

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2025-8-26>

УДК 339.13



Attribution

cc by

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И УСЛУГ
НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Червова Н.В.

Тихоокеанский государственный университет, E-mail: 003819@togudv.ru

Аннотация. В данной статье обоснована актуальность вопросов качества товаров и услуг на современном потребительском рынке России. Цель исследования – выделение актуальных аспектов проблемы качества потребительских товаров и услуг как комплексной категории, где в условиях рынка требования к качеству формируются одновременно государством, потребителями, конкурентами и самим предприятием, а также – разработка рекомендаций по решению данной проблемы. Для исследования были применены такие методы, как сравнительный анализ, синтез, обобщение и систематизация, проведен анализ официальной государственной статистики по нарушению обязательных требований к качеству товаров и услуг, изучена структура товаров, изымаемых из оборота, подтверждающие остроту данного вопроса. Также, были рассмотрены существующие подходы к трактовке понятия «качество», изучены научные труды и нормативно-правовая база, послужившие основой для разработки данной темы. Были изучены субъекты, вовлеченные в проблему качества товаров и услуг, и сформулированы основные преследуемые ими в этом вопросе цели. Проведена систематизация мер, предпринимаемых субъектами для обеспечения качества по отношению к другим участникам данного процесса, как существующих, так и предлагаемых к рассмотрению на предмет внедрения. Также была предложена схема логики взаимодействия субъектов, заинтересованных в решении проблемы качества товаров и услуг, с учетом мнения всех ее участников, что могло бы способствовать более эффективному внедрению инициатив по вопросам разработки требований к качеству и его контроля.

Ключевые слова: потребительский рынок, качество, товар, услуга, фальсификация товаров, управление качеством, регулирование качества, государственное регулирование, стандартизация, сертификация, защита прав потребителей.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

MODERN ASPECTS OF THE PROBLEM OF QUALITY OF GOODS AND SERVICES
IN THE CONSUMER MARKET

Natalya V. Chervova

Pacific State University

Abstract. This article substantiates the relevance of the issues of quality of goods and services in the modern consumer market of Russia. The purpose of the study is to highlight the current aspects of the problem of quality of consumer goods and services as a complex category, where in the market conditions the quality requirements are formed simultaneously by the state, consumers, competitors and the enterprise itself, as well as to develop recommendations for solving this problem. For the study, such methods as comparative analysis, synthesis, generalization and systematization were used, an analysis of official state statistics on violation of mandatory requirements for the quality of goods and services was carried out, the structure of goods withdrawn from circulation was studied, confirming the urgency of this issue. Also, existing approaches to the interpretation of the concept of "quality" were considered, scientific works and the regulatory framework that served as the basis for the development of this topic were studied. The entities involved in the problem of quality of goods and services were studied, and the main goals pursued by them in this matter were formulated. A systematization of measures taken by entities to ensure quality in relation to other participants in this process, both existing and proposed for consideration for implementation, was carried out. A scheme of logic for interaction between entities interested in solving the problem of quality of goods and services was also proposed, taking into account the opinions of all its participants, which could contribute to more effective implementation of initiatives on issues of developing quality requirements and its control.

Keywords: consumer market, quality, goods, services, counterfeiting of goods, quality management, quality regulation, government regulation, standardization, certification, consumer protection.

Funding: Independent work.

Введение.

Актуальность вопросов качества товаров и услуг на российском потребительском рынке продолжает оставаться достаточно острой, что подтверждается данными официальной государственной статистики.

Согласно государственному докладу «Защита прав потребителей в 2023 году», выявляемые нарушения обязательных требований качества товаров, работ и услуг имеют следующую динамику (за период 2014-2023 гг.) [2]: 2014 г. – 18580 ед.; 2015 г. – 15584 ед.; 2016 г. – 14783 ед.; 2017 г. – 10262 ед.; 2018 г. – 6750 ед.; 2019 г. – 9393 ед.;

2020 г. – 1399 ед.; 2021 г. – 1412 ед.; 2022 г. – 658 ед.; 2023 г. – 3535 ед.

