

# **ОСНОВИ ТОВАРОЗНАВСТВА**

## ЗМІСТ

Вступ.....	6
1. <b>Товарознавство в системі наукових знань.....</b>	8
1.1. Історія розвитку товарознавства.....	9
1.2. Термінологія товарознавства.....	10
1.3. Основні завдання та принципи товарознавства... ..	14
1.4. Споживчі властивості товарів.....	17
2. <b>Товар – ключова категорія товарознавства.....</b>	25
2.1. Поняття та види класифікації товарів.....	26
2.2. Асортимент товарів.....	29
2.3. Кодування товарів.....	33
2.4. Якість товарів.....	40
3. <b>Державна система метрології, стандартизації та сертифікації.....</b>	47
3.1. Завдання Державної Служби Технічного Регулювання України.....	48
3.2. Національна система стандартизації України.....	49
3.3. Види та принципи стандартизації.....	57
3.4. Сутність сертифікації.....	60
3.5. Види сертифікації.....	65
3.6. Знаки відповідності.....	69
3.7. Розвиток сертифікації у світі.....	71
4. <b>Стандартизація і сертифікація продукції.....</b>	79
4.1. Правові та організаційні засади стандартизації в Україні.....	80
4.2. Особливості проведення сертифікації продукції в Україні.....	82
4.3. Міжнародні аспекти стандартизації і сертифікації... ..	83
4.4. Особливості екологічної стандартизації і сертифікації... ..	86
4.5. Інноваційні основи розробки екологічних критеріїв для харчових продуктів.....	93
5. <b>Сертифікація продовольчих і непродовольчих товарів.....</b>	98
5.1. Процедура проведення сертифікації.....	99



5.2.	Схеми сертифікації продовольчих товарів.....	103
5.3.	Система безпеки харчових продуктів.....	107
5.4.	Сертифікація непродовольчих товарів.....	111
5.5.	Сертифікація радіоелектронної апаратури, побутового, електричного та аналогового обладнання.....	113
5.6.	Сертифікація косметичних виробів.....	115
5.7.	Сертифікація будівельних матеріалів, виробів та конструкцій.....	116
5.8.	Сертифікація іграшок.....	118
5.9.	Сертифікація послуг.....	119
6.	<b>Товарна інформація.....</b>	122
6.1.	Інформаційні системи в товарознавстві.....	123
6.2.	Принципи, види та способи збору інформації.....	126
6.3.	Види, форми, засоби товарної інформації.....	129
6.4.	Вимоги до товарної інформації.....	131
6.5.	Знаки найменування місця походження товару.....	133
7.	<b>Ідентифікація товарів.....</b>	136
7.1.	Основні функції ідентифікації. Засоби ідентифікації.....	136
7.2.	Види ідентифікації.....	139
7.3.	Об'єкти ідентифікації.....	140
7.4.	Критерії ідентифікації.....	143
7.5.	Організаційне забезпечення ідентифікації товарів....	146
8.	<b>Маркування як засіб товарної інформації.....</b>	150
8.1.	Основні функції маркування.....	151
8.2.	Вимоги до маркування товарів.....	153
8.3.	Виробниче маркування.....	155
8.4.	Торгове маркування.....	164
8.5.	Акцизне маркування.....	166
8.6.	Транспортне маркування.....	172
8.7.	Екологічне маркування.....	178
9.	<b>Основи експертизи товарів.....</b>	181
9.1.	Поняття та терміни товарознавчої експертизи.....	181
9.2.	Органи, які уповноважені проводити товарознавчі експертизи.....	185



9.3.	Види експертиз.....	188
9.4.	Інформаційні засоби експертизи товарів.....	190
10.	<b>Технологія проведення експертизи товарів.....</b>	<b>196</b>
10.1.	Експертиза кількості.....	196
10.2.	Експертиза якості.....	200
10.3.	Документальна експертиза.....	204
11.	<b>Гігієнічна, санітарна, ветеринарна та екологічна експертиза товарів.....</b>	<b>206</b>
11.1.	Особливості та завдання гігієнічної експертизи харчових продуктів.....	207
11.2.	Особливості проведення санітарної експертизи товарів.....	209
11.3.	Особливості проведення ветеринарної експертизи товарів, сировини та матеріалів.....	211
11.4.	Екологічна експертиза товарів.....	212
11.5.	Відповідність продукції до вимог стандартів та контрактів.....	219
12.	<b>Фальсифікація товарів.....</b>	<b>223</b>
12.1.	Загальні поняття фальсифікації.....	224
12.2.	Об'єкти та види фальсифікації.....	226
12.3.	Способи захисту продукції від фальсифікації.....	235
12.4.	Світова практика щодо контролю та поліпшення якості харчової продукції.....	238
	<b>Словник термінів.....</b>	<b>242</b>
	<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>259</b>
	<b>Предметний покажчик.....</b>	<b>259</b>



## ВСТУП

Товар – основна фігура в умовах ринкової економіки, навколо якої здійснюється діяльність суб'єктів ринку. Економічна вигода та комерційний успіх на ринку виробника і посередника, головним чином, залежить від товару, який пропонується споживачу. Товар завжди знайде споживача, якщо він є конкурентоспроможним, інноваційним, володіє екологічними характеристиками, задовольняє вимоги покупців та відповідає сучасному рівню розвитку науково-технічного прогресу.

В умовах ринкових відносин, розширення міжнародної торгівлі, постійного зростання конкуренції, необхідності безперервного стимулювання збуту товарів, загострення боротьби за покупця, спеціалістам, які займаються виробничою і комерційною діяльністю, необхідно знати та враховувати у своїх діях вимоги споживачів до товару. Для них необхідно знати основні характеристики товарів, умови успішного їх використання та просування на конкурентному ринку товарів і послуг, принципи і способи маркування (екологічного маркування), транспортування й зберігання.

Знання споживчих властивостей товарів дає можливість забезпечити гарантовано безпечний вибір товарів споживачами, проаналізувати сучасний стан ринку кожного окремого товару, визначити залежність попиту від кон'юнктури ринку, потребу в них, вирішувати питання оновлення асортименту, впливати на формування товарної і цінової політики тощо.

Запропонований посібник підготовлений відповідно до програми напрямку підготовки „Менеджмент” і розкриває загальні та прикладні питання товарознавства щодо продовольчих і непродовольчих товарів, ідентифікації та експертизи товарів, маркування продукції, основ стандартизації і сертифікації якості продукції та державної системи стандартизації, технології проведення експертизи,



видів фальсифікації, способів захисту від фальсифікації товарів.

Головною метою вивчення курсу „Товарознавство” є формування у студентів знань і навичок про науково-технічні та прикладні основи товарознавства, споживчі властивості продукції, якість і безпеку товарів і послуг, які зумовлюють їх споживчу цінність і здатність задовольняти потреби споживача.

Організація та управління у галузі товарознавства, торгівлі, надання послуг є сферою діяльності фахівців – менеджерів на ринку товарів і послуг. Практично всі аспекти товарознавства використовуються у діяльності менеджерів середньої ланки, а практичні навички необхідні для обліку товарів, оформлення супровідних документів та інших аспектів логістики.

Враховуючи зростання обізнаності споживачів, удосконалення нормативної бази в нашій державі, гармонізацію стандартів щодо виробництва товарів і надання послуг менеджери повинні знати аспекти екологізації в товарознавстві. Зокрема, це інновації щодо екологічних стандартизації, сертифікації і маркування, використання положень і принципів системи управління безпечністю харчових продуктів, простежування життєвого циклу продукції тощо.

Навчальний посібник доповнюється практикумом, який сформований з врахуванням вимог до підготовки фахівців у сучасних ринкових умовах в Україні.

Автори вдячні рецензентам за вагомі і слухні поради та зауваження при написанні посібника.



### ТЕМА 1

#### ТОВАРОЗНАВСТВО В СИСТЕМІ НАУКОВИХ ЗНАНЬ

Даний розділ присвячений основам товарознавства. Товарознавство як специфічна наукова дисципліна призначена активно брати участь в управлінні якістю та асортиментом товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Крім того, товарознавство вивчає споживчі, фізичні, хімічні та біохімічні властивості товарів, зміни цих властивостей, що можуть мати місце на всіх етапах руху товарів від виробника до споживача з метою життєзабезпечення населення.

#### Після вивчення цього розділу ви зможете:

- ✓ ознайомитися з основними термінами товарознавства;
- ✓ засвоїти завдання та принципи товарознавства, як науки і учебної дисципліни;
- ✓ проаналізувати властивості товару.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** товар, готова продукція, споживча вартість, асортимент, якість, енергетична цінність, біологічна цінність, споживчі властивості, надійність товару, безпека товару, ергономічні властивості, пластичність, пружність, еластичність, твердість, адгезія, теплоємність, сорбція, теплопровідність, гігроскопічність.

#### ОСНОВНІ ПИТАННЯ

- 1.1. Історія розвитку товарознавства.
- 1.2. Термінологія товарознавства.
- 1.3. Основні завдання та принципи товарознавства.
- 1.4. Споживчі властивості товарів.



## 1.1. Історія розвитку товарознавства

В умовах ринкової системи господарювання товар визначає долю підприємства-виробника і підприємства-продавця (якщо вони представлені в різних юридичних особах), комерційний успіх яких залежить від наявності високоякісного і вигідного для покупця товару. Покупцеві від виробника потрібно одне – задовольнити свої потреби і вирішити тим самим проблеми, що виникли. Підприємець-комерсант робить ставку на той товар відповідної якості, який потрібний в даний момент часу покупцеві.

В сучасному розумінні слово «товар» набуває нового значення, оскільки розширюється круг об'єктів, що вивчаються, наприклад, засобів транспорту, устаткування, сировинних продуктів і т.д.

У сучасних економічних відносинах зростає роль послуг як особливої групи благ, необхідних людині. Послуги, як і товари, володіють певними ознаками, тому в умовах товарного виробництва вони стають товаром, і до них також пред'являються такі вимоги, як класифікація, асортимент, якість і т.д.

**Товар** – це продукт праці, здатний задовольнити будь-яку людську потребу і призначений для обміну. Становлення товару, як предмета обміну, зумовило необхідність його вивчення і опису. Розвиток виробництва товарів спричинив збільшення асортименту товарів, що виробляються, та необхідність вдосконалення і глибокого вивчення товарознавства, яке можна поділити на три етапи: товарознавчо-описовий, товарознавчо-технологічний, товарознавчо-формулюючий.

**Товарознавчо-описовий** етап припадає на період з середини XVI до початку XVIII ст. Вдосконалення виробництва призвело до розширення номенклатури товарів, а розвиток торгових зв'язків – до розширення області їх розповсюдження.

Завдання товарознавства на цьому етапі розвитку торгівлі зводилися до складання керівництва з описом призначення, властивостей і методів споживання товарів. На товарознавчо-описовому етапі, товари, як правило, описувалися в алфавітному порядку без систематизації.

**Товарознавчо-технологічний** етап розвитку товарознавства тривав з початку XVIII до середини XX ст. Він співпав з періодом розвинутого промислового виробництва, який супроводжувався



бурхливим розвитком продуктивних сил і підвищенням потреб, розширенням функціональних властивостей товарів і географії їх виробництва. Відбувся перехід від опису товарів до дослідження впливу чинників, що формують і зберігають якість товарів, до розробки методів дослідження показників якості і т.д. На цьому етапі товарознавство набуло характеру наукової дисципліни.

Початком **товарознавчо-формуючого** етапу розвитку товарознавства слід вважати 30-ті рр. ХХ ст., коли відбулося зразкове розмежування об'єктів матеріалознавства і товарознавства і матеріалознавство виділилося в самостійну науку. Товарознавство як самостійна дисципліна перестало детально вивчати сировину, матеріали і технологію виробництва товарів. Головним напрямом в товарознавстві стають подальше розкриття суті споживної вартості, розробка методів кількісної оцінки окремих споживних властивостей товарів і споживної вартості в цілому в цілях оптимізації процесів управління якістю і асортиментом товарів. На цьому етапі в дві самостійні дисципліни виділяються товарознавство продовольчих і непродовольчих товарів.

## 1.2. Термінологія товарознавства

Товарознавство як спеціальна наукова дисципліна призначена активно брати участь в управлінні якістю та асортиментом товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках.

**Актуальна проблема** товарознавства – розробка науково-теоретичних основ формування торгового асортименту і управління якістю товарів в умовах ринкової економіки.

*Термін «товарознавство»* походить від двох слів – «товар» і «відати» (вивчати, знати) і в буквальному перекладі означає «знання про товар». Товарознавство – це наукова дисципліна, що вивчає споживчі властивості і асортимент товарів. Товар є продуктом праці, призначеним для обміну. Товарознавство як наукова дисципліна виникла і формувалася в процесі розвитку товарного виробництва. Державний стандарт України (ДСТУ 3993-2000 «Товарознавство. Терміни та визначення») дає таке визначення товарознавства як наукової дисципліни:

**Товарознавство** – наукова дисципліна, яка системно вивчає товари на всіх етапах життєвого циклу, методи пізнання їхньої



споживчої вартості (цінності), закономірності формування асортименту та вимог до якості для забезпечення ефективності їх виробництва, обігу та споживання.

Будь-який товар володіє двома економічними властивостями: споживною цінністю і вартістю. Товарознавство вивчає переважно споживчі цінності товарів, що задовольняють особисті та суспільні потреби людей. Споживча вартість і споживчі властивості – досить близькі поняття, але перше з них ширше, оскільки характеризує об'єкт, а інші відображають лише окремі сторони цього об'єкта. Споживчі властивості товару необхідні для конкретизації його споживчої вартості. Споживчу вартість мають усі продукти праці незалежно від того, є вони засобами виробництва чи предметами особистого споживання.

**Предметом товарознавства** є вивчення споживчих властивостей товарів певної якості і асортименту, що задовольняють потреби людей.

**Об'єкт** – предмет, явище, на яке направлена яка-небудь діяльність. Об'єктами товарознавства і комерційної діяльності (відмінність між цими видами діяльності в масштабах розгляду об'єкта) є товари, а також все, що з ними пов'язане: процеси зберігання, рух товару, підготовка до продажу, контроль якості, упакування, маркування.

Товарна діяльність направлена тільки на товари і супутні їм торгові послуги (із зберігання, підготовки до продажу, контролю якості). У практиці сучасної торгівлі товарознавець не тільки забезпечує рух товару, але і є одним із виконавців послуг із закупівлі, збуту, зберігання, упакування товарів, а так послуг роздрібною та оптовою торгівлі.

Комерційна діяльність широко охоплює об'єкти, включає не тільки товари, але і послуги, інтелект, продукцію, роботу з просування товарів. При цьому як об'єкти можуть виступати не тільки споживчі товари, але і промислового призначення (сировина, напівфабрикати, устаткування).

Товари як об'єкти товарознавчої діяльності мають чотири основоположні характеристики:

1) **кількісну** – сукупність певних властивостей, виражених в одиничному вимірюванні;



2) **якісну** – сукупність властивостей, що володіють здатністю задовольняти потреби споживчих властивостей, безпеки і екологічності (наприклад, покупець упевнений в безпеці товару та буде купувати товар);

3) **асортиментну** – сукупність відмінних властивостей і ознак товару, що визначають його функціональне призначення. Відмінність одного виду або найменування товару від іншого (масло вершкове, топлене, рослинне);

4) **вартісну** – кожен товар має ціну. Потреби людей змінюються під впливом забруднення навколишнього природного середовища (органічні та екологічно безпечні продукти харчування), доходів та науково-технічних чинників (технічні можливості мобільних телефонів).

**Об'єктами товарознавства** є товар, процеси зберігання, рух товару, асортимент, контроль якості продукції.

**Суб'єкт** – людина, яка пізнає зовнішній світ (об'єкт) і впливає на нього в своїй практичній діяльності.

Суб'єкти товарознавчої діяльності поділяються на 2 групи: товарознавців і споживачів товару.

**Споживач товару** – громадянин, що замовляє, купує, використовує товари для особистих потреб, не отримуючи прибутку.

**Товарознавці** – фахівці, що здійснюють цю діяльність через свої посадові обов'язки. До цієї категорії фахівців належить 25-30% всіх керівників і фахівців у торгівлі.

**Товарознавці** – фахівці, які забезпечують просування товару від виробника до споживача з урахуванням асортиментної, якісної, кількісної, вартісної характеристик.

Посадові обов'язки товарознавців значною мірою визначаються цілями і завданнями структурного підрозділу, в яких вони працюють. Доцільно виділити три основні напрями товарознавчої діяльності:

1) *технологічний*, такий, що забезпечує технологію руху товару;

2) *організаційно-управлінський*, який націлений на стимулювання збуту, виявлення попиту і ринків збуту, організацію закупівель товарів;

3) *маркетинговий*, призначений для виявлення потреб споживачів і товарів, як засобів їх задоволення. Тому на



виробництві і в торгівлі потрібно мати три категорії товарознавців; товарознавців-технологів (інженерів), товарознавців-менеджерів і товарознавців-маркетологів. Останні згідно до виконуваних функцій близькі до маркетологів і в окремих видах діяльності можуть навіть дублювати їх обов'язки. Проте діяльність товарознавців на відміну від маркетологів більше пов'язана з функціями, виконання яких вимагає досконального знання споживчих властивостей товарів.

Суб'єктами товарознавства є особи, основна діяльність яких направлена на те, щоб все знати про товар.

До **основних суб'єктів товарознавства** можна віднести споживачів товару, товарознавців, Державну Службу Технічного Регулювання (ДСТР) України, Комітет захисту прав споживачів.

Товарознавство має в своєму розпорядженні свою термінологію, властиву даній науковій дисципліні. Серед основних термінів можна виділити наступні: споживчі властивості, якість, показник якості, оцінка якості, контроль і методи контролю якості, рівень якості, управління якістю, експертиза якості, ідентифікація товарів, конкурентоспроможність товару, асортимент та управління ним, інформація про товар, товарний знак, маркування та ін.

**Продукція** – це результат діяльності людей, призначений для задоволення їх нинішніх або потенційних потреб.

**Діяльність з виготовлення продукції** – це не тільки виробництво матеріальної продукції, але й виробіток ідей (які йдуть на ринок), розробка технологічних процесів і т.п.

