

Идентификация товаров

**Идентификационная
экспертиза товара** проводится с
целью установления
принадлежности данного изделия
к той или иной однородной
товарной группе или
определенному перечню на
основании характерных
индивидуальных признаков,
приведенных в нормативно-
технической и иной
документации.

Задачи:

1. Является ли данное изделие пищевым продуктом либо его необходимо использовать для технических целей, на корм животных и т. п.
2. К какому классу или группе однородных товаров относится данное изделие.
3. Установление соответствия данного изделия качественным характеристикам и техническому описанию на него.
4. К какому сорту относится данное изделие.
5. Относится ли данное изделие к перечню запрещенных реализации товаров либо к товарам, имеющим те или иные ограничения (квотирование, лицензирование и т.п.).

*Экспертиза подлинности
товара* проводится с целью
установления характерных
показателей, отличающих
натуральный продукт от его
подделки.

Объекты идентификации:

- товары,
- услуги,
- ценные бумаги (деньги, акции, векселя и др.),
- информация,
- рабочая сила и другие объекты коммерческой деятельности.

При определении уровня соответствия изделия требованиям нормативной документации коэффициент соответствия может принимать только два альтернативных значения:

- 0 (товар не соответствует)
- 1 (изделие соответствует нормативной документации)

Виды идентификации

Потребительская идентификация проводится с целью установления возможности использования того или иного пищевого продукта для питания человека, поскольку многие растительные продукты питания выращиваются как для пищевых целей, так и для откорма скота, технической переработки.

Товарно-партионная (товарной партии)

идентификация — устанавливается принадлежность
представленной части товара (объединенной пробы,
среднего образца, единичных экземпляров)
конкретной товарной партии

Ассортиментная (видовая) идентификация — это установление соответствия наименования товара по ассортиментной принадлежности, обуславливающей предъявляемые к нему требования.

Сортовая идентификация — это установление соответствия требованиям качества, предусмотренным нормативной документацией для того или иного сорта товара, после проведения ассортиментной идентификации.

Специальная идентификация — установление отношения данного изделия к перечню запрещенных к реализации товаров, либо к товарам, имеющим те или иные ограничения (квотирование, лицензирование и т. п.).

Способы идентификации

микробиологические

определяют показатели, необходимые для проведения специальной идентификации: установление степени безопасности товара, зависящие как от внешних воздействий и степени обсеменения изделия микрофлорой, попадающей в процессе производства, хранения и реализации, так и внутренних процессов, протекавших в исходном сырье.

физико-химические
определяют показатели
физических, физико-
химических и
химических свойств пи-
щевых продуктов,
устанавливаемые с
помощью специальной
аппаратуры, приборов и
методов.

органолептические

Проводят с помощью органов чувств.

Достоинства: быстроты определения и не требует специальных приборов, аппаратуры и методов

Методы идентификации

Органолептические методы — это методы определения значений показателей идентификации с помощью органов чувств человека.

Измерительные методы — это методы определения значений показателей при идентификационной экспертизе с помощью технических средств измерения:

- ◆ *физические методы* — для определения физических и химических показателей качества с помощью средств измерения;

- ◆ *химические и биохимические методы* — для определения химических показателей с помощью стандартных веществ, образцов, измерительных приборов и установок при различных целях идентификационной экспертизы;
- ◆ *микробиологические* — для определения степени обсемененности микроорганизмами, наличия некоторых загрязняющих пищевые продукты веществ и т.п. при специальной идентификации на безопасность товара;

◆ *товароведно-технологические* — целью является определения степени пригодности сырья при использовании той или иной технологии и т.п.

Тестовые методы применяются обычно для определения степени безопасности того или иного товара по пределу чувствительности химической или биохимической реакции.

Фальсификация товаров

Фальсификация — действия, направленные на обман покупателя и/или потребителя путем подделки объекта купли-продажи с корыстной целью.

Объекты фальсификации:

- товары,
- услуги,
- денежные знаки,
- документы,
- информация,
- финансовые и бухгалтерские отчеты и текущая документация,
- маркировочные и идентификационные знаки,
- исторические факты,
- мнения и высказывания выдающихся личностей и другое.

Виды фальсификации продовольственных товаров

ассортиментная (видовая)

подделка осуществляется путем полной замены его заменителями другого сорта, вида или наименования с сохранением сходства одного или нескольких признаков.

Способы фальсификации:

- пересортица;
- замена высококачественного продукта низкоценным заменителем, имеющим сходные признаки;
- подмена натурального продукта имитатором

Пищевые заменители:

- 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.

качественная

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

Способы фальсификации:

- добавление воды;
- введение более дешевых компонентов за счет более дорогостоящих;
- частичная замена натурального продукта имитатором;
- добавление или полная замена продукта чужеродными добавками;
- введение различных пищевых добавок;
- частичная или полная замена продукта пищевыми отходами;
- повышенное содержание допустимых нормативно-технической документацией некачественной продукции или компонентов;
- введение консервантов, антиокислителей и антибиотиков без их указаний на маркировке товара.

количественная

это обман потребителя за счет значительных отклонений параметров товара (массы, объема, длины и т.п.) от предельно допустимых норм.

При количественной фальсификации используют:

- поддельные средства измерений (гири, метры, измерительную посуду);
- неточные измерительные технические устройства (весы, приборы и т.п.) или измерительные устройства с более низкой чувствительностью;
- специальные приемы и/или психологическое воздействие на покупателя;
- неправильное измерение товара.

стоимостная

обман потребителя путем
реализации
низкокачественных товаров по
ценам высококачественных
или товаров с меньшими
количественными
характеристиками по цене
товаров с большими
количественными
показателями

информационная
обман потребителей с
помощью неточной
или искаженной
(ложной) информации
о составе и/или
свойствах товара.

При информационной фальсификации товара искажаются или указываются неточно следующие *данные*:

- наименование товара и его логотип;
- страна происхождения товара;
- фирма-изготовитель товара и его почтовый адрес;
- количество товара;
- состав продукта;
- условия и сроки хранения.

КОМПЛЕКСНАЯ

ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ДВА
ИЛИ БОЛЕЕ ОТДЕЛЬНЫХ
ВИДОВ ПОДДЕЛОК
ТОВАРА

Последствия фальсификации

1. *Экономические последствия* (большие расходы за меньшее количество товара; покупка продукта, непригодного к употреблению, и т.п.).
2. *Причинение физиологического вреда организму* (отравление, появление нового заболевания, обострение имеющегося заболевания, генетические нарушения, формирование онкозаболеваний; смерть и т.п.).
3. *Моральный вред человеку* (подавленное состояние, стресс, потеря веры в доброе, потеря веры в государство и т. п.).