Динамика нарушений за анализируемый период времени имеет относительно положительную тенденцию к сокращению (период пандемии не берем в расчет по объективным причинам), величина таких грубых нарушений в 2023 г. составила примерно 30 % от допандемийных значений 2019 г. Однако, учтем, что в России существует определенного рода мораторий на проверки, сдерживающие развитие бизнеса, поэтому их проводится значительно меньше, соответственно и нарушений выявляется меньше.

В статье рассмотрены субъекты-участники процесса взаимодействия по вопросам качества товаров и услуг: государство, потребители и обобщенная категория «бизнес» без разбивки на производителей, продавцов, сферу услуг. Это сделано намеренно, так как формат статьи не позволяет углубиться в особенности всех видов субъектов, понимаемых под категорией «бизнес», где есть явные отличия, поэтому статья носит обобщенный, описательный характер и требует дальнейшего более детального исследования в последующих работах.

Обсуждение

Уже несколько лет существует практика, предполагающая более щадящий, профилактический формат проверок в виде вынесения предостережений о недопустимости нарушения обязательных требований, согласно которым, на устранение выявленных нарушений предприятиям выделяется определенное время и здесь уже совсем другой порядок цифр. Этот подход был закреплен в «Концепции совершенствования контрольной (надзорной) деятельности до 2026 г.». [3]

Если рассматривать структуру вынесенных предостережений в разрезе отдельных сфер деятельности, то самое большое их число в 2023 г. было направлено предприятиям сферы розничной торговли – 80742 ед. (86 % от общего числа вынесенных предостережений на потребительском рынке). [2] Это может объясняться, отчасти, статистически; то есть, значительным количеством организаций розничной торговли, функционирующими на рынке, по сравнению с другими отраслями, что обуславливает большее число выявленных нарушений.

По данным Российского статистического ежегодника, за 2023 г. было изъято товаров из оборота (в % от количества отобранных образцов (проб) в каждой товарной группе):

– среди отечественных товаров: моющих средств 63,4 %, мясных консервов 20 %, мебели 19,2 %, одежды (кроме меха) 10,8 %, обуви 5,3 %, парфюмерия и косметика 5,3 %;

– среди импортных товаров (в условиях санкций и ограничения импорта): бытовой техники – по разным позициям до 7 %, обуви 5,4 %, одежды (кроме меха) 1,9 %, табачных изделий 1,8 %, парфюмерии и косметики 1,5 %. [5]

Данные свидетельствуют о наличии проблем с качеством потребительских товаров, реализуемых в розничной сети.

В сфере услуг в 2023 году было вынесено предостережений – 13634 ед. (соответственно 14 % от общего числа).

В структуре сферы услуг получился своеобразный антирейтинг отраслей, получивших предостережения о недопустимости нарушения обязательных требований:

- бытовое обслуживание – 2302 ед.;
- общественное питание – 1869 ед.;
- деятельность на финансовом рынке – 1318 ед.;

- услуги связи – 1301 ед.;
- медицинские услуги – 1295 ед.;
- банковские услуги – 941 ед.;
- услуги ЖКХ – 939 ед.;
- транспортные услуги – 934 ед.;
- гостиничные услуги – 521 ед.;
- образовательные услуги – 289 ед.;
- туристические услуги – 248 ед. [2].

Наибольшее количество предостережений по качеству в сфере услуг было вынесено организациям бытового обслуживания, общественного питания и организациям, осуществляющим деятельность на финансовом рынке, именно здесь фиксируются массовые жалобы потребителей.

Анализируя данные официальной статистики видим, что вопросы качества товаров и услуг на потребительском рынке России являются насущными и актуальными.

Существует множество трактовок понятия «качество». А. Г. Зекунов условно выделяет несколько подходов: философский, социологический, технический, экономический и правовой. [6]

Философский подход к определению качества заключается в выделении сущностных специфических характеристик объекта, отличающих его от других объектов, причем отдельные характеристики приобретают значимость только объединившись в объекте.

Социологический подход предполагает изучение, учет требований и отношения субъекта к объекту исходя из культурных, личностных, психологических и прочих характеристик самого субъекта.

