитых фирм мы часто бываем слепыми к качеству их товаров. И часто не замечаем качество товаров наших фирм, или фирм не очень громко о себе кричащих, или честно излагающих плюсы и минусы своего товара.

Все или почти все из этого должна взять на себя бесстрастная сертификация, обязательная и добровольная, предусмотренная нашим законодательством.

Сертификация - это "действие третьей стороны , позволяющее установить соответствие качественных характеристик, в целом качества данного товара или услуги, требованиям, установленным в том или ином документе". В цивилизованных странах довольно широко развиты сети сертификационных центров, специализирующихся на разных видах товаров и услуг. Они формируют для потребителя четкие ориентиры на переполненном рынке продукции. Для честного же изготовителя - это лучшая возможность честной конкуренции. Таким образом, сертификация - один из механизмов регулирования на конкурентном поле рыночных отношений. И наоборот: без этих механизмов необузданный и абсолютно неуправляемый полудикий рынок не может сформировать цивилизованное общество, в котором достоинство граждан стоит в ряду главных ценностей. Мы пока находимся в самом начале пути к такому обществу.

Итак, наше Законодательство предусматривает два вида сертификации: обязательную и добровольную. Обязательная сертификация учитывает показатели, касающиеся сохранения здоровья, жизни, имущества граждан, а также охрану природы. Надо ли говорить, что для многих товаров и услуг этот вид сертификации более чем необходим! Руководство ее реализацией взял на себя государственный орган —Госстандарт.

Так называемой добровольной сертификации могут подвергаться любые показатели качества. Эта процедура производится по инициативе и товаропроизводителя, и потребителя. Так что добровольность относится скорее к выбору показателей, форме сертификации и др.

В простейшем случае любой производитель (например, обычная парикмахерская), взяв за основу ГОСТ, ОСТ, ТУ, даже перечень требовании, скажем, из США или Монголии, может попросить выдать ему сертификат на соответствие качества его услуг требованиям, изложенным в данных нормативных документах. Нет сомнения, множественность подобных оценок едва ли что-то даст потребителю. И будет на руку тем, кто просто сможет быстро подсуетиться, выделив на сертификацию сколько-то шальных тысяч рублей. Ведь выбрасываются же сегодня многие миллионы зачастую на абсолютно не информативную рекламу. "Сертификат соответствия" чего угодно чему угодно при минимальных затратах может получить любой производитель. Красивая бумажка будет висеть у каждого. Так что потребитель снова окажется в печальном неведении относительно истинного качества предлагаемых ему товаров и услуг.

Есть, однако, и другая возможность: установить для всех единую базу сравнения и выдавать сертификат, на котором будет стоять уровень качества - степень превышения качества опытного образца, товара или услуги над выбранным базовым. Таким образом, "Сертификат качества" - это высшая степень сертификата соответствия с большими правами.

Именно по этому пути - пути создания оптимальной системы сертификации по качеству шли мы, разрабатывая нашу Систему сертификации качества — ССК. Следует теперь по нему и наши филиалы в ряде городов России, в том числе — в Калининграде. Надо сказать, если вопрос оценки качества товаров методически не очень сложный, то услуги — дело посложнее.

Ныне завершены работы, посвященные оценке качества услуг , то есть сфере, до сих пор представляющей некую "терра инкогнита". После долгих дебатов окончательно определена и принята обобщенная номенклатура показателей качества услуг, положенная в основу выбора базы сравнения в разработанной нами системе сертификации качества услуг.

В отличие от номенклатуры показателей качества товаров услуги имеют четыре четко разграниченные группы: качество собственно услуги, культура обслуживания, затраты потребителя на доступ и, как правило, сопутствующий основному эффекту — эффект (или ущерб) косвенный .

