

Идентификация и фальсификация продовольственных товаров



Содержание:

- ▶ Цели и задачи дисциплины
- ▶ Компетенции дисциплины
- ▶ Определения идентификации
- ▶ Задачи и цели идентификации
- ▶ Функции идентификации
- ▶ Объекты/ субъекты/результат идентификации
- ▶ Виды идентификации
- ▶ Критерии идентификации
- ▶ Методы идентификации
- ▶ Оценка соответствия товаров
- ▶ Фальсификация
- ▶ Виды фальсификации



Цель и задачи дисциплины

- ▶ Целью изучения дисциплины является усвоение теоретических знаний, приобретение умений и навыков определения идентифицирующих признаков продовольственных товаров и обнаружения их фальсификации.
- ▶ Задачи: - изучить виды идентификации и фальсификации товаров; - установить идентифицирующие признаки товаров; - ознакомиться со средствами фальсификации и методами их обнаружения.



В результате изучения должны быть сформированы следующие компетенции:

- ▶ Умение использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности;
- ▶ Использовать знания для обеспечения качества и безопасности потребительских товаров;
- ▶ Знание методов идентификации и оценки качества, использование их для выявления дефектов, опасной и некачественной продукции;
- ▶ Осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, транспортированию и реализации товаров.

Идентификация продукции

- ▶ Это установление соответствия конкретной продукции образцу и (или) ее описанию (ГОСТ Р - 51293 - 99)
- ▶ Идентификация продукции- процедура, посредством которой устанавливают соответствие представленной на сертификацию продукции требованиям, предъявляемым к данному виду (типу) продукции (в нормативной и технической документации ,в информации о продукции) (Правила по проведению сертификации РФ)
- ▶ Идентификация- деятельность по установлению соответствия определенных пищевых продуктов, материалов и изделий требованиям нормативных, технических документов и информации о них, содержащейся в прилагаемых к ним документах и на этикетках (ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»)



Цель идентификации:

- ▶ Установить тождественность или подлинность объекта (товара) его основополагающим характеристикам.

Задачи идентификации:

- ▶ Определение структуры, норм и правил в области идентификации товаров;
- ▶ Разработка основополагающих критериев, пригодных для целей идентификации однородных групп, конкретных видов и наименований товаров;
- ▶ Исследование потребительских свойств товаров и показателей, их характеризующих, для выявления наиболее достоверных критериев идентификации;
- ▶ Совершенствование стандартов, ТУ и другой нормативной документации путем включения в нее показателей качества для целей идентификации;
- ▶ Совершенствование методов идентификации товаров, и в первую очередь экспресс-методов, позволяющих с достаточно высокой степенью достоверности определять все основополагающие характеристики товаров, особенно товароведные.

Функции идентификации

- ▶ Указующая- отождествляющая представленный образец товара с конкретными наименованием, сортом, маркой, типом, а также товарной партией;
- ▶ Информационная- доводящая до субъектов рыночных отношений необходимую информацию;
- ▶ Подтверждающая- соответствие ассортиментной принадлежности товара информации, указанной на маркировке и в товарно-сопроводительных документах, т. е. подлинность товара;
- ▶ Управляющая- поскольку идентификация служит одним из элементов системы качества продукции.



Объекты идентификации:

- ▶ Продукция
- ▶ Услуги
- ▶ Ценные бумаги (деньги, акции, векселя)
- ▶ Информация
- ▶ Рабочая сила

Субъекты идентификации:

- ▶ Изготовитель- на стадии приемки сырья, полуфабрикатов, комплектующих изделий и при отпуске готовой продукции;
- ▶ Продавец- на стадиях заключения договоров купли-продажи, приемки товаров и подготовки их к продаже;
- ▶ Потребитель

Результат идентификации:

- ▶ **Заключение** о соответствии (не соответствии) конкретной продукции образцу и (или) ее описанию;
- ▶

