

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ТОВАРІВ

УДК 330.123.4.001.3

**Тетяна КОЛОМІЄЦЬ,
Ніна МЕРЕЖКО,
Валентина ОСІЄВСЬКА**

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

Проаналізовано трактування терміну "ідентифікація" у нормативній, навчальній та науковій літературі. Охарактеризовано проведення ідентифікації на всіх етапах життєвого циклу товару. Визначено суб'єкти ідентифікації у сфері обігу товарів, загальні критерії, показники та методи ідентифікації. Встановлено відмінність між "критерієм" і "показником" ідентифікації товарів.

Ключові слова: ідентифікація, суб'єкт ідентифікації, критерії, показники, методи ідентифікації.

Постійне зростання на вітчизняному ринку кількості фальсифікованих товарів, їх незаконне виробництво й переміщення через митний кордон та інші причини зумовлюють практичну необхідність роботи з ідентифікації. Масштаби їх проведення вкрай обмежені, а, згідно з чинним законодавством, вони проводяться тільки при сертифікаційних випробуваннях. Водночас ідентифікація фактично запроваджена в практику митних органів і установ із справ захисту прав споживачів; без неї неможливе проведення жодної товарознавчої експертизи та встановлення відповідності товарів певним позиціям УКТЗЕД. Із огляду на зазначене, тема статті є актуальною.

Мета дослідження – аналіз понятійного апарату та методик проведення ідентифікаційної експертизи, що має вагоме значення при митному контролі та митному оформленні товарів.

Ідентифікація (лат. *identificate* – ототожнювати) – визначається як ототожнення, прирівняння, співпадання чого-небудь із чим-небудь. Сучасна теорія ідентифікації ототожнює розпізнавання образів (явищ,

© Тетяна Коломієць, Ніна Мережко, Валентина Осієвська, 2012

процесів, об'єктів) із з'ясуванням питання про те, що розпізнається. При цьому клас образів розглядають як деяку сукупність, що має спільні й близькі між собою характеристики чи властивості.

Розпізнавання об'єктів і явищ будь-якої фізичної природної або соціальної суті можливе на основі побудови соціальних систем розпізнавання. Однією з найважливіших складових частин такої системи є початкова класифікація об'єктів чи явищ, які розпізнаються. На цій основі ідентифікація товарів виявляється тісно пов'язаною з товарознавством (види, різновиди, рівень якості товарів), бухгалтерським обліком і ціноутворенням (кількість, ціна товарів), матеріалознавством і технологією виготовлення товарів (походження та новизна товару), стандартизацією та сертифікацією товарів (нормативна база, відповідність певній системі сертифікації), зовнішньоекономічною діяльністю (відповідність певній системі кодування, розміри ввізного (вивізного) мита, конкурентоспроможністю товарів (споживні властивості, вартість товару).

У законодавчих і нормативних документах, науковій і навчальній літературі визначення терміну "ідентифікація" за останні два десятиліття змінювались, і до сьогодні трактують по-різному.

Уперше поняття ідентифікації щодо товарознавства та її роль в умовах ринкових відносин розкрито М. А. Ніколаєвою [1], яка запропонувала визначення: "ідентифікація – це встановлення відповідності найменування товару, вказаного в маркуванні або супровідних документах, вимогам, що пред'являються до нього".

Пізніше визначення цього терміну дещо вдосконалено та доповнено: "ідентифікація продукції (товарів) – це діяльність із встановлення відповідності конкретного товару зразку, інформації в товаросупровідних документах, нормативним і технічним вимогам, а також приналежності до групи однорідних товарів" [2].

Найточніше визначення поняття ідентифікації надано в Законі України "Про безпечність та якість харчових продуктів" [3]: "Ідентифікація – процедура підтвердження відповідності органолептичних, біологічних, фізичних і 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 продукції, торговельної марки та/або комерційного (фірмового) найменування".

В умовах ринкової економіки важливим об'єктом ідентифікації стає товар.

