

Раздел 2. Товароведные характеристики товаров

Тема 2.6. Фальсификация и идентификация товаров

Цели занятия:

- обучающая: закрепить теоретические знания по теме, углубить и расширить, систематизировать и проконтролировать знания, сформировать умения и навыки студентов по теме.
- развивающая: развитие творческого подхода к решению самых разнообразных задач; формировать и развивать умение анализировать, выделять главное, вести конспект.
- воспитательная: формирование интереса к профессии у студентов, формирование определенных черт гармонически развитой личности

Формируемые компетенции: осознание социальной значимости будущей профессии; стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и профессионального уровня.

План

(6 часов)

1. Сущность, понятие, значение фальсификации

2. Способы фальсификации товаров

3. Идентификация товаров: понятие, значение

Самостоятельная работа обучающихся:

1. Составить и выучить опорный конспект лекций

Выполненную работу прислать на адрес эл.почты: yulya.khitrova88@mail.ru

1. Сущность, понятие, значение фальсификации

Фальсификация - подделка, подмена в процессе изготовления продукции определенного качества другой, менее ценной, не соответствующей своему названию, и реализация ее в корыстных целях. Поэтому фальсификация, в широком понимании, может рассматриваться как действия, направленные на ухудшение тех или иных потребительских свойств товара или уменьшение его количества при сохранении наиболее характерных показателей, но не являющиеся существенными для потребителя. Фальсификация продовольственных товаров чаще всего

производится путем придания им отдельных наиболее типичных признаков, например внешнего вида, цвета, консистенции при общем ухудшении или полной утрате отдельных наиболее значимых свойств пищевой ценности (наличие полноценных белков, жиров, углеводов, витаминов и т.п.), в том числе и безопасности.

При использовании термина "фальсифицированные товары" многие путают его с такими понятиями как "подделки-заменители" (суррогаты, имитаторы) и "дефектные товары" (получаемые из-за несовершенства технологии или низкой квалификации рабочих). И это происходит не случайно, так как многие подделки-заменители и дефектные товары широко применяются с целью фальсификации натуральных продуктов, при этом получателю и/или потребителю либо умышленно не предоставляется необходимая информация, либо представляют искаженную.

Например, рекламируя подделку-заменитель сливочного масла - маргарин, пытаются навязать потребителю ошибочное представление о том, что он также полезен покупателю, как и сливочное масло, поскольку приближен к коровьему молоку, имеет низкое содержание холестерина, его можно намазывать на хлеб и другие хвалебные оды.

В то же время в маргарине имеются следующие отличительные особенности: обязательно присутствуют антиокислители - бутилокситолуол и бутилксианизол, вызывающие раковые заболевания; полезные жирные кислоты олеиновая и линолевая, содержащиеся в растительных маслах, из чего сделан маргарин, полностью гидрированы и витаминоподобными свойствами не обладают; добавлено до 20-25% воды и введены дополнительно эмульгаторы, разрушающие красные кровяные тельца (плазмолиз) в крови; присутствуют химически измененные жирные кислоты, которые не всегда метаболируются в организме человека и многие другие пагубные воздействия. Таким образом, маргарин в небольших количествах можно применять только здоровому человеку, а для питания больных и особенно детей противопоказан. Проще и полезнее помазать хлеб растительным нерафинированным подсолнечным маслом (раз у Вас есть пагубная привычка к бутербродам и дикая потребность чего-то намазывать на хлеб).

В принципе, заменители и дефектные товары не относятся к фальсифицированным, если на маркировке и в товарно-сопроводительных документах указано их подлинное наименование и сорт, а цена соответствует их качеству и происхождению (например, производимые кофейные напитки с добавлением кофезаменителей не являются фальсификатами, а вот широко рекламируемый кофе "Манхеттен" - является).

Следует отметить, что отношение к подделкам-заменителям, особенно если происходит частичная замена одного сырья другим, в разные временные периоды изменяются. Так, в конце 19-го века при производстве пива даже частичная замена ячменного солода на несоложенные материалы не допускалась и считалась фальсификацией, что особо оговаривалось в германском законодательстве. В настоящее время большой ассортимент пива

во многом и формируется за счет применение различных несоложенных материалов (рисовой муки, дробленого риса, пшеничной, ячменной муки, меда и т.п.), добавляемых в разных соотношениях и все это регламентируется соответствующей утвержденной технической документацией.