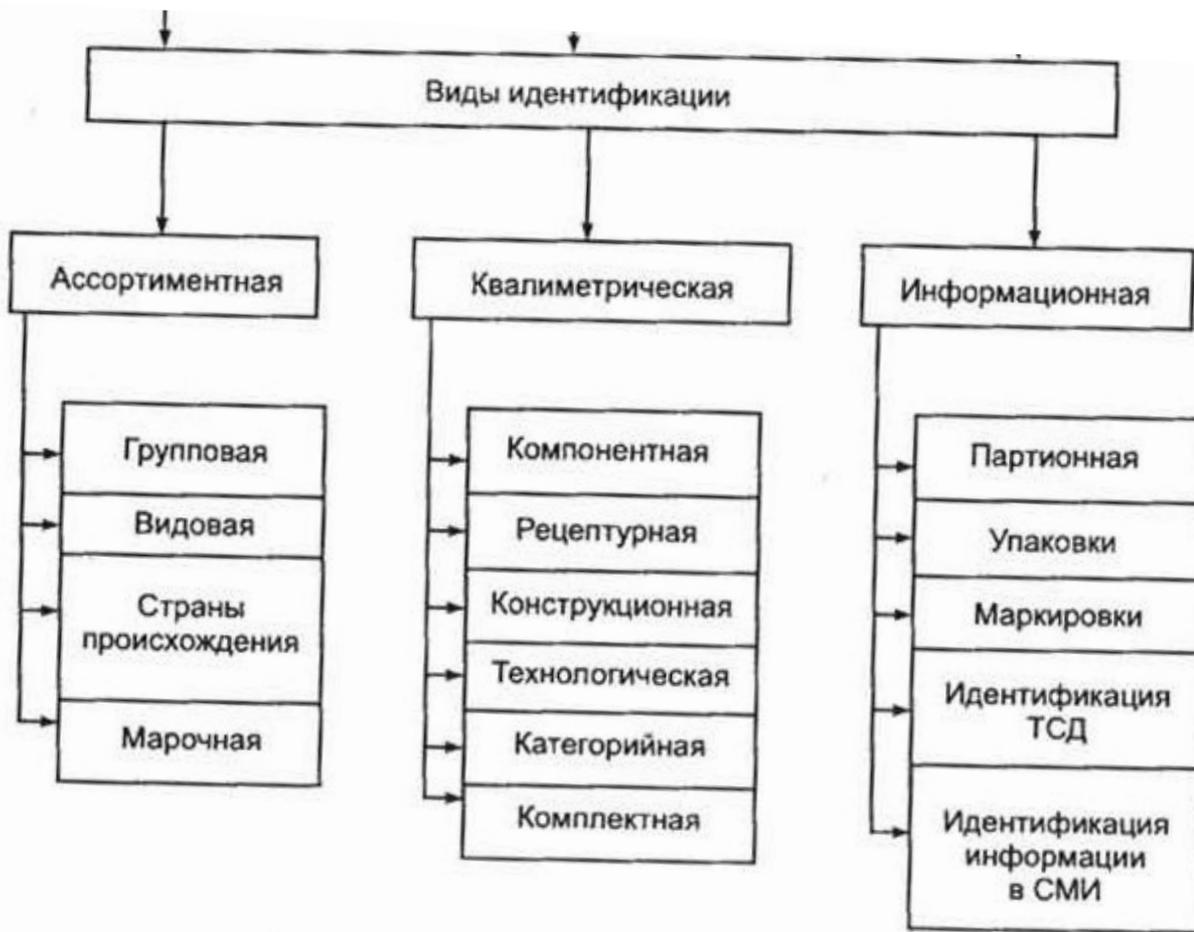


Рис. 4. Классификация идентификации

Ассортиментная идентификация

Установление соответствия товара его ассортиментной характеристике, обуславливающей предъявляемые к нему требования.