Ідентифікація може проводитися на всіх етапах життєвого циклу товару (ЖЦТ):

виробництво – на стадії приймання сировини й матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів;

вихід товару на ринок – при сертифікації продукції (товарів);
торгівля – на стадіях укладання договорів купівлі-продажу, приймання товару та підготовки його до продажу;
споживання – при купівлі товару за органолептичними показниками споживач орієнтується на свій життєвий досвід і знання, прислухається до думки інших, не маючи інформації про товар.

Суб'єктів ідентифікації розрізняють залежно від галузі застосування. При виробництві ідентифікацію проводять технологи, під час митної експертизи – інспектори та товаровознавці-експерти. Покупець не бере участі в ідентифікації товару, для нього це вибір відповідно до своїх вимог і потреб. Згідно із Законом України "Про захист прав споживачів" покупець не повинен мати спеціальних знань, тобто володіти компетентністю [4]. Пізнання споживача ґрунтується на життєвому досвіді, рекламі та статтях для покупців.

Із ідентифікації починаються майже всі види експертизи. Якщо отримано негативний результат ідентифікаційної частини, то необхідність проведення подальшої експертизи відпадає.

Ідентифікаційна діяльність здійснюється за критеріями. Завдання встановлення критеріїв і проведення досліджень за ними полягає у визначенні й порівнянні властивостей (показників) дослідних об'єктів. Вибір критеріїв залежить від умов, об'єктів, їх взаємодії, мети ідентифікації.

Критерій ідентифікації – ознака конкретного товару, яка придатна для встановлення його відповідності (тотожності) зразку, інформації в товаросупровідних документах, вимогам нормативним, технічним, а також приналежності до групи однорідних товарів.

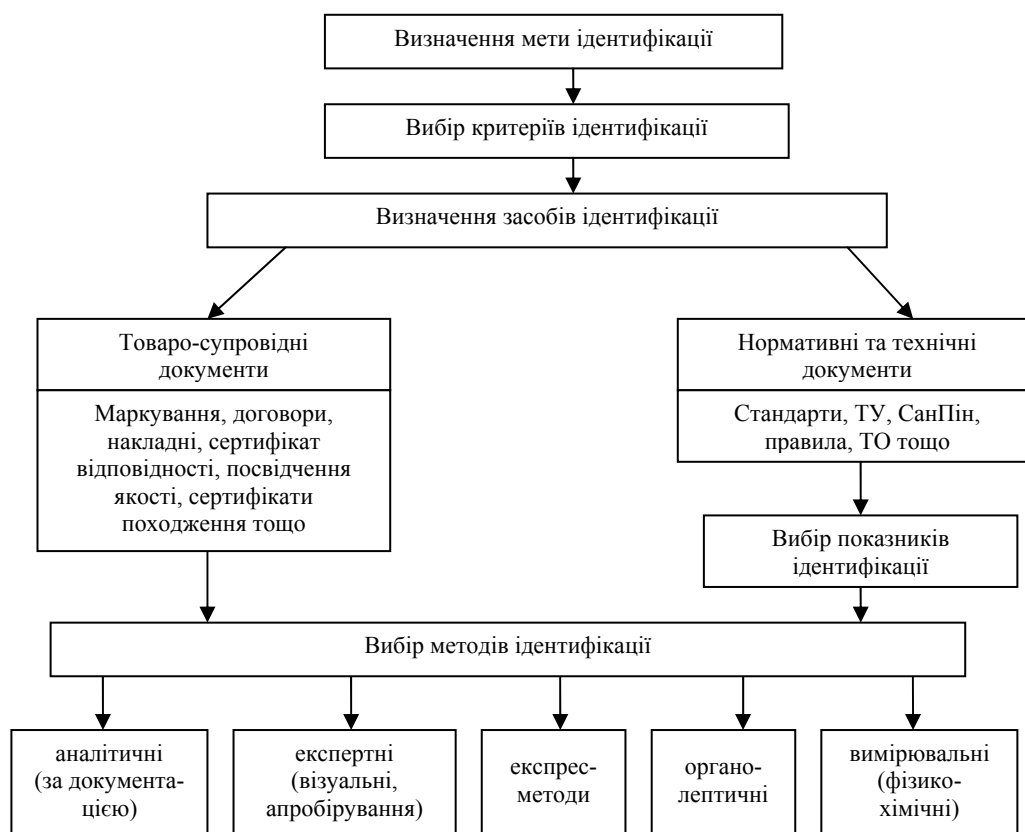
Критерії ідентифікації поділяють на *загальні* (характерні для всіх товарів) і *специфічні* (враховують особливості конкретного товару).

