

СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ

На сучасному етапі формування вільного товарного ринку в Україні актуальною проблемою є вивчення властивостей товарів, встановлення їх натуральності та виявлення підробок. Це посилюється ще тим, що катастрофічне зростання останнім часом обсягів незаконної торгівлі ставить під загрозу здоров'я споживачів та їх безпеку, а також підриває економічний розвиток держави. Саме ідентифікація є важливою процедурою при оцінці якості товарів та встановленні їх відповідності еталоном або вимогам, які передбачаються в нормативній та іншій документації.

Враховуючи зазначене, постає необхідність дослідження поняття «ідентифікація» в нормативній і науковій літературі.

Відповідно до положень вітчизняного законодавства, 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 загально визначеної назви даного виду продукту, торговельної марки та/або комерційного (фірмового) найменування [5].

У довіднику товарознавця надається наступне визначення: ідентифікація – це визначення відповідності показників якості харчових продуктів та продовольчої сировини показникам, установленим у нормативній та технічній документації виробника харчових продуктів чи наведеним в інформації про ці продукти, а також визначення відповідності харчових продуктів і продовольчої сировини встановленій загальній назві з метою сертифікації [2].

На думку В.І. Павлова та Л.М. Акімової товарна ідентифікація полягає у встановленні відповідності товару із застосуванням електронних засобів обміну інформацією для зазначення на продукції, упаковці, товарних чеках її виробника та країни походження, основних якісних та кількісних характеристик, що визначають його споживчі властивості, надійність, терміни зберігання, використання, екологічні компоненти та способи утилізації [4, с. 26].

Таким чином, ідентифікація – це визначення відповідності товару (або іншого об'єкта) інформації про нього, виявлення того, що товар відповідає характеристикам, які зазначені на маркуванні, у товарно-супровідних, нормативних та інших документах, і не є фальсифікованим.

Основна мета ідентифікації товарів – це захист споживача від можливості придбання неякісних товарів, захист від недобросовісного виробника або постачальника, забезпечення безпеки товарів для навколишнього середовища, здоров'я та життя споживача.

Вивчення наукової та навчально-методичної літератури дало змогу встановити, що існують наступні види ідентифікації [1; 3; 4]:

- споживча ідентифікація – проводиться з метою встановлення можливостей використання товару відповідно до його призначення та функціональних властивостей;
- асортиментна (видова) ідентифікація – це встановлення відповідності певного товару його конкретній асортиментній характеристиці, тобто сукупності видових властивостей і ознак, які визначають функціональне призначення товару та принципів розбіжності між ним і товарами інших асортиментних груп;
- якісна (кваліметрична) ідентифікація – встановлення відповідності вимогам якості, вказаним у нормативних документах;
- товарно-партійна 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.

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 [1, с. 393].

Критерії ідентифікації – характеристики певного товару, що дають змогу встановити його відповідність зразку, інформації, зазначеній на маркуванні, у нормативних та товарно-супровідних документах, а також приналежності до групи однорідних товарів. Для отримання найточнішого результату товарознавці застосовують кілька критеріїв ідентифікації, які повинні бути об'єктивними і незалежними від суб'єктивних даних дослідника, а також щоб у разі підробки фальсифікація не мала сенсу.

На наступному етапі здійснюють вибір засобів ідентифікації товарів, якими є нормативні документи, маркування, товарно-супровідні документи та інші засоби інформації. Доцільно зазначити, що для продуктів харчування важливим засобом ідентифікації є маркування, яке містить всю інформацію про товар (найменування, вид, сорт товару, хімічний склад, сировина тощо) і яку можна використати з метою ідентифікації.

До інформаційних засобів ідентифікації також відноситься штрихове кодування. В сучасних торгових стосунках кожен товар, паралельно з фізичним існуванням, має своє «віртуальне відображення» у комп'ютерних системах підприємств, у яких товар обліковується і у яких фіксується кожна операція з товаром. Носієм такого «відображення» є ідентифікаційний номер у світовій системі автоматичної ідентифікації й електронного обміну інформацією (GS1), що не може бути присвоєний будь-якому іншому товару у світі.

Наступним кроком у процедурі ідентифікації товарів є вибір показників ідентифікації товарів – якісних або

кількісних характеристик товару, що підтверджують відповідність за певним критерієм. Для ідентифікації товарів використовуються 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, жиру тощо. За мікробіологічними – вміст сальмонел, бактерій кишкової палички тощо.

Далі здійснюють вибір методів ідентифікації товарів. Основними методами ідентифікації товарів є: аналітичні або 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 визначенні показників за встановленими критеріями групою експертів); експрес-методи (прискорені методи, які дають інформацію про показники якості товару в коротший термін, аніж за звичайних методів); органолептичні (методи визначення значень показників відповідності товару за встановленими критеріями на основі аналізу сприйняття органів чуттів людини); вимірювальні або фізико-хімічні (методи, які використовуються для встановлення дійсних значень властивостей товарів за визначеними показниками) [1, с. 394].

Саме ідентифікація є інструментом визначення фальсифікації. Завдяки ідентифікації товарів щодо їх асортиментної приналежності та походження, а також кількісним вимірюванням усієї товарної партії (переважуванням, перерахунком тощо) можна виявити фальсифіковані маркування й упаковку, а також різноманітні документи, насамперед накладні та сертифікати.

В той же час, на сьогодні існує ряд проблем, пов'язаних з ідентифікацією товарів. На нашу думку, основними проблемами є:

- недостатність науково-методичних досліджень і розробок щодо основ ідентифікації товарів та удосконалення засобів і методів її проведення;
- відсутність стандартних методик по визначенню показників властивостей продукції, в яких би застосовувались сучасні експрес-методи та відповідне обладнання;
- високий рівень цін на обладнання, яке дозволяє проводити швидко та економічно дослідження показників властивостей продукції;
- відсутність на місцях незалежних акредитованих експертів по окремим товарним групам;
- висока технічна та технологічна оснащеність виробників фальсифікованої продукції.

Отже, вирішення зазначених проблем дозволить підвищити ефективність проведення процедури ідентифікації товарів. В свою чергу, правильно проведена ідентифікація товарів дасть змогу виявити та ліквідувати неякісну та невідповідну продукцію на шляху до споживача. Вона дозволяє підвищити якість товарної продукції, ідентифікувати її споживачами щодо країни походження та фірми-виробника, забезпечити прозорість транскордонного переміщення, прискорити процес купівлі-продажу товарів та сприяє підвищенню екологічної й економічної безпеки споживачів та соціально-економічному розвитку країни.

Література:

1. Данько Т.І. Ідентифікація товарів: сутність та основні товарознавчі аспекти // Т.І. Данько, Н.П. Яворська / Економіка і суспільство. – 2017. – №9. – С. 391-395.
2. Довідник товарознавця. Продовольчі товари: навч. посіб. / С.В. Князь, А.Г. Загородній, М.В. Римар [та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. С.В. Князя. – Львів: Львівська політехніка, 2016. – 340 с.
3. Дубініна А.А. Методи визначення фальсифікації товарів: підручник / А.А. Дубініна, І.Ф. Овчиннікова, С.О. Дубініна та ін. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2010. – 272 с.
4. Павлов В.І. Формування системи ідентифікації товарів в Україні: монографія / В.І. Павлов, Л.А. Акімова. – Рівне: НУВГП, 2013. – 178 с.
5. Про внесення змін до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» [Електронний ресурс]: Закон України від 06.09.2005 р. № 2809-IV. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.