Готова продукція – це продукція, яка відповідає стандартам, що діють, або технічним умовам, пройшла технічний контроль, має паспорт, сертифікат або інший документ, що засвідчує якість, комплекtnість, і яка здана на склад.

Готова продукція переходить в категорію товару тільки тоді, коли стає об'єктом купівлі-продажу і, володіючи споживчими властивостями, може задовольняти потреби споживача. Тобто, тільки у сфері ринкової торгівлі готова продукція, маючи споживчу вартість і переходячи від одного власника до іншого, перетворюється на товар.

**Товар** – це готова продукція, що володіє споживною вартістю і призначена для обміну на ринку за допомогою купівлі-продажу і задоволення потреб споживачів.



**Асортиментна характеристика товару** – сукупність відмінних, видових властивостей і ознак товарів, що визначають функціональне або соціальне призначення.

**Якісна характеристика товару** – сукупність внутрішньовидових споживчих властивостей, що мають здатність задовольняти різноманітні потреби.

**Кількісна характеристика товарів** – це сукупність певних внутрішньовидових властивостей, виражених за допомогою фізичних величин і одиниць їх виміру.

**Класифікація** – це розподіл множини товарів на півмножину за їх основними ознаками.

**Кодування** – складання та присвоєння коду класифікаційному угрупованню або об'єкта класифікації для їх ідентифікації.

**Штриховий код** – комбінація послідовно розміщених паралельних штрихів та проміжків між ними, розміри та розміщення яких встановлені певними правилами.

**Асортимент** – сукупність товарів та виробів певного призначення, об'єднаних у групи за класифікаційними ознаками.

**Стандартизація** – діяльність, направлена на досягнення оптимальної впорядкованості в певній галузі.

**Сертифікація продукції** – діяльність, направлена на встановлення та підтвердження відповідності продукції стандартам або іншим нормативним документами.

### 1.3. Основні завдання та принципи товарознавства

Товарознавство як специфічна наукова дисципліна призначена активно брати участь в управлінні якістю та асортиментом товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках.

**Метою товарознавства** є формування необхідних знань про теоретичні основи товарознавства, необхідні при комерційній діяльності. Отже, мета товарознавства – це вивчення основоположних характеристик товару, що є складовими його споживчої вартості, а також їх змін на всіх етапах руху товару.

Завдання товарознавства полягає у розробці науково-теоретичних основ формування торгового асортименту і в управлінні якістю товарів.



Товарознавство як наука і учбова дисципліна повинна вирішувати наступні **основні завдання**:

- ✓ вивчення основоположних характеристик товару;
- ✓ дослідження і розробка загальних підходів до формування споживчої цінності товарів;
- ✓ вивчення методів класифікації і кодування товарів;
- ✓ дослідження закономірностей формування і шляхів оптимізації асортименту товарів у сфері виробництва;
- ✓ вивчення і розробка оптимальних умов використання, режимів зберігання, відвантаження і транспортування товарів, їх вплив на споживчі властивості товарів;
- ✓ оцінка якості товару (виявлення дефектів, причини виникнення, характер дефектів, встановлення градації якості);
- ✓ визначення кількісних і якісних характеристик одиничних екземплярів і товарних партій;
- ✓ встановлення товарних втрат, причин їх виникнення та заходів із їх зниження;
- ✓ використання комп'ютерних технологій в обліку і просуванні товарів;
- ✓ розвиток метрологічного забезпечення контролю виробництва, зберігання і реалізації продукції;
- ✓ інформаційне забезпечення споживачів про властивості товарів і послуг;
- ✓ дослідження властивостей нових товарів, насамперед, властивостей безпеки, розробка номенклатури та їх показників;
- ✓ розробка нормативних документів на нові види продукції;
- ✓ розробка систем якості на підприємствах, що виготовляють та реалізують товари на основі міжнародних стандартів;
- ✓ розробка рекомендацій щодо нагляду за товарами в процесі збереження і транспортування.

Товарознавство належить до основних учбових дисциплін для формування професійних компетентностей товарознавців, експертів, комерсантів і маркетологів. Крім того, основи товарознавчих знань необхідні бухгалтерам, маркетологам, технологам, економістам, менеджерам, оскільки облік, планування товарних ресурсів, аналіз фінансово-господарської діяльності, управління виробництвом та інші види професійної діяльності



повинні здійснюватися з урахуванням особливостей товарів, їх основних характеристик і можливих змін при виробництві, транспортуванні, зберіганні й реалізації.

Товарознавство – не єдина дисципліна, необхідна для професійної підготовки фахівців: експертів, товарознавців, бізнесменів, маркетологів та ін. Вона пов'язана з іншими дисциплінами певними передуючими і супутніми зв'язками. Попередніми зв'язками товарознавство пов'язане з рядом природничо-наукових і математичних дисциплін – фізикою, хімією, біологією, мікробіологією, математикою, а також із загально-професійною дисципліною – основи стандартизації, метрології і сертифікації. Знання цих дисциплін необхідне для глибшого розуміння оцінки споживчих властивостей товарів, їх змін при виробництві і зберіганні.

Одночасно товарознавство є базовою учбовою дисципліною для багатьох загально-професійних і спеціальних дисциплін – організації і технології комерційної діяльності, технологам з переробки сільськогосподарської сировини, фахівцям з екологічної логістики, економіки, бухгалтерського обліку, маркетингу та ін. Їх об'єднують інші супутні міжпредметні зв'язки.

Товарознавство аналізує стан і перспективи розвитку відповідного сегменту ринку, класифікацію товарів на асортиментні групи та інші структурні елементи нижчих рівнів. У окремих підрозділах власного товарознавства приводиться узагальнена і систематизована товарознавча характеристика асортиментних груп, видів і різновидів товарів. Будь-яка наука і професійна діяльність базуються на окремих принципах.

**Принцип** – це основне початкове положення якої-небудь теорії, вчення, основна ідея або правило діяльності.

Принципами товарознавства є: безпека, ефективність, сумісність, взаємозамінюваність і систематизація.

З урахуванням різноманіття об'єктів систематизація в товарознавстві має надзвичайно важливе значення, оскільки дозволяє об'єднати у взаємозв'язані, підлеглі категорії (систематичні категорії), скласти систему, побудовану за певним планом.

Наприклад, принцип систематизації покладений в основу групи методів, до складу котрих входять ідентифікація, класифікація,



узагальнення і кодування. Він широко застосовується у товарознавстві.

Системний підхід до управління товарорухом, який базується на принципі систематизації, означає, що кожна система є інтегрованою цілісністю, навіть якщо вона складається з окремих, роз'єднаних підсистем. Системний підхід дозволяє побачити товар, його товарознавчі характеристики, процеси із забезпечення якості і кількості як комплекс взаємопов'язаних підсистем, об'єднаних загальною метою розкрити його інтеграційні властивості, внутрішні і зовнішні зв'язки між складовими елементами та зовнішнім середовищем.

#### 1.4. Споживчі властивості товару

Товарознавство вивчає споживчі, фізичні, хімічні та біохімічні властивості товарів, зміни цих властивостей, що можуть мати місце на всіх етапах товароруху від виробничих підприємств до кінцевого споживача. Цінність харчових продуктів визначається тим, що їжа потрібна як джерело енергії для людини і пластичний матеріал для побудови тканин її організму та здійснення процесів обміну.

Енергетична цінність продовольчих товарів залежить від хімічного складу і, перш за все, від наявності у складі продукту речовин, які дають організмові енергію (вуглеводів, жирів та білків).

Біологічна цінність харчових продуктів зумовлюється наявністю в їх складі таких речовин, як вітаміни, мінеральні елементи, незамінні амінокислоти тощо.

Харчові продукти не повинні мати шкідливих домішок, які могли б викликати отруєння організму.

Засвоюваність харчових продуктів виражається коефіцієнтом засвоюваності, що показує, яка частина продукту використовується організмом. Цей показник залежить від фізичного стану, хімічного складу продукту, його смакових та ароматичних якостей, зовнішнього вигляду тощо.

Товарознавство спирається на економічну теорію, що розглядає різні теорії споживання, на філософію, соціологію та ін. Ці дисципліни для товарознавства є методологічною базою вивчення споживчої вартості.





В умовах ринкових відносин передумовою для правильної оцінки споживчої вартості товару є вивчення ринку. Продавець товару повинен мати уявлення про те, якою мірою задовольняється суспільна потреба в тій споживній вартості, носієм якої є даний товар. Товар повинен бути доведений до ступеня комерціалізації. Це означає освоєння проектного випуску товару, досягнення його проектної собівартості, завершення необхідних випробувань, отримання відповідних документів, забезпечення післяпродажного обслуговування та ін.

Товари поділяються на товари споживчі (особистого користування) і виробничого призначення. Характер використання товарів кожної з цих груп різний, їх покупка викликана різними потребами і визначається різними мотивами.

**Споживчі товари** (особистого користування) поділяються на три групи:

- ✓ вироби тривалого користування – холодильники, автомобілі, меблі, одяг та ін.;
- ✓ вироби короткострокового користування – продукти харчування, миючі засоби та ін., тобто такі, які споживаються або відразу, або обмежене число разів;
- ✓ послуги.

**Товари виробничого призначення** поділяються на наступні групи: основне устаткування; допоміжне устаткування; вузли і агрегати; основні матеріали; допоміжні матеріали і сировина; комплектуючі вироби; напівфабрикати.

Такий поділ ґрунтується на різному відношенні покупця до різних груп товарів, а також на різних вимогах до процесів продажу та обслуговування. Попит на товари виробничого призначення формується в тісному взаємозв'язку з попитом на вироби особистого вжитку. Так, сприятлива кон'юнктура на автомати для плазмової зварки листів алюмінію може виникнути як віддзеркалення високого попиту на алюмінієві човни для прогулянок.

Будь-який товар має безліч властивостей, що різняться своєю природою.

**Властивостями** товару називають його об'єктивні особливості, які характерні для кожної стадії життєвого циклу товару (проекування, виготовлення, розподіл і споживання).



Номенклатура споживчих властивостей для конкретного товару може включати десятки найменувань. Вибір номенклатури цих властивостей для конкретних товарів є важливим завданням товарознавства. У процесі споживання товару його споживчі властивості можуть позитивно або негативно впливати на людину і навколишнє середовище. Відповідно виділяються позитивні і негативні властивості товару. Наприклад, до позитивних можна віднести теплозахисні властивості зимового одягу, а до негативних - його забруднення, вага.

Споживчі властивості поділяються на фізичні, хімічні, фізико-хімічні та біологічні.

До **фізичних властивостей** відносяться механічні (міцність, деформація, твердість, тощо), термічні (теплоємність, теплопровідність, вогнестійкість, термостійкість, термічне розширення та ін.), оптичні (колір, блиск, прозорість, відбиття проміння тощо), акустичні (тембр, висота звуку, звуковий тиск та ін.), електричні, а також загальні фізичні властивості (маса, щільність, пористість). Розглянемо їх більш детально після розгляду всіх елементів споживчих властивостей.

**Хімічні властивості** характеризують відношення товарів до дії різних хімічних речовин і агресивних середовищ. Ці властивості залежать від хімічного складу і вмісту матеріалів. Найбільш важливими з них є водостійкість, кислотостійкість, лугостійкість, відношення до дії органічних розчинників, світла, погодних умов.

**Фізико-хімічні властивості** поєднують властивості, прояв яких супроводжується фізичними і хімічними явищами одночасно. Найважливішими фізико-хімічними властивостями є *сорбційні*, тобто здатність поглинати і виділяти гази, воду і розчинені в ній речовини, *адгезійні*, тобто властивості злипання або склеювання, властивості проникності (повітря-, паро-, водо- і пилопроникнення).

**Біологічні властивості** характеризують стійкість товарів до дії мікроорганізмів (бактерій, цвілевих грибків, дріжджів), комах (молі, тарганів й ін.) і гризунів (мишей, пацюків). Процеси гниття, пліснявиння товарів спричинюються відповідними видами мікроорганізмів.

Залежно від *характеру впливу* на споживчу вартість виділяють функціональні, ергономічні, естетичні властивості товару, а також його надійність і безпеку.



**Функціональні властивості** мають три групи показників: досконалість виконання основної функції; універсальність застосування; досконалість виконання допоміжних операцій.

**Ергономічні властивості** забезпечують зручність і комфорт при користуванні товаром, створюють оптимальні умови для людини в процесі праці і відпочинку, знижують стомлюваність, підвищують продуктивність праці. Ергономічні властивості поділяються на такі групи, як: гігієнічні, антропометричні, фізіологічні, психофізіологічні, психологічні.

**Естетичні властивості** товарів забезпечують задоволення духовних потреб людини. Властивості зовнішнього вигляду товару неізолювані і його естетична цінність створюється їх сукупністю, взаємозв'язком і єдністю вигляду і називається *художньою композицією*. Естетичні властивості товарів повинні відповідати суспільним і особистим ідеалам, вимогам моди, стилю і смакам споживачів. Ці властивості формуються в процесі художнього конструювання виробів.

Показники естетичних властивостей поділяються на **чотири групи**:

- ✓ інформаційна виразність;
- ✓ раціональність форми;
- ✓ цілісність композиції;
- ✓ досконалість виробничого виконання і стабільність товарного виду.

До групи показників інформаційної виразності відносяться знаковість, оригінальність, виразність стилю і відповідність моді.

**Безпека товару** характеризує ступінь захищеності людини і навколишнього природного середовища від впливу небезпечних і шкідливих факторів, які виникають при його споживанні.

Безпека товарів для здоров'я людини проявляється в їх здатності запобігати травматизму споживачів, у відсутності шкідливих для організму людини речовин, у тому числі: токсичних, які спричиняють отруєння; канцерогенних, які зумовлюють злоякісні новоутворення; алергійних, які викликають підвищення або зниження чутливості організму; мутагенних, які спричиняють стійкі зміни генетичних ознак.

Залежно від природи товару розрізняють електричну, хімічну, механічну, термічну, раціональну і біологічну безпеку.



До фізичних властивостей, які відіграють важливу роль при визначенні якості товарів, належать густина, структурно-механічні, оптичні, теплофізичні, сорбційні властивості.

### **1. Густина, шпаруватість**

*Густина* речовини характеризується масою речовини, що міститься в одиниці об'єму. Цей показник залежить від хімічної природи і концентрації розчиненої речовини, а також від температури розчину та навколишнього середовища. Іноді при аналізі харчових продуктів використовують таке поняття, як *відносна густина*. Це відношення густини досліджуваної речовини до густини стандартної речовини, тобто безрозмірна величина. Густина для деяких продуктів є показником якості. *Шпаруватість* характеризує наявність у масі продукту порожот, які заповнені повітрям.

### **2. Структурно-механічні властивості продукції**

Структурно-механічні властивості харчових продуктів характеризують їхню здатність протистояти дії зовнішньої енергії. Вони зумовлені будовою і структурою продукту. Структурно-механічні властивості речовин або продуктів характеризуються такими показниками, як пластичність, пружність, еластичність, твердість, в'язкість та ін.

*Пластичність* – це здатність системи до необоротних деформацій, при яких внаслідок дії зовнішніх сил змінюється форма продукту, яка не відновлюється і після зняття напруги. Здатність сировини змінювати форму при переробці, а потім зберігати її використовується у виробництві хліба, макаронних виробів, карамелі, мармеладу тощо.

*Пружність* – це здатність тіл швидко відновлювати попередню форму або об'єм після зняття деформуючих сил.

*Еластичність* – це здатність системи поступово відновлювати форму або об'єм протягом певного часу. Властивості високої еластичності відіграють важливу роль у деформаційній поведінці харчових продуктів. Процеси емульгування, піноутворення, збільшення об'єму при збиванні залежать від властивостей еластичності і пружної післядії продуктів. Дані властивості характеризуються значенням еластичної деформації і довготривалістю її розвитку або спаду.



**Твердість** – це здатність матеріалу чинити опір проникненню в нього іншого, більш твердого тіла. Твердість можна характеризувати таким показником, як найбільша напруга зсуву. Цей показник використовується для оцінки стиглості плодів, овочів, якості цукру, тіста, морозива. Його визначають за рівнем напруги, яку треба докласти, щоб твердий наконечник, який може мати форму кулі, конуса, піраміди, зруйнував структуру товару.

**В'язкість** характеризує внутрішній опір рідини, який виникає при деформації течії. Ця властивість важлива для оцінки таких харчових продуктів, як мед, рослинні олії, сиропи. Розрізняють справжню і структурну в'язкість.

**Адгезія** – це здатність продукту взаємодіяти з іншим продуктом або поверхнею тари, в якій він міститься. Цей показник тісно пов'язаний з пластичністю і в'язкістю. Розрізняють два види адгезії – специфічну і механічну.

### **3. Оптичні властивості**

До оптичних властивостей харчових продуктів належать ті властивості, які сприймаються зоровими відчуттями: колір, блиск, прозорість, здатність речовин змінювати напрям світлового променя (рефракція), здатність деяких (оптично активних) речовин змінювати напрям поляризованого променя (поляриметрія).

**Колір** харчових продуктів визначається за допомогою органолептичних та фізико-хімічних методів.

**Прозорість** являє собою важливий показник якості багатьох харчових продуктів: пива, безалкогольних напоїв, мінеральних вод, лікєро-горілочаних виробів та ін. Прозорість характеризує здатність матеріалів пропускати світло. Напої, які пропускають весь видимий спектр, незабарвлені, прозорі (наприклад, спирт, горілка, мінеральні води). Продукти, які пропускають випромінювання тільки у вузькому спектральному інтервалі, прозорі і забарвлені (наприклад, освітлені соки, вина, пиво). За здатністю харчових продуктів змінювати *напрямок поширення світлового потоку*, що характеризується коефіцієнтом заломлення, можна визначати якість деяких продуктів (олії, томатів, варення тощо).

### **4. Теплофізичні властивості**

Теплофізичні властивості характеризують швидкість процесів нагрівання та охолодження. Аналіз теплофізичних характеристик продуктів (теплоємності, коефіцієнта теплопровідності та ін.)



дозволяє вибрати методи й оптимальні режими процесів теплової обробки, правильного зберігання цих продуктів.

*Теплоємність* характеризує інтенсивність зміни температури тіла при нагріванні або охолодженні.

*Питома теплоємність* – це кількість теплової енергії, яка необхідна для підвищення температури 1 кг продукту на 1°C.

