

06.05.2022

Група ТУ-1

Урок 54-55

Тема: СУТНІСТЬ, ВИДИ ТА ЗАСОБИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ

Мета: розглянути сутність фальсифікації товарів, ознайомитися з видами і засобами фальсифікації

Фальсифікація (від лат. falsifico - підробляю) - це сукупність дій, скерованих на введення отримувача чи споживача продукції в оману шляхом підробки об'єкту купівлі-продажу з корисливою метою. У широкому розумінні **фальсифікацію** можна розглядати як дії, спрямовані на погіршення споживчих властивостей товару або зменшення його кількості при зберіганні найбільш характерних показників, які не є суттєвими для споживача.

Термін «фальсифіковані товари» іноді плутають з такими поняттями як «підробки-замінники» (сурогати, імітатори) та «дефектні товари», які одержують при порушенні технології виробництва. Така путаниця відбувається в зв'язку з тим, що деякі підробки-замінники та дефектні товари використовують з метою фальсифікації натуральних продуктів, при цьому одержувачу і/або споживачу навмисно не надається необхідна інформація, або надається перекручена інформація.

Об'єктами фальсифікації є: товари, послуги, грошові знаки, документи, інформація, фінансова та бухгалтерська документація, маркувальні та ідентифікаційні знаки, історичні факти, погляди та висловлення видатних особистостей та інше.

Під час фальсифікації підроблюються одна або декілька характеристик товару, що дозволяє виокремити за цією ознакою такі **види фальсифікації**, рис. 1. Кожний вид фальсифікації має свої засоби підробки товару.

Асортиментна фальсифікація - це підробка, яка здійснюється шляхом повної заміни продукту замінниками другого сорту, виду або найменування із збереженням подібності (сходості) однієї або декількох прикмет (ознак).

Пересортиця є найбільш поширеним різновидом асортиментної фальсифікації. **Пересортиця** - дії, які спрямовані на обман (обдурування) одержувача і/або споживача шляхом заміни товарів вищого гатунку нижчим.



Рис. 1. Види фальсифікації

2

При асортиментній фальсифікації використовують замінники, які розділяють на харчові та нехарчові. Ці замінники мають деяку схожість з натуральними продуктами за одним чи декількома показниками, але вони дешевші та відрізняються зниженою харчовою цінністю.

В якості об'єктів при асортиментній фальсифікації частіше використовують наступні харчові замінники:

- подібні товари з другої групи, які мають більш низькі споживчі властивості: замість солених оселедців - солену салаку, сарданелу;
- імітатори натурального продукту, подібного за характерними ознаками: замість чорної ікры - білкову, вершкового масла - маргарин, кави - кавові напої;
- продукти, які виготовлені з генетично модифікованої сировини: картоплі, сої, кукурудзи, а також м'ясо тварин, яких годували генетично модифікованою сировиною.

Якісна фальсифікація - це заміна товару вищої градації якості товаром нижчої градації, застосування сировини чи матеріалів неналежних виду або якості, в продовольчих товарах - харчових та нехарчових добавок для покращення органолептичних властивостей при зберіганні або втраті інших споживчих властивостей.

Об'єктом даного виду фальсифікації є харчові продукти з різними добавками або порушеними рецептурами.

До способів якісної фальсифікації відносять:

- ✓ додавання води;
- ✓ додавання більш дешевих компонентів за рахунок більш цінних;
- ✓ часткова заміна натурального продукту імітатором;
- ✓ введення різних харчових добавок;
- ✓ часткова або повна заміна продукту харчовими відходами;
- ✓ додавання консервантів, антиокислювачів та антибіотиків без їх зазначення на маркуванні товару.

Вода використовується для фальсифікації майже всіх продуктів: додають в соки, пиво, горілку, вина, мінеральні води, молоко і молочні продукти, ковбасні та рибні вироби. При додаванні води додатково вводять також барвники (цукровий колір для коньяку), вологоутримувальні речовини (в ковбасні вироби додатково вводять крохмаль, пектин, желатин та інші).

Якість товарів формується у процесі їхнього виробництва і в значній мірі обумовлюється набором рецептурних компонентів, серед яких останнім часом значну роль відіграють різноманітні добавки.

Добавки - це речовини чи сировина, які додаються до харчових продуктів для поліпшення їх споживчих властивостей. Добавки поділяють на харчові і нехарчові.

До якісної фальсифікації також відносяться підфарбування або ароматизація харчових продуктів, використання підсолоджуваців замість

цукру при виготовленні напоїв, якщо вони не передбачені рецептурою та технологією виробництва.

Різновидом якісної фальсифікації є також повна або часткова заміна натурального продукту нехарчовими відходами. Наприклад, реалізація спітого чаю під видом натурального, кави натуральної, з якої витягли природний кофеїн і додали синтетичний.