К ассортиментной идентификации **относится**: групповая, видовая, марочная и идентификация страны происхождения

- ▶ Групповая идентификация- установление тождественности оцениваемого товара с товарами однородной группы и/или подгрупп.
- ▶ Видовая идентификация- установление тождественности оцениваемого товара с товарами однородного вида и/или подвида.
- ▶ Идентификация страны происхождения товара- установление его принадлежности к товарам ,производимым в определенной стране.
- ▶ Марочная идентификация- установление подлинности товара определенной торговой марки и/или ее модификаций.



Квалиметрическая идентификация

Это определение тождественности их потребительских свойств и показателей качества установленным требованиям нормативных документов, и/или описаниям, и/или образцам.

- ▶ Компонентная идентификация- установление соответствия фактического перечня ингредиентов или комплектующих изделий определенному перечню, указанному на маркировке или в эксплуатационных документах.
- ▶ Рецептурная- установление соответствия фактического и определенного рецептурного ингредиентного и химического состава.
- ▶ Конструкционная- установление тождественности конструктивных особенностей товаров требованиям, регламентируемым в технологических инструкциях или других документах или описаниях.



- ▶ Технологическая- установление соответствия показателей качества, значения которых зависят от соблюдения требований, регламентируемых технологическими инструкциями и иными технологическими документами.
- ▶ Категорийная- установление соответствия действительных значений показателей качества требованиям, предъявляемым к одноименным товарам определенной градации качества, а также сведениям об этой градации на маркировке или в товаросопроводительных документах.
- ▶ Комплектная- установление соответствия комплекта перечню комплектующих изделий, указанных в эксплуатационных документах и во вкладышах, а также к принадлежности отдельных комплектующих изделий к конкретному комплекту.

Информационная идентификация

Установление достоверности товарной информации, указанной в товаросопроводительных документах, и/или маркировке, и/или иных носителях информации.

- ▶ Партионная идентификация- деятельность по информационному обеспечению установления принадлежности единичных экземпляров товаров или совокупных упаковочных единиц к определенной товарной партии.
- ▶ Идентификация упаковки- установление соответствия упаковки требованиям безопасности и совместимости, предъявляемым нормативными документами, а также сведениям, указанным в товаросопроводительных документах.



- ▶ Идентификация маркировки- установление достоверности сведений, указанных в маркировке, и определение их соответствия информации в товаросопроводительной документации, а также внешнему виду товара.
- ▶ Идентификация товаросопроводительных документов (ТСД)- установление подлинности этих документов и достоверности указанных в них сведений.
- ▶ Информационная идентификация средств массовой информации (СМИ) и других печатных источников- установление достоверности сведений, указанных в них, об основополагающих характеристиках товаров.