*Теплопровідність* залежить від температури і масової частки вологи у продукті. Теплопровідність продуктів з високим вмістом вологи (м'ясо, риба, плоди, овочі) близька до теплопровідності чистої води. Для подрібнених продуктів коефіцієнт теплопровідності залежить від розміру частинок, шпаруватості, насипної маси. Найбільша теплопровідність у молока, пива, моркви, яблук. Значно меншу теплопровідність мають жири, крупи.

### **5. Сорбційні властивості**

Харчові продукти здатні вбирати із зовнішнього середовища, а також виділяти у нього пари різних речовин і гази. Ця властивість харчових продуктів дуже важлива при їх транспортуванні та зберіганні. У продуктах відбуваються такі сорбційні процеси, як *адсорбція* (вбирання газоподібних речовин поверхнею продукту), *абсорбція* (вбирання газоподібних речовин всією масою продукту), *хемосорбція* (хімічна взаємодія між речовинами, які внаслідок сорбції потрапили у продукт із речовинами самого продукту), *капілярна конденсація* (утворення рідин в макро- і мікрокапілярах твердих продуктів) і *десорбція* (перехід газоподібних речовин з поверхні продукту у зовнішнє середовище).

Сорбційні процеси під час перевезення або зберігання призводять до зміни якості продуктів; останні можуть набути неприємного запаху або втратити природний аромат. У практиці торгівлі найбільше значення мають сорбція і десорбція водяних парів. Зміна вологості і маси продуктів під час транспортування або зберігання найчастіше є результатом саме сорбції чи десорбції водяних парів.

Вологообмін між харчовими продуктами і зовнішнім середовищем може проходити у двох протилежних напрямках, тобто може відбуватися:

✓ *зволоження* харчових продуктів унаслідок вбирання вологи із зовнішнього середовища, якщо парціальний тиск водяних парів на поверхні продукту менший, ніж у повітрі;



✓ **усихання** – передача вологи з продукту в зовнішнє середовище, якщо парціальний тиск водяних парів на поверхні продукту більший, ніж у повітрі.

Вологообмін між продуктом і повітрям не відбувається, коли парціальні тиски водяних парів над продуктом і в зовнішньому середовищі однакові.

*Гігроскопічність* – це здатність продуктів вбирати вологу із зовнішнього середовища й утримувати її капілярами та всією поверхнею. Гігроскопічні процеси відбуваються у тих випадках, якщо зовнішнє середовище чинить гігроскопічний вплив на харчові продукти. У міру вбирання вологи підвищується активність води, зростає тиск водяних парів над продуктом і настає момент, коли він досягає тиску водяних парів у повітрі, тобто утворюється гігроскопічна рівновага.

Теплофізичні властивості характеризують швидкість процесів нагрівання та охолодження, а їх аналіз дозволяє вибрати методи й оптимальні режими процесів теплової обробки, правильного зберігання продуктів.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що вивчає наука товаровзнавство? Предмет та мета курсу «Товарознавство».
2. Зв'язок товаровзнавства з суміжними науками.
3. Аргументуйте основні завдання товаровзнавства для різних галузей знань та фахівців.
4. Характеристика товару як об'єкта товаровзнавчої діяльності.
5. Етапи вивчення товаровзнавства.
6. Основні терміни, що використовують у товаровзнавстві.
7. Що таке товар? Чим він відрізняється від терміну «готова продукція»?
8. Які групи споживчих товарів ви знаєте?
9. Які групи товарів виробничого призначення Ви знаєте?
10. Мета класифікації товарів.
11. Які властивості ви знаєте залежно від характеру впливу на споживчу вартість?
12. Що таке надійність та безпека товару?



## ТОВАР – КЛЮЧОВА КАТЕГОРІЯ ТОВАРОЗНАВСТВА

Товар – основна дефініція в умовах ринкової економіки, навколо якої здійснюється діяльність суб'єктів ринку. Рентабельність виробника, гуртових посередників у сучасних умовах головним чином залежить від якості товару, ціни, наявності обов'язкового та добровільного маркування тощо. Успіх маркетологів та задоволеність споживача буде максимальною, якщо в ньому реалізовані вимоги і характеристики конкурентоспроможності товарів згідно вимог міжнародних стандартів та рівня розвитку науково-технічного прогресу.

Знання споживних властивостей товарів дають можливість визначати інноваційні напрямки розвитку підприємства, проаналізувати сучасний стан ринку кожного окремого товару, визначити залежність попиту від кон'юнктури ринку, потребу в них, вирішувати питання оновлення асортименту, впливати на формування товарної і цінової політики тощо.

### Після вивчення цього розділу ви зможете:

- ✓ ознайомитися з основними вимогами та видами класифікацій товарів;
- ✓ обґрунтувати основні параметри асортименту товарів;
- ✓ порівняти різні види асортиментів;
- ✓ пояснити структуру кодування товарів;
- ✓ проаналізувати фактори, що впливають на якість продукції.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** класифікація, клас, підклас, група, вид, широта, глибина, повнота асортименту, ступінь оновлення, промисловий і торговий асортимент, кодування товарів, структура та алфавіт коду, класифікатор, штрихове кодування, якість товару, органолептичний, інструментальний, експериментальний, соціологічний, змішаний методи визначення якості товарів.

### ОСНОВНІ ПИТАННЯ

- 2.1. Поняття та види класифікації товарів.
- 2.2. Асортимент товарів.





## 2.1. Поняття та види класифікації товарів

Одним із найважливіших завдань товарознавства є наукова класифікація товарів. **Класифікація** (лат. *classis* – розряд, група) – процес супідрядності понять (або об'єктів) у будь-якій діяльності людини чи галузі знань з метою встановлення зв'язків між цими поняттями (об'єктами) і орієнтування в різноманітті понять (об'єктів). Прикладом може бути класифікація товарів – упорядкований на основі певних ознак розподіл товарів на класи і дрібніші підрозділи, не залежні один від одного, або такі, що перебувають у логічній послідовності й підпорядкованості. Спроби наукової класифікації товарів були зроблені М.Я. Кіттаррі у праці «Публичный курс товароведения». Класифікація – це послідовний розподіл безлічі об'єктів на окремі класи, групи та інші підрозділи за найбільш загальними для кожного рівня ознаками. Без класифікації неможливий розвиток товарознавства і торгової практики. Класифікація товарів необхідна для автоматизованої обробки інформації про продукцію в різних сферах діяльності, вивчення споживчих властивостей та якості товарів, обліку і планування товарообігу, складання каталогів, проведення стандартизації товарів. Розміщення товарів на складах відбувається також згідно класифікації. Класифікація також потрібна при сертифікації продукції, для статистичного аналізу виробництва, реалізації та використання продукції на макроекономічному, регіональному і галузевому рівнях.

**Ознаки класифікації** – властивості або характеристики, за якими проводиться класифікація.

Ознаки класифікації підрозділяються на:

- ✓ призначення, застосування;
- ✓ генетичні (початкові матеріали, сировина, основні компоненти хімічного складу);
- ✓ технологічний (конструкція, рецептура процесу виробництва, способи обробки або оформлення). Прикладом технологічної ознаки може служити класифікація непродовольчих товарів на одяг, взуття, культурно-побутові і господарські товари.



**Класифікація товарів в сучасних умовах повинна відповідати наступним вимогам:**

- ✓ гарантувати широкий асортимент усіх видів продукції, що виробляється;
- ✓ забезпечувати гнучкість класифікації, суть якої полягає у тому, щоб у перелік продукції можна було у міру необхідності включати нові найменування, не порушуючи загальної системи класифікації, і враховувати можливі у майбутньому зміни номенклатури й асортименту товарів;
- ✓ сприяти дослідженню якості товарів та їх споживчої цінності;
- ✓ націлювати на поліпшення торгової діяльності на всьому шляху товароруку та ін.

Класифікація товарів будується за ієрархічною схемою – від більш загальної ознаки до менш загальної. Кожна подальша ланка повинна конкретизувати ознаку вищезгаданої ланки.

Розрізняють ієрархічний і фасетний методи класифікації. Ієрархічна класифікація – послідовний розподіл великої кількості об'єктів на підлеглі класифікаційні угруповання. Особливістю цього методу є тісний взаємозв'язок між окремими класифікаційними угрупованнями, який виявляється через спільність та відмінність основних ознак. Розподіл на окремі угруповання проводиться від більш загальної до менш загальної ознаки. Кожна наступна ланка конкретизує ознаку попередньої ланки. За основу поділу великої кількості об'єктів класифікації на окремі угруповання взято її ступінь та ознаки. Кількість ознак і ступенів класифікації визначає її глибину. Ієрархічній класифікації відповідає послідовний метод кодування, при якому код утворюється з кодів послідовно розміщених підлеглих угруповань.

Фасетна (франц. *facete*) класифікація – це паралельний розподіл великої кількості об'єктів на незалежні класифікаційні угруповання. Особливість цього методу полягає в тому, що різні ознаки класифікації не пов'язані між собою. На основі фасетної класифікації будуються преїскуранти та інші цінові довідники.

Системи класифікації можуть відрізнятися ступінчастістю, тобто кількістю класів. Існують одно-, дво-, триступінчаті класифікації і більше. При одноступінчатій класифікації товари поділяють тільки на класи, а при багатоступінчатій класифікації – на класи, підкласи, групи, підгрупи, види, різновиди. Збільшення класифікаційних



угруповань ускладнює систему класифікації. Кількість класів в основному залежить від номенклатури товарів: із збільшенням номенклатури кількість класів зростає.

**Клас товарів** – це безліч товарів, що задовольняють узагальнені групи потреб.

**Підклас товарів** – це безліч товарів, що задовольняють групи потреб, що мають певні відмінності.

**Група товарів** – це підмножина товарів, які задовольняють специфічні групи потреб, що обумовлено особливостями сировини, матеріалів, конструкцій.

**Підгрупа товарів** – це підмножина товарів, що мають з групою основне призначення, але відрізняються від товарів інших підгруп тільки їм властивими ознаками.

**Вид товарів** – це сукупність товарів, що відрізняються індивідуальним призначенням та ідентифікаційними ознаками.

**Різновид товарів** – це сукупність товарів одного виду, що відрізняються тільки сукупністю власних ознак.

Розробка системи класифікації товарів супроводжується присвоєнням кожному найменуванню товарів номенклатурного номера (або коду). Величина коду залежить від прийнятої системи класифікації і від системи цифр, якими позначається кожний клас. Номенклатурний номер товару необхідно будувати так, щоб його можна було легко зрозуміти, розшифрувати і побачити, до якого класу відноситься той або інший товар.

Залежно від мети класифікація може бути загальнодержавною, торговою, навчальною та економіко-статистичною. Загальнодержавна класифікація представлена Номенклатурою товарів народного споживання (НТНС), затвердженою Міністерством статистики України 14.01.1994 р. Вона уніфікована відповідно до загальноприйнятої в міжнародній практиці системи обліку і звітності в роздрібній та оптовій торгівлі. НТНС побудована з урахуванням основних принципів класифікації, передбачених Гармонізованою системою опису і кодування товарів (ГС), прийнятою ООН, Міжнародною стандартною торговою класифікацією та іншими нормативними документами.

**Торгова класифікація** є галузевою, використовується в торгівлі і призначена тільки для товарів широкого споживання. Ця класифікація сприяє організації і управлінню торговим



підприємством, вдосконаленню планування асортименту товарів, а також раціональному розміщенню їх в торговому залі та організації складського господарства. Вона не є послідовною системою класифікації і ґрунтується на поділі товарів на групи і підгрупи. Відповідно до торгової класифікації всі товари поділяються на два класи: продовольчі і непродовольчі.

Клас продовольчих товарів поділяються на такі групи: зерно-мучні товари; плодоовочеві товари і гриби; кондитерські товари; смакові товари; молоко і молочні товари; м'ясо і м'ясопродукти; риба і рибні товари; яйця і яєчні товари; харчові жири.

Клас непродовольчих товарів поділяється на такі товарні групи: вироби з пластичних мас; товари побутової хімії, скляні, керамічні, будівельні, меблеві, металогосподарські; побутові електротовари; текстильні, швейні, трикотажні, взуттєві, галантерейні, парфюмерно-косметичні, ювелірні товари; товари культурно-побутового призначення.

Для раціонального формування асортименту товарів у роздрібній торговій мережі велике значення має угруповання товарів за комплексним попитом покупців: до складу комплексів входять товари різних груп, призначені для комплексного задоволення потреб. В основу розробки таких комплексів можуть бути покладені такі ознаки: особливості способу життя і проведення дозвілля (товари для садівників, товари для туристів), статева ознака (товари для чоловіків, жінок, дітей) та ін.

**Навчальна класифікація** використовується для вивчення асортименту товарів широкого споживання, споживчих властивостей товарів, виявляє загальні принципи формування і збереження цих властивостей. Вона подібна з торговою, але відрізняється більшою послідовністю, передбачає зручніше вивчення курсу товарознавства.

## 2.2. Асортимент товарів

**Асортиментом** називається певна сукупність (набір) або перелік товарів різних видів, сортів, що об'єднані за певною ознакою (призначення, колір, розмір, сировина, спосіб виробництва та інше) і задовольняють різноманітні потреби споживачів. Поняття



«асортимент» застосовується для характеристики складу товарної маси.

Асортимент товарів характеризується такими параметрами, як широта, глибина, повнота, ступінь оновлення, структура.

**Широта асортименту** означає кількість виробів того або іншого призначення.

**Глибина асортименту** є кількістю різновидів конкретного виду виробів і позицій в кожній групі товарів. Наприклад, підприємство оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення в даний час має в своєму розпорядженні 5 видів будівельних матеріалів для реалізації, а кожен вид цих матеріалів представлений 3 різновидами. Звідси глибина асортименту рівна 15.

**Повнота асортименту** визначається відношенням фактичної кількості різновидів товару до його кількості, передбаченої специфікацією. Наприклад, специфікація передбачає 6 різновидів металів, а фактично в продаж поступило 4. Отже, повнота асортименту складатиме 0,66.

**Ступінь оновлення асортименту** означає питому вагу нових виробів в загальному об'ємі, що поступили в продаж. Наприклад, дрібнооптовий магазин реалізує 25 видів парфумованої продукції, з них 7 – нові, такі, що раніше не продавалися. Звідси питома вага нових виробів складатиме 0,28.

**Структура асортименту** характеризується питомою вагою товарних груп, підгруп, видів і різновидів товарів в загальній сумі товарообігу. Раціонально сформований асортимент прискорює реалізацію товарів, скорочує витрати праці і часу на пошук, придбання потрібного товару, а також сприяє задоволенню попиту потенційних споживачів. Товари володіють різною оборотністю, тому асортиментна структура товарообігу і товарних запасів ніколи не співпадає. Товари сповільненого обороту завжди займають підвищену питому вагу в товарних запасах.

*За характером* розрізняють асортимент промисловий (виробничий) і торговий.

**Промисловим асортиментом** є перелік товарів, що випускаються підприємством або галуззю. Асортимент галузі значно ширший, ніж асортимент окремого підприємства.

**Торговим асортиментом** називається номенклатура товарів, що знаходяться у сфері звернення, зокрема в оптових і роздрібних



підприємствах. Торговий асортимент, як правило, ширше промислового, оскільки включає товари різних галузей, а також імпортні. Торговий асортимент залежить від типу підприємства (бази, магазину, складу), регіону, спеціалізації обслуговуваних виробничих підприємств, демографічної характеристики населення.

Перетворення виробничого асортименту в торговий відбувається на проміжних складах готової продукції або на складі пункту відправлення продукції до одержувача.

*За широтою обхвату розрізняють:*

✓ **простий** – асортимент товарів, представлений такими видами, які класифікуються не більше ніж за трьома ознаками. Такий асортимент представлений невеликою кількістю груп, видів і найменувань товарів, які задовольняють обмежене число споживачів;

✓ **складний** – асортимент товарів, наданий такими видами, які класифікуються більш ніж за трьома ознаками. Даний асортимент характеризується значною кількістю груп, видів, найменувань товарів, які задовольняють різноманітні потреби в товарах;

✓ **марочний** – набір товарів однієї групи, але різних торгових марок. Такі товари можуть задовольняти як фізіологічні потреби, так і соціальні, психологічні. Це престижні марки автомобілів, одягу, взуття, парфумів;

✓ **розгорнений** – набір товарів, який включає підгрупи, види, різновиди, що відносяться до однієї групи, але розрізняються між собою індивідуальними ознаками;

✓ **супутний** – набір товарів, які виконують допоміжні функції і не відносяться до даної групи товарів;

✓ **змішаний** – набір товарів різних груп.

*За ступенем задоволення потреб асортимент буває:*

✓ **раціональний** – набір товарів, що задовольняють реальні потреби, які залежать від рівня життя населення, досягнень науки і техніки;

✓ **оптимальний** – набір товарів, що задовольняє реальні потреби з максимально корисним ефектом для виробника;

*За характером потреб розрізняють:*

✓ **реальний** – дійсний набір товарів, наявний в конкретній організації виробника або продавця;



✓ **прогнозований** – набір товарів, який повинен буде задовольняти потреби покупця;

Асортимент товарів в широкому сенсі слова характеризує склад товарів виробничо-технічного призначення і господарського споживання, що знаходяться у сфері уваги. Асортимент товарів у вузькому сенсі характеризує підбір товарів на конкретному підприємстві оптової і роздрібною торгівлі, в окремих відділах, секціях та на робочих місцях.

Розрізняють товари *простого* і *складного* асортиментів.

**Товари простого асортименту** на практиці в межах одного виду не відрізняються, як правило, за призначенням, фасоном, розміром та іншими ознаками (годинник, зошити, олівці, дивани, автомобілі і т.п.).

**Товари складного асортименту** в межах одного виду розрізняються за призначенням, фасоном, розміром, конструкцією, матеріалами та іншими ознаками (одяг, тканини, галантерея, запасні частини, метал, господарські товари і т.д.).

Товари об'єднуються в групи за виробничим походженням (лакофарбові матеріали, метал, тканини, трикотажні вироби) або за споживчим призначенням (господарські товари, одяг, культтовари). Такий поділ називається **груповим асортиментом**.

Різновид товарів в межах кожної товарної групи називається **номенклатурою** внутрішньогрупового (розгорненого) асортименту. Наприклад, усередині групи «господарські товари» можуть числитися миючі засоби, хімікати, залізні вироби, предмети домашнього вжитку та ін.

