



Certyfikaty produktowe - gwarantem bezpieczeństwa produktów

Anna Krawczyk

Katedra Zarządzania Jakością

Wydział Zarządzania UŁ

Plan prezentacji

- Znaczenie bezpieczeństwa produktów w zjednoczonej Europie
- Uwarunkowania normatywne bezpieczeństwa produktów
- Obowiązki producentów w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa produktów
- Certyfikaty produktowe jako gwarancja bezpieczeństwa produktów
- Wyniki badań na rynku B2B
- Podsumowanie



Znaczenie bezpieczeństwa produktów w zjednoczonej Europie

Strategia Polityki Konsumenckiej
na lata 2007-2013

Prawo ochrony konsumentów

W zjednoczonej Europie konsument ma prawo oczekiwać, że zakupiony produkt jest bezpieczny w użytkowaniu i nie zagraża jego życiu lub zdrowiu. Co więcej, ma prawo żądać ochrony na tym samym poziomie niezależnie od tego, w jakim kraju nabył lub użytkuje towar.

Kierunki rozwoju polityki konsumenckiej

- Wzrost roli konsumentów
- Horyzontalny charakter polityki konsumenckiej
- Nadrzędne cele Strategii Polityki Konsumenckiej na lata 2007-2013:
 - Wzmocnienie pozycji konsumentów UE
 - Zwiększenie dobrobytu konsumentów w odniesieniu do: cen, różnorodności, przystępności oraz bezpieczeństwa towarów i usług
 - Skuteczna ochrona konsumentów przed zagrożeniami

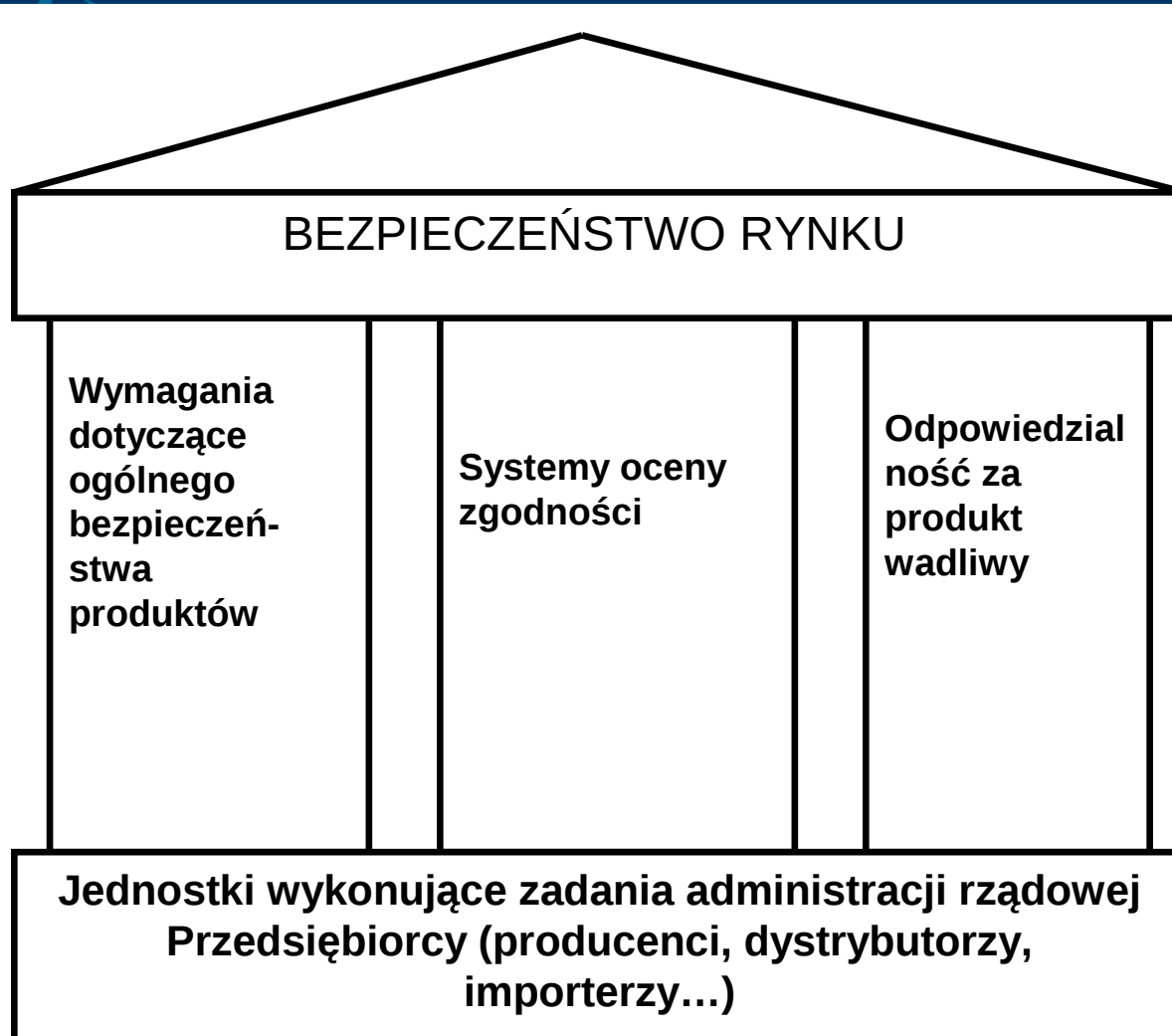
Uwarunkowania normatywne bezpieczeństwa wyrobów