Для образования региональных центров (областных, городских, республиканских ) и ряда органов сертификации по “горячим” услугам - страховым, обмену квартир, туризму, ремонту телерадиоаппаратуры и др. — их приходится оформлять особо. Многие из них уже работают с конкретными предприятиями, и те скоро смогут получить первые н нашей стране сертификаты качества. Калининградский центр сертификации (Вьюжанин В.П., Демиденко Э.С., Калинцев Ю.А. и другие) все это уже хорошо освоил.

С сожалением придется отметить, что существующая реклама - плохая помощница в определении качества и товара, и услуги, она не способствует отделению зерен от плевел. Так называемого открытого рынка на самом деле пока нет.

Но есть такая сфера обслуживания, где нет конкуренции в принципе. Это так называемые естественные монополии. Например, услуги по обеспечению квартир электроэнергией или газом. Или общественный транспорт. Но в то же время есть немало фирм, которые работают в жестком конкурентном поле. Например, те, что специализируются на строительных, страховых, медицинских, туристских услугах, а также предприятия общепита, магазины, особенно валютные и прочие. В некоторых случаях могут между собой конкурировать магазины, банки, образовательные учреждения, даже рекламные агентства.

Мы не в состоянии их все охватить. Потому и выбрали то, что нам по силам, - те сферы, где у нас есть либо специалисты, либо определенные наработки. На неконкурентные виды услуг, тот же газ, электричество, отопление, городской общественный транспорт и т.д., тоже вполне можно ввести обязательную сертификацию, но не по безопасности (о ней чуть позже), а по качеству, и в зависимости от него регулировать налогообложение. Ведь, согласитесь, высокое качество - определенный плюс обществу, стабильность общественных отношений, заметная дельта к качеству нашей жизни.

Особая грань качества — экологическая чистота товара. Всем нам хорошо известно (а кому не известно, тот догадывается), что на полках наших магазинов продаются разные по качеству товаров. Разные, во-первых по уровню вредных примесей. Что за примеси? В основном они проникают через экологически небезупречные условия произрастания сельско-хозяйственного сырья, взращивания животных и т.д. — потому-то и можно считать вполне обоснованным уже общепринятый термин “Экологически чистый” — предмет бурных возражений и рафинированных экологов, и специалистов по питанию. Смешно, а ведь во имя отстаивания уже принятого народом термина, к тому же вполне легализованного Госстандартом, в рабочей группе ушло немало сил и времени. Далее, идет борьба за отстаивание совсем уж смешной позиции: раз нормативы вредных веществ выдерживаются, то, следовательно, весь продукт, попадающий на полки наших магазинов, и так, мол, безопасный. И лишь при доверительных беседах возникает доверительное признание: конечно, если вредных веществ будет меньше, то все же это было бы лучше! — Как раз расчетом, во сколько раз полезнее, т.е. менее вреден, реальный, попавший к нам на сертификацию продукт по сравнению с “нормативно-загрязненным”, и занимается наш Центр сертификации, работающий по Системе сертификации качества (ССК), официально зарегистрированной Госстандартом.

Проблема эта не высосана из пальца. В одной из своих интереснейших передач по немецкой волне Анастасия Рахманова в передаче о пищевых добавках (март 1998 г.) привела массу примеров, как нас дурят не только мелкие и мельчайшие, но даже и довольно известные фирмы (см. Приложение 1 )

Перед тем, как поговорить о нашей экологической сертификации, дадим несколько определений, которыми мы пользуемся.

Экологически чистым является продукт, содержащий вредные вещества и их соединения, а также продуцирующий вредные излучения и испарения в количествах, достоверно ниже установленных соответствующими санитарно-гигиеническими и иными нормативами и требованиями (ПДК, ПДУ, ПДВ...). Уровень экологической чистоты продукта определяется соотношением количества содержащихся в нем вредных веществ, а также продуцируемых им вредных излучений и испарений, с количеством, установленным соответствующими санитарно-гигиеническими и иными нормативами и требованиями. А Качество пищевого продукта — это комплексная характеристика полезности единицы пищевой продукции, определяемая совокупностью характеристик, которые обуславливают способность пищевого продукта удовлетворять физиологические и эстетические потребности человека в пище при обычных для него условиях использования.