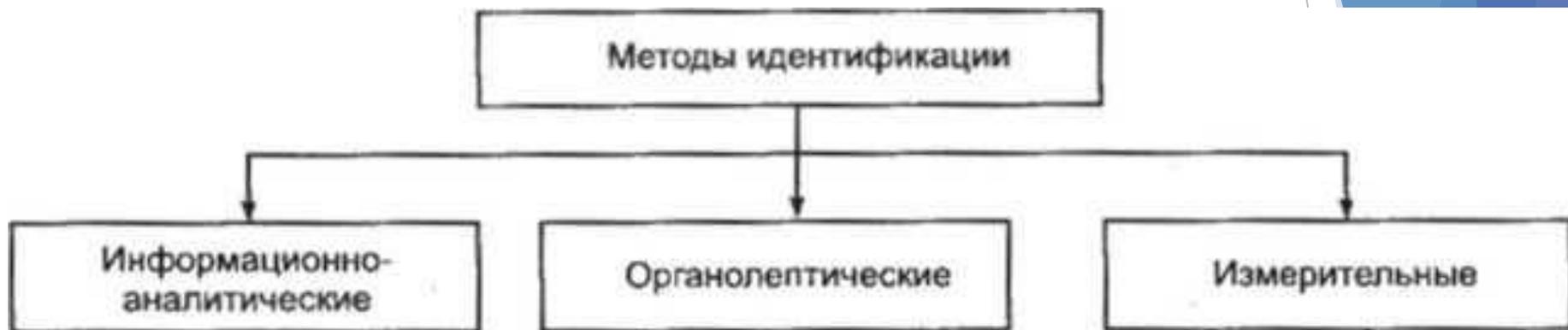
Критерии идентификации

- ▶ Это характеристики товаров, позволяющие отождествлять наименование представленного товара с наименованием, указанным на маркировке, в нормативных документах (НД) или товарно-сопроводительных документах (ТСД)
- ▶ Для целей идентификации пригодны лишь органолептические и физико-химические показатели, характеризующие потребительские свойства товара. Микробиологические показатели относятся к показателям безопасности, зависящим от внешних воздействий и не могут быть критериями идентификации.

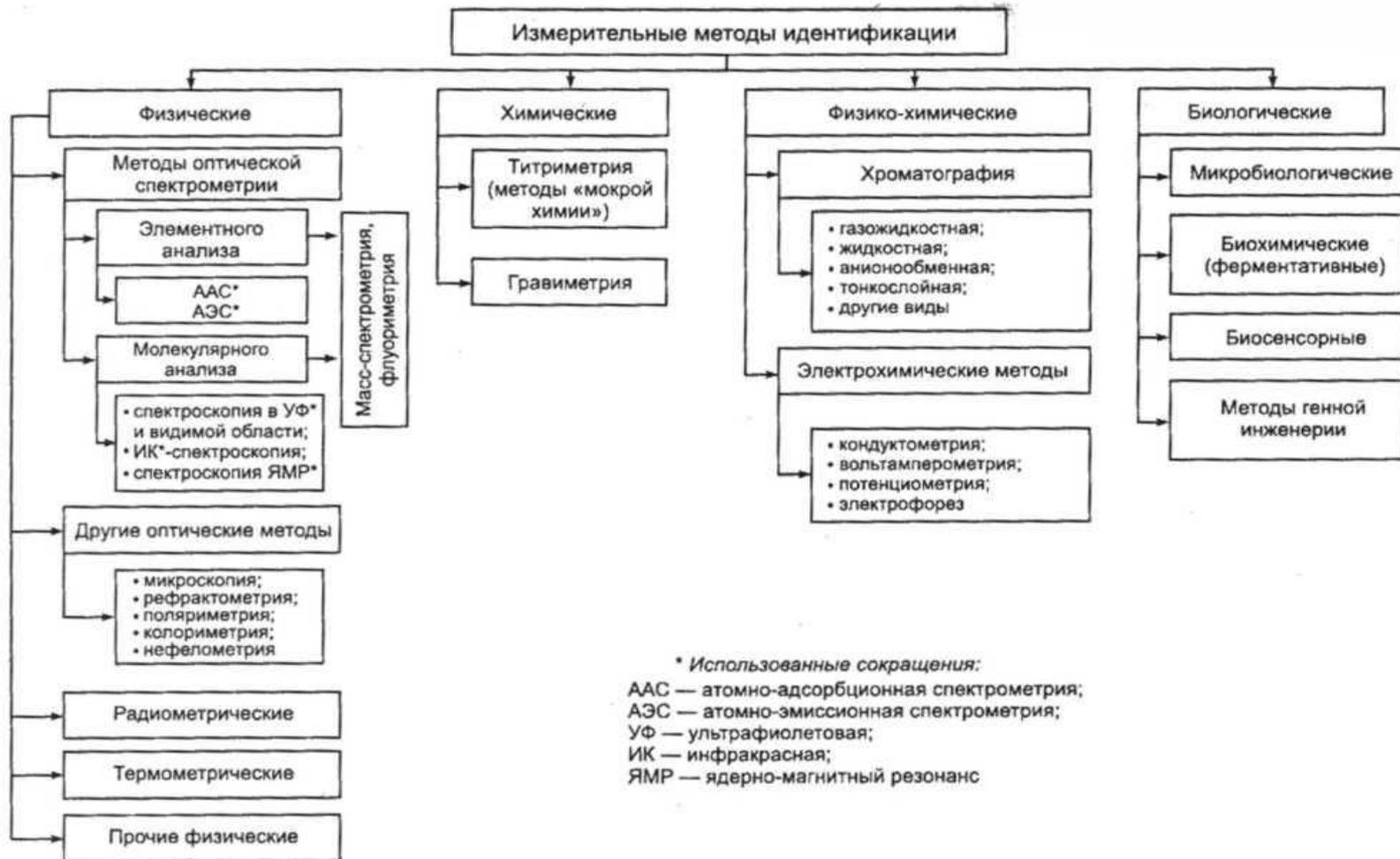
В качестве критериев идентификации должны быть выбраны показатели, которые отвечают следующим требованиям:

- ▶ - типичность для конкретного вида, наименования или однородной группы продукции;
- ▶ - объективность и сопоставимость;
- ▶ - проверяемость;
- ▶ - трудность фальсификации.

Классификация методов идентификации



Классификация современных измерительных методов идентификации



Измерительные методы идентификации

- ▶ Рефрактометрия – метод, основанный на измерении показателей преломления света при прохождении его через раствор, содержащий анализируемое вещество.
- ▶ Колориметрия – метод основанный на определении концентрации вещества по интенсивности окраски раствора.
- ▶ Титриметрия - метод, основанный на титровании.
- ▶ Хроматографические методы – совокупность методов разделения и анализа многокомпонентных смесей, основанных на использовании явления сорбции в динамических условиях.
- ▶ Микроскопия – применяют для изучения клеточной структуры растительных и животных тканей.

Органолептические показатели

- ▶ Это характеристики основополагающих потребительских свойств, определяемые с помощью органов чувств человека.
- ▶ К общим органолептическим показателям относятся внешний вид, вкус и запах, консистенция.



Внешний вид - комплексный показатель, включающий ряд единичных: форму, окраску, состояние поверхности. Для некоторых пищевых продуктов окраску (цвет) выделяют в самостоятельный единичный показатель. Остальные общие органолептические показатели являются единичными.

Вкус и запах - наиболее характерные показатели пищевых продуктов, но и они не являются надежными критериями, так как тоже могут быть фальсифицированы. Так, при некоторых способах фальсификации вин («сахарное» или «изюмное» вино) обычному потребителю трудно выявить подделку по вкусу и запаху.

Консистенция - один из возможных критериев идентификации, но так же, как и предыдущие, не является надежным. При фальсификации некоторых товаров консистенция не изменяется, например, при разбавлении алкогольных, безалкогольных напитков, молока, масла животного. В ряде случаев фальсификаторы стремятся сделать консистенцию заменителя аналогичной натуральному продукту

Органолептические показатели и методы идентификации



- ▶ **Информационно – аналитические методы (ИАМ)** – методы идентификации, основанные на анализе товарной информации или результатов испытаний с применением органолептических и измерительных методов.
- ▶ Сущность информационно- аналитического метода заключается в отборе, обобщении, систематизации информации, полученной на предыдущих этапах, в результате чего появляется новая информация о соответствии или несоответствии, причинах возникновения последнего.

- ▶ Идентификацию продукции проводят уполномоченные Федеральные органы исполнительной власти в целях защиты потребителей от недобросовестного изготовителя, поставщика или продавца



Оценка соответствия товаров

«Соответствие- соблюдение всех установленных требований к продукции, процессу или услуге»- (ИСО/МЭК 2,п.13.1)

Виды оценки соответствия качества товаров:

- Оценка качества
- Контроль качества
- Сертификация или декларирование

Виды оценки соответствия качества товара:

- **Оценка качества**- совокупность операций по выбору номенклатуры показателей качества, определению их фактического значения и сопоставлению с базовыми.