Dyrektywy i zharmonizowane ustawy

Uregulowania prawne bezpieczeństwa produktów - UE

- Dyrektywy typu GPSD
 - dyrektywa 2001/95/WE w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów
 - dyrektywa 1999/34/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 10 maja 1999 r. (nowelizująca dyrektywę Rady 85/374/EWG) w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących odpowiedzialności za produkty wadliwe

Polski system bezpieczeństwa rynku



Uregulowania prawne bezpieczeństwa produktów - Polska

- ustawa z dn.12 grudnia 2003 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów (Dz.U. 2003 nr 229 poz. 2275 z późn. zm.)
- ustawa z dn. 2 marca 2000 r. (Dz.U. 2000 nr 22 poz. 271 z późn. zm.) o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny
- ustawa z dnia 30 sierpnia 2002 r. o systemie oceny zgodności (Dz.U. 2002 nr 166 poz. 1360 z późn. zm.)



Obowiązki producentów w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa produktów

Pojecie produktu bezpiecznego

Produkt bezpieczny, to:

- produkt, który w zwykłych lub innych, dających się w sposób uzasadniony przewidzieć, warunkach jego użytkowania, z uwzględnieniem czasu korzystania z produktu a także, w zależności od rodzaju produktu, sposobu uruchomienia oraz wymogów instalacji i konserwacji, nie stwarza żadnego zagrożenia dla konsumentów lub stwarza znikome zagrożenie, dające się pogodzić z jego zwykłym używaniem i uwzględniające wysoki poziom wymagań, dotyczących ochrony zdrowia i życia ludzkiego.

Art. 4 ustawy o ogólnym bezpieczeństwie produktów

Obowiązki producentów

- Wprowadzanie na rynek tylko bezpiecznych produktów (w ramach prewencji przeprowadzanie oceny ryzyka)
- Analiza procesu produkcyjnego
- Poddawanie produktów badaniom laboratoryjnym
- Dostarczanie konsumentom informacji w języku polskim, umożliwiających ocenę zagrożeń oraz przeciwdziałanie im
- Ciągłe doskonalenie

Systemy informacji o produktach niebezpiecznych

- Krajowy system informacji o produktach niebezpiecznych (KSIPN)
- Rejestr produktów niebezpiecznych
- Międzynarodowy system wymiany RAPEX

Certyfikaty produktowe jako gwarancja bezpieczeństwa produktów

Zakres i istota certyfikacji obowiązkowej
i dobrowolnej wyrobów
w Polsce

Certyfikaty produktowe

- Certyfikacja wyrobów, to działanie najczęściej strony trzeciej, prowadzące do pisemnego potwierdzenia, że wyrób jest zgodny z wymaganiami określonych norm lub innych dokumentów, głównie o charakterze normatywnym, stanowiących kryterium certyfikacji.

