

Понятие и методы идентификации продовольственных товаров.

- Идентификация – это отождествление, установление совпадения чего – либо с чем – либо. К товару под идентификацией следует понимать установление соответствия наименования товара, указанного на маркировке или в сопроводительных документах, предъявляемым к нему требованиям.

Цель идентификации

- Выявление и подтверждение подлинности конкретного вида и наименования товара, а также соответствия определенным требованиям или информации о нем, указанной на маркировке или в товарно – сопроводительных документах. Также 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 идентификации

- Определение основных понятий, 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 товара 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;
- Разработка методов идентификации товаров, в первую очередь экспресс – методов, позволяющих определять ассортиментную принадлежность товаров.

Функции идентификации

- Указующая – отождествляющая представленный образец товара с конкретным наименованием, сортом, маркой, типом, с товарной партией;
- Информационная – доводящая до субъектов рыночных отношений необходимую информацию;
- Подтверждающая – соответствие ассортиментной принадлежности товара информации, указанной на маркировке или в товарно – сопроводительных документах, то есть подлинность товара;
- Управляющая – регламентируется международными стандартами ИСО 9001 – ИСО 9003 «Системы качества».

Средства идентификации товаров

- Нормативные и технические документы (стандарты, ТУ, правила и другие), регламентирующие показатели качества, которые могут быть использованы для целей идентификации, а также товарно – сопроводительные документы (накладные, сертификаты, качественные удостоверения, руководства по эксплуатации, паспорта и т. п.). Важнейшим средством идентификации пищевых продуктов является маркировка, которая содержит информацию, пригодную для целей идентификации.

Объекты и субъекты идентификации

- Объекты: продовольственные товары, услуги, ценные бумаги (деньги, акции, векселя и др.), информация, рабочая сила и другие объекты коммерческой деятельности.
- Субъекты – все участники рыночных отношений:
 - производитель – на стадии приемки сырья, полуфабрикатов и при отпуске готовой продукции;
 - продавец – на стадии заключения договоров купли – продажи, приемки товаров и подготовки их к продаже;
 - потребитель также проводит идентификацию приобретаемого товара, делая это чаще всего неосознанно и не имея достаточной квалификации, ориентируясь лишь на собственный житейский опыт и знания.