Асортимент товарів повинен постійно оновлюватися у зв'язку з науково-технічним прогресом, появою нових сировинних матеріалів і способів їх обробки, вимогою до якості товарів та їх екологічності, змінами ринкової кон'юнктури, посиленням конкуренції на товарному ринку.

**Управління асортиментом товару** – це діяльність, направлена на досягнення вимог раціональності асортименту. Основними елементами управління є встановлення вимог до раціональності асортименту, визначення асортиментної політики організації і формування асортименту.

*Основні напрями формування асортименту* – це скорочення, розширення, поглиблення, оновлення, вдосконалення та



гармонізація. Вказані напрями взаємопов'язані, значною мірою доповнюють один одного і визначаються рядом чинників, а саме:

1) **скорочення асортименту** – кількісні та якісні зміни асортименту дешевих, неякісних товарів, що не мають попиту у споживачів. Причинами скорочення асортименту можуть бути падіння попиту, недостатність пропозицій, збитковість або низька прибутковість при виробництві і реалізації окремих товарів;

2) **розширення асортименту** – кількісні і якісні зміни переліку товарів за рахунок збільшення показників широти, повноти, глибини і новизни випуску нових товарів. Причинами, що сприяють розширенню асортименту, є збільшення попиту і пропозиції; висока рентабельність виробництва і реалізації товарів; впровадження на ринок нових товарів;

3) **поглиблення асортименту** – кількісні і якісні зміни асортименту товарів за рахунок розробки і пропозиції нових торгових марок або їх модифікації. Підставою для вибору цього напрямку служить висока насиченість ринку, прагнення знизити ризик при випуску товарів незначної новизни, наявність відомих торгових марок, що мають попит, відсутність можливості в організації випускати товари нового виду;

4) **стабілізація асортименту** – сукупність товарів, що характеризується високою стійкістю і низьким ступенем оновлення. Це достатньо рідкісний стан асортименту, властивий в основному асортименту харчових продуктів повсякденного попиту;

5) **оновлення асортименту** – кількісні та якісні зміни стану сукупності товарів, що характеризуються збільшенням показників новизни;

6) **вдосконалення асортименту** – кількісні та якісні зміни стану сукупності товарів для підвищення його раціональності;

7) **гармонізація асортименту** – відображає ступінь близькості реального асортименту до кращих вітчизняних або зарубіжних аналогів. Головна мета формування асортименту – якнайповніше задоволення купівельного попиту.

### 2.3. Кодування товарів

**Кодування** – це утворення і присвоєння коду класифікаційному угрупованню або об'єктові класифікації.





**Код** – це знак або сукупність знаків, які використовуються для позначення класифікаційного угруповання або об'єкта класифікації.

**Метою кодування** є систематизація об'єктів шляхом їхньої ідентифікації і присвоєння умовного позначення (коду), завдяки якому можна знайти і розпізнати будь-який об'єкт серед багатьох інших.

Необхідність в кодуванні товарів та інших об'єктів існувала давно, але особливо зросла значимість кодування в останні десятиріччя у зв'язку з впровадженням електронно-обчислювальної техніки, тому що воно (кодування) полегшує обробку техніко-економічної інформації, підвищує ефективність функціонування.

Присвоєння кодів об'єктам кодування повинно відбуватися на основі певних правил і методів.

#### **Правила кодування:**

- ✓ код повинен мати певну структуру;
- ✓ код може бути зображений за допомогою спеціально обумовлених знаків;
- ✓ код повинен допомагати впорядкуванню об'єктів.

**Структура коду** – умовне позначення об'єкта, яке складається з послідовно розташованих знаків.

Структура коду включає такі елементи: алфавіт, основу, розряд і довжину.

**Алфавіт коду** – це система знаків, прийнятих для утворення коду (цифри, букви, їхні комбінації, штрихи). У зв'язку з цим алфавіти кодів можуть бути цифрові, буквені, буквено-цифрові та штрихові.

**Цифровий алфавіт коду** – це алфавіт, знаками якого є цифри. Наприклад, консерви «Молоко згущене» мають код 67.

**Буквенний алфавіт коду** – це алфавіт, знаками якого є літери алфавіту. Наприклад, для сільськогосподарської продукції присвоєна літера С, а продукції харчової промисловості – Н.

**Буквено-цифровий алфавіт коду** – це алфавіт, знаками якого є букви і цифри. Наприклад, у класі сільськогосподарської продукції свіжі овочі мають код С 4, а в класі продукції харчової промисловості карамель має код Н 42.

**Штриховий алфавіт коду** – це алфавіт, знаками якого є штрихи та пробіли, ширина яких читається за допомогою сканерів у вигляді цифр. Прикладами таких кодів можуть бути штрихові коди



Європейської асоціації товарної нумерації (EAN) та Американської асоціації (UPA), які широко використовуються у міжнародній практиці та впровадженні в Україні.

**Основа коду** – це число знаків в алфавіті коду.

**Розряд коду** – це позиція знака в коді. Кожен знак у коді характеризує спеціально обумовлену ознаку товару. У зв'язку з цим розряд коду несе певне змістовне навантаження.

**Довжина коду** – це число знаків у коді (без урахування пробілів).

Наприклад, товар має код 54 3121 1211. Основа цього коду має 12 знаків (десять цифр і два пробіли), а його довжина – 10 знаків (пробіли в довжині коду не враховуються).

Сукупність правил і методів кодування класифікаційних угруповань і об'єктів класифікації називається *системою кодування*. Певна система кодування покладена в основу побудови класифікаторів.

**Класифікатор** – це офіційний документ, який являє собою звіт найменувань і кодів класифікаційних угруповань або об'єктів класифікації.

Загальнодержавним класифікатором продукції, яка обертається на внутрішньому ринку України, є номенклатура товарів народного споживання (НТНС). Розміщення розділів, товарних груп і окремих позицій в номенклатурі визначається насамперед їх значенням у забезпеченні потреб і життєвого рівня населення та місцем у структурі товарообігу. При розробці НТНС здійснено істотне зближення та ідентифікацію товарних груп номенклатури оптової та роздрібної торгівлі, що забезпечує здійснення товарно-групового аналізу виробництва товарів, їх поставок і реалізації. НТНС складається з двох частин.

**1. Систематичний товарний словник**, який включає назви всіх груп товарів, що реалізуються населенню і враховуються в роздрібному товарообігу підприємств торгівлі і громадського харчування всіх форм власності і підпорядкування. Він поділяється на два розділи:

- ✓ *продовольчі товари;*
- ✓ *непродовольчі товари.*

Систематичний товарний словник містить 103 товарні групи, які охоплюють понад 15 тисяч підгруп і позицій.



**2. Алфавітний товарний словник**, в якому для полегшення пошуку відповідних товарів назви товарних підгруп, позицій, підпозицій та субпозицій розміщені в алфавітному порядку з виділенням в окремі підрозділи номенклатури продовольчих і непродовольчих товарів.

Кодова система товарів дозволяє одержувати інформацію в зручній для збирання, передачі та обробки на ЕОМ формі, яку можна легко звірити з даними інших видів звітності і використовувати для комплексного економічного аналізу.

Для цього служать відповідні коди Гармонізованої системи опису і кодування товарів, товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності та Вищих класифікаційних угруповань діючого класифікатора промислової і сільськогосподарської продукції, які проставлені біля товарних груп, підгруп і позицій товарів і є перехідними ключами між зазначеними номенклатурами.

Довжина коду в номенклатурі має 10 знаків (рис. 2.1):

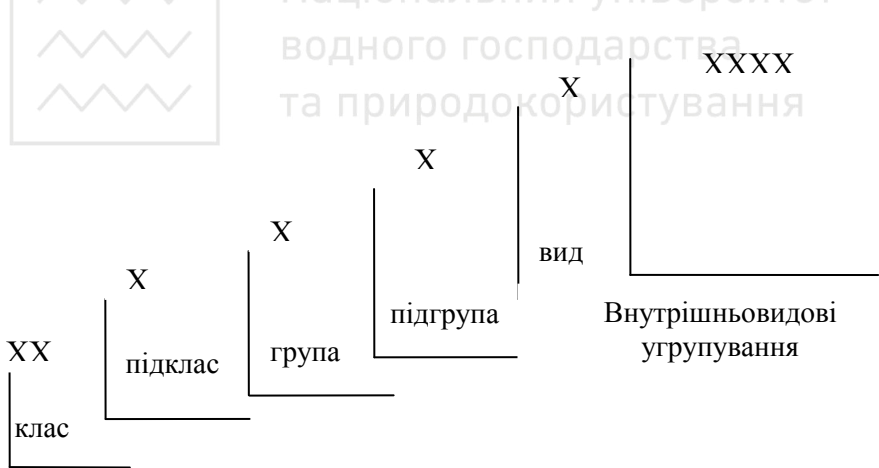


Рис. 2.1. Модель структури кодового позначення

- ✓ перші дві цифри означають клас;
- ✓ третя цифра – підклас;
- ✓ четверта цифра – група;
- ✓ п'ята цифра – підгрупа;



- ✓ шоста цифра – вид;
- ✓ сьома – десята цифри – внутрішньовидові угруповання.

В нумерації товарів проставлені тільки шестизначні коди, тобто в цих кодах немає позначок внутрішньовидових угруповань. Наприклад, код товару 92 1411 розшифровується таким чином:

92 – клас товару – «М'ясопродукти»,

1 – підклас товару – «М'ясо і птиця, включаючи субпродукти»,

4 – група товару – «М'ясні напівфабрикати»,

1 – підгрупа товару – «М'ясні напівфабрикати січені»,

1 – вид товару – «Котлети м'ясні, м'ясо-рослинні та з іншими добавками».

**Штрихове кодування** – це система автоматичної ідентифікації об'єктів кодування, інформаційний знак, призначений для автоматизованих способів ідентифікації та обліку інформації про товар, яка закодована у вигляді комбінації послідовно розміщених паралельних штрихів та проміжків між ними, розміри та розташування яких встановлені певними правилами.

Основним об'єктом штрихового кодування є товар. Конкретні одиниці товару мають певні характеристики (розмір, масу, ціну, якість), завдяки яким один товар відрізняється від іншого, і тому повинні мати різні коди. Штриховий код не класифікує товар, а ідентифікує його так, щоб будь-який інший товар, що реалізується на міжнародному ринку, не міг мати такий же код.

Штрихове кодування найбільш широко використовується при виробництві й реалізації товарів, що дозволяє автоматизувати облік у виробництві, на складах сировини і готової продукції, в оптових і роздрібних торговельних підприємствах, тобто скрізь, де необхідна повна і точна інформація про переміщення матеріальних цінностей.

Перша згадка про штриховий код з'явилася у 1932 р. в Гарвардській школі бізнесу, де був розроблений лінійний код, який пізніше стан основою штрихової ідентифікації. В 1949 р. J. Woodland і B. Silver отримали американський патент № 2612994 на технічний пристрій для зчитування коду на касовому терміналі. Однак його практичне застосування стало можливим після появи обчислювальних машин.

Штрихові коди поділяються на два види: європейський – EAN і американський – UPC. Серед декількох десятків схем кодування



(або символів), прийнятих міжнародними організаціями і які мають власне найменування, коди EAN та UPC є найпоширенішими.

У 1977 р з ініціативи 12 європейських держав було створено Європейську асоціацію товарної нумерації EAN. Це добровільна, некомерційна та неурядова міжнародна асоціація, до якої входять 87 національних організацій 90 країн. Після вступу в асоціацію EAN неєвропейських держав система отримала міжнародний статус. Країни-члени Міжнародної асоціації EAN забезпечують застосування на національному рівні своїх систем товарної нумерації в межах правил, розроблених EAN. Завдяки цьому товари, марковані штриховим кодом EAN в одній країні, можуть бути однозначно ідентифіковані і скановані на відповідному устаткуванні у всіх країнах світу. Система EAN є універсальною і може бути застосована практично до будь-якого виду товару й у будь-якому відрізку ланцюга «виробник – оптове підприємство - підприємство роздрібної торгівлі».

Штриховий код наноситься на транспортну або споживчу упаковку імпортованих і вітчизняних товарів друкарським способом або за допомогою етикетки або ярлика, що приклеюється. Відповідно до вимог здійснення зовнішньоторговельних операцій наявність штрихового коду на упаковці товару є обов'язковою умовою його експорту. Використання штрихового коду разом з ЕОМ забезпечує оптимізацію таких процесів:

- ✓ *виробникам* – облік кількості виробленої продукції, її сортування і розміщення в складах за видами, найменуваннями, сортами; облік товарних запасів; формування товарних партій при виконанні замовлень;

- ✓ *оптовим посередникам* – приймання товарів за кількістю й асортиментом; облік і контроль товарних запасів на складах; відвантаження в роздрібну торговельну мережу;

- ✓ *транспортним організаціям* – швидке і безпомилкове приймання та відвантаження товарів;

- ✓ *роздрібній торгівлі* – приймання товарів за кількістю й асортиментом; оптимальне розміщення товарів на складі; облік і контроль товарних запасів у магазинах; контроль за збереженням товарів; забезпечення ритмічного поповнення запасів товарів по мірі їх реалізації.



У рамках системи EAN розроблено й активно використовується в багатьох країнах світу стандарт електронного обміну даними (EANCOM).

Коди EAN можуть бути 8-розрядними (для товарів невеликого розміру), 13-розрядними (для більшості товарів) і 14-розрядними (тільки для транспортної тари). Всі вони представлені комбінаціями штрихів і пробілів різної ширини.

При цьому найвужчий штрих або пробіл береться за одиницю товщини – модуль. Інші штрихи і пробіли за шириною дорівнюють двом і трьом модулям. Кожна цифра коду EAN являє собою комбінацію двох штрихів і двох пробілів. Перші 2 – 3 цифри, так званий національний префікс, означають країну, де знаходиться організація, що зареєструвала виробника та його товар, і присвоюються Асоціацією EAN (482 для України).

Наступні 3 – 5 цифр – код виробника, який видається конкретній організації-виробнику національним органом із ідентифікації.

Наступні 3 – 5 цифр кодів EAN-8 і EAN-13 – це інформація, що присвоюється товару організацією-виробником або продавцем самостійно у вигляді реєстраційного номера в межах свого підприємства. У даних цифрах виробник може закодувати необхідні для ідентифікації відомості про товар.

Будь-які зміни, що вносяться в товар і викликають його зміну, вимагають перекодування і встановлення нового штрихового коду. Тільки зміна вартості товару не призводить до зміни штрихового коду.

Остання цифра штрихового коду – контрольна, яка дозволяє перевірити правильність зчитування штрихового коду сканером. На початку і на кінці штрихового коду знаходяться крайні подовжені штрихи, які вказують на початок і кінець зчитування коду. В центрі штрихового коду є центральні видовжені штрихи, які полегшують візуальну перевірку повноти запису коду.

Штриховий код наноситься на транспортну або споживчу тару (упаковку) друкарським способом або за допомогою етикеток і ярликів, що наклеюються на упаковку чи тару.

Існують певні **правила розміщення штрихових кодів** на упаковці товару:

✓ кожен товар має тільки один код EAN, який повинен знаходитись на зворотній стороні упаковки (лицьовою стороною

вважається та сторона, де розміщена назва товару) в правому нижньому куті. Якщо цього зробити не можна, то штриховий код може розміщатися на лицьовій стороні;

- ✓ код повинен бути розміщений тільки вертикально;
- ✓ код повинен мати темний колір;
- ✓ знаходиться код тільки на світлому фоні;
- ✓ штриховий код не повинен бути там, де вже є інші елементи маркування;
- ✓ штриховий код має певні розміри.

Використання штрихового коду є обов'язковою умовою виробництва товару і не підвищує його вартість.

Коди ITF-14 застосовуються тільки для транспортного упакування. Цей тип штрихових кодів має більш значні розміри, але не потребує високоякісного друку. Якщо товар продається разом з упаковкою, то застосовуються коди EAN-13, тому що ITF-14 не містить інформації про товар і не зчитується скануючими пристроями, встановленими у магазині.

## 2.4. Якість товару

**Якість товару** – це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби суспільства відповідно до призначення продукції. Товар може володіти корисними властивостями, але не мати високої якості, якщо не відповідає вимогам задовольняти певні потреби. Якість товару залежить від потреби суспільства і якщо потреба в деякому виді товарів зникла, то і якість цього товару зводиться до нуля. (На практиці під якістю продукції розуміють лише відповідність товару вимогам нормативно-технічної документації).

Якість товару залежить від його фізичних, хімічних, біологічних властивостей, а також від відповідності товару функціональним, естетичним, ергономічним та іншим вимогам покупців. Оскільки вимоги покупців до якості продукції, що випускається, постійно ростуть, росте і конкурентоспроможність товарів на ринку.

Висока якість продукції сприяє ефективному розвитку зовнішньої торгівлі, розширенню експорту продукції і ускладненню її структури і, як наслідок, збільшенню валютних надходжень до країни. Дослідження ринку збуту товарів показує, що підвищення



якості товарів на 10% викликає збільшення ціни на 40...50 %, а при зниженні якості товарів ціна товарів знижується на 20...25 %. Як показали дослідження, якщо якість виробу на 50 % нижча за світовий рівень, то реалізація цього товару практично неможлива. Властивості і якість продукції в цілому можуть бути виражені кількісними показниками.

**Властивості товару** обумовлюють задоволення певних потреб відповідно до його призначення. Властивості товару можна поділити на прості і складні.

*Прості властивості* – це міцність, стійкість до зносу.

До *складних властивостей* можна віднести надійність товарів, яка включає безвідмовність в роботі, довговічність, ремонтпридатність. Не всі властивості продукції мають однакову значущість. Властивості товару можуть виявлятися при його експлуатації або споживанні.

Під терміном «**експлуатація товарів**» слід розуміти втрату ресурсів в процесі їх використання, наприклад втрата ресурсів у двигуна, магнітофона, пральної машини та ін.

Під терміном «**споживання товарів**» розуміється повна витрата цих товарів, наприклад: продуктів харчування, фарб, масел і т. д.

Якість будь-якого товару забезпечується його споживчими властивостями. Прикладом таких властивостей є харчова цінність продуктів харчування, естетичні властивості продуктових і непродуктових товарів. Споживчі властивості характерні для готової продукції і товарів, що реалізуються в роздрібній торгівлі.