Технический подход к определению качества акцентирует внимание на количественно измеряемых физических характеристиках товара, которые можно воспроизводить и тиражировать, беря за базу определенный эталон.

Экономический подход к формулировке понятия «качество» предполагает учет экономической целесообразности придания товару определенных характеристик с учетом спроса и предложения.

Правовой подход к определению понятия «качество» предполагает разработку нормативно-технической документации, в которой официально закрепляются требования к качеству товаров, работ и услуг.

Можно еще выделить маркетинговый подход к формулировке понятия «качество», основанный на том, что разные сегменты потребительского рынка предъявляют разные требования к качеству товаров,

один и тот же товар потребителями с невысокими доходами будет восприниматься как качественный, а для другого сегмента он таковым являться не будет, так как они в силу более высоких располагаемых доходов могут предъявлять повышенные требования к качеству товара, его престижности и популярности.

Такое многообразие аспектов трактовки понятия «качество» предполагает широту определения и учтено в современном подходе к определению понятия «качество», которое основывается на стандарте ИСО 9000, содержащем термины и их определения в сфере управления качеством: «Качество – это степень соответствия совокупности присущих характеристик объекта требованиям». [1]

Согласимся с мнением Курочкиной А.Ю., что требования к качеству товаров и услуг могут формироваться государством, потребителями, конкурентами и самим предприятием. [4] При этом необходимо учитывать, что у каждого из перечисленных видов субъектов свои собственные цели в области формулировки требований к качеству товаров и услуг:

– государство (цель – гарантировать право потребителей на приобретение качественных товаров, работ и услуг);

– клиенты (цель – удовлетворить свои потребности через ожидаемые характеристики товара, формирующие его качество);

– конкуренты (цель – повышение конкурентоспособности товаров и услуг, завоевание лидерских позиций на рынке и получение прибыли через учет пожеланий клиентов, воплощенных в характеристиках товара/услуги, формирующих качество, конкурентная среда задает курс на повышение качества);

– предприятия (цель – имея опыт успешной продажи качественных товаров или услуг, масштабировать свой бизнес, сохраняя заданный уровень качества, который ассоциируется у клиентов с данной фирмой или искусственно с помощью маркетинга и лимитирования объемов выпуска какой-либо продукции повышать ее ценность для определенных сегментов потребителей и одновременно обеспечивать рост собственных доходов).

Также, необходимо четко понимать особенности и отличия качественных характеристик товаров и услуг. В связи с разнообразием формулировок исследуемого понятия и разными целями в области качества товаров и услуг у перечисленных субъектов рынка, необходим комплексный подход к формированию перечня характеристик, формирующих качество, критериев их оценки и контроля. Систематизируем существующие меры по обеспечению и регулированию вопросов качества [7].

Со стороны государства (у которого двойная цель – с одной стороны, гарантировать потребителям качество и безопасность товаров и услуг, а с другой – создавать условия для развития конкурентной бизнес-среды):

– правовые: для потребителей (укрепление право-

вой базы по защите прав потребителей, узаконивание требований возмещения морального и материального вреда); для предприятий (разработка в соответствии с достижениями НТП нормативно-правовой базы и ее упорядочение по вопросам стандартизации, сертификации, аккредитации и лицензирования, но не смотря на работу так называемой «регуляторной гильотины», во многих сферах еще присутствуют противоречия в нормативных документах, а также, в связи с быстро меняющейся ситуацией на рынке, часть нормативной документации в момент ввода в действие уже устаревает и требует корректировки. В 2023 году принята «Концепция совершенствования контрольной (надзорной) деятельности до 2026 года», где был разработан конкретный план мероприятий и очерчены сроки исполнения, но пока ее реализация идет с нарушением сроков);

– технологические: направленные на потребителей (разрабатываются государственные интернет-платформы, где население может проверить наличие организации в реестре, сообщить о нарушениях, создано удобное для людей приложение «Честный знак», куда занесено уже более чем 20 групп сертифицированных товаров, где по коду можно проверить его подлинность и так далее); направленные на предприятия: (обязанность предприятий маркировать определенным способом свои сертифицированные товары и вносить их в систему «Честный знак», интегрированную с кассой, также показала эффективность система «Меркурий» и др.);