Procedura certyfikacji wyrobów

- Złożenie wniosku wraz z pełną dokumentacją w jednostce certyfikującej
- Zawarcie umowy na przeprowadzenie certyfikacji
- Badanie egzemplarza reprezentatywnego (badanie typu)
- Ocena systemu zarządzania jakością dostawcy
- Umowa o nadzorze
- Przyznanie certyfikatu

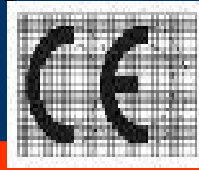
Certyfikacja obowiązkowa wyrobów przykłady

- Oznaczenie CE
- Zakładowa kontrola produkcji w systemie krajowym (oznakowanie znakiem budowlanym)
- Certyfikat odporności na detonację
- Znak UN

Certyfikacja dobrowolna wyrobów przykłady

- Znak bezpieczeństwa B
- Znak jakości Q
- Znak zgodności z Polską Normą
- Znaki ekologiczne: Ekoznak, Ecolabel
- Znak przydatności do ponownego przetwórstwa
- Znak zgodności
- Znak CB
- Znak CCA
- Znak rolnictwa ekologicznego
- Znak...

Istota najpopularniejszych certyfikatów



Rodzaj certyfikatu	Istota certyfikacji
Znak B (oznaczenie CE)	Potwierdzenie, iż wyrób używany zgodnie z zasadami określonymi przez producenta, nie stanowi zagrożenia dla życia, zdrowia, mienia i środowiska/deklaracja, że wyrób jest wyprodukowany zgodnie z zasadniczymi wymaganiami, dotyczącymi ochrony: życia, zdrowia, mienia i środowiska naturalnego
Znak Q	Potwierdzenie, że wyroby charakteryzują się ponadstandardową niezawodnością, walorami użytkowymi, ergonomicznymi i zdrowotnymi, a także spełniają wymagania dotyczące bezpieczeństwa użytkowania i ochrony środowiska
Znaki ekologiczne (Ekoznak, Ecolabel)	Potwierdzenie, że wyroby spełniają kryteria środowiskowe oraz kryteria dotyczące, ochrony zdrowia, środowiska i ekonomicznego wykorzystania zasobów naturalnych w ciągu całego cyklu życia wyrobu.