Оценку качества могут проводить изготовители, продавцы, потребители.

Конечный результат- технический документ (например, удостоверение о качестве, спецификации, акта экспертизы, заключения)





- **Контроль качества-** проверка соответствия установленным НД требованиям.

Контроль качества проводится представителями компетентных контрольных органов: гос. Инспекторы Роспотребнадзора, Ростехрегулирования, контролеры головных организаций и отделов контроля на предприятиях, сотрудники испытательных лабораторий предприятий промышленности, торговли, общественного питания, а также потребители.

Конечный результат- акт проверки, составляемый одним контролером или контрольной комиссией.



- «**Сертификация**- действия третьей стороны, создающие уверенность в том, что надлежащим образом идентифицированная продукция соответствует установленным требованиям»- (опр. из ИСО/МЭК 2.)

Конечный результат- подтверждение соответствия.

Декларация соответствия- форма подтверждения соответствия продукции требованиям технических регламентов.



Что такое фальсификация?

Фальсификация (лат. от falsifico — подделываю) – действия, направленные на обман покупателя и/или потребителя путём подделки объекта купли-продажи с корыстной целью.

В зависимости от того, какие характеристики товара подвергаются подделке, фальсификация может быть

- ▶ квалиметрической
- ▶ ассортиментной
- ▶ количественной



Законы о фальсификации пищевых продуктов были впервые приняты **во Франции в 1851 году**, а затем и во многих развитых европейских странах – в Италии в 1890 году, в Бельгии в 1891 году, а так же в Англии, Австралии, Швейцарии. В России Федеральный закон "О качестве и безопасности пищевых продуктов» был принят **в 2000 году**.



фальсифицированные пищевые продукты, материалы и изделия

- ▶ Это пищевые продукты, материалы и изделия, умышленно измененные (поддельные) и (или) имеющие скрытые свойства и качество, информация о которых является заведомо неполной или недостоверной. Впервые этот термин был прописан в **Федеральном законе (ФЗ) от 02.01.2000 «О качестве и безопасности пищевых продуктов»**

В нормативной и технической документации установлены требования, предъявляемые к качеству продуктов питания



Описание продукции

- ▶ Это набор признаков, параметров, показателей и требований, характеризующих продукцию, установленных в соответствующих документах.

Ассортиментная фальсификация.

При ассортиментной фальсификации подделка осуществляется путем полной замены его заменителями другого сорта, вида или наименования с сохранением сходства.



Условия для ассортиментной фальсификации:

1. Наличие в продаже других групп близких по потребительским свойствам и некоторым показателям качества;
2. Подразделение качества товара на сорта;
3. Производство и реализация имитаторов данной группы товаров;
4. Производство и реализация товаров, отличающихся по показателям качества и наличию дефектов;
5. Унификация упаковки, используемая для разных групп товаров.



Способы ассортиментной фальсификации:

- ▶ Пересортица;
- ▶ Замена высококачественных продуктов низко ценным заменителем, имеющим сходные признаки;
- ▶ Подмена натуральных продуктов имитаторами.



Пересортица – действия, направленные на обман получателя и/или потребителя путём замены товаров высших сортов низшими.

Так, вареная колбаса Отдельная 1-го сорта может быть реализована как Любительская, относящаяся к высшему сорту, кофе Робуста 1-го сорта — как Арабика, высшего сорта, масло сливочное первого сорта — как высшего, масло сливочное Бутербродное — как Крестьянское или Любительское и т.п.

При этом пересортица может быть вызвана как по незнанию, так и в корыстных целях. К фальсификации будет относиться лишь пересортица, сделанная с корыстной целью производителем либо реализатором данной продукции.