До фальсифікованих товарів можна віднести і харчові продукти, випущені в реалізацію з незакінченим технологічним циклом (не повністю дозрілі ковбаси, сичугові сири, оселедці; «зелене» пиво, тощо).

Залежно від ступеня шкоди, яку можуть завдати фальсифіковані продукти, розрізняють фальсифікацію безпечною для життя і здоров'я споживача і небезпечною.

При безпечній фальсифікації споживачу наноситься тільки матеріальний і моральний збитки, а при **небезпечній** - крім того, шкода життю й здоров'ю. Тому до осіб, які допускають ці два різновиди фальсифікації повинні застосовуватися різні заходи адміністративної і кримінальної відповідальності.

Кількісна фальсифікація товарів - це обман споживача за рахунок значних відхилень параметрів товару (маси, об'єму, довжини і т. п.), що перевищують гранично допустимі норми відхилень. На практиці цей вид фальсифікації називають недоваженням або обміром.

Для кількісної фальсифікації найчастіше використовують фальшиві засоби вимірювань (гирі, вимірювальний посуд) або неточні вимірювальні пристрої (ваги, прилади і тощо). Іноді використовують спеціальні засоби обміру або обваги (обвага на папір, на бросок тощо).

Неточні або фальшиві засоби вимірювання - найбільш розповсюджений спосіб фальсифікації кількості товарів. При цьому використовуються фальшиві міри та прилади без повірочних клейм і свідоцтв, які наносяться і видаються органами Державних метрологічних служб.

Відсутність або протермінованість дати повірочних клейм є ознакою фальсифікації засобів виміру і легко перевіряються.

Причиною неточності, грубих погрішностей можуть бути несправні прилади і фасувальне устаткування, якими користуються виробники або продавці.

Неправильні методики вимірювання, що застосовуються продавцем чи виробником, також можуть бути причиною грубих погрішностей при вимірах і приводять до недоважування та недоміру. При цьому дії суб'єкта, що проводить виміри, можуть носити навмисний і ненавмисний характер.

У практиці торгових організацій найбільш часто зустрічаються наступні порушення роботи з вимірювальними приладами:

- неправильна установка терезів (з нахилом горизонтального положення на нерівній поверхні або підкладання під ніжки сторонніх предметів);
- перевірка та настроювання терезів на нульовій відмітці за граничними діапазонами показників;
- застосування вимірювальних приладів з певним діапазоном і точністю вимірів у випадках, коли об'єкт, що вимірюється має параметри, що знаходяться поза встановленим діапазоном (наприклад, зважування на поштових терезах товару масою менше 100 г і що потребує більшої точності, ніж відхилення в 50 г);
- недостатнє висвітлення шкали показань вимірювального приладу;
- неправильне розташування товару на вимірювальному приладі або у відношенні до міри;
- установка вимірювальних приладів таким чином, що при знятті вимірівшкала показань по відношенню до покупця знаходиться збоку, зверху або знизу, тобто так, щоб не можна було точно бачити поділки шкали;
- наморожування води на м'ясо, рибу, напівфабрикати;різкий кидок товару на терези (рідко, хто чекає, доки заспокоїться стрілка терезів);

- заспокоювання стрілки вимірювального приладу рукою, в той же час підтримка чашки з метою підвищення ваги продукту.

Правильні методики вимірювань, звичайно, наводяться в технічних документах до вимірювальних приладів. До того ж окремі методики наводяться в правилах продажу окремих видів товарів.

Кількісна фальсифікація при відпусканні товарів споживачеві може бути так само наслідком застосування неправильних способів вимірювання товарів:

- реалізація товарів за масою брутто без урахування маси упаковки (наприклад, при зважуванні нефасованого товару у додатковій тарі (корзинах, пластикових коробках), маса якої на ній не зазначена, можлива фальсифікація маси такого товару);

- реалізація товару за масою нетто з подальшим урахуванням маси стандартної упаковки, що зазначена на маркуванні, дозволяє обманути споживача, якщо використовується більш важка тара (з потовщеннями стінками, або додатковим тягарем). Наприклад, при реалізації товарів дрібним оптом у виробничій упаковці не враховується маса цієї упаковки.

Кількісна фальсифікація товарів може здійснюватися на виробництві: під час фасування товарів, розливу напоїв на підприємствах торгівлі, або громадського харчування. В останньому випадку державні інспектори кваліфікують це як порушення правил торгівлі шляхом обважування або обмірювання і накладають штрафи у відповідності з Кримінальним кодексом України.

Вартісна фальсифікація - це введення споживача в оману шляхом реалізації низькоякісних товарів за цінами високоякісних або товарів з меншими кількісними характеристиками за ціною товарів з більшими кількісними характеристиками.