Wyniki badań własnych

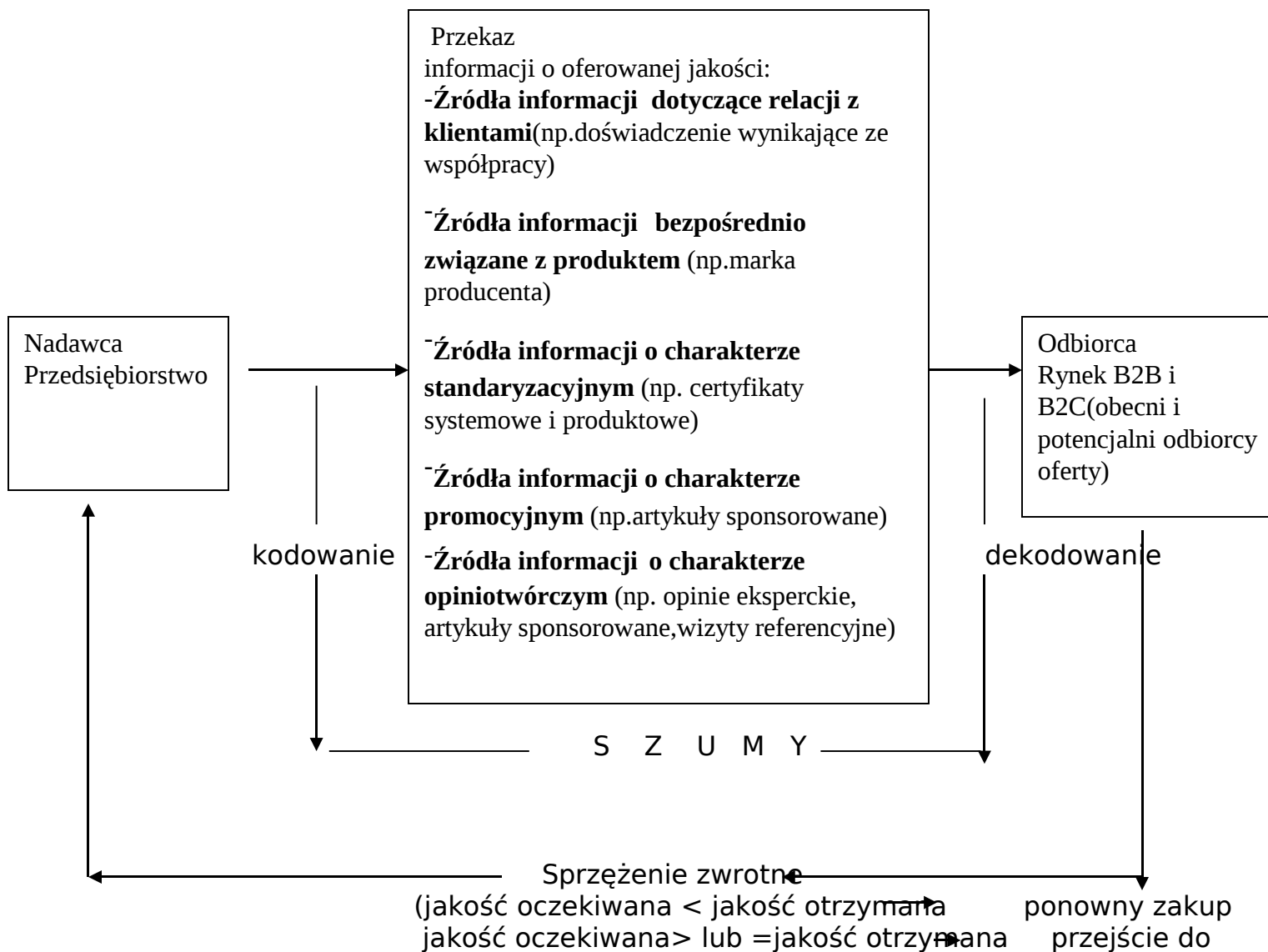
Rynek B2B w Polsce

Charakterystyka badań

- **NARZĘDZIE BADAWCZE:** kwestionariusz ankiety
 - **ZAKRES PODMIOTOWY:** Rynek B2B – rynek nabywców instytucjonalnych
Przedsiębiorstwa produkcyjne, działające na rynku polskim (sektory: elektromaszynowy, metalowy, chemiczny, budowlany oraz spożywczy)
 - **ZAKRES PRZESTRZENNY:** Przedsiębiorstwa prowadzące działalność produkcyjną na terenie Polski
 - **ZAKRES CZASOWY:** 2005 – badania wstępne
2006 – badania pogłębione
- Dane uzyskane z badań własnych dotyczą lat 2002 – 2006
- **ZAKRES ILOŚCIOWY** ankiet zakwalifikowanych do analizy: rok 2005-248, 2006-204

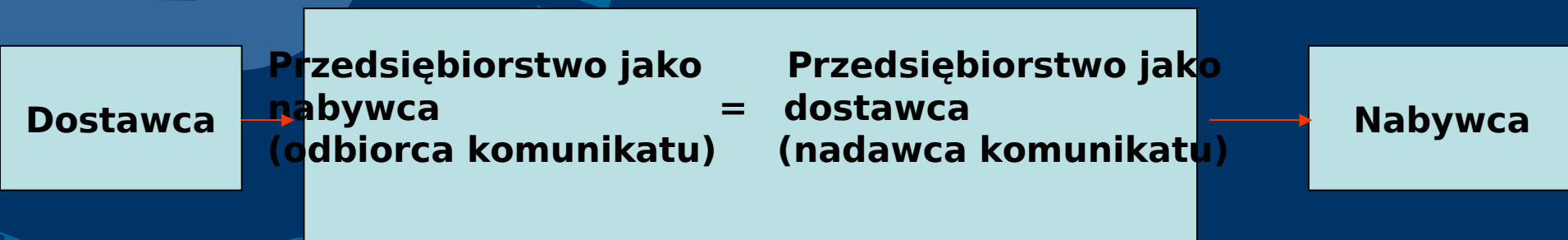
Bazowe założenie

K O N T E K S T



Podwójna rola przedsiębiorstw w kształtowaniu komunikatu rynkowego na temat jakości technicznej