Пищевые заменители при ассортиментной фальсификации:

- ◆ подобные товары из другой группы, имеющие более низкие потребительские свойства;
- ◆ имитаторы натурального продукта, схожие по определенным, наиболее характерным признакам;
- ◆ товары, полученные из генетически модифицированного сырья;
- ◆ продукты с незаконченными биохимическими или другими технологическими процессами.



Примеры:

- ▶ В качестве объекта ассортиментной фальсификации, могут использоваться различные имитаторы, т.е. продукты, применяемые или специально разработанные для замены натуральных продовольственных товаров. Так, вместо черной икры продают белковую; мяса — текстурированные соевые белки; сливочного масла — маргарин, кофе — кофейные напитки; чая — чайные напитки и т.п. Ассортиментной фальсификацией может называться только подделка, реализуемая полной заменой натурального продукта его заменителем. Если же происходит частичная замена, то это относится к качественной фальсификации.



Примеры:

- ▶ В качестве непищевых заменителей чаще всего применяют мел, гипс, известь, золу для примеси к муке, крахмалу.
- ▶ Иногда к муке и крупе добавляли мелкоизмельченные примеси сорных трав или протравленное семенное зерно, обработанное ядохимикатами.
- ▶ В настоящее время такие грубые способы фальсификации практически не применяются, а при промышленном производстве совсем не встречаются.



Квалиметрическая фальсификация

- ▶ Это подделка подлинных товаров с помощью различного рода пищевых или непищевых добавок или нарушений рецептур для изменения качественных показателей органолептических и др. свойств продуктов.

▶ Способы качественной фальсификации:

- добавление воды
- введение более дешевых компонентов за счет дорогостоящих
- частичная замена натурального продукта имитатором
- добавление или замена продукта чужеродными добавками
- введение различных пищевых добавок
- частичная или полная замена продукта пищевыми отходами

повышенное содержание допустимых НД и ТД некачественной продукции или компонентов

введение консервантов, антиокислителей и антибиотиков без их указания на маркировке



Добавки – это вещества или др. компоненты, которые вводятся в пищевые продукты как для придания им тех или иных свойств, так и для имитации отдельных потребительских качеств товара.

Добавки подразделяют на чужеродные и пищевые.

Подкрашивание и ароматизация пищевых продуктов добавками также относятся к качественной фальсификации.

К некачественной фальсификации относятся также пищевые продукты с незаконченным технологическим процессом.



Количественная фальсификация

- ▶ Это обман потребителя за счет значительных отклонений параметров товара (массы, объема, длины) от предельно допустимых норм отклонений.
 - ▶ При количественной фальсификации используют:
 - поддельные средства измерений
 - неточные измерительные технические устройства или измерительные устройства с более низкой чувствительностью
 - специальные приемы и психологическое воздействие на покупателя
- неправильное измерение товара



- ▶ Поддельные или неточные средства измерений - это наиболее распространенный способ количественной фальсификации товара.
- ▶ Причиной неточности, грубых погрешностей могут быть также неисправные приборы и фасовочное оборудование, которыми пользуются изготовители или продавцы.
- ▶ Методика правильных измерений обычно приводится в ТД на измерительные приборы.
- ▶ Количественная фальсификация осуществляется на производстве - при фасовке товаров, разливе напитков или на предприятиях торговли, массового питания при отпуске потребителю.
- ▶ Недовес - это отсутствие должного веса в чем-либо при неправильном взвешивании



Стоимостная фальсификация

- ▶ Это обман потребителя путем реализации низкокачественных товаров по ценам высококачественных или товаров с меньшими количественными характеристиками по цене товаров с большими количественными показателями.
- ▶ Именно стоимостная фальсификация является главной целью корыстного обмана потребителей, т.к. позволяет получить незаконный доход путем незаконного повышения стоимости товара.
- ▶ Этот вид фальсификации может использоваться либо для реализации фальсифицированной низкокачественной продукции или даже опасных товаров, либо в целях ценовой конкуренции, в частности, для формирования потребительских предпочтений к данному товару с помощью демпинговых цен.