Нормативно установленное качество (нормативное качество) — качество, обусловленное совокупностью характеристик, потребительских свойств, установленных как обязательные в нормативной и технической документации

Данные Методические указания предполагают учет в процессе расчетов действующих САНПиНов, нормативов ГОСТ Р или в случае их отсутствия — иных нормативов и требований, установленных в Системе ССК. Последних из выпущенных ГОСТов является Гост 51074-97. Его мы еще коснемся ниже.

Установленные нами правила включают обоснование процедуру подготовки и выдачи экологических сертификатов качества на продукцию — сырье, полуфабрикаты, изделия, товары, услуги (далее: товары), при необходимости прошедшие обязательную сертификацию, должным образом проверенные и испытанные на наличие и содержание вредных примесей, излучений, испарений и т. д. — они должны быть ниже нормативно допустимых. По этим данным после соответствующих расчетов можно получить Уровень экологичности, или Уровень экологического качества, который определяет, буквально, степень повышения полезности (ценности) данного продукта относительно продукта с "нормативно-допустимыми" значениями вредных факторов. Эти сведения могут быть полезны для поставщика товара (продукции): при надлежащем информировании покупателя (потребителя) это позволит либо ускорить сбыт продукции экологически чистой, либо несколько поднять на нее цену, что будет способствовать снижению цен на продукцию экологически загрязненную. Ибо для ряда потребителей вопрос экологической чистоты продуктов питания, мебели, приборов... - для них самих и тем более для их детей - имеет существенное значение.

В соответствии с данными Правилами, экологическая сертификация товаров осуществляется с целью определения их дополнительной полезности вследствие отклонения в лучшую сторону присущих ей экологически вредных показателей, факторов, свойств, характеристик, параметров относительно их нормативно-допустимого уровня (вне зависимости от их функциональной полезности) и таким образом снижения риска заболеваний, повышения жизненного тонуса, активности — то, что прямо касается качества нашей жизни, социальной безопасности.

Экологические сертификаты качества выдаются на должным образом испытанные товары, экологически вредные свойства которых - например, содержание вредных примесей, излучений, испарений и. т. д. - оказываются ниже нормативно допустимого уровня (ПДК, ПДУ, ДУ...). Если в процессе экологической сертификации будут обнаружены вредные факторы, не являющиеся по действующему порядку предметом обязательной сертификации, то учет и оценка этих факторов (определенных свойств, посторонних включений, примесей, не характерных по технологическим причинам для данного товара и потому ненормируемых, и т.д.) будет осуществлена в сравнении с их ПДК, ПДУ..., дополнительно включенными в процесс испытаний Органом ССК при согласовании с компетентными органами.

Как и полный Сертификат качества, Экологический сертификат определяет степень повышения полезности (величину относительного эффекта) сертифицированной продукции относительно принятой за базу сравнения, в данном случае - аналогичной продукции с нормативным содержанием вредных веществ, излучений, испарений и т.д. при прочих равных условиях. Он является информационным материалом, необходимым для потребителя — конечного и промежуточного (при оптовой закупке товара), а также — в процессе подготовки производства и даже разработки.

Законодатель, утверждая упомянутый выше ГОСТ 51074-97, ставил благородную цель — обезопасить потребителя от дезинформации в виде разных значков и надписей об экологичности, зачастую абсолютно не соответствующей действительности. На Западе сейчас много подобных знаков, но что интересно: они касаются либо упаковки, либо влияния продукта на морскую воду при перевозке, либо чего угодно другого. Но не влияние на наше здоровье того, что мы едим и пьем. Знак нашей системы ССК говорит о том, что товар проверен на соответствующем уровне — методическом и процедурном и касается именно полезности продукта для человека. Насколько нам известно, при таких проверках Калининградский центр сертификации и находится в тесном деловом контакте с органами санэпиднадзора Калининграда и Калининградской области. Если это не совсем так, то мы уверены: здесь все еще впереди.