- **Analiza zachowania rynkowego przedsiębiorstwa jak klienta**
- **Analiza zachowania rynkowego przedsiębiorstwa jako dostawcy**



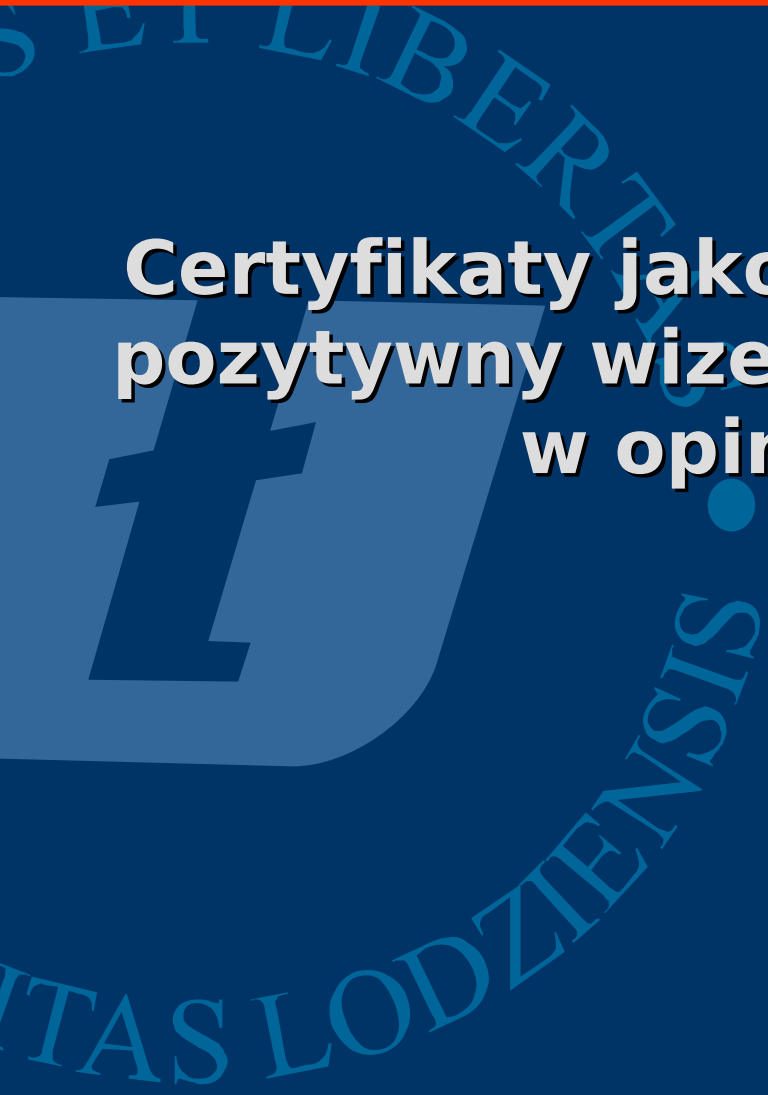


Determinanty wyboru dostawcy

Zmienne brane pod uwagę przy wyborze dostawcy	Odsetek wskazań (%)	Średnia rang
N	248	
Wysoka jakość techniczna produktów	91,34	6,02
Korzystne ceny	90,33	4,99
Terminowość dostaw	87,68	4,93
Dotychczasowe rezultaty współpracy	83,10	4,56
Oferowanie dogodnych warunków płatności	78,48	4,07
Posiadanie certyfikatu ISO 9001	58,43	3,85
Elastyczność dostawcy (możliwość zmiany w zamówieniu)	45,98	3,6
Jakość usług serwisowych (gwarancje)	38,61	3,83
Szerokość oferty produktowej	38,02	3,89
Nowoczesna technologia	35,54	4,12
Posiadanie certyfikatów produktowych	35,03	4,43
Marka	32,81	4,35
Doradztwo techniczne dla klientów (przed i po sprzedaży)	29,49	3,72
Dobra opinia (reputacja)	28,92	4,06
Działania proekologiczne	23,83	3,46
Kraj wytworzenia produktu	19,27	3,34
Kraj pochodzenia dostawcy	18,21	3,42
Działalność przedstawicieli handlowych	16,44	3,35