Информационная фальсификация

- ▶ Это обман потребителя с помощью неточной или искаженной информации о составе и свойствах товара.
- ▶ Искаженная или неточная информация о составе и свойствах товара служит основанием считать подделку натурального продукта фальсифицированным товаром.
- ▶ **Неточные данные при информационной фальсификации:**
 - наименование товара и его логотип
 - страна происхождения товара
 - фирма-изготовитель товара и его почтовый адрес
 - количество товара
 - состав продукта
 - условия и сроки хранения



- ▶ Информационная защита товара - комплексная задача, состоящая из двух направлений. Первое - защита от подделки самой упаковки. Этикетка является не только средством идентификации товара, но и средством его защиты.

- ▶ **Способы защиты маркировки от подделок:**

- водяные знаки
- защитные волокна
- радужные металлические нити
- специальные металлические нити
- радужные цветные полосы
- бумага, чувствительная к различным растворителям
- частицы, флуоресцирующие в ближнем ИК-свете
- химические реактивы
- микрочастицы
- напечатанная скрытая маркировка



- ▶ Упаковка - составная часть товара, определяющая внешний вид упакованной продукции.

- ▶ Фальсифицируют не только маркировку и упаковку, но и товарно-сопроводительные документы.

- ▶ **Способы подделки сертификатов:**
 - Подделка сертификата с использованием подлинного бланка установленной формы и внесением всех реквизитов фальсифицированного или не прошедшего сертификационные испытания товара, при этом используются фальшивые печати органов по сертификации.

 - Подделка подлинной копии сертификата с подлинными печатями путем удаления некоторых записей и внесения новых реквизитов, характеризующих фальсифицированный товар.



- Отбор образцов для проведения сертификации из др. партий с аналогичными наименованиями товара и изготовителя, под которых подделывается фальсификат, при этом фальсификаторы получают подлинные сертификаты.
- Выдача подлинных сертификатов органом по сертификации, который перед проведением испытаний для подтверждения безопасности не провел идентификацию товара на подлинность и принадлежность к конкретной товарной партии.
- ▶ В целом система сертификации в РФ в принципе не может противостоять распространению фальсификации прод. товаров,
- ▶ и в условиях перехода России в ВТО необходимо развивать сеть независимых лабораторий по сертификации каждой партии товара.



Технологическая фальсификация

- ▶ Подделка товаров осуществляется в процессе технологического цикла производства.
- ▶ Наглядным примером такой фальсификации могут служить приготовление водок, вин, ликероводочных изделий с использованием технического спирта, добавление различного немясного сырья в колбасные изделия и т.п.
- ▶ Также к технологической относится фальсификация путем введения различных пищевых добавок без их указания при маркировке и т.п.



Предреализационная фальсификация

- ▶ Подделка товаров происходит при подготовке их к продаже или при отпуске потребителю.
- ▶ Например: реализация маргарина, выдаваемого за сливочное масло; замена этикеток на низкоценных консервах этикетками с наименованием высокоценных; отпуск мяса низших категорий и сортов по цене и с указанием более высоких градаций.



Ответственность за фальсификацию

- ▶ Фальсификаторы также подвергаются риску, так как при выявлении фальсифицированного товара на них налагаются соответствующие штрафы, выдаются предписания о перемаркировке с целью доведения до потребителя подлинного наименования товара, если он пригоден для пищевых целей, снижению цен, но это не приводит к тому, чтобы он перестал выпускать или реализовывать фальсифицированную продукцию.
- ▶ Наоборот, зная о мизерных штрафах, которые ему придется платить и огромных доходах, которые он может получить фальсификатор, конечно, предпочитает последнее.



Спасибо за внимание!