Сертификация качества, экологическая сертификация, должна оградить нас от неконтролируемого наплыва отечественной и импортной продукции среднего и низкого качества. И одновременно суметь выделить самое лучшее, самое чистое — по добровольному порыву самих производителей, для которых при этом предусматриваются вполне зримые выгоды: интерес к ним потребителей. Ясно, что выгадал бы от этого и потребитель, который знал, что именно покупает на свои деньги.

Наш коллега А. Б. ШАЕВИЧ из Екатеринбурга в одной из своих достаточно частых публикаций местной печати о системе ССК, с которой его Центр работает уже несколько лет пишет. Тот факт, что продукция удостоена высокой оценки, должен активно использоваться для продвижения данного товара на рынок, т.е. для повышения его конкурентоспособности. Для этого целесообразно давать соответствующую информацию в рекламе, каталогах, на выставках, при ведении переговоров с торговыми организациями. Коммерческие структуры, осуществляющие оптовые поставки, имеют больше шансов на реализацию товара, если он имеет экологический сертификат и сертификат качества, иногда — и по несколько повышенной цене. Покупатель же, ориентируясь на подобную информацию, будет отдавать, при прочих равных условиях, предпочтение товару с этими сертификатами. Все это определяет не только коммерческую, но и общесоциальную полезность добровольной сертификации.

Итак, добровольная сертификация становится постепенно важным элементом развития общественного производства — причем развития по пути качественного, социального прогресса, с учетом действительных интересов человека, общества, а не придуманных кем-то для своей выгоды.

Вопросы социального развития включают в себя целый ряд фрагментов, в том числе — и совершенствование систем управления качеством. Отдельный фрагмент этого обширного понятия — социальная безопасность, которую можно определить так: состояние общества, в том числе всех основных сфер производства и социальной сферы, охраны внутреннего конституционного порядка, внешней безопасности, культуры, при котором обеспечивается номинальный (нормированный и общественно нормальный) уровень социальных условий и предоставляемых социальных благ — материальных, временных, санитарно-эпидемиологических, экологических, психологических и иных, определяющих качество жизни человека и общества в целом, гарантируется минимальный риск для жизни, физического и психического здоровья людей, возможность духовного, интеллектуального и физического развития личных способностей гражданина и эффективной реализации этих способностей;

Понятие “социальная безопасность” медленно, но неуклонно пробивает себе право на жизнь и на понимание в обществе.

В научной юридической литературе, в политической практике оно начало формироваться с конца девяностых годов. Уже тогда это понятие вмещало в себя целый комплекс факторов, определяющих, кроме экономических и политических моментов, всю непосредственную среду обитания человека — биологическую, физическую, психологическую, материальную и в конце концов — значительную часть того, что вмещает в себя емкое понятие качества жизни.

К настоящему времени, с образованием при Комитете по безопасности Госдумы Экспертного Совета по вопросам социальной безопасности и социального развития , круг явлений и задач, охватываемых понятием “социальная безопасность”, можно считать, оформился в достаточно полной мере. К ним относятся:

1. Выявление возможности появления и анализ социального ущерба, случайно или намеренно наносимого обществу отдельными гражданами, государственными структурами, организациями, а также гражданами друг другу, а также разработка предложений для его предотвращения.

**Литература:**

1. Николаева М.А. «Товароведение потребительских товаров». Учебник М. Норма, 1997 г.
2. Лиорац М.А. , Лежкин Е.Д. «Исследование непродовольственных товаров» 1988 г.
3. Федоров М.В. и др «экспертиза качества товаров». М.Экономика, 1984 г. Парамонова Т.Н. «Экспресс-методы оценки качества непрод. Товаров « М. Экономика, 88 г.
4. Козлова В.А. и др. «Товароведение непродовольственных товаров» «Справочник товароведа непродовольственных товаров» в 3 книгах. М. 1983 г.
5. Законы Украины: «О защите прав потребителя», «О стандартизации», «О сертификации».