Цей вид фальсифікації є найрозповсюдженішим, оскільки він логічно суміщається з усіма іншими видами фальсифікації. Більш того, саме вартісна

фальсифікація є головною метою корисного обману споживачів, тому що дозволяє отримувати незаконний прибуток.

Існує декілька різновидів вартісної фальсифікації, рис. 1.

Реалізація фальсифікованих товарів за цінами, що перевищують ціни на натуральні аналоги зустрічається рідко і розрахований на сегмент споживачів, у яких високі ціни асоціюються з високою якістю товарів. Вона можлива також у ситуації, коли на товар існує надмірний попит і недостатня пропозиція натурального продукту на ринку.

Перші два різновиди вартісної фальсифікації найбільш поширені. Вибір одного з них визначається ринковою кон'юнктурою.

В умовах ринкової економіки, однією з характерних рис якої є вільні ціни, які регулюються конкуренцією між окремими виробниками, вартісна фальсифікація може використовуватися для реалізації фальсифікованої низькоякісної продукції або навіть небезпечних товарів, або з метою цінової конкуренції, зокрема, для формування споживчих переваг даного товару за допомогою демпінгових цін.

За вартісну фальсифікацію передбачена кримінальна відповідальність.

Інформаційна фальсифікація - це введення споживача в оману за допомогою неточної або спотвореної інформації про товар. Цей вид фальсифікації здійснюється шляхом спотворення інформації в товаросупровідних документах, на маркуванні, у рекламі. Будь-який вид фальсифікації з тих, що розглядалися вище, у більшості випадків доповнюється інформаційною фальсифікацією про товар. У протилежному випадку фальсифікація легко виявляється.

При фальсифікації інформації про товар досить часто викриваються або вказуються неточно наступні дані: найменування товару і його логотип; країна походження товару; фірма-виробник і його поштова адреса; кількість товару; склад товару (особливо вміст добавок); умови і терміни зберігання, належність до певної товарної групи.

Найчастіше в носіях виробничого товарного маркування не вказується або ж вказується неправильно країна походження виробу та фальсифікується штриховий код. Досить часто підробляються товарні марки (товарні знаки та логотипи) відомих виробників, тобто ті, що мають ознаки бренду. До речі, у цьому випадку матеріальних і моральних збитків зазнає не тільки споживач, а й виробник, який є власником товарної марки, котра підробляється.

Внаслідок використання методів (дій, способів, прийомів) недобросовісної конкуренції для господарюючого суб'єкта може відбутися досягнення неправомірних переваг у конкуренції, тобто їх отримання стосовно іншого господарюючого суб'єкта (підприємця) шляхом порушення чинного законодавства, якщо воно підтверджene рішенням відповідного державного органу, який має на це відповідні повноваження. У Законі України «Про захист від недобросовісної конкуренції» нею, зокрема вважаються наступні дії: неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки; неправомірне використання товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу; порівняльна реклама. Неправомірним використанням чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки вважається їх використанням без дозволу уповноваженої на те особи. Це стосується чужого імені, фіrmового найменування, знаків для товарів і послуг, інших позначень, а також рекламних матеріалів, упаковки товарів, назв літературних, художніх товарів, періодичних видань, зазначень походження товарів, у випадку, які можуть привести до змішування з діяльністю іншого господарюючого суб'єкта (підприємця), який має пріоритет на їх використання.

Контрафакцією у практиці комерційної та юридичної діяльності найчастіше називають копіювання товарного знаку або його істотних елементів, або інших елементів бренду (фіrmового найменування, форми, упаковки, зовнішнього оформлення) для діяльності, ідентичної або подібної до діяльності власника знака або інших елементів бренду.

Обманна імітація - це приблизне відтворення чужого знака (марки, асортиментної назви, фіrmового найменування тощо), котре потенційно спроможне викликати небезпеку плутанини оригінального та імітованого знаків (або всіх, перерахованих вище, його видових понять). У практиці недобросовісної конкуренції бувають випадки, коли ототожнення імітованих марок з тими, що вже добре себе зарекомендували, використовується. Найпоширенішим шляхом є написання імітованих марок однотипними з оригінальними марками шрифтами (Panafonic або Panasunic (Panasonic), Beebak або Reabok (Reebok), Abibas (Adidas), Mulinex (Moulinex), Shrap (Sharp) і т. д.), а також - створення подібних на перший погляд образних знаків (зображень, етикеток, колірних композицій тощо).