**Certyfikaty jako zmienne kształtujące
pozytywny wizerunek przedsiębiorstw
w opinii nabywców**



Zmienne poprzez, które przedsiębiorstwa chcą ukształtować pozytywny wizerunek w opinii swoich nabywców	Odsetek wskazań (%)	Średnia rang
N	248	
Wysoka jakość techniczna produktów	91,68	6,05
Terminowość dostaw	84,65	4,87
Korzystne ceny	70,27	4,59
Posiadanie certyfikatu ISO 9001	66,94	4,38
Szerokość oferty produktowej	61,09	4,64
Oferowanie dogodnych warunków płatności	59,03	4,01
Dotychczasowe rezultaty współpracy	53,43	4,83
Elastyczność wobec wymagań nabywców (możliwość zmiany w zamówieniu)	45,70	4,19
Jakość usług serwisowych (gwarancje)	42,96	4,1
Dobra opinia (reputacja)	41,09	4,24
Marka	39,74	4,64
Doradztwo techniczne dla klientów (przed i po sprzedaży)	39,34	4,05
Nowoczesna technologia	37,55	4,65
Posiadanie certyfikatów produktowych	27,51	4,24
Działania proekologiczne	26,29	4,26
Działalność przedstawicieli handlowych	24,67	3,87
Kraj wytworzenia produktu	15,29	3,92
Kraj pochodzenia dostawcy	14,21	3,55

Zmienne informujące nabywców o oferowanej jakości technicznej

Zmienne informujące nabywców o oferowanej jakości technicznej	Odstetek wskazań	Średnia rang
Dla ogółu		
N	204	
Certyfikaty systemowe (np. ISO 9001)	80,99	5,41
Udział w targach : wystawach	67,35	3,84
Informacje o spełnieniu wymagań norm technicznych (np. deklaracje zgodności)	59,59	4,92
Certyfikaty <u>productowe</u>	58,16	5,44
Posiadane <u>atesty produktowe</u>	57,49	5,14



Zmienne wpływające na konkurencyjność przedsiębiorstw

Zmienne, wpływające na konkurencyjność przedsiębiorstwa	Odsetek wskazań (%)	Średnia rang
N	204	
Jakość techniczna produktów	81,15	5,71
Konkurencyjność cenowa	78,29	5,59
Certyfikaty systemów zarządzania	63,05	4,34
Elastyczność dostaw (ilość, termin, asortyment)	62,49	4,67
Różnorodność oferty produktowej	55,23	4,53
Wizerunek firmy	51,80	3,91
Marka firmy	50,66	4,23
Nowoczesna technologia	48,93	4,25
Marka oferowanych produktów	39,80	4,46
Innowacje produktowe	39,65	4,36
Certyfikaty produktowe	37,52	4,23
Korzystne warunki finansowe transakcji	36,80	3,88
Sieć dystrybucji	34,75	3,70
Usługi serwisowe	30,88	4,24
Potencjał produkcyjny	30,77	4,39
Poziom kosztów działalności	27,13	4,20
Udział w rynku	21,55	3,76
Wyniki finansowe	17,51	3,89
Innowacje organizacyjne	14,58	3,92
Inne, jakie?	0,59	2,33



Podsumowanie

- Certyfikaty produktowe mają za zadanie:
 - Ułatwiać konsumentom i użytkownikom decyzje nabywcze

oraz

- Wspomagać dostawców, by dzięki wykazaniu zgodności wyrobów, skuteczniej osiągnęli akceptację rynku

ISO/IEC Guide 67 Ocena zgodności.
Podstawy certyfikacji wyrobu

The background features a large, semi-transparent watermark of the University of Lodz logo. It consists of a shield with a stylized 'L' and 'U' inside, surrounded by the Latin motto 'S ET LIBERTAS' at the top and 'ITAS LODZIENSIS' at the bottom, separated by a dot.

Dziękuję za uwagę

akraw@uni.lodz.pl