– организационно-экономические: для потребителей (увеличение сумм, которые может получить клиент, доказавший наличие причиненного ему материального и морального вреда, правда появилась побочные проблемы так называемого «потребительского экстремизма», когда потребитель злоупотребляет своими правами, при этом создавая излишнюю нагрузку на судебную систему); для предприятий (рекомендации по разработке внутренних систем менеджмента качества на предприятии, организация и проведение систематических государственных проверок с целью контроля качества товаров и услуг на потребительском рынке, повышение сумм штрафов за нарушения до значимых для предприятия сумм, когда производить некачественный товар или оказывать некачественную услугу становится просто не выгодно и т.д.);

– информационно-профилактические: направленные на потребителей (информационная работа с населением по выявлению некачественных, фальсифицированных товаров и услуг, знания прав потребителей и их защиты) и на предприятия (создание единого реестра обязательных характеристик качества для различных товаров и услуг, оказание консультационных услуг бизнесу по вопросам обеспечения обязательных требований к качеству товаров и услуг, разработка процедур самообследования организаций, вынесение предписаний о нарушении обязательных требований качества с разъяснениями и определением времени на их устранение), можно сказать, что работа ведется, но носит пока эпизодический характер.

Со стороны бизнеса: производственных предприятий и предприятий сферы услуг (цель которых – получить прибыль учитывая интересы потребителей и выполняя обязательства перед государством):

– правовые: разработка внутренних стандартов и системы менеджмента качества продукции/услуги на предприятии, защита от «потребительского экстремизма»;

– технологические: защита своей продукции с помощью голограмм, куа-кодов, применение современных технологий для контроля за качеством производимых товаров или оказываемых услуг и так далее, участие в программе «Честный знак» и др.;

– организационно-экономические: организация системы обучения и мотивации работников на качественное выполнение услуги (путем морального и материального стимулирования), создание каналов обратной связи, и оперативная работа по реагированию на замечания клиентов по поводу качества товаров и услуг;

– информационно-профилактические: информирование через СМИ, собственные социальные сети о методах защиты производителем своих товаров (внешний вид упаковки, серийные номера, наличие куар-кодов, голограмм и других признаках качества, способах выявления фальсифицированных товаров), а также (для предприятий сферы торговли, маркет-плейсов): проверка подлинности товаров и размещение данной информации на ценнике или электронной карточке товара при онлайн-продаже.

Со стороны потребителей (цель которых – получить качественный товар или услугу за свои деньги):

– правовые: знание своих прав как потребителя, взаимодействие с Обществом защиты прав потребителей при нарушении прав потребителя, отстаивание своих интересов в суде;

– технологические: приложение «Честный знак» и умение пользоваться им, знать, как проверить наличие предприятия в государственном реестре, уметь найти необходимый стандарт на продукт/услугу при необходимости;

– организационно-экономические: уметь экономически обосновать свои материальные претензии в случае получения некачественных товаров и услуг и грамотно составить претензию;

– информационно-профилактические: давать обратную связь, реагировать на качество полученных товаров и услуг в виде отзывов на сайте или в социальных сетях предприятия, или в виде жалоб в соответствующие инстанции при грубом нарушении прав потребителя.

Помимо перечисленных выше мер, можно добавить участие представителей всех заинтересованных сторон в работе над вопросами качества товаров и услуг и его регулирования. Организатором данного процесса может стать государство с участием общественных и предпринимательских инициатив.

Предлагаем следующую схему взаимодействия и последовательности действий при выработке

требований к качеству товаров и услуг и его контролю (рис. 1).



Рис.1 Схема логики взаимодействия субъектов по вопросам качества.

Работа по вынесению предложений по разработке обязательных характеристик качества, их оценки и регулированию со стороны потребителей может проходить в качестве общественных инициатив сообществ потребителей, общества по защите прав потребителей, со стороны бизнес-среды это могут быть профессиональные ассоциации, эксперты-практики, имеющие большой опыт работы в данной сфере и т.д.

