

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ

У сучасних умовах розвитку споживчого ринку ідентифікація товарів набуває стратегічного значення, адже від її ефективності залежить якість продукції, безпека споживачів та довіра до виробників. Зростаюча проблема фальсифікації товарів створює серйозні ризики для економіки, громадського здоров'я та захисту прав споживачів. Для протидії цим викликам необхідно розробляти, вдосконалювати та впроваджувати науково обґрунтовані методи ідентифікації, що дозволяють забезпечувати прозорість та надійність оцінки якості продукції.

Особливого значення набувають питання вибору відповідних методів ідентифікації, їхньої адаптації до сучасних умов ринку та узгодження з міжнародними стандартами. На основі аналізу первинної та вторинної ідентифікації формуються засоби ефективного виявлення фальсифікованої продукції та підвищення рівня споживчої безпеки.

У рамках товарознавства як наукової дисципліни, що аналізує основні характеристики товарів та фактори, які забезпечують їхні властивості, на сьогодні існує ряд актуальних проблем, що можуть призвести до значних ризиків у разі їхнього невирішення [1].

Однією з основних проблем є недостатня доказовість ідентифікаційної та кваліметричної бази, а також низька достовірність переліку ідентифікуючих показників, у тому числі тих, що вказані в нормативній документації, зокрема технічних регламентах (ТР).

Багато з регламентованих ТР показників та їх значень, що використовуються для ідентифікації, можуть бути піддані фальсифікації. Наприклад, масова частка жиру та білка є показниками, що легко піддаються маніпуляціям шляхом додавання олії або соєвого білка. У деяких випадках методи визначення ідентифікуючих показників або відсутні, або не стандартизовані (наприклад, метод визначення сухого молока, яке додається до питного молока) [3].

Крім того, в багатьох дослідницьких лабораторіях не застосовуються сучасні засоби вимірювання, зокрема для визначення джерел генетично модифікованих організмів (ГМО).

У разі нерозв'язання цієї проблеми існує ймовірність наступних ризиків: дискредитація процедур ідентифікації та ненадійність її результатів, збільшення кількості фальсифікованих і контрафактних товарів, які можуть потрапляти в обіг на ринку [2].

Отже, ідентифікація продукції та товарів є необхідною умовою в сучасних умовах. Науково обґрунтовано, що ідентифікація є першим етапом при дослідженні фальсифікації товарів. Враховуючи різноманіття ресурсів, методи ідентифікації товарів поділяються на кілька категорій: інформаційно-аналітичні (маркувальний, документальний, аналітичний), органолептичні та вимірювальні (хімічний, фізичний, фізико-хімічний, мікробіологічний) [3].

Залежно від етапу проведення процедур ідентифікацію товарів можна поділити на первинну та вторинну. Для більш детального розуміння методів виявлення фальсифікації товарів і їх застосування на етапі ідентифікації, який є початковим етапом процедури, наведена послідовність дій із застосуванням методологічного підходу до використання доступних методів проведення ідентифікації, таб. 1 [1]

Таблиця 1 – Методи ідентифікації

Етап	Методи	Ресурси
Первинна ідентифікація		
Передбачає використання простих методів, що не вимагають наявності акредитованої вимірювальної лабораторії. Основні етапи цього процесу включають: 1. Виділення значущих ознак на основі вивчення товарно-супровідних документів; 2. Виявлення ознак, характерних для товарів, змінених за допомогою відомих методів фальсифікації; 3. Ідентифікація ознак зміни властивостей товару, що можуть бути найбільш вигідними для фальсифікатора; 4. Пошук співпадаючих ознак за трьома попередніми пунктами.	Маркувальний; Документальний; Органолептичний	Супровідні матеріали, які використовуються під час первинної ідентифікації товарів, включають (товарно-транспортна накладна, податкова накладна, рахунок-фактура і чеки, доручення, сертифікати якості, походження або відповідності, паспорт на виріб, упаковка, акт вилучення, нормативна документація. Органолептичні методи оцінки базуються на суб'єктивному сприйнятті якості товару за допомогою органів чуття, таких як зір, смак, нюх, слух і дотик.
Вторинна ідентифікація		
Здійснюється шляхом вибору ключових ідентифікуючих ознак, які є найбільш значущими. Вибір методу дослідження визначається критеріями швидкості виконання аналізу та його вартості. На цьому етапі проводиться вимірювання відповідних показників якості товару. Отримані результати аналізу підтверджують або спростовують висновки, зроблені на основі первинної експертизи. У випадку підтвердження первинних припущень формулюється ідентифікаційне укладення. Якщо ж результати не співпадають із первинними висновками, проводиться повернення до початкового етапу, виділяються нові ознаки, і дослідження повторюється. Процес може включати кілька циклів, метою яких є отримання достовірних даних.	Вимірювальні Аналітичний	Фізичні, хімічні, фізико-хімічні, мікробіологічні показники якості Вимірювальні акредитовані лабораторії. Усі результати щодо проведеної ідентифікації

Таким чином, систематична розробка, вдосконалення та раціональний вибір методів ідентифікації є ключовими чинниками для створення ефективного бар'єра, який сприятиме мінімізації розповсюдження фальсифікованої продукції на споживчому ринку.

Список літератури

1. Борисенко О. С., Фісун Ю. В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. Економіка і суспільство. 2017. № 13. С. 381–387.
2. Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О. та ін. Методи визначення фальсифікації товарів: підручник. К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2010. 272 с.
3. І. Чернега, В. Уланчук, та ін. Розвиток товарознавства у сучасних умовах. Актуальні питання у сучасній науці. № 2(8), 2023. С.60–69.