Функціональні властивості відображають здатність товарів виконувати основні функції. Ця підгрупа властивостей задовольняє фізіологічні, ергономічні і органолептичні потреби (харчові продукти, одяг, взуття і так далі) і виконує допоміжні функції (посуд, засоби догляду за взуттям, одягом).

Оскільки для всіх продуктів харчування визначальними властивостями функціонального призначення є енергетична і біологічна цінність; для групи одяг та взуття – це захисні властивості від несприятливих зовнішніх дій.

При визначенні функціональних властивостей потрібно встановити основне призначення товару і умови використання за призначенням.

Функціональні властивості поділяються на:





1) **соціального призначення** – здатність товарів задовольняти індивідуальні та суспільно-соціальні потреби.

Показники: зовнішній вигляд, склад і перелік окремих компонентів (наприклад, кількість ароматичних речовин);

2) **класифікаційного призначення** – здатність ряду властивостей і показників виступати як класифікаційні ознаки. Це: хімічний склад, окремі речовини (наприклад, вміст жиру є класифікаційною ознакою для жировмісних харчових продуктів, оскільки сир буває нежирний і жирний);

3) **універсального призначення** – здатність ряду властивостей і показників задовольняти різноманітні потреби.

З поняттям якості тісно пов'язане поняття надійності. Розглянемо це поняття більш детально.

**Надійність** – це здатність товарів зберігати функціональне призначення в процесі зберігання і експлуатації протягом заздалегідь обумовлених термінів. Залежно від критерію надійності розрізняють наступні підгрупи:

1) **довговічність** – здатність товарів зберігати працездатність до настання встановленого строку обслуговування і ремонту. Наприклад, багато непродовольчих товарів старіють, втративши соціальне призначення: головні убори, взуття:

а) термін експлуатації;

б) ресурс (гранична можливість експлуатації, зафіксована в нормативних документах);

2) **безвідмовність** – здатність товарів виконувати функціональне призначення без виникнення дефектів, із-за яких неможлива або утруднена їх подальша експлуатація. Характеризується термінами, протягом яких товари експлуатуються без збоїв і відмов, а також кількістю дефектів, що виникають протягом обумовленого періоду.

3) **ремонтпридатність** – здатність товарів відновлювати свої початкові властивості після усунення дефектів. Наприклад, ремонтпридатні – автомобілі; неремонтпридатні – батареї, одноразові ручки.

Визначальним комплексним показником естетичних властивостей всіх товарів є їх зовнішній вигляд.

**Зовнішній вигляд** – комплексний показник, що включає форму, колір, стан поверхні, іноді цілісність. Стан поверхні – залежить від складу і структури речовин, що входять в товар або упаковку.



**Цілісність композицій** відображає раціональний взаємозв'язок зовнішніх ознак із внутрішньою структурою і припускають підлеглість головним елементам другорядних, єдність стильового вирішення всіх частин виробу (пошкодження погіршують форму).

**Дизайн** – здатність товарів комплексно задовольняти естетичні, ергономічні і соціальні потреби за рахунок їх художнього конструювання.

**Стиль** – здатність товарів задовольняти соціальні і естетичні потреби за допомогою сукупності показників зовнішнього вигляду, конструктивних особливостей і деталей, які визначаються загальним для конкретного сегмента споживачів світовідчуттям або відображає взаємозв'язок змісту і зовнішнього оформлення товарів.

**Мода** – прояв смаків споживачів, що сформувалися або склалися в певному суспільному середовищі через зовнішнє оформлення товарів.

Із поняттям якості товару тісно пов'язане поняття «екологічні властивості».

**Екологічні властивості** – здатність товару не здійснювати або мінімально можливо впливати на стан навколишнього природного середовища (з врахуванням рівня розвитку науки і технологій) при його експлуатації.

Все більше забруднення навколишнього середовища, вичерпність ресурсів, поява нових речовин із невивченими впливами на людину і навколишнє природне середовище ставить існування людства на межу катастрофи. Через це різко зростає ступінь значущості екологічних властивостей товарів, наприклад, клас енергоспоживання (А, В та ін.), відсутність радіонуклідів в молочній продукції, екологічність упаковки та нанесення на її маркування.

Поряд з екологічними властивостями важливими є показники екологічної безпеки товарів для навколишнього природного середовища. Безпека товарів належить до обов'язкових вимог і повинна регламентуватися технічними регламентами. Цією якістю повинні володіти всі споживчі товари. На відміну від інших споживчих властивостей товарів, погіршення або втрата функціонального їх призначення призводить до перевищення допустимого рівня показників безпеки та переводить продукцію в категорію небезпечної.



**Показники якості товару** кількісно характеризують придатність товару задовольняти ті або інші потреби суспільства. По відношенню до властивостей, показники якості можуть бути одиничними і комплексними.

**Одиничний показник якості товару** належать тільки до однієї з його властивостей, наприклад стійкість запаху парфумів або будь-якого хімікату. До одиничних показників можна віднести також калорійність їжі та ін.

**Комплексний показник якості товару** характеризує сукупність його властивостей. Комплексні показники – показники, призначені для вираження складних властивостей товарів. Так, стан м'якуша хліба – комплексний показник, що складається з декількох одиничних показників: колір, пористість, еластичність та ін.

**Інтегральні показники** – показники, що визначаються як відношення сумарного корисного ефекту від використання продукції за призначенням до витрат на розробку, виробництво, реалізацію, зберігання і споживання. Такий показник, зазвичай, застосовується при спрощених розрахунках конкурентоспроможності товарів. Проте він не враховує інші споживчі характеристики товарів (зокрема, асортиментну), що включають престижність, популярність торгової марки.

Існують різноманітні методи визначення показників якості. Серед **основних методів** можна виділити наступні: органолептичний, інструментальний, експертний, соціологічний і змішаний.

При **органолептичному методі** визначення значень показників якості товарів проводять за допомогою органів чуття: зору, нюху, смаку, присмаку, слуху. Перевагами цього методу є простота і швидкість виконання. Органолептичний метод застосовують при оцінці зовнішнього вигляду і дефектів виробу.

Для деяких товарів цей метод визначення значень показників якості є єдино можливим, наприклад, при оцінці запаху парфумерно-косметичних товарів. Проте оцінка показників за допомогою органів чуття в значній мірі суб'єктивна і не виражається безпосередньо кількісними показниками.

Для кількісної оцінки значень показників використовують бальну систему. Кожен показник при цьому оцінюють умовним числом балів за ступенем оцінки. Зазвичай застосовують чотири



ступені оцінки – відмінно, добре, задовільно і погано. Кількість балів по ступеню оцінки може бути різною. На практиці широко застосовують співвідношення 3:2:1:0 (3 – відмінно, 2 – добре, 1 – задовільно і 0 – погано) або 4:2:1:0 (4 – відмінно, 2 – добре і так далі). Інтервал оцінки може дробитися з точністю до 0,1 балу.

Суть **інструментального (лабораторного) методу** полягає у визначенні показників якості товарів за допомогою засобів вимірювальної техніки та реактивів. Цим методом визначають хімічний склад, будову, стійкість товару до дії кислот, лугів та інших речовин, а також такі показники, як щільність, температура плавлення, міцність на розрив, стирання і т.д. Цей метод об'єктивніший, відрізняється точністю показників, але складніший за органолептичний та іноді вимагає значної витрати часу і руйнування продукції.

**Експертний метод** визначення показників якості заснований на опитуванні групи висококваліфікованих фахівців (експертів), що складаються з товаровзнавців, дизайнерів, дегустаторів та ін. Його широко використовують при оцінці в балах показників художньо-декоративного рівня продукції, визначенні номенклатури показників для оцінки рівня якості і значущості (вагомості) окремої властивості у загальній оцінці рівня якості.

**Соціологічний метод** заснований на зборі та аналізі думок споживачів за наслідками анкетного опиту, конференцій, нарад, виставок-продажів та інших форм виявлення відгуків споживачів на товари.

**Змішаний метод** дозволяє у ряді випадків найповніше визначити показники якості товарів. Наприклад, при оцінці якості жирів такі показники, як смак і запах, визначають органолептичним, температуру плавлення і кислотність жиру – інструментальним методом.

### Питання для самоконтролю

1. Що таке класифікація товарів?
2. Яким вимогам повинна відповідати сучасна класифікація товарів, щоб задовольняти потреби споживачів?



3. Що таке клас, підклас, група, підгрупа, вид, різновид товарів?
  4. Чим відрізняється торгова класифікація від учбової?
  5. Що таке асортимент?
  6. Які основні параметри асортименту ви знаєте?
  7. Яка різниця між промисловим і торговим асортиментом?
  8. Наведіть приклад товарів складного асортименту.
  9. Яка основна функція кодування товарів?
  10. Обґрунтуйте структуру коду.
  11. Що таке штриховий алфавіт коду?
  12. Для чого призначений класифікатор?
  13. Для чого призначене штрихове кодування?
  14. Оптимізацію яких процесів забезпечує використання штрихового коду?
  15. Які властивості обумовлюють якість товару?
  16. Які показники якості кількісно характеризують придатність товару задовольняти ті або інші потреби суспільства?
  17. Чим відрізняється комплексний показник якості від інтегрального?
  18. Які методи визначення критеріїв показників якості ви знаєте?
  19. В чому полягає суть інструментального методу визначення критеріїв якості?
  20. Наведіть приклад змішаного методу визначення показників якості?
  21. Аргументуйте задачі Європейської асоціації товарної нумерації – EAN в наш час.
  22. Доведіть на прикладах інноваційні аспекти штрихового кодування у товарознавстві.



## ТЕМА 3

### ДЕРЖАВНА СИСТЕМА МЕТРОЛОГІЇ, СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ

В даному розділі розглядаються основні завдання Державної Служби Технічного Регулювання (ДСТР) України, сутність системи метрології, стандартизації та сертифікації, особливості проведення робіт в Україні та міжнародний досвід в даній галузі знань.

Державна система стандартизації є комплекс взаємопов'язаних правил і положень, які визначають: методика, організацію, порядок проведення робіт із метрології, стандартизації та сертифікації. У галузі товарознавства ДСТР України призначений розробляти методики контролю якості товарів, стандарти, а також проводити обов'язкову сертифікацію продукції і послуг. З цією метою ДСТР України — розробляє систему метрологічного забезпечення проведення робіт із контролювання якості продукції на всіх етапах її виробництва.

#### Після ознайомлення з даною темою ви зможете:

- ✓ ознайомитися з основними завданнями та функціями ДСТР України;
- ✓ описати принципи стандартизації;
- ✓ вивчити основні терміни у галузі стандартизації і сертифікації.
- ✓ обґрунтувати необхідність сертифікації продукції в умовах ринкової економіки;
- ✓ розуміти сутність понять стандартизація і сертифікація;
- ✓ знати основні види стандартизації і сертифікації;

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** сертифікація, стандартизація, нормативний документ, метрологія, державна система стандартизації, державні стандарти, сертифікат відповідності, знак відповідності, ліцензія, добровільна та обов'язкова сертифікація, види сертифікації.



- 3.1. Завдання Державної Служби Технічного Регулювання України.
- 3.2. Національна система стандартизації в Україні.
- 3.3. Види та принципи стандартизації.
- 3.4. Сутність сертифікації.
- 3.5. Види сертифікації.
- 3.6. Знаки відповідності.
- 3.7. Розвиток сертифікації у світі.

### 3.1. Завдання Державної Служби Технічного Регулювання України

ДСТР України відповідно до покладених на неї завдань: вносить пропозиції щодо формування державної політики та забезпечує її реалізацію у сфері метрології, стандартизації, сертифікації і захисту прав споживачів; проводить в установленому порядку експертизу проектів нормативно-правових актів центральних органів виконавчої влади з питань стандартизації, метрології і сертифікації.

ДСТР України відповідно до покладених на нього завдань: вносить пропозиції щодо формування державної політики та забезпечує її реалізацію у сфері метрології, стандартизації, сертифікації, захисту прав споживачів; бере участь у розробленні проектів Державного бюджету України та Державної програми економічного та соціального розвитку України; проводить в установленому порядку експертизу проектів нормативно-правових актів центральних органів виконавчої влади з питань метрології, стандартизації, сертифікації і захисту прав споживачів.

**Складовими** системи регулювання безпеки й якості товарів і послуг є:

- ✓ система видачі дозволів (ліцензій) на право ведення підприємницької діяльності, нормативи безпеки і якості продукції;
- ✓ стандарти, засоби метрології (засоби виміральної техніки); методи випробування виробів;
- ✓ процедура оцінки і підтвердження відповідності виробу;
- ✓ відповідність технології вимогам нормативних документів.



Зокрема у сфері сертифікації ДСТР створює державну систему сертифікації, проводить та координує роботу щодо забезпечення її функціонування, а саме: визначає основні принципи, структуру та правила системи сертифікації в Україні; затверджує переліки продукції, що підлягають обов'язковій сертифікації та визначає терміни її запровадження; призначає органи із сертифікації продукції тощо.

У сфері якості ДСТР бере участь у: розробленні нормативно-правових актів щодо впровадження систем менеджменту якості на підприємствах та організаціях; забезпеченні участі України в роботі європейських та міжнародних організацій з менеджменту якості; гармонізує міжнародні стандарти та ін.

У сфері захисту прав споживачів ДСТР: перевіряє відповідно до законодавства України у господарюючих суб'єктах сфери торгівлі, громадського харчування і послуг якість товарів (робіт, послуг), додержання обов'язкових вимог щодо їхньої безпеки, а у випадку потреби – якість сировини, матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих виробів; проводить радіологічний, токсикологічний і фізико-хімічний контроль продуктів харчування, що виробляються і реалізуються підприємствами торгівлі та громадського харчування; здійснює у межах своєї компетенції контроль за додержанням законодавства України про рекламу; здійснює у межах повноважень заходи щодо адаптації законодавства України з питань метрології, стандартизації, сертифікації, захисту прав споживачів до законодавства ЄС; бере участь у підготовці міжнародних договорів України, укладає міжнародні договори міжвідомчого характеру.

### **3.2. Національна система стандартизації України**

**Національна система стандартизації України** – це система, яка визначає основну мету і принципи управління, форми та загальні організаційно-технічні правила виконання всіх видів робіт зі стандартизації. Вона являє собою комплекс взаємопов'язаних правил і положень, які регламентують організацію та порядок проведення робіт з усіх питань практичної діяльності у галузі стандартизації країни.





Зокрема, основні положення Національної системи стандартизації України визначають:

- ✓ основну мету, завдання та об'єкти стандартизації;
- ✓ організацію робіт зі стандартизації;
- ✓ категорії та види стандартів;
- ✓ порядок розробки, затвердження, перегляду та використання стандартів;
- ✓ державний нагляд за додержанням стандартів і міжнародне співробітництво.

Комплекс правил та положень Національної системи стандартизації наведено в основоположних стандартах України:

✓ ДСТУ 1.0:2003. Національна стандартизація. Основні положення.

✓ ДСТУ 1.1:2001. Національна стандартизація. Стандартизація та суміжні види діяльності. Терміни та визначення основних питань.

✓ ДСТУ 1.2:2003. Національна стандартизація. Правила розроблення національних нормативних документів.

✓ ДСТУ 1.10. Національна стандартизація. Державні класифікатори соціально-економічної інформації. Основні положення, правила розроблення, ведення та скасування.

**Метою Національної системи стандартизації України є:**

- ✓ здійснення єдиної технічної політики;
- ✓ захист інтересів вітчизняних виробників та споживачів продукції (процесів, робіт, послуг);
- ✓ раціональне використання всіх видів ресурсів;
- ✓ відповідність продукції (процесів, робіт, послуг) світовому рівню якості та надійності;
- ✓ гармонізація національних стандартів зі світовими аналогами;
- ✓ відповідність вимог стандартів законодавчим актам.

Стандартизація є одним із найбільш результативних шляхів удосконалювання виробничих і торгівельних відносин, зниження витрат, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції. Вона встановлює правила, загальні принципи або характеристики стосовно різних видів діяльності або її результатів (тобто продукції, процесів, робіт, послуг), розробляючи і приймаючи доступні всім нормативні документи, стандартизація спрямована на досягнення



оптимального ступеня впорядкованості, і це стає можливим за умови, що нормативні документи ґрунтуються на досягненнях науки, техніки та практичного досвіду і створюються за участі всіх зацікавлених сторін з урахуванням потреб суспільства в цілому.

Під стандартизацією розуміють встановлення та запровадження стандартів (тобто нормативно-технічних документів, які встановлюють єдині обов'язкові вимоги щодо типів, розмірів, якості, норм й інших особливостей продукції та послуг) з метою упорядкування діяльності в певній галузі економічного використання ресурсів, виконання вимог техніки безпеки, підвищення якості продукції (процесів, робіт, послуг).

**Стандартизація** – діяльність, яка спрямована на досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній галузі шляхом встановлення положень для загального і багатократного використання у відношенні реально існуючих або перспективних завдань.

**Основна мета стандартизації** – це оптимальне впорядкування об'єктів стандартизації для прискорення науково-технічного прогресу, підвищення ефективності виробництва, поліпшення якості продукції, удосконалення організації управління народним господарством, розвиток міжнародного економічного, наукового і технічного співробітництва.

Головним завданням стандартизації є створення системи нормативної документації, яка визначає прогресивні вимоги до продукції, що виготовляється для потреб народного господарства, населення, оборони держави та експорту, до її розробки, вироблення та застосування, а також забезпечення контролю за правильністю використання цієї документації.

**Основними завданнями стандартизації є:**

- ✓ створення нормативних вимог до якості сировини, продукції, процесів, послуг;
- ✓ створення єдиної системи показників якості продукції, способів її випробувань та контролю;
- ✓ забезпечення єдності і правильності вимірювань у країні;
- ✓ удосконалення систем термінології і позначень у різних галузях;
- ✓ створення системи нормативної документації.

