

27.04.2022

Група 25

Урок 51-53

Тема: ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО ІДЕНТИФІКАЦІЮ ТОВАРІВ

Мета: набути уявлення про ідентифікацію товарів.

На сучасному етапі формування вільного ринку в Україні актуальною проблемою є вивчення властивостей товарів, встановлення їх натуральності та виявлення підробок. Саме ідентифікація товарів є важливою дією при оцінці якості та встановлення їх відповідності еталоном або вимогам, які передбачаються в нормативній або іншій документації.

Термін «*ідентифікація*» (від лат. *identifico* – ототожнюю) – трактується як ототожнювання, встановлення відповідності товару, наявності співпадіння чогось з чимось.

Ідентифікація – процедура підтвердження відповідності органолептичних, біологічних, фізичних та хімічних параметрів і властивостей, специфічних для даного виду харчового продукту, тим параметрам і властивостям, які зазначаються при етикетуванні цього харчового продукту, а також процедура підтвердження загальновизнаної назви даного виду продукту, торговельної марки та/або комерційного (фіrmового) найменування (Закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини»).

У довіднику товарознавця надається наступне визначення: «*ідентифікація*» – це визначення відповідності показників якості харчових продуктів і продовольчої сировини показникам, встановленим у нормативній та технічній документації виробника харчових продуктів чи наведеними в інформації про ці продукти, а також визначення відповідності харчових продуктів і продовольчої сировини у звичайній загальній назві з метою сертифікації.

Ідентифікація розглядається як початковий процес оцінної діяльності, вона передбачена в нормативних документах. У випадку, коли продукція не ідентифікована, не можна проводити оцінку та контроль якості. Саме з цього і починається робота експерта-товарознавця з дослідження товару.

Основними завданнями ідентифікації на сучасному етапі є:

- ✓ розробка основних понять, структури, норм і правил у сфері ідентифікації товарів;
- ✓ розробка спеціальних критеріїв, які будуть використовуватися для цілей ідентифікації однорідних груп, видів і найменувань товарів;
- ✓ дослідження споживчих властивостей товарів і показників, що їх характеризують, для виявлення найбільш достовірних критеріїв ідентифікації;
- ✓ удосконалення стандартів та іншої нормативної документації з включенням до неї показників якості, які необхідні при ідентифікації;
- ✓ розробка методів ідентифікації товарів, і в першу чергу, експрес-методів, які б дозволяли визначати асортиментну належність товару з досить високим ступенем ймовірності.

Об'єктами ідентифікації є товари, послуги, цінні папери, інформація та інші об'єкти комерційної діяльності.

Суб'єктами ідентифікації є всі учасники ринкових відносин:

- виробник товару – на стадії приймання сировини, напівфабрикатів, комплектуючих виробів і протягом всього технологічного циклу до реалізації продукції зі своїх складів;
- представник оптової і роздрібної торгівлі – на стадії укладання договорів купівлі-продажу, приймання товарів і підготовки їх до реалізації;
- споживач – на стадії купівлі та використання товару.

Ідентифікація виконує різні функції, але не завжди в нормативних документах, на маркуванні та в інших засобах інформації вказуються необхідні для ідентифікації показники.

Функції ідентифікації:

- *інформаційна* – доводить до суб'єктів необхідну інформацію;
- *вказівна* – ототожнює зразок товару з певним найменуванням, сортом, типом, партією;
- *управлінська (керівна)* – є елементом системи управління якістю продукції;
- *підтверджувальна* – підтверджує відповідність видової характеристики товару даним, вказаним в засобах інформації.

Управлінська функція регламентується міжнародними стандартами ISO серії 9000 «Управління якістю, забезпечення якості». У цих документах поняття «ідентифікація» доповнюється поняттям «простежуваність». Таким чином, відповідно до стандартів ISO серії 9000 та керівництва ISO/IEC 22, у міжнародній практиці ідентифікацію розглядають як один із елементів системи якості, як дії з управління матеріалами (сировиною, напівфабрикатами, комплектувальними виробами) і продукцією для встановлення відповідності (або невідповідності).