За *загальними* критеріями встановлюється відповідність незалежно від групи товарів: найменування, назва, виробник, функціональне призначення, повнота маркування, об'єм або маса, класифікаційний код. За цими критеріями ідентифікація проводиться практично завжди.

Специфічні критерії, наприклад, статево-вікова адресність, визначається при ідентифікації взуття, одягу, іграшок, косметики тощо.

Вибір критеріїв ідентифікації конкретних товарів здійснюється на першому етапі шляхом аналізу товаросупровідних документів, маркування, упаковки товару та його вмісту. У товаровознавстві іноді ототожнюють поняття "критерій" і "показник", проте ці терміни мають суттєву різницю насамперед за значущістю.

По-перше, при проведенні процедури ідентифікації (*рисунок*) спочатку визначають критерії, а потім перелік показників – відповідно до обраних критеріїв.



Етапи ідентифікації

Якщо критерій – це мірило оцінки, то показник – це якісна або кількісна характеристика властивості товару, яка придатна для підтвердження тотожності за відповідним критерієм.

По-друге, "критерій" і "показник" – різні за засобами ідентифікації.

Критерії не визначаються НД, а показники та методи їх визначення регламентуються стандартами, технічними умовами тощо.

Деякі критерії – такі як найменування, призначення товару – можна ідентифікувати за кількома показниками ідентифікації. Наприклад, при ідентифікації парфумерії за критерієм "найменування" (одеколон, духи, туалетна вода) необхідно визначити три показники: вміст спирту, масову частку духмяних речовин, стійкість запаху. Тобто показники використовують для встановлення тотожності по низці найбільш важливих критеріїв ідентифікації.

По-третє, відмінність критеріїв від показників полягає у методах їх визначення. Тут застосовують аналітичний (аналіз документів) і експертний (візуальний огляд упаковки, маркування товару) методи. Показники ідентифікації визначають тільки органолептичними та вимірювальними методами, які встановлено нормативною, технічною документацією на товари або на методи їх визначення. Тобто, виходячи з викладеного вище, показник ідентифікації – це характеристика товару, вимоги до якої встановлено нормативними або технічними документами, які придатні для порівняння та вирішення питання про тотожність.

Під час вибору показників ідентифікації та методів для їх визначення дотримуються принципу достатності й оптимальності – із комплексу властивостей, які притаманні товару, обирають ті показники (властивості), які необхідні й достатні для підтвердження тотожності.

Для організації практичних процесів ідентифікації в кожному конкретному випадку на першому етапі визначається коло апробованих методик, технічних засобів товарів без руйнування – органолептичних, візуальних, експрес-методів, на другому – більш складні: вимірювальні, експертні.

Отже, ідентифікація товарів повинна носити характер комплексної оцінки, при якій найбільшу значимість мають типові критерії та ті, що важко фальсифікувати. У чинних стандартах та інших нормативних документах такі критерії часто відсутні. Регламентовані в них органолептичні й фізико-хімічні показники недостатньо достовірно ідентифікують продукцію. Ось чому вкрай важлива розробка спеціальних критеріїв і внесення відповідних доповнень в НД на споживчі товари й сировину.