**Основними функціями стандартизації є:**



- ✓ *гармонізація* стандартів на методи вимірювань, розробку показників якості продукції відповідно до світових аналогів;
- ✓ *інформаційна* – інформатизація з використанням уніфікованих методів та засобів;
- ✓ *комунікативна* – нормалізація соціальних методів та засобів зв'язку;
- ✓ *соціокультурна* – досягнення сумісності та взаємозамінності;
- ✓ *ресурсозберігаюча* – раціональне та економне використання природних ресурсів та охорона навколишнього середовища;
- ✓ *охоронна* - забезпечення екологічної безпеки навколишнього природного середовища та споживчої безпеки товарів;
- ✓ *нормативна (технічна)* – формування вимог до продукції, процесів, послуг, методів;
- ✓ *регулятивна* – вплив на ринок товарів і послуг; усунення технічних бар'єрів у торгівлі; захист вітчизняного виробника та споживача;
- ✓ *соціальна* – забезпечення безпеки та якості товарів, процесів, в тому числі захист прав споживачів.

Характерною особливістю стандартизації є те, що сфера її дії та застосування, рівень розвитку знаходяться у широкому діапазоні. Немає такої сфери діяльності людини, до якої б не була причетна стандартизація. Стандартизація акумулює найновіші досягнення науки і техніки, органічно поєднує фундаментальні та прикладні галузі науки, сприяє швидкому впровадженню наукових досягнень в практику, допомагає визначити найбільш економічні та перспективні напрямки розвитку науково-технічного прогресу і народного господарства країни.

Останнім часом однією з ключових проблем науково-технічного та економічного розвитку країн є проблема підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

*Поліпшення якості продукції (процесів, робіт, послуг)* – це проблема не тільки споживча або технічна, але й економічна, соціальна, політична проблеми суспільства. Так, стандарти відіграють важливу роль в судовій практиці під час розв'язання конфліктних ситуацій між виробником і споживачем. Стандарт може стати аргументом, який обтяжує провину, або, навпаки,



виправдовує підприємство або фірму, на яку надійшов позов у зв'язку з дефектами в продукції.

Поліпшення якості та підвищення конкурентоспроможності товарів (процесів, робіт, послуг) можливе тільки на основі стандартизації. Вона дозволяє регламентувати вимоги до якості продукції, більш ефективно вирішувати проблеми спеціалізації, визначати найбільш раціональні способи виробництва продукції і переробки сировини, здійснювати управління якістю товарів у виробництві та сфері обігу тощо.

**Об'єкт стандартизації** – це предмет, який підлягає стандартизації, наприклад, продукція, процеси, послуги.

Стандарт є результатом конкретної роботи зі стандартизації, яка виконується на основі досягнень науки, техніки та практичного досвіду, і має визначений юридичний статус на всіх рівнях управління народним господарством. Стандарти можуть бути розроблені як на матеріальні предмети (еталони, зразки тощо), так і на норми, правила, вимоги до об'єктів організаційно-методичного та загально-технічного характеру.

**Нормативний документ (НД)** – це документ, що встановлює правила, загальні принципи або характеристики щодо різних видів діяльності або їх результатів.

**Стандарт** – це нормативно-технічний документ зі стандартизації, який розроблено на засадах згоди більшості зацікавлених сторін і прийнятий відповідним органом, в якому встановлені для загального та багаторазового застосування правила, загальні принципи, характеристики, що стосуються визначених об'єктів стандартизації (від англійського «Standard» – норма, зразок, мірило).

Стандарт (в перекладі з англійської – норма, зразок, мірило) в широкому розумінні – це зразок або еталон якості, через який держава здійснює науково обґрунтоване управління якістю.

Стандарти полегшують вибір оптимального розмірного ряду та найкращих зразків, забезпечують організацію спеціалізованих виробництв, зменшують затрати на проектування і виготовлення, скорочують строки освоєння продукції. Вони встановлюють однозначну термінологію, системи одиниць та позначень, вимоги до метрологічного забезпечення, маркування, пакування, транспортування, експлуатаційних документів (інструкцій) та



інформації для споживачів, необхідної для оцінювання та вибору ними продукції.

Стандартизація є незамінний і практично єдиний засіб забезпечення сумісності, взаємозамінності, уніфікації, типізації, надійності техніки та інформаційних мереж, норм безпеки та екологічних вимог, єдності характеристик і властивостей, якості продукції. Розвиток стандартизації нерозривно пов'язаний з удосконаленням управління якістю виробництва, зокрема, з впровадженням систем менеджменту якості, систем екологічного менеджменту та інтегрованих систем менеджменту.

**Державні стандарти України (ДСТУ)** – це нормативні документи, які діють на території України і використовуються усіма підприємствами незалежно від форми власності та підпорядкування, громадянами-суб'єктами підприємницької діяльності, міністерствами (відомствами), органами державної виконавчої влади, на діяльність яких поширюється дія стандартів.

ДСТУ мають міжгалузеве використання і запроваджуються переважно на продукцію масового чи серійного виробництва, норми, правила, вимоги, терміни, для забезпечення оптимальної якості продукції, а також для єдності та взаємозв'язку різних галузей науки, техніки і виробництва.

Державні стандарти України містять обов'язкові та рекомендовані вимоги.

До обов'язкових належать:

- ✓ вимоги, що забезпечують безпечність продукції для життя, здоров'я, майна громадян, її сумісність і взаємозамінність, охорону навколишнього природного середовища та вимоги щодо методів випробувань цих показників;

- ✓ вимоги техніки безпеки та гігієни праці з посиланням на відповідні норми і правила;

- ✓ метрологічні норми, правила, вимоги та положення, що забезпечують достовірність і єдність вимірювань;

- ✓ положення, що забезпечують технічну єдність під час розроблення, виготовлення, експлуатації (застосування) продукції.

Обов'язкові вимоги ДСТУ підлягають безумовному виконанню органами державної виконавчої влади, всіма підприємствами та громадянами-суб'єктами підприємницької діяльності, на діяльність яких поширюється дія стандартів.



Рекомендовані вимоги ДСТУ є обов'язковими для виконання, якщо:

- ✓ це передбачено чинними актами законодавства;
- ✓ ці вимоги включено до договорів на розроблення, виготовлення та поставку продукції;
- ✓ виробником (постачальником) продукції документально заявлено про відповідність продукції цим стандартам.

**Галузеві стандарти України (ГСТУ)** розробляють на продукцію, послуги в разі відсутності ДСТУ, або за потребою встановлення вимог, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів. Вимоги ГСТУ не повинні суперечити обов'язковим вимогам ДСТУ. ГСТУ є обов'язковими для всіх підприємств і організацій даної галузі, а також для підприємств і організацій інших галузей (замовників), які використовують або застосовують продукцію цієї галузі.

**Стандарти науково-технічних та інженерних товариств (спілок) України (СТТУ)** розробляють за потребою розповсюдження та впровадження систематизованих, узагальнених результатів фундаментальних і прикладних досліджень, одержаних у певних галузях знань та сферах професійних інтересів. Вимоги СТТУ не повинні суперечити обов'язковим вимогам ДСТУ та ГСТУ. Підприємства застосовують СТТУ добровільно, а окремі громадяни – суб'єкти підприємницької діяльності, якщо вважають доцільним використовувати нові передові засоби, технології, методи та інші вимоги, які містяться в цих стандартах. Використання СТТУ для виготовлення продукції можливе лише за згодою замовника або споживача цієї продукції, що закріплено договором або іншою угодою.

**Технічні умови (ТУ)** – нормативний документ, який розробляють для встановлення вимог, що регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції, для якої відсутні державні чи галузеві стандарти (або за потребою конкретизації вимог зазначених документів). ТУ затверджують на продукцію, що перебуває на стадії освоєння і виробляється невеликими партіями. ТУ розробляються на один чи кілька конкретних виробів, матеріалів, речовин, послугу чи групу послуг. Запроваджують ТУ в дію на короткі строки. Термін їх дії обмежений або встановлюється за



погодженням із замовником. Підприємства використовують ТУ незалежно від форми власності та підлеглості, громадяни – суб'єкти господарювання – за договірними зобов'язаннями або ліцензіями на право виготовлення та реалізацію продукції (надання послуг).

**Стандарти підприємств (СТП)** розробляються на продукцію (процес, роботу, послугу), яку виробляють і застосовують (надають) лише на конкретному підприємстві. СТП не повинні суперечити обов'язковим вимогам ДСТУ та ГСТУ. Об'єктами СТП є складові продукції, технологічне оснащення та інструмент; технологічні процеси; послуги, які надають на певному підприємстві; процеси організації та управління виробництвом.

СТП – основний організаційно-методичний документ у діючих на підприємствах системах управління якістю продукції. Як СТП можуть використовуватися міжнародні, регіональні та національні стандарти інших країн на підставі міжнародних угод про співробітництво.

**Технічний регламент (ТР)** – прийнятий органом влади нормативно-правовий документ, що передбачає обов'язковість правових положень і містить технічні вимоги до продукції, процесів, послуг безпосередньо у технічному регламенті або через посилення на стандарти або через відтворення їхнього вмісту.

**Кодекси ustalеної практики** розробляють на устаткування, конструкції, технічні системи, які різняться конструктивним виконанням. В кодексах ustalеної практики зазначають правила та методи розв'язування завдань щодо координації робіт зі стандартизації та метрології, а також реалізації певних вимог технічних регламентів або стандартів.

**Основоположні стандарти** встановлюють організаційно-методичні та загально-технічні положення для визначеної галузі стандартизації, а також терміни, визначення, загально-технічні вимоги, норми та правила, що забезпечують впорядкованість, сумісність, взаємозв'язок та взаємоузгодженість різних видів технічної та виробничої діяльності під час розроблення, виготовлення, транспортування та утилізації продукції, безпечність продукції, охорону навколишнього природного середовища.

**Стандарти на продукцію, послуги** встановлюють вимоги до груп однорідної або певної продукції, послуги, які забезпечують її відповідність за призначенням. У них наводяться технічні вимоги

до якості продукції (послуг) при її виготовленні, постачанні та використанні; визначаються правила прийому, способи контролю та випробування, вимоги до пакування, маркування, транспортування, зберігання продукції або якості наданих послуг.

**Стандарти на процеси** встановлюють основні вимоги до послідовності та методів (засобів, режимів, норм) виконання різних робіт (операцій) у процесах, що використовуються у різних видах діяльності та які забезпечують відповідність процесу до призначення.

**Стандарти на методи контролю** (випробувань, вимірювань, аналізу) регламентують послідовність (операцій), способи (правила, режими, норми) і технічні засоби їх виконання для різних видів та об'єктів контролю продукції, процесів, послуг. У них приводяться уніфіковані методи контролю якості, що засновані на досягненнях сучасної науки і техніки.

### 3.3. Види та принципи стандартизації

Стандартизація як одна з форм діяльності людства починається з узагальнення понять. Стандартизація – це галузь сумісної діяльності вчених, інженерів, економістів, яка полягає перш за все у відборі із численних видів продукції (процесів, робіт, послуг) однакового призначення, одного або невеликої кількості видів цієї продукції (процесів, робіт, послуг) з найкращими якісними показниками і властивостями.

Відібрані зразки продукції (процесів, робіт, послуг) повинні відповідати сучасному досягненню науки і техніки, задовольняти потреби людини та суспільства. Стандартизація встановлює єдині, найбільш раціональні для народного господарства норми, параметри, розміри продукції (процесів, робіт, послуг), вимоги до якості і технології виготовлення продукції, методи контролю та випробувань, правила пакування, маркування, транспортування та зберігання.

Серед основних видів стандартизації можна виділити наступні:

**Міжнародна стандартизація** – це стандартизація, участь в якій є відкритою для відповідних органів усіх країн, наприклад, Міжнародна Організація зі Стандартизації (ISO). Результатом роботи з міжнародної стандартизації є міжнародні стандарти,





прийняті ISO та іншими міжнародними організаціями зі стандартизації, наприклад, CEN – Європейська Організація із Стандартизації.

**Міждержавна стандартизація** – це стандартизація, участь в якій беруть країни СНД. Результатом роботи з міждержавної стандартизації є міждержавні стандарти (ГОСТ).

**Національна стандартизація** – це стандартизація, яка здійснюється на рівні однієї конкретної держави. Результатом роботи з національної стандартизації є національні стандарти, прийняті національним органом зі стандартизації однієї держави. На національному рівні існують наступні види стандартизації: державна і галузева.

**Державна стандартизація** – стандартизація, яка здійснюється урядовими органами і розповсюджується на усі підприємства держави, незалежно від форми власності. Результатом роботи є державний стандарт.

**Галузева стандартизація** – стандартизація, яка здійснюється органами, компетентними у даній галузі народного господарства. Результатом роботи є галузевий стандарт.

**Регіональна стандартизація** – це стандартизація, участь в якій є відкритою для відповідних органів країн лише одного географічного, політичного або економічного регіону. Результатом роботи з регіональної стандартизації є регіональні стандарти, які прийняті регіональною міжнародною організацією зі стандартизації.

**Стандартизація на рівні підприємства** – це розробка стандартів, технічних умов, які використовуються на окремо взятому підприємстві (організації).

Класифікація стандартів наступна: національні, міжнародні, регіональні та міждержавні.

**Національні стандарти** – це стандарти, прийняті національним органом зі стандартизації та доступні широкому колу підприємців і споживачів. Національні стандарти є одним із атрибутів державності та віддзеркалюють специфіку розвитку національної економіки залежно від історичних, географічних та соціальних умов.

**Міжнародні стандарти** – це документи, які базуються на консенсусі та приймаються міжнародними організаціями на



добровільній основі. Вони, як правило, розробляються та приймаються ISO та іншими міжнародними організаціями зі стандартизації і доступні широкому колу користувачів. Наприклад, міжнародні стандарти ISO серії 9000 «Управління якістю» прийнято європейськими та іншими країнами як національні. Згідно з цим міжнародним стандартом продукція (процеси, роботи, послуги) мають відповідати сфері використання або призначенню, задовольняти вимоги споживачів, відповідати стандартам і технічним умовам, чинному законодавству та іншим нормативним вимогам (у галузі екології, із безпеки життєдіяльності тощо).

**Регіональні стандарти** – стандарти, які прийняті регіональною міжнародною організацією зі стандартизації лише одного географічного, політичного або економічного регіону. Вони чітко визначають суть та межі економічних і торгівельних договорів, тому що об'єднують діяльність країн, які визначені близькими за географічним положенням і традиційними зв'язками.

**Міждержавні стандарти** – це стандарти, прийняті країнами, що приєдналися до Угоди про проведення погодженої політики в галузі стандартизації, метрології та сертифікації і застосовувані ними безпосередньо. Міждержавні стандарти діють в усіх країнах СНД. Міждержавна стандартизація може служити прикладом регіональної стандартизації, а стандарти з позначенням індексу ГОСТ – регіональними стандартами.

**Гармонізовані стандарти** – це стандарти, що стосуються одного й того ж об'єкта, які затверджені різними органами, що займаються стандартизацією. Ці стандарти можуть бути різними за змістом і формою подання матеріалу. Гармонізовані стандарти, які ідентичні за змістом і формою подання матеріалу, називають *ідентичними стандартами*. Національні, міжнародні, регіональні, міждержавні стандарти та стандарти підприємств повинні містити визначені технічні правила та умови.

**Показники стандартів** – це характеристика об'єктів стандартизації, що виражається за допомогою умовних одиниць, позначень або понять. До показників стандартів належать показники щодо розмірів виробів, хімічного складу, фізичних властивостей, маси, експлуатаційних якостей, економічності, надійності, нешкідливості, безпеки тощо.



Згідно з методологією та практичною діяльністю стандартизації для вирішення поставлених перед нею завдань слід виділити низку методичних принципів, а саме: плановості; перспективності; оптимальності; динамічності; системності; обов'язковості.

**Принцип плановості** забезпечується шляхом складання перспективних і поточних планів з розробки, розвитку і проведення робіт зі стандартизації. Планування в галузі стандартизації є складовою частиною системи державного планування.

**Принципи перспективності** забезпечуються розробкою і випуском випереджаючих стандартів, в яких запроваджуються підвищені норми та вимоги до об'єктів стандартизації відносно досягнутого рівня.

**Принцип оптимальності** передбачає вироблення й прийняття таких норм, правил та вимог, що забезпечують для держави оптимальні способи використання і розподілу ресурсів: сировинних, матеріальних, енергетичних, економічних, соціальних.

**Принцип динамічності** передбачає періодичну перевірку стандартів та іншої нормативної документації, внесення до них змін, а також своєчасний перегляд і відміну стандартів. Чинні стандарти підлягають перевірці згідно з рядом інформаційних даних.

**Принцип системності** забезпечується розробкою нормативних документів на об'єкти стандартизації, що належать до певної галузі та встановлюють взаємопогоджені вимоги до всіх об'єктів на підставі загальної мети.

**Принцип обов'язковості** визначає законодавчий характер стандартизації.

На основі принципів стандартизації була сформована система методів. Стандартизація в своїй діяльності використовує різноманітні методи, найбільш значними з яких є уніфікація, агрегування, типізація. Ці методи забезпечують взаємозамінність і спеціалізацію на різних рівнях. Розглянемо їх більш детально.

### 3.4. Сутність сертифікації

Складовою частиною діяльності, що стосується технічного регулювання, стали системи сертифікації (від лат. *Sertifico* – підтверджую, засвідчую; *certus* – безсумнівний і *facio* – робити,



діяти, тобто «зроблено правильно»; від франц. certificate; англ. – certification) продукції та акредитації випробувальних центрів і лабораторій.

Сертифікація служить основою державного регулювання безпеки товарів та послуг. Основною метою сертифікації є: захист людини, її майна від несумлінних виробників і продавців; створення умов для конкуренції на ринку товарів і послуг; захист навколишнього природного середовища від негативних наслідків антропогенного впливу та ін.

В Україні основні терміни та визначення у сфері сертифікації встановлені ДСТУ 2462-94 «Сертифікація. Основні поняття. Терміни та визначення», а також у відповідних Законах України.

**Сертифікація** – процедура, за допомогою якої третя сторона дає письмову гарантію, що продукція, процес чи послуга відповідають заданим вимогам.

**Третя сторона** – особа або орган, які визнаються незалежними від сторін-учасників у питаннях, що розглядаються.

**Відповідність** – дотримання всіх установлених вимог до продукції, процесу чи послуги.

**Оцінка (оцінювання) відповідності** – доказ, що встановлені вимоги до продукції, процесу, системи, особи або органу виконано шляхом випробування, здійснення контролю або сертифікації.