Фальсификация(от лат. falsifico – подделываю) – действия, направленные на обман получателя и/или потребителя путем подделки объекта купли-продажи с корыстной целью.

В широком смысле фальсификация может рассматриваться как действия, направленные на ухудшение потребительских свойств или уменьшение количества товара при сохранении наиболее характерных, но несущественных для его использования по назначению свойств. Фальсификация пищевых продуктов чаще всего производится путем придания им отдельных наиболее типичных признаков, например внешнего вида при общем ухудшении или утрате остальных наиболее значимых свойств пищевой ценности, в том числе и безопасности.

Объекты фальсификации и идентификации одни и те же, так как фальсификация – один из двух возможных результатов идентификации.

При фальсификации обычно подвергается подделке одна или несколько характеристик товара, что позволяет выделить несколько видов фальсификации:

- ассортиментная (видовая);
- качественная;
- количественная;
- стоимостная;
- информационная.

Ассортиментная фальсификация– подделка, осуществляемая путем полной или частичной замены товара его заменителем другого вида или наименования с сохранением сходства одного или нескольких признаков.

Качественная фальсификация– подделка товаров с помощью пищевых или непищевых добавок для улучшения органолептических свойств при сохранении или утрате других потребительских свойств либо замена товара высшей градации качества низшей.

Количественная фальсификация товаров – обман потребителя за счет значительных отклонений параметров товара (массы, объема, длины и т. п.), превышающих предельно допустимые нормы отклонений.

В практике этот вид фальсификации называют недовесом или обмером. Способы и средства такой фальсификации основаны на неточных измерениях с грубыми погрешностями всегда в сторону уменьшения параметров измеряемого объекта.

Стоимостная фальсификация– обман потребителя путем реализации низкокачественных товаров по ценам высококачественных или товаров меньших размерных характеристик по цене больших.

Информационная фальсификация– обман потребителя помощью неточной или искаженной информации о товаре.

Этот вид фальсификации осуществляется путем искажения информации в товарно-сопроводительных документах, на маркировке и рекламе.

Примечание: В таблице 1 указаны примеры фальсифицированного товара и средства его ассортиментной фальсификации.

Таблица 1

Наименование фальсифицированного товара	Средство фальсификации	Наименование фальсифицированного товара	Средство фальсификации
Пищевые продукты	Непродовольственные товары		
Картофельный крахмал Кофе натуральный молотый	Мука Кофейный зерновой напиток цикорий	Натуральная кожа Шерстяная ткань	Искусственная кожа Ткань из синтетических волокон

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите основные правила приемки продукции
2. Как производится приемка продукции по качеству
3. Как производится приемка продукции по количеству
4. Перечислите основные методы отбора проб для оценки качества пищевых продуктов
5. Вывод: в ходе лекции студенты, ознакомились с правилами приемки и методами отбора проб для оценки качества пищевых продуктов

Основные источники:

1. Петрищев Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров: Учебник. – М. – Изд-во «Дашков и К°». – 2017. – 512 с
2. Райкова Е. Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров / Е. Ю. Райкова. – М.: Дашков и К, 2018. – 412 с.
3. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник /Под. ред. проф. Шевченко В.В. – М. – ИНФРА-М. – 2016. – 544с.
4. Леонович Д. С., Егорова М. С. Теоретические аспекты понятия качества продукции и ценообразования. Особенности оценки качества для научно-технической продукции // Молодой ученый. — 2015. — №11.4.
5. Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. Исследование продовольственных товаров. - М.: Экономика, 2001. - 269 с.
6. Диланян З.Х. Сыроделие. - М.: Легкая и пищевая промышленность, - 280 с.

7. Дробышева С.Т. и др. Теоретические основы товароведения продовольственных товаров. - М.: Экономика, 2003. - 292 с.