Таким чином, причинами значної кількості фальсифікованих товарів є недосконалість чіткого механізму ідентифікації та регламентації існуючих ознак, недостатність банку даних щодо критеріїв і показників ідентифікації. Сьогодні неможливо попередити та виявити фальсифікацію на основі показників якості, прийнятих ще за радянських часів. Необхідна розробка та впровадження нових критеріїв і показників, за якими слід проводити ідентифікацію, методів їх дослідження з одночасним створенням відповідної нормативно-правової бази. Розробка методик ідентифікації товарів сприятиме попередженню ввезення на територію України небезпечних і неякісних товарів, підвищенню ефективності контролю за класифікацією товарів для недопущення випадків ухилення від сплати митних платежів у повному обсязі; використанню в експертній роботі митних органів при встановленні відповідності коду за УКТЗЕД.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Николаева М. А.* Идентификация и фальсификация пищевых продуктов // С. А. Николаева, Д. С. Лычников, А. Н. Неверов. — М. : Экономика, 1996. — 106 с.
2. *Вилкова С. А.* Экспертиза потребительских товаров // С. А. Вилкова : — М. : Изд-во ТК "Дашковик", 2007. — 252 с.
3. *Про безпечність та якість харчових продуктів / Закон України.* — Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/annot/771/97-%D0%B2%D1%80>.
4. *Про захист прав споживачів / Закон України.* — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

Стаття надійшла до редакції 15.10.2012.

Коломиец Т., Мережко Н., Осиевская В. Методологические принципы идентификации потребительских товаров. Проанализированы толкования термина "идентификация" в нормативной, учебной и научной литературе. Оха-

ракетризовано проведення ідентифікації на всіх етапах життєвого циклу товару. Определены субъекты ідентифікації в сфере оборота товаров, общие критерии, показатели и методы ідентифікації. Установлено отличие между "критерием" и "показателем" ідентифікації товаров.

Ключевые слова: ідентифікація, суб'єкт ідентифікації, критерии, показатели, методы ідентифікації.

Kolomiets T., Merezko N., Osiyevska V. Methodological principles of identifying consumer products. *The increase of counterfeit goods in the market, their illegal production and cross-border transportation and other reasons lead to the practical necessity of the identification work. The extent of it is extremely limited and according to the current legislation they are performed only after certification testing. However, identification is actually implemented in practice of customs and institutions for consumer protection; without it we can not conduct any merchandising expertise and establish the compliance with certain positions of the UCGFT (Ukrainian Classification of Goods of foreign trade).*

In a market economy a commodity becomes important target of identification. Almost all kinds of expertise start from identifying. If you receive a negative result of the examination of identity, there is no need for further examination. Identification activities are carried out by certain criteria. The task of establishing criteria and conducting research according to them is in the definition and comparison of properties (parameters) of researched objects. Selection of criteria depends on the conditions, objects and their interactions, the purpose of identification.

Identification criterion – a feature of a particular product that is suitable for establishing its compliance (identity) of a sample, information in documents accompanying, the regulatory and technical requirements, and belonging to a group of similar goods. Criteria for identification is divided into general (common to all products) and specific (taking into account the specific features of the product).

The choice of indicators and identification techniques to determine their adequacy is adherent to the principle of optimality – among a set of properties that are inherent to the product, those parameters (properties) that are necessary and sufficient for proof of identity are chosen. To organize the practical processes of identification in each case at the first stage the range of proven techniques, hardware means to identify goods without destruction – organoleptic, visual, rapid methods are chosen, the second stage- more complex: measurement, expert.

Thus, the identification of goods should include comprehensive assessment of the nature in which the greatest significance are the typical criteria and those that are difficult to falsify. In the current standards and other regulations such criteria are often lacking. Regulated in their organoleptic and physico-chemical parameters uncertainties identified products. That is why it is important to develop specific criteria and making appropriate amendments in the Standard Documents for consumer goods and raw materials.

Thus, inadequate clear mechanism for the identification and regulation of existing evidence, the lack of a data bank on criteria and indicators identified causes a large number of counterfeit goods. The development and introduction of new criteria and indicators by which identification should be provided, methods of research, while creating an appropriate legal framework is necessary. Development of methods of identification of goods will prevent import into Ukraine of dangerous and substandard goods, facilitate efficient monitoring of the classification of goods to prevent evasion of customs payments in full, the use of expert work of customs agencies.

Key words: ідентифікація, суб'єкт ідентифікації, критерии, параметри, методы ідентифікації.