**Система сертифікації** – система, яка має власні правила процедури та управління для проведення сертифікації відповідності.

**Система сертифікації однорідної продукції (процесів, послуг)** – система сертифікації, що стосується певної продукції, процесів, послуг, для яких застосовуються однакові конкретні стандарти, правила й процедура.

**Схема сертифікації** – це сукупність та послідовність дій третьої сторони під час оцінки відповідності продукції, послуг, систем якості та персоналу.

**Орган із сертифікації** – орган, який здійснює сертифікації відповідності.

**Сертифікат відповідності** – документ, виданий згідно з правилами системи сертифікації, який вказує на те, як забезпечується необхідна впевненість у тому, що потрібним чином



ідентифікована продукція, процес чи послуга відповідають конкретному стандарту чи іншому нормативному документу.

Отже, сертифікація – визнаний у світі спосіб незалежної оцінки відповідності продукції, процесів і послуг встановленим вимогам. Застосування сертифікації створює передумови для успішного розв’язання низки важливих соціальних й економічних проблем і завдань. Сертифікація – це відповідність якості товарів та послуг міжнародним та Державним стандартам. Це підтвердження безпеки товару або послуги щодо здоров’я і життя людини, її майна і навколишнього природного середовища.

**Метою сертифікації є:**

- ✓ захист споживачів;
- ✓ сприяння споживачеві в компетентному виборі продукції;
- ✓ підтвердження показників якості продукції, які заявлені вироблювачем;
- ✓ створення умов для участі суб’єктів господарювання у міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві та міжнародній торгівлі;
- ✓ запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров’я та майна громадян, навколишнього природного середовища.

Стандартизація та процедура оцінювання відповідності тісно пов’язані між собою. Остання може проводитись лише за наявності нормативних документів, на відповідність якому оцінюється продукція, процес чи послуга. Тобто процедура сертифікації використовує та проводиться за стандартними методиками (за стандартами), що забезпечує достовірність, повторюваність та відтворюваність результатів.

У багатьох випадках, особливо для потенційно небезпечної продукції, держава та споживач мають бути впевнені, що її вироблено відповідно до вимог нормативних документів і з прийнятним на сучасному етапі світової практики рівнем безпеки. Для цього встановлюють процедуру оцінювання відповідності, яка у загальному вигляді передбачає визначення характеристик продукції, встановлення відповідності і заповнення у ній (сертифікація, декларація про відповідність), реєстрацію, акредитацію та інспектування.



Серед обов'язкових умов сертифікації можна виділити наступні умови:

1. Атестацію виробництва;
2. Проведення повного і глибокого випробування продукції, процесів, послуг;
3. Наявність акредитованих випробувальних лабораторій;
4. Здійснення постійного нагляду за якістю продукції, процесів, послуг.

Ефект від проведення сертифікації, передусім, має соціально-економічний характер. У *соціальній сфері*, як уже зазначалося, сертифікація забезпечує захист здоров'я і життя населення, є важливим елементом системи охорони навколишнього природного середовища, підвищення стандартів якості життя населення. Важливим *економічним* результатом сертифікації, регулювання безпеки і якості продукції (процесів, робіт, послуг) є більш повне задоволення потреб населення, зниження витрат споживання або витрат на продукцію, збільшення збуту і, як наслідок, збільшення прибутку виробника й економія витрат споживача.

На рівні суспільства в цілому процедура проведення сертифікації проявляє себе у вигляді зростання надходжень у державний бюджет за рахунок збільшення податкової бази і надходжень митних зборів, а також зменшення витрат держбюджету у зв'язку зі скороченням коштів, що виділяються на охорону здоров'я – виплата допомоги по непрацездатності, витрати на утримання медичних установ та ін. Оскільки послуги органів із сертифікації й випробуванням продукції оплачуються в основному заявником, то зростання надходжень у держбюджет у визначеній мірі йде на утримання і розвиток самої сертифікації, а також метрології і стандартизації, покликаних вирішувати загальну задачу – забезпечення якості продукції і послуг.

Сертифікація стала процедурою, за допомогою якої визнаний у встановленому порядку орган документально засвідчує відповідність продукції, систем якості, систем управління якістю, систем управління довкіллям та систем управління персоналом до встановлених законодавством вимог.

### **Основні об'єкти, що підлягають сертифікації:**

- ✓ продукція (процеси, роботи, послуги);



✓ системи управління якістю, системи екологічного менеджменту, системи управління харчовою безпекою та інші системи менеджменту;

- ✓ землі сільськогосподарського призначення;
- ✓ зони рекреації, ліси тощо.

**Підтвердження відповідності** – дія випробувальної лабораторії третьої сторони, яка засвідчує, що конкретний випробовуваний зразок відповідає конкретному стандарту або іншому нормативному документу. Сертифікація відповідності в редакції Керівництва ISO/IEC 2:1986 визначається як «гарантія третьої сторони у тому, що з адекватним ступенем вірогідності продукція, технологічний процес чи послуга відповідають визначеним стандартам або документам, що встановлюють вимоги до них».

**Систему сертифікації** (у загальному вигляді, складають): центральний орган, який управляє системою, наглядає за її діяльністю і може передавати право на проведення сертифікації іншим органам; правила і порядок проведення сертифікації; нормативні документи, на відповідність яким здійснюється сертифікація; процедури (схеми) сертифікації; порядок інспекційного контролю. Будь-яка система сертифікації використовує стандарти (міжнародні, регіональні, національні), на відповідність вимогам яких здійснюється випробування.

**Учасник системи сертифікації** – орган зі сертифікації, який діє згідно з правилами цієї системи, але не має можливості брати участь в управлінні системою.

**Сертифікат відповідності** – це документ, виданий відповідно до правил системи сертифікації, який зазначає, що дана продукція, технологічний процес чи послуга відповідають вимогам, які визначені стандартами чи іншими нормативними документами, що встановлюють вимоги до них.

**Знак відповідності (знак сертифікації)** – знак, який оберігається законом (сполучення літер, цифр, графічних символів тощо), використовується відповідно до прийнятих правил системи сертифікації і вказує, що дана продукція, технологічний процес чи послуга відповідають конкретним стандартам або іншим нормативним документам, які встановлюють вимоги до них.

**Підтвердження відповідності** – видача документа (декларація про відповідність або сертифікат відповідності) на основі рішення,



яке приймається після проведення відповідних (необхідних) процедур оцінки відповідності, що довели виконання встановлених вимог.

**Орган із сертифікації** – орган, який здійснює сертифікацію відповідності. Орган із сертифікації може сам проводити випробування та контроль за випробуваннями або здійснювати нагляд за цією діяльністю, яка проводиться за його дорученням іншими органами.

**Декларація про відповідність** – документально оформлена в установленому порядку заява виробника, у якій надається гарантія відповідності продукції вимогам, встановленим законодавством.

**Сертифікація систем якості** – перевірка, оцінка та посвідчення акредитованим органом із сертифікації систем якості того, що система якості підприємства, яка перевіряється, відповідає вимогам державного або міжнародного стандарту із системи якості.

**Сертифікат на систему якості підприємства** – документ, виданий згідно із правилами системи сертифікації, який посвідчує, що система якості підприємства, на якому здійснюється перевірка, відповідає вимогам державного або міжнародного стандарту зі системи якості (сертифікат на систему якості видається на певний вид або групу продукції).

З наведених формулювань можна зробити висновок, що сертифікація не пов'язана із забезпеченням того чи іншого рівня якості продукції або послуги, вона лише гарантує споживачеві той факт, що продукція виготовлена, послуга виконана в повній відповідності з вимогами стандартів або інших нормативних документів на дану продукцію чи послугу при однозначному тлумаченні документів і об'єктивних методів перевірки.

### 3.5. Види сертифікації

Сертифікація може мати обов'язковий і добровільний характер. Останнім часом обов'язкова сертифікація часто називається сертифікацією в законодавчо регульованій сфері, а добровільна сертифікація - в законодавчо нерегульованій сфері (табл. 3.1).





*Характеристика основних видів сертифікації*

Ознаки	Види сертифікації	
	обов'язкова	добровільна
Мета сертифікації	запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища	сприяння споживачеві у компетентному виборі продукції; підвищення конкурентоспроможності продукції на товарному ринку
Хто здійснює сертифікацію	проводиться виключно в державній системі сертифікації	проводиться органами, що акредитовані в державній системі сертифікації, а також підприємствами, організаціями, іншими юридичними особами, які взяли на себе функції органу з добровільної сертифікації
Хто є заявником сертифікації	виробники, постачальники продукції	виробники, продавці, споживачі продукції, органи державної виконавчої влади, громадські організації та окремі громадяни
Хто визначає схему сертифікації	орган із сертифікації	заявник за погодженням з органом зі сертифікації
Які параметри перевіряються	віднесені нормативними документами до обов'язкових для виконання	не віднесені актами законодавства та нормативними документами до обов'язкових
Об'єкти сертифікації	продукція, послуги згідно переліку в Держслужбі Технічного Регулювання в Україні	продукція, послуги, системи менеджменту



В результаті проведення сертифікації продукції підприємства матимуть ряд таких *переваг*:

- ✓ покращання менеджменту управління;
- ✓ поглиблення знань щодо процедурних питань, що сприяє прискоренню усунення процедурних проблем;
- ✓ підвищення ступеня задоволення потреб споживачів;
- ✓ додаткові конкурентні переваги продукції порівняно з несертифікованими товарами;
- ✓ розширення частки ринку.

**Обов'язкову сертифікацію** проводять на відповідність щодо вимог чинних національних законодавчих актів та обов'язкових вимог нормативних документів, міжнародних і національних стандартів інших держав. Перелік продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, затверджується Головним національним органом із оцінки відповідності. Роботи з обов'язкової сертифікації здійснюються органами із сертифікації та випробувальними лабораторіями, акредитованими в установленому порядку в рамках діючих систем обов'язкової сертифікації.

Законодавчо закріплені вимоги до товарів повинні виконуватись усіма виробниками на внутрішньому ринку та імпортерами при ввезенні їх на територію України. Номенклатура товарів і послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації в Україні, визначається Держспоживстандартом України.

**Добровільну сертифікацію** проводять на відповідність до вимог, які не віднесені до обов'язкових, тобто в тих випадках, коли суворе дотримання вимог стандартів або іншої нормативної документації на продукцію, процеси або послуги державою не передбачено, тобто коли стандарти або норми не стосуються вимог безпеки і мають добровільний характер для товаровиробника. Якщо для зазначеної продукції встановлені обов'язкові вимоги, то їх завжди включають до вимог добровільної сертифікації.

Добровільну сертифікацію мають право проводити підприємства, організації, інші юридичні особи, що взяли на себе функції органу з добровільної сертифікації, а також органи, що акредитовані в державній системі сертифікації.

Сертифікація в законодавчо нерегульованій сфері проводиться на добровільних засадах у порядку, визначеному договором між замовником (виробником, постачальником) та органом із



сертифікації в системах добровільної сертифікації. Допускається проведення добровільної сертифікації в системах обов'язкової сертифікації органами з обов'язкової сертифікації. Нормативний документ, на відповідність якому проводяться випробування при добровільній сертифікації, вибирається заявником. Заявником може бути виробник, постачальник, продавець, споживач продукції.

На відміну від обов'язкової сертифікації, об'єкти якої і підтвердження їх відповідності пов'язані зі законодавством, добровільна сертифікація стосується лише видів продукції (процесів, робіт, послуг), що не увійшли до обов'язкового переліку і визначаються замовником.

Добровільна сертифікація обмежує доступ на ринок неякісних товарів за рахунок перевірки таких показників, як надійність, естетичність, економічність тощо. Рішення про добровільну сертифікацію пов'язане з проблемами якості, екологічної безпеки і конкурентоспроможності товару, просуванням товарів на ринок (особливо зарубіжний), перевагами покупців, які все більше орієнтуються у своєму виборі на сертифіковані товари.

Серед причин, що спонукають підприємства здійснювати добровільну сертифікацію, важливо відзначити наступні:

- ✓ забезпечення задоволення потреб та надання гарантій споживачам;
- ✓ тиск з боку споживача;
- ✓ забезпечення конкурентоспроможності товарів;
- ✓ необхідність збільшення своєї частки ринку;
- ✓ полегшення просування товарів на ринки збуту;
- ✓ застосування новітніх технологій, що формують безпеку та якість продукції;
- ✓ покращання екологічних показників та якості продукції;
- ✓ підвищення ефективності виробництва;
- ✓ зниження витрат виробництва.

Засоби сертифікації включають стандарти на: продукцію та послуги, процеси і методи контролю.

Протягом останніх років Україна активно впроваджує у практику міжнародні нормативно-правові документи (Правила ЄЕК ООН та Директиви ЄС), які регламентують методики проведення випробувань, вимоги до випробувального обладнання, вимоги до оціночних показників тощо. У сфері випробувань на основі

міжнародного документа прийнято національний стандарт ДСТУ ISO/IEC 17025:2001 «Загальні вимоги до компетентності випробувальних та калібрувальних лабораторій», який встановлює вимоги до компетентності лабораторій у провадженні випробування.

Зaproвадження оптимальних схем, засобів, методів і методик здійснення сертифікації пов'язане з наданням споживачеві гарантій щодо відповідності товарів, які купуються, вимогам конкретних стандартів. З розвитком сертифікації став очевидним її позитивний вплив на торговельні зв'язки між країнами: скорочення термінів одержання дозволу на ввезення для сертифікованих товарів; відсутність повторних випробувань у країні, якщо вона визнавала сертифікат постачальника та ін.

### 3.6. Знаки відповідності

Знак відповідності у сертифікації – захищений у встановленому порядку знак, застосований або виданий відповідно до правил системи сертифікації, який вказує на те, що забезпечується необхідна впевненість у тому, що дана продукція, процес або послуга відповідають конкретному стандарту або іншому нормативному документу (Керівництво ІСО/МЕК 2, п. 14,8 та ДСТУ 2462 «Сертифікація. Основні поняття»). Залежно від сфери застосування розрізняють національні і транснаціональні знаки відповідності.

Національний знак відповідності – знак, що підтверджує відповідність вимогам, установленим національними стандартами або іншими нормативними документами. Він розробляється, затверджується і реєструється національним органом із сертифікації.

Знак відповідності дозволяється використовувати для маркування тільки сертифікованої продукції. Заявники (виробники, продавці) будь-якої країни можуть маркувати свою продукцію національним знаком відповідності за наявності сертифіката відповідності, виданого національним органом із сертифікації, або за наявності угод про взаємне визнання результатів сертифікації (знака) – свідоцтва про визнання, а також після одержання ліцензії на застосування знака відповідності.



Національні знаки відповідності можуть бути загальними для усіх видів продукції або груповими, що підтверджують відповідність визначеної групи або груп однорідної продукції.

В Україні затверджено тільки загальний знак відповідності системи УкрСЕПРО. Його символіка, форма, розміри регламентуються ДСТУ 2296-93 «Національний знак відповідності».

У багатьох країнах також застосовуються загальні знаки відповідності, наприклад, національні знаки відповідності стандартам: Росії – ГОСТ Р, у Німеччині – DIN, в Австрії – «ONORM», Франції – «NF», у Великобританії – «Kitemark», у Польщі – «В» та ін.

У деяких країнах поширені групові знаки відповідності, наприклад, національні знаки відповідності для продовольчих товарів, сільськогосподарської продукції, продукції лісового господарства Японії – JAS.

Транснаціональні (регіональні) знаки відповідності – знаки, що підтверджують відповідність вимогам, установленим регіональними стандартами. Вони застосовуються в країнах визначеного регіону на основі узгоджених стандартів і взаємного визнання результатів сертифікації.

Прикладами транснаціональних знаків відповідності можуть служити знак «CEN», заснований Європейським комітетом із стандартизації (CEN), і знак «CENELEC», заснований Європейською електротехнічною комісією (CENELEC), знак Товариства із сертифікації в Європі (Gesellschaft für Zertifizierung in Europe), який виконано у вигляді стилізованої літери Z. У ці регіональні організації стандартизації входять країни Європейського економічного співтовариства і Європейської асоціації вільної торгівлі. Зазначені транснаціональні знаки підтверджують відповідність продукції вимогам визначених європейських стандартів (EN) або документів CEN (CENELEC) щодо гармонізації стандартів.

У країнах ЄС транснаціональний європейський Знак відповідності «CE», що застосовується, підтверджує відповідність продукції розпорядженням європейських директив і технічних агрешманів. Знак «CE» не може присвоюватися, якщо підтвердження від відповідності провадиться на вимогу національних або



міжнародних стандартів. Знак не застосовується для продукції, що не є об'єктом європейського законодавства.

Знак «СЕ»:

- ✓ підтверджує відповідність продукції вимогам усіх директив, що поширюються на дану категорію виробів;
- ✓ повинен прийматися до уваги органами нагляду кожної країни-члена ЄС і розглядатися як підтвердження відповідності вимогам директив, але не вимогам національних стандартів;
- ✓ проставляється виготовлювачем або проектувальником виробу або імпортером, відповідальним за постачання продукції, що відповідає вимогам директив.

Поряд із знаками відповідності у деяких країнах застосовуються і знаки якості. На відміну від знаків відповідності знаки якості можуть присвоюватися не тільки центрами із сертифікації, але й іншими організаціями, що не входять до національної системи сертифікації.

У Німеччині застосовуються декілька знаків відповідності та якості. Так, товариство із сертифікації Тюф Рейланд (Берлін-Бранденбург) запровадило знаки якості GS – «Перевірено на безпеку», «Bauartgergruft» – знак якості для деталей. Крім цього, застосовується знак «Досліджений на придатність для виробництва харчових продуктів» та ін.

### 3.7. Розвиток сертифікації у світі

Історики знаходять зародки сертифікації ще в давній період: клеймування виробів як підтвердження високої якості роботи майстра; процедура страхування багато століть супроводжувалася оцінкою стану об'єкта, який страхується, що засвідчувалося документально і таке інше. Зокрема, багато виробів з клеймом майстра знаходять під час археологічних розкопок античних міст. В грецьких та римських містах також існував своєрідний метрологічний нагляд – «колегія агрономів» (від 2 до 5 людей) – працівники якого стежили за торгівлею на ринках, захищали права споживачів. Торговельна діяльність регулювалася законодавством, за виконанням якого також слідували агрономи, наприклад, мито на ввезення товарів до міста. «Колегія агрономів» здійснювала контроль за цінами, обміном грошей, перевіркою мір та ваг, ставила



тавро на вагових гирях, а також спеціальному мірному посуді для позначення тим самим еталонного характеру їх об'єму. Вони також підтримували порядок на ринках, наглядали за їх чистотою.

У Західній Європі сертифікація зародилась у XVIII - XIX ст. із середовища ринку на добровільних засадах. Перший сертифікат на продукцію був виданий в Німеччині наприкінці XIX ст. З того часу сертифікація зазнала значних змін і поступово стала звичним явищем. У наш час в європейських країнах діють приватні органи з сертифікації, яким вже понад сто років. Якщо на ранніх етапах появи і розвитку сертифікації в її проведенні був зацікавлений виробник (з метою підвищення конкурентоспроможності своїх товарів) і споживач, то сьогодні вона перетворилась у норму торговельних відносин будь-якого рівня. До вирішення завдань сертифікації залучені громадські й приватні виробники, споживачі та наукові організації, уряди більшості країн, навіть міжурядові організації. Провідні економічні країни почали розвивати процеси сертифікації у 1920-1930 рр.

Так, у 1920 р. Німецький інститут стандартів (DIN) вперше заснував знак відповідності стандартам «DIN», який поширився на всі види продукції, за винятком газового обладнання, обладнання для водопостачання та деякої іншої продукції, для якої передбачено спеціальний порядок проведення випробувань зразків та нагляду за виробництвом. Знак DIN зареєстрований в ФРН відповідно до закону про захист торгових знаків.

Однією з перших систем сертифікації конкретного виду продукції стала система сертифікації електротехнічного й електронного обладнання, що діє під егідою Німецької електротехнічної асоціації (VDE). Це одна з перших систем, створених у країні на початку 1920-х років. Вона організовує розробку національних стандартів у галузі електротехніки, електроніки і зв'язку та здійснює керівництво системою сертифікації цього обладнання відповідно до угоди з DIN.

Під егідою VDE діє чотири системи сертифікації зі своїм знаком відповідності стандартам:

1) електротехнічного обладнання для побутового використання, освітлювального обладнання, трансформаторів безпеки (класу III), телевізійного та радіобладнання тощо;

2) електричних кабелів і шнурів;



3) обладнання на електромагнітні перешкоди, які від нього випромінюються;

4) виробів електронної техніки.

Перші три системи сертифікації є обов'язковими. Практичне керівництво системами сертифікації здійснює Інститут з випробувань і приймання. У Великобританії, наприклад, сертифікація, як і в Німеччині, охоплює багато галузей промисловості та видів товарів. У цій країні діють декілька національних систем сертифікації, найбільша – Британського інституту стандартів. Для продукції, яка сертифікується в системі, затверджено спеціальний знак відповідності британським стандартам, який зареєстрований та охороняється законом. Сертифікація у Великобританії, в основному, носить добровільний характер, за винятком галузей, де за рішенням уряду стандарти обов'язкові для використання.

У Франції перший закон у галузі сертифікації було видано у 1938 році і цілком присвячено правовому регулюванню Національного знака відповідності «FN» (Французький стандарт). Відповідальність за спільну організацію та управління системою було покладено на Французьку асоціацію зі стандартизації (AFNOR). Система сертифікації знака «FN» означає, що продукція, яка пройшла сертифікацію відповідно до встановлених правил, повністю відповідає вимогам французьких стандартів. Таким чином, в основу системи покладено виключно національні стандарти, які розроблюються та затверджуються AFNOR. Знак «FN» зареєстровано у Франції відповідно до закону про торговельні та сервісні знаки.

Сьогодні сертифікація продукції (процесів, робіт, послуг) здійснюється у рамках існуючих міжнародних і національних систем сертифікації, діяльність яких визначається основоположними стандартами організаційно-методичного характеру, розробленими у рамках Міжнародної організації зі стандартизації (ISO) за активної участі Міжнародної електротехнічної комісії (IEC). На початку 1970-х років ISO для розробки способів взаємного визнання національних і регіональних систем сертифікації та міжнародних знаків відповідності продукції вимогам стандартів і технічних регламентів, насамперед, у галузі забезпечення безпеки споживачів, захисту навколишнього





природного середовища і охорони здоров'я населення, було створено Комітет Ради ISO зі сертифікації – CERTIKO. Цим комітетом підготовлено зведення принципів сертифікації, що отримало назву «Кодекс принципів ISO/IEC по системах сертифікації третьою стороною на відповідність стандартам». Кодекс виходить із необхідності застосування міжнародних стандартів у національних системах сертифікації. Напрями розвитку сертифікації у світі наведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

## Розвиток сертифікації в світі

Назва	Сутність робіт та напрямки робіт	Особливості проведення процедур сертифікації
1	2	3
ISO	Проведення робіт із стандартизації, метрологічного забезпечення та сертифікації у всіх галузях окрім електро-технічної. Обов'язкової сертифікації немає. Замість неї впроваджено оцінювання відповідності з використанням модульного підходу, і для багатьох товарів, зокрема, „самосертифікацію”. Добровільна сертифікація базується на оцінці ризику, тобто рівня безпеки кожного виду продукції і послуг	Залучення світового наукового і виробничого потенціалу через постійне членство або як спостерігача. Обов'язкові вимоги стосуються лише здоров'я і безпеки споживачів (зокрема, інформування споживачів), добровільні стандарти до таких параметрів продукції (послуг), як якість, надійність, міцність тощо. Для продукції, поєднаної з можливою небезпекою, існує жорсткіша процедура оцінки відповідності
IEC	Проведення робіт із стандартизації і сертифікації в галузі електротехніки, зв'язку, телекомунікацій. Система сертифікації передбачає здійснення обов'язкової процедури визнання національних сертифікатційних центрів	Використання світового науково-технічного потенціалу. Процес розробки стандартів до трьох років. Інші особливості проведення стандартизації і сертифікації аналогічні ISO



1	2	3
CEN, CENE LEC	Процедури стандартизації і сертифікації гармонізовані із стандартами ISO, ІЕС. Діють дві системи сертифікації продукції: надання знака відповідності «CEN», підтвердження національних сертифікаційних випробувань	Гармонізація робіт із ISO, ІЕС національними організаціями із стандартизації і сертифікації в європейських країнах. Сприяння економічному розвитку, розробка соціальних стандартів. Захист економічних інтересів ЄС
EOTCEL SE COM	Надання допомоги країнам ЄС та Асоціації вільної торгівлі в укладенні угод про взаємне визнання результатів оцінювання відповідності. Розробка правил діяльності органів із сертифікації. Сертифікація інформаційних технологій	Довіра до протоколів випробувань і сертифікації. Формування зв'язків, погодження інтересів між постачальниками та споживачами товарів і послуг. Оцінювання відповідності інформаційних технологій
WECC, EURO LAB	Дослідження у галузі сертифікації. Представлення поглядів лабораторій стосовно технічних питань. Забезпечення якості і єдності вимірювань у промисловості, торгівлі, охороні НПС	Узгодження інтересів випробувальних лабораторій. Визнання результатів сертифікації в ЄС
UN/ ECE, ЄЕС, СЕС	Неспеціалізовані організації в галузі сертифікації. Сприяння економічному розвитку та співпраці європейських країн. UN/ECE сприяє обміну інформацією та координації політики в галузі стандартизації і сертифікації всіх зацікавлених органів. Створення систем обов'язкової і добровільної сертифікації в межах вимог стандартів EN 45000.	До пріоритетних напрямків роботи належать: захист НПС, сприяння розвитку торгівлі, економічне прогнозування, розроблення екологічних стратегій розвитку. Розробка директив щодо: безпеки харчової продукції, енергозбереження, уніфікації процедур митного контролю, врахування економічних факторів при розробленні стандартів



1	2	3
Комісія Codex Alimentarius, FAO	Запровадження інноваційних розробок в різних галузях економіки: безпека сировини і продукції, стандартизація показників експорту сільськогосподарської продукції всіх видів, гармонізація стандартів, розробка директив із експорту (імпорту) продукції. Охорона здоров'я	Використання системного підходу до розробки стандартів. Ідентифікація процесів взаємодії та управління на всіх етапах життєвого циклу продукції. Врахування екологічних вимог щодо якості земель, технологій вирощування, зберігання, переробки, упаковки, маркування продукції. Логістика збуту
Національна система сертифікації Франції	AFNOR здійснює регулярний контроль безпеки продукції. Головна мета присвоєння знаку відповідності «NF» як сервісного знаку у більшості галузей промисловості та сільського господарства	Сертифікація небезпечної продукції здійснюється третьою стороною, а для іншої достатньо декларації виробника
Національна система сертифікації Німеччини	Німецький інститут стандартизації (DIN). Основою сертифікації є закони в галузі охорони здоров'я населення, захисту довкілля, безпеки праці, інтересів споживачів та економії ресурсів. Функціонує сертифікація на урядових засадах (обов'язкова) та неурядова (незалежна). Обов'язкова сертифікація виконується до: продуктів харчування, будівництва і техніки зв'язку	Перевірка якості продукції переважно проводиться в незалежних контрольно-випробувальних лабораторіях. Нагляд за діяльністю таких лабораторій здійснює Німецьке товариство товарних знаків. Маркування знаком „DIN” є добровільним і віднесено за класифікацією ISO до „Заяви виробника про відповідність”. Сертифікація систем якості здійснюється комерційними організаціями



1	2	3
Національна система сертифікації США	В США існує дві системи стандартизації і сертифікації: федеральна і добровільна. Координацію всіх робіт здійснює ANSI (Американський національний інститут стандартизації). Особливість національної системи – великі обсяги робіт із сертифікації проводять в університетах. Сертифікаційними випробуваннями продукції в США займається біля 2000 лабораторій	Розрізнені підходи до галузевої сертифікації та акредитації. Посилені вимоги із сертифікації побутового обладнання. Інтенсивні роботи із гармонізації стандартів щодо технологій, техніки і обладнання
Національна система сертифікації Японії	Керівництво роботами здійснює Міністерство зовнішньої торгівлі та промисловості. В Японії здійснюється нагляд за продукцією, який включає: перевірку виробництва на підприємстві і випробування та інспекційний контроль	Особливістю сертифікації є використання стандартів, як на продукцію та на технології її виготовлення. Перш за все сертифікується небезпечна продукція. Держава сприяє підвищенню якості товарів
Система сертифікації Російської Федерації	В російській Федерації діє державна система сертифікації – ГОСТ Р. Система сертифікації ГОСТ Р призначена, в першу чергу, для проведення обов'язкової сертифікації. Добровільну сертифікацію проводить переважно Російська асоціація якості та інші спеціалізовані організації	Використовуються схеми сертифікації які визнані в ISO/IEC. Проводиться гармонізація стандартів ISO, IEC та участь Держспоживстандарту Російської Федерації в їх розробці



1	2	3
бюро Верітас, СЖС, Органік Стан-дарт, Control Union Ukraine, Lacon, ІМО	Сертифікація систем менеджменту. Сертифікація якості агропромислової сировини і продукції. Прослідкування життєвого циклу продукції з метою сертифікації. Навчання та консалтинг у галузі сертифікації. Проведення робіт із екологічної сертифікації сільськогосподарської продукції в Органік Стандарт, BioKontrol Hungary, ІМО	Використання системного підходу до аудиту і сертифікації систем менеджменту, агропромислової сировини і продукції. Ідентифікація процесів життєвого циклу продукції. Врахування екологічних вимог щодо якості земель, технологій вирощування, зберігання, переробки, упаковки, маркування продукції
ДСТР України	Обов'язкова стандартизація практично всієї продукції, що є бар'єром для впровадження інновацій через надмірно обов'язкові до виконання вимоги. Процедуру сертифікації впровадив і контролює переважно ДСТР України та його підрозділ УкрСЕПРО	Використовуються схеми сертифікації які визнані в ISO/IEC. Проводиться гармонізація стандартів ISO, IEC та участь ДСТР України в їх розробці. Обов'язкову сертифікацію продукції, послуг та добровільну проводить УкрСЕПРО

### Питання для самоконтролю

1. Основні завдання Державної Служби Технічного Регулювання України.
2. Що таке стандартизація?
3. Чим відрізняється сертифікат від нормативного документа?
4. Основні завдання державної служби стандартизації.
5. Об'єкт та предмет державної служби стандартизації.
6. Які види державних стандартів ви знаєте?
7. Що таке метрологія?
8. Особливості проведення державної стандартизації в Україні.
9. Що таке ліцензія?
10. Чим відрізняється стандарт відповідності від знаку відповідності?



## СТАНДАРТИЗАЦІЯ І СЕРТИФІКАЦІЯ ПРОДУКЦІЇ

В даному розділі розглянуто основні поняття, види методи та засоби сертифікації та стандартизації. Стандартизація – діяльність, яка спрямована на досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній галузі шляхом встановлення положень для загального і багатократного використання у відношенні реально існуючих або перспективних завдань. Розрізняють міждержавну, національну, державну, галузеву, регіональну та міжнародну стандартизації. Сертифікація – це перевірка відповідності якості продукції міжнародним та державним стандартам. Розрізняють обов’язкову і добровільну сертифікацію.

**Після вивчення даної теми ви зможете:**

- ✓ використовувати правові та організаційні основи стандартизації в Україні;
- ✓ засвоїти основні особливості екологічної сертифікації продукції;
- ✓ знати міжнародні аспекти стандартизації і сертифікації;
- ✓ використовувати на практиці особливості та інновації в галузі екологічної стандартизації і сертифікації.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** стандартизація, якість продукції, стандарт, система менеджменту якості, екологічне маркування, безпека харчових продуктів, знак відповідності, екологічна стандартизація і сертифікація, екологічно безпечне сільськогосподарське виробництво.

### ОСНОВНІ ПИТАННЯ

- 4.1. Правові та організаційні основи стандартизації в Україні.
- 4.2. Особливості проведення сертифікації в Україні.
- 4.3. Міжнародні аспекти стандартизації і сертифікації.
- 4.4. Особливості екологічної стандартизації і сертифікації.
- 4.5. Інноваційні аспекти розробки екологічних критеріїв для харчових продуктів.



#### 4.1. Правові та організаційні засади стандартизації в Україні

Власна стандартизація – це один з атрибутів державності, а з іншого боку – нормативним засобом управління у всіх галузях економіки, охорони навколишнього природного середовища, торгівлі тощо. Аналіз призначення та історії розвитку стандартизації свідчить про те, що стандартизація – об’єктивна реальність та одна з форм дії економічних законів розвитку суспільства. Принципові положення державної системи метрології, стандартизації та сертифікації в Україні відображені в Законах України «Про метрологію і метрологічну діяльність», «Про стандартизацію», «Про підтвердження відповідності».

**Державна система стандартизації** є комплекс взаємопов’язаних правил і положень, які визначають:

- ✓ методика, організацію, порядок проведення робіт зі стандартизації;
- ✓ розробку, втілення, обіг стандартів та інших нормативних документів;
- ✓ внесення змін та доповнень, перегляд стандартів;
- ✓ правила оформлення та побудови стандартів у всіх галузях народного господарства і на всіх рівнях управління.

Правові та організаційні засади стандартизації в Україні встановлює Закон України «Про стандартизацію». Закон регулює відносини, пов’язані з діяльністю у сфері стандартизації та застосуванням її результатів, і поширюється на суб’єкти господарювання незалежно від форми власності та видів діяльності, органи державної влади, а також на відповідні громадські організації. Центральний орган виконавчої влади у сфері стандартизації організовує, координує та провадить діяльність щодо розроблення, схвалення, прийняття, перегляду, зміни, розповсюдження національних стандартів відповідно до цього Закону і як національний орган стандартизації представляє Україну в міжнародних та регіональних організаціях із стандартизації.

Центральний орган виконавчої влади у сфері стандартизації виконує такі основні функції:

- ✓ забезпечує реалізацію державної політики у сфері стандартизації;



✓ **вживає заходів щодо гармонізації розроблюваних національних стандартів з відповідними міжнародними стандартами;**

✓ бере участь у розробленні й узгодженні технічних регламентів та інших нормативно-правових актів з питань стандартизації;

✓ встановлює правила розроблення, схвалення, прийняття, перегляду, зміни та втрати чинності національних стандартів, їх позначення, класифікації за видами та іншими ознаками, кодування та реєстрації тощо.

Розробку, затвердження, втілення в життя питань стандартизації проводить ДСТР України.

**Об'єктами стандартизації** є конкретна продукція, норми, вимоги, методики вимірів, відповідні позначення і т.д., які володіють перспективою багаторазового застосування в науці, техніці, виробництві, при проведенні контролю за станом навколишнього природного середовища та міжнародній торгівлі.

Державні стандарти розробляють на об'єкти міжгалузевого застосування, які необхідні для єдності і взаємозв'язку в різних галузях науки і техніки, виробництва, охорони навколишнього природного середовища, добування сировини тощо.

Наприклад, об'єктами державної стандартизації є терміни, одиниці вимірювань, показники якості продукції. Об'єктами галузевої стандартизації можуть бути прилади, вироби, окремі види продукції, тобто вироби обмеженого використання. Існують також стандарти окремих підприємств, наприклад, нормативні документи у галузі організації і управління виробництвом та якості продукції.

Державні стандарти містять обов'язкові та рекомендовані вимоги.

До обов'язкових належать, наприклад:

- ✓ вимоги до якості продукції і техніки безпеки;
- ✓ вимоги з питань взаємосумісності виробів;
- ✓ вимоги до методик вимірів.

Обов'язкові вимоги нормативних документів підлягають безумовному дотриманню згідно зі своїм призначенням органами управління, підприємствами незалежно від форм власності. Рекомендовані вимоги зумовлюються окремими законодавчими актами України, договорами на виготовлення і постачання



Позначення державних стандартів України здійснюється таким чином:

✓ ДСТУ 1.5-93 Загальні вимоги до побудови, викладання, оформлення та змісту стандартів.

✓ Стандарти на продукцію для внутрішнього та зовнішнього ринку позначаються буквою Е: 8-82Е, а стандарти для експорту – буквою Э: 10-16-70Э.

✓ Стандарти держави гармонізовані зі стандартами ISO, позначаються – ДСТУ ISO.

Детальні вимоги з питань організації робіт зі стандартизації