Обманне маркування - це свідоме використання з комерційною метою справжнього, оригінального знака іншої юридичної особи (власника знаку) для позначення своїх товарів або послуг. Наступним за частотою свідомого спотворення об'єктом у маркуванні є дати виготовлення виробів, а також терміни та умови їх реалізації чи зберігання. При цьому в практиці торгівлі трапляються випадки прямого незаконного перемаркування дат чи продовження термінів (так званого «перебивання»).

Фальсифікація можлива і щодо штрихових кодів. Слід зазначити, що масове поширення штрихових кодів привело до кодування всіх товарів незалежно від якості та престижу фіrm-виробників. Крім того, самі штрихові коди стали об'єктом фальсифікації.

Останнім часом дуже розповсюдженим видом фальсифікації документів стала підробка сертифікатів.

Існує кілька способів підробки сертифікатів:

- підробка сертифіката з використанням справжнього бланка установленої форми і внесенням усіх реквізитів фальсифікованого товару, або того товару, що не пройшов сертифікаційну перевірку, при цьому використовуються фальшиві печатки органів із сертифікації;

- підробка справжньої копії сертифіката зі справжніми печатками шляхом знищення деяких записів (найменування фірми-виробника чи посередника, терміну дії, дати видачі, тощо) і внесення нових реквізитів, що характеризують фальсифікований товар;
- відбір зразків для проведення сертифікації з інших партій з аналогічним найменуванням товару і фірми-виробника, під які підробляється фальсифікат, при цьому фальсифікатори одержують справжній сертифікат;
- видача справжніх сертифікатів органом із сертифікації, що перед проведенням перевірки для підтвердження безпеки товару, не провів його ідентифікацію на оригінальність і належність до конкретної товарної партії.

В залежності від місця здійснення розрізняють технологічну і передреалізаційну фальсифікації.

Технологічна фальсифікація - підробка товарів у процесі технологічного циклу виробництва. Прикладом може слугувати використання технічного спирту при виготовленні горілок та інших горілчаних виробів.

Передреалізаційна фальсифікація - підробка товарів при підготовці їх до продажу або у процесі реалізації. Прикладом може служити реалізація маргарину замість вершкового масла, заміна етикеток на низькоцінних консервах етикетками з найменуванням високоцінних, реалізація м'яса низьких категорій і сортів за ціною більш високих. Для цього застосовують уже зазначені раніше способи фальсифікації (використання замінників, добавок, дефектної продукції, недоважування, тощо).

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ (макс 12 балів)

Знайти відповідність визначень та понять

| Поняття | Визначення |
|------------------------------------|---|
| 1) Передреалізаційна фальсифікація | a) харчові продукти з різними добавками або порушеними рецептурями |
| 2) Технологічна фальсифікація | b) підробка товарів при підготовці їх до продажу або у процесі реалізації |
| 3) Обманне | c) підробка товарів у процесі технологічного циклу |

| маркування це | виробництва |
|---------------------------------------|--|
| 4) Обманна імітація це | d) свідоме використання з комерційною метою справжнього, оригінального знаку іншої юридичної особи (власника знаку) для позначення своїх товарів або послуг |
| 5) Контрафакцією називають | e) приблизне відтворення чужого знаку (марки, асортиментної назви, фіrmового найменування тощо), котре потенційно спроможне викликати небезпеку плутанини оригінального та імітованого знаків (або всіх, перерахованих вище, його видових понять) |
| 6) Інформаційна фальсифікація це | f) копіювання товарного знаку або його істотних елементів, або інших елементів бренду (фіrmового найменування, форми, упаковки, зовнішнього оформлення) для діяльності, ідентичної або подібної до діяльності власника знаку або інших елементів бренду |
| 7) Кількісна фальсифікація товарів це | g) введення споживача в оману за допомогою неточної або спотвореної інформації про товар |
| 8) Фальсифікація це | h) обман споживача за рахунок значних відхилень параметрів товару (маси, об'єму, довжини і т. п.), що перевищують гранично допустимі норми відхилень |
| 9) Асортиментна фальсифікація це | i) сукупність дій, скерованих на введення отримувача чи споживача продукції в оману шляхом підробки об'єкту купівлі-продажу з корисливою метою |
| 10) Пересортиця | j) підробка, яка здійснюється шляхом повної заміни продукту замінниками другого сорту, виду або найменування із збереженням подібності (сходості) однієї або декількох прикмет (ознак). |
| 11) Якісна фальсифікація це | k) дії, які спрямовані на обман (обдурування) одержувача і/або споживача шляхом заміни товарів вищого гатунку нижчим |
| 12) Об'єктом якісної фальсифікації є | l) заміна товару вищої градації якості товаром нижчої градації, застосування сировини чи матеріалів неналежних виду або якості, в продовольчих товарах - харчових та нехарчових добавок для покращення органолептичних властивостей при зберіганні або втраті інших споживчих властивостей |