Включение бизнеса в данный процесс может происходить разными способами в зависимости от вида субъекта рынка. Производители со своей стороны, с учетом наилучших достижений НТП, обмениваясь опытом задают высокие стандарты качества. Продавцы также должны нести ответственность, проверять подлинность товаров и предотвращать продажу некачественной, контрафактной продукции (данный вопрос уже обсуждается регулятором).

Результаты.

В статье рассмотрена актуальная необходимость совместного обсуждения и выработки требований к качеству товаров и услуг и его регулированию – это объективная необходимость, чтобы спускаемые сверху инициативы были реальны, актуальны, обоснованы и вызывали понимание и поддержку у всех заинтересованных сторон.

Заключение.

Таким образом, в данной статье были исследованы современные аспекты вопроса качества потребительских товаров и услуг (в том числе его контроля с помощью современных технологий), проведен анализ теоретической и правовой базы, изучена доступная официальная статистика по качеству товаров и услуг,

выявлены основные проблемы в данной сфере и сфор-

мулированы рекомендации по возможным путям эффективного решения данной проблемы.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. СПС «Консультант Плюс». Официальный сайт. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_195013/ (дата обращения: 27.05.2025).
2. Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2023 году: Государственный доклад. – Москва : Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2024. – 392 с.
3. Концепция совершенствования контрольной (надзорной) деятельности до 2026 года. Распоряжение Правительства РФ от 21 декабря 2023 г. № 3745-р. – «Гарант». Официальный сайт. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/408171459/#1000> (дата обращения: 27.05.2025).
4. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для вузов / А. Ю. Курочкина. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 172 с.
5. Российский статистический ежегодник 2024. Качество товаров, поступивших на потребительский рынок. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegodnik_2024.htm (дата обращения: 27.05.2025).
6. Управление качеством : учебник для вузов / под ред. А. Г. Зекунова. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 460 с.
7. Червова Н. В., Ивашкин М. В. Российский бизнес и проблема фальсификации товаров: современное состояние и способы решения проблемы / Н. В. Червова, М. В. Ивашкин // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 2021, № 3. – С. 38-46.

References:

1. GOST R ISO 9000-2015. Quality management systems. Fundamentals and vocabulary. SPS «Consultant Plus». Official website. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_195013/ (date of access: 05.27.2025).
2. Consumer protection in the Russian Federation in 2023: State report. – Moscow: Federal Service for Supervision of Consumer Rights Protection and Human Wellbeing, 2024. – 392 p.
3. The concept of improving control (supervisory) activities until 2026. Order of the Government of the Russian Federation dated December 21, 2023 No. 3745-r. – «Garant». Official website. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/408171459/#1000> (date of access: 27.05.2025).
4. Kurochkina, A. Yu. Quality management of services: a textbook and practical training for universities / A. Yu. Kurochkina. – Moscow: Yurait Publishing House, 2025. – 172 p.
5. Russian statistical yearbook 2024. Quality of goods entering the consumer market. Federal State Statistics Service. Official website. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegodnik_2024.htm (date of access: 27.05.2025).
6. Quality management: a textbook for universities / edited by A. G. Zekunov. – Moscow: Yurait Publishing House, 2025. – 460 p.
7. Chervova N.V., Ivashkin M.V. Russian business and the problem of counterfeiting of goods: current state and ways to solve the problem / N.V. Chervova, M.V. Ivashkin // Humanities, socio-economic and social sciences, 2021, No. 3. – P. 38-46.

Информация об авторе:

Червова Наталья Владимировна, кандидат экономических наук, доцент Высшей школы «Медиа, коммуникаций и сервиса» Института социально-политических коммуникаций ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»; Россия, Хабаровск, E-mail: 003819@pnu.edu.ru

Natalia V. Chervova, PhD in Economics, Associate Professor at the Higher School of Media, Communications and Service, Institute of Socio-Political Communications, Pacific State University; Russia, Khabarovsk.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 03.07.2025;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 08.08.2025;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.08.2025.

Автором окончательный вариант рукописи одобрен.