



## Стратегическое структурирование и оценивание товаров на федеральном этапе

- I. Методология стратегического структурирования (см. прил. 6), положенная в основу документирования и оценивания свойств товаров в рамках Конкурса, охватывает менеджмент качества на основе применения ГОСТ Р ИСО 9001-2015 и ГОСТ ISO 9001-2011, экологический менеджмент на основе применения ГОСТ Р ИСО серии 14000, менеджмент социальной ответственности по ГОСТ Р ИСО 26000-2012, менеджмент промышленной безопасности и охраны труда на основе применения стандартов ССБТ и OHSAS 18000, менеджмент энергоэффективности на основе применения международного стандарта ISO 50001:2011, или ГОСТ Р ИСО 50001-2012 «Системы энергетического менеджмента. Требования и руководство по применению», – соответствие которым придает предприятиям и потребителям уверенность в том, что продукция (аналогично и для услуг с учетом Р 50.1.076-2011 «Менеджмент организации. Методы работы с потребителями»):
- а) разработана, произведена и соответствует требованиям национальных стандартов, технических регламентов и других законодательных актов РФ и Таможенного союза;
  - б) произведена с применением прогрессивных технологий, прошла испытания и проверку качества, безопасности, экологичности, ресурсоэффективности у изготовителей продукции;
  - в) полезна и безопасна для потребителей, что удостоверяют уполномоченные организации и выдаваемые ими документы;
  - г) энерго- и материалоеффективна при использовании, а при обнаружении брака потребитель (получатель, приобретатель) вправе обратиться в уполномоченные органы с требованием о возмещении ущерба.
- II. В основу алгоритмов стратегического оценивания товаров при подведении итогов Конкурса положен критерий Европейской модели оценки качества деятельности товаропроизводителей, когда 50% отдается оценке возможностей и 50% – результатам:
- а) «возможности» оцениваются Дирекцией Программы на основе анализа информации из Анкеты на товар, состоящей из Таблицы самооценки и Таблицы идентификации;
  - б) «результаты» отражаются РКК в Матрице экспертных оценок, достоверность данных которых подтверждается документами и материалами, перечисленными в разделе 3.2 настоящего Регламента;
  - в) общий результат оценивания состоит из самооценки товаропроизводителя (до 10% – данные из Таблицы самооценки), экспертной оценки Дирекции Программы (до 40% – данные из Таблицы идентификации), и экспертной оценки РКК (до 50% – данные из Матриц экспертных оценок).
- III. Для повышения объективности стратегического оценивания товаров и их четкого ранжирования при подведении итогов Конкурса Дирекция Программы использует:
- а) методологию идентификации свойств товаров на стадиях жизненного цикла, заложенную в унифицированные анкетные характеристики товаров, представленных по шести традиционным номинациям Конкурса;
  - б) автоматизированные алгоритмы стратегического оценивания товаров по номинациям Конкурса;
  - в) базу данных о предприятиях и товарах с ежегодным накоплением результатов мониторинга и доведением их до сведения участников Конкурса и РКК.
- IV. Продукция и услуги рассматриваются и документируются в Конкурсе на следующих стадиях жизненного цикла:
- а) проектирование, технологическая подготовка производства:

- сравнение с отечественными и зарубежными аналогами;
  - использование инновационных подходов, качественных видов сырья, материалов, комплектующих изделий при конструировании, создании изделий, проектировании услуг;
  - наличие актуализированной нормативной документации, в том числе национальных стандартов, стандартов организаций, технической документации (ТУ, ТО, ТИ и др.), учитывающих современные тенденции в разработке продукции и услуг, соответствующих требованиям законодательства РФ и Таможенного союза;
  - соответствие документированным уровням качества (в т.ч. эстетических свойств, дизайна продукции и упаковки), экологичности, безопасности и ресурсоэффективности в сравнении с отечественными и зарубежными аналогами;
- б) изготовление продукции (оказание услуги):
- использование эффективных, в т.ч. интегрированных систем менеджмента качества, экологичности, безопасности, а также политик и/или систем менеджмента ресурсоэффективности производств, изготавливающих продукцию и оказывающих услуги населению;
  - применение и соблюдение требований по санитарно-эпидемиологической безопасности производств и товаров на основе документов Таможенного союза;
  - модернизация технологического оборудования, инфраструктуры в целом;
  - создание и поддержка процессов эффективного обслуживания потребителей (Р 50.1.076-2011);
  - увеличение объемов оказываемых услуг с повышением их качества, экологичности, безопасности, энергоэффективности;
  - выпуск в обоснованных (для последующей реализации) объемах качественной, экологичной, безопасной и ресурсоэффективной продукции;
  - улучшение экономических и социальных характеристик производств;
  - участие товаропроизводителей в региональных и федеральных выставках;
  - возможный вклад товаропроизводителей в импортозамещение;
- в) поставка продукции, оказание услуги:
- определение цены товара в сравнении с аналогами;
  - учет расширения географии продаж продукции и оказания услуг;
- г) потребительский спрос и оценка товаров покупателями:
- учет интенсивности спроса на товары;
  - доступность товаров для различных категорий потребителей (путем улучшения соотношения «цена – качество»);
  - материало-, энергоэффективность при использовании продукции по назначению и при получении разнообразных услуг;
  - подтверждение потребителями документированных свойств качества, экологичности, безопасности и ресурсоэффективности приобретаемых и используемых товаров;
  - отсутствие экспертно подтвержденных претензий к качеству, экологичности, безопасности товаров со стороны потребителей, закупающих организаций, представителей органов государственного контроля и надзора в регионе по показателям безопасности, установленным значениям материало-, энергоэффективности, сроков службы, гарантиям и др.
- д) эксплуатация качественной продукции на основе оформления «Декларации качества» товаропроизводителя, гарантирующей стабильный выпуск качественной, безопасной продукции и оказание соответствующих услуг потребителям на протяжении двух лет с даты подписания «Декларации качества».
- V. Методология стратегического структурирования и оценивания товаров подтвердила свою состоятельность на протяжении 18 лет реализации Конкурса. Товары с логотипом Программы узнаваемы и востребованы потребителями, свидетельством чему являются опросы, проведенные в ряде регионов России (Киров, Тула, Ростов-на-Дону и др.).