У залежності від призначення розрізняють такі *види ідентифікації*:

- *споживча ідентифікація* – проводиться з метою встановлення можливостей використання товару відповідно до його призначення та функціональних властивостей. Споживча ідентифікація попереджає появу в торговій мережі товарів, які не відповідають споживчим вимогам, а також небезпечні для здоров'я людини;
- *асортиментна (видова) ідентифікація* – це встановлення відповідності певного товару його конкретній асортиментній характеристиці, тобто сукупності видових властивостей і ознак, які визначають функціональне призначення товару та принципові розбіжності між ним і товарами інших асортиментних груп. Цей вид ідентифікації має особливе значення під час сертифікації продукції, товарознавчої експертизи та митної експертизи для уgrupuvannya товарів у товарну номенклатуру зовнішньоекономічної

діяльності та встановлення коду. Для ідентифікації належності товару до певної асортиментної групи використовуються асортиментні товарні знаки;

- якісна (кваліметрична) ідентифікація – встановлення відповідності вимогам якості, вказаним у нормативних документах. Якісна ідентифікація дає можливість виявити дефекти, відповідність товарному сорту та ін. Цей вид ідентифікації дає можливість встановити градації якості продукції на стандартну, нестандартну, умовно придатну чи непридатну для харчових цілей;

- товарно-партіонна ідентифікація – це найбільш складний вид ідентифікації в процесі якої встановлюється належність представленої частини товару (об'єднаної проби, середнього зразка або одиничних екземплярів) до конкретної товарної партії. Складність цього виду ідентифікації полягає в тому, що переважно відсутні або ненадійні критерії ідентифікації.

Варто зазначити, що практично всі види експертизи розпочинаються з ідентифікації товарів, а саму процедуру ідентифікації починають із формулювання мети та визначення критеріїв ідентифікації конкретних товарів (рис. 1).

Критерії ідентифікації – характеристики певного товару, що дають змогу встановити його відповідність зразку, інформації, зазначеній на маркуванні, у нормативних та товаросупровідних документах, а також принадлежність до групи однорідних товарів.

Критерії ідентифікації можуть бути загальні (характерні для всіх товарів, а саме: найменування, назва виробник, функціональне призначення, маркування, об'єм, маса, класифікаційний код тощо) та специфічні (характерні для певного товару).

Для отримання найточнішого результату товарознавці застосовують кілька критеріїв ідентифікації.

Після визначення критеріїв здійснюють вибір засобів ідентифікації товарів.

