

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра «Биотехнология, технология общественного питания и товароведение»

Практическое занятие

по дисциплине: «Метрология и стандартизация»
на тему:
«Сертификация. Объекты обязательной сертификации»



Выполнила: ст. гр. БИО-171
Врабие Анна Сергеевна
Проверила: профессор, д.т.н.
Артюхова Светлана Ивановна

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ СЕРТИФИКАЦИИ

- Сертификация – процедура подтверждения соответствия результатов производственной деятельности, товаров, услуг нормативным требованиям на основании которой третья сторона удостоверяет документально, что данная продукция соответствует заданным требованиям.
- Под первой стороной понимается производитель или продавец. В качестве второй стороны выступает покупатель или потребитель. Под третьей стороной в процедуре сертификации подразумевается независимо компетентная организация, осуществляющая оценку качества



- Сертификация базируется на стандартах и в ее основе лежат испытания по нормам сертификации.

- Базовым понятием сертификации является сертификация соответствия



- Система сертификации – система, имеющая свои правила, процедуры проведения сертификации и соответствия, то есть сертификация в пределах одной системы должна проводиться по единым правилам.
- Схема сертификации – система сертификации, применяемая к конкретной продукции (конкретному технологическому процессу, товару, услуге).
- Сертификат соответствия – документ, выданный согласно правилам системы сертификации указывающий, что данная продукция соответствует определенным
- Знак соответствия – охраняемый законом знак (сочетание букв, цифр, графических символов) подтверждающих, что данная продукция находится в соответствии с определенными стандартами или другими требованиями, предъявляемыми к ней.
- Декларация о соответствии – документ, в котором изготовитель удостоверяет, что поставляемая им продукция соответствует заданным требованиям.



ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СЕРТИФИКАЦИИ

Сертификация в России организуется и производится в соответствии со следующим законами:

- 1 «О защите прав потребителей»
- 2 «О сертификации продукции и услуг»
- 3 «Об обеспечении единства измерения»
- 4 «О стандартизации» А также законами, относящимися к конкретным отраслям, по пожарной безопасности, о ветеринарии и так далее.

Кроме законов деятельность по сертификации регулируется указами президента и актами правительства.



ЦЕЛИ И ПРИНЦИПЫ СЕРТИФИКАЦИИ

Закон РФ «О сертификации продукции и услуг» определяет следующие цели сертификации:

- 1 Создание условий для деятельности организации всех форм собственности на едином товарном рынке России для участия в международной торговле и научно-техническом сотрудничестве.
- 2 Содействие потребителям в компетентном выборе товара и их защита от не добросовестных изготовителей и продавцов.
- 3 Контроль безопасности продукции для жизни и здоровья людей их имущества и окружающей среды.
- 4 Подтверждение показателей качества продукции заявленных изготовителем



ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ СЕРТИФИКАЦИЯ

- Закрепленные законом требования к товарам, подлежащим обязательной сертификации должны выполняться всеми производителями на внутреннем рынке России и импортёрами при ввозе продукции по импорту на территорию страны.



0000



ОБЪЕКТАМИ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ ЯВЛЯЮТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ ВИДЫ ПРОДУКЦИИ:

- а) товары машиностроительной, электротехнической, электронной и приборостроительной отраслей промышленности;
- б) товары с/х;
- в) товары вещевой промышленности;
- г) медицинская техника;
- д) товары сырьевых отраслей;
- е) средства защиты органов дыхания (СИЗ);
- ж) изделия пиротехники;
- з) тара;
- и) ветеринарные и биологические препараты.



УСЛУГИ ПОДЛЕЖАЩИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ:

бытовые услуги;

- услуги пассажирского транспорта;
- услуги связи;
- эксплуатационные услуги;
- туристические;
- услуги общественного питания и другое.



- Необходимость добровольной сертификации объясняется, как правило, не критериями безопасности, как в обязательной сертификации, а теми показателями продукции, которые интересуют потребителя (качество продукции является двигателем добровольной сертификации).
- Добровольная сертификация осуществляется органами по сертификации входящими в систему добровольной сертификации, такая система может быть образована юридическим лицом разработавшим и зарегистрировавшим ее.



УЧАСТНИКАМИ ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ МОГУТ БЫТЬ ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА, НЕЗАВИСИМО ОТ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ ВЫПОЛНЯЮЩИЕ ПРАВИЛА ДАННОЙ СИСТЕМЫ.

Структура системы по добровольной сертификации предусматривает следующий состав участников:

- а) руководящий орган системы;
- б) орган по добровольной сертификации;
- в) испытательная лаборатория;
- г) эксперты;
- д) заявители.



КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ. ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОТНОСЯЩИЕСЯ К КАЧЕСТВУ

Продукция представляемая этими 2-мя классами может быть подразделена на 5 групп:

- 1) сырье и природное топливо
- 2) материалы и продукты (ткани, пластмассы, искусственное топливо, пищевые продукты)
- 3) расходные изделия (относятся все упакованные изделия – топливо в бочках, консервы и т.д.)
- 4) не ремонтируемые изделия (ремни ременной передачи, полупроводниковые элементы приборов, крепежные изделия и т.д.)
- 5) ремонтируемые изделия (оборудование длительного



КАЖДЫЙ ВИД ПРОДУКЦИИ ОБЛАДАЕТ РЯДОМ СПЕЦИФИЧЕСКИХ СВОЙСТВ, БЛАГОДАРЯ КОТОРЫМ ДАННУЮ ПРОДУКЦИЮ МОЖНО ОТЛИЧИТЬ ОТ ПРОДУКЦИИ КАКОГО-ЛИБО ДРУГОГО ВИДА.

- **Свойство продукции – объективная особенность продукции, проявляющаяся при ее создании и использовании.**
- **продукции – качественная или количественная характеристика свойств продукции.**
- **Качество продукции – совокупность свойств продукции способных удовлетворять ее пригодность для потребления в соответствующей ей сфере**



МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА

Показатели качества определяют двумя методами:

- –инструментальный;
- –экспертный.



Инструментальный метод основан на результатах измерений различных параметров, которые характеризуют ту или иную группу показателей качества.

Экспертный метод делится на два подхода:

1) органолептический – основан на определении показателей качества продукции (в баллах) с использованием восприятия окружающей среды органами чувств;

2) социологический – основан на сборе и учете мнений фактических или потенциальных потребителей продукции.