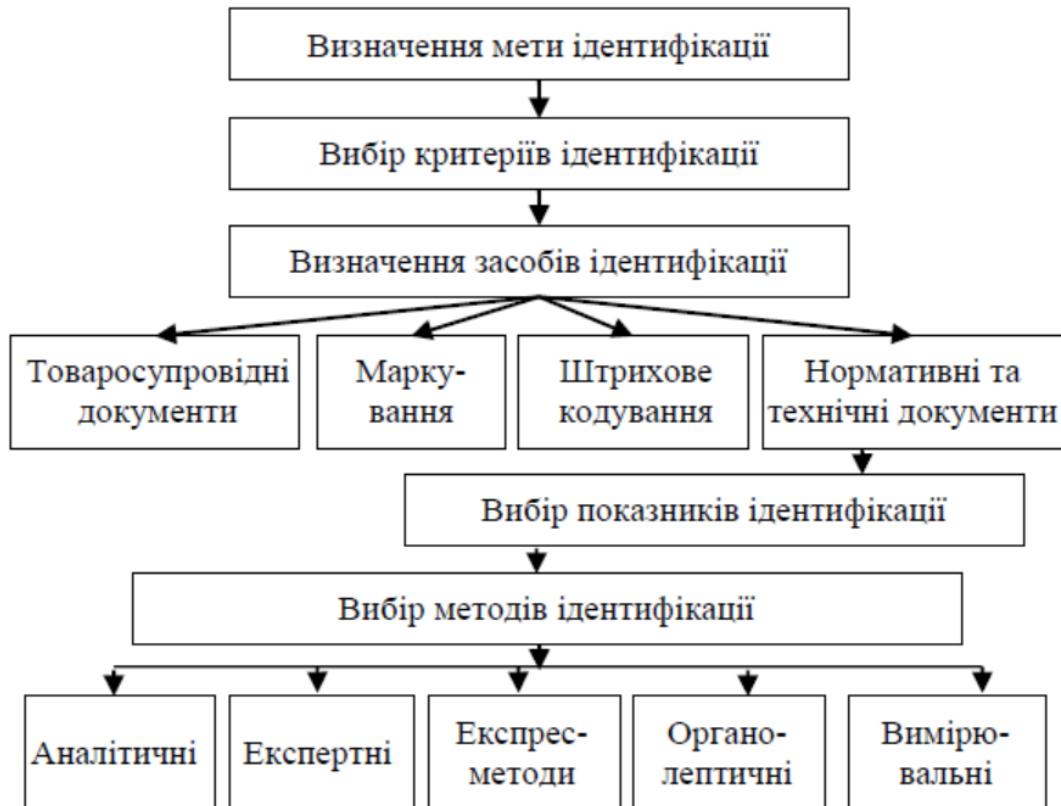


Рис. 1. Послідовність здійснення ідентифікації товарів

Згідно зі стандартами ISO серії 9000 *засобами ідентифікації* є нормативні документи, маркування, товарносупровідні документи та інші засоби інформації.

Доцільно зазначити, що для продуктів харчування важливим засобом ідентифікації є маркування, яке містить всю інформацію про товар і яку можна використати з метою ідентифікації (найменування, вид, сорт товару, хімічний склад, сировина тощо).

До інформаційних засобів ідентифікації відноситься штрихове кодування.

Наступним кроком у процедурі ідентифікації товарів є вибір показників ідентифікації відповідно до обраних критеріїв.

Показники ідентифікації товарів – якісна або кількісна характеристика товару (вимоги до якого встановлено нормативними або технічними документами), що підтверджує відповідність за певним критерієм.

Для ідентифікації товарів товарознавці використовують критерії, які ґрунтуються на органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних показниках. *Органолептичні показники якості* визначаються за допомогою органів чуття: форма, колір, стан поверхні, смак, запах, консистенція тощо. За *фізико-хімічними показниками* визначають питому вагу, щільність, температуру топлення, масову частку води, цукру, кухонної солі, кислот, жиру тощо. За *мікробіологічними* – вміст сальмонел, бактерій кишкової палички, дріжджів тощо.

В якості критеріїв ідентифікації мають бути обрані тільки показники, які відповідають наступним **вимогам**:

- типовість для конкретного виду товару або однорідної групи продукції, найменування;
- об'єктивність;
- відтворюваність;
- можливість перевірки;
- складність фальсифікації.

Найбільше значення серед цих вимог має типовість, яка може характеризуватися комплексними або одиничними показниками, що доповнюють один одного та відрізняються різним ступенем ймовірності. Так, для чаю найбільш типовим критерієм ідентифікації може бути вміст кофеїну. Незначна заміна чаю листям вишні, тополю, дубу або спітим часом знижує масову частку кофеїну.

Критерії ідентифікації повинні бути *об'єктивними* і не залежати від суб'єктивних даних випробувача – його професіоналізму, компетентності; а також умов проведення дослідження.

Можливість перевірки – означає, що при повторних перевірках в інших лабораторіях, незалежно від суб'єктів, засобів і умов проведення ідентифікації будуть отримані ті ж самі або близькі результати.

Складність фальсифікації товару за певними критеріями ідентифікації можуть бути гарантом надійності ідентифікації. Важливо в якості критеріїв ідентифікації вибирати такі характеристики, щоб при підробці фальсифікація не мала сенсу.

Далі здійснюють вибір методів ідентифікації товарів.

Методи ідентифікації товарів – методи товарознавчої експертизи, які застосовуються для ідентифікації відповідності певного товару встановленим критеріям за визначеними показниками.

Виділяють такі **методи ідентифікації товарів**:

- *аналітичні* (*аналіз документів*) – методи визначення відповідності товару вимогам нормативної, технічної та товарно-супровідної документації за визначеними показниками;
- *експертні* – методи товарознавчої експертизи, які здійснюються на основі рішення, прийнятого експертами, та ґрунтуються на визначені показників за встановленими критеріями групою експертів;
- *експрес-методи* – прискорені методи, які дають інформацію про показники якості товару в коротший термін, аніж за звичайних методів. Під час використання цих методів необхідно врахувати, що навіть для висококваліфікованого випробовувача граничною кількістю оцінюваних показників є 7–9 показників, розташованих на одному рівні ієрархії, які становлять досить однорідну групу. Крім того, випробовувач повинен ураховувати важливість окремих показників за допомогою коефіцієнтів вагомості, взаємозв'язок між ними, а також розглядати відповідність товару як систему;
- *органолептичні* – методи визначення значень показників відповідності товару за встановленими критеріями на основі аналізу сприйняття органів

чуттів людини. Під час ідентифікації товару можуть визначати такі показники: зовнішній вигляд, форма, колір, блиск, прозорість, консистенція, щільність, еластичність, запах, аромат, букет, соковитість, ніжність, смак, терпкість, повнота смаку, хрускіт;

– *вимірювальні (фізико-хімічні)* – методи, які використовуються для встановлення дійсних значень властивостей товарів за визначеними показниками. До вимірювальних методів належать хроматографічний, рефрактометричний, реологічний, фотоелектрометричний, спектральний, потенціометричний, мікроскопування.

Залежно від обраних критеріїв та визначених показників обирають один або кілька методів ідентифікації товарів, які допоможуть установити відповідність.

Ідентифікація є інструментом визначення фальсифікації. Відповідно до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» та міжнародних стандартів ISO серії 9001, усі види фальсифікації виявляються у товарознавчій експертізі продовольчих товарів під час ідентифікації товарів. Товари, які потрапляють на споживчий ринок, можна ідентифікувати, тобто ототожнювати, прирівнювати, порівнювати з товарами-аналогами, які мають ту ж сукупність властивостей або такий же опис на маркуванні, у товаросупровідних та нормативних документах. Саме завдяки ідентифікації товарів щодо їх асортиментної приналежності та походження, а також кількісним вимірюванням усієї товарної партії (переважуванням, перерахунком, обмірюванням тощо) можна виявити фальсифіковані маркування та упаковку, а також різноманітні документи, насамперед накладні та сертифікати.

Таким чином, ідентифікація товарів повинна носити комплексний характер та проводитися згідно з чітко визначеними типовими критеріями, які важко піддаються фальсифікації.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ**1. Визначте види ідентифікації продукції (макс 6 балів)**

1) споживча	a) відповідає рівню задоволення потреб;
2) асортиментна (видова)	b) відповідає заявленим у технічній документації параметрам;
3) якісна (кваліметрична)	c) відповідає очікуванням споживача;
4) товарно-партіонна	d) відповідає екологічним вимогам;
	e) відповідає опису комплектації товару;
	f) відповідає товарному ряду аналогічної продукції

2. Визначте методи ідентифікації товарів (макс 6 балів)

1) аналітичні документів	(аналіз	a) мозковий штурм;
2) експертні		b) огляд продукції;
3) експрес-методи		c) звітна документація по продукції;
4) органолептичні		d) підпал шкіряних виробів;
5) вимірювальні		e) куштування;
6) фізико-хімічні		f) взаємодія з кислотами або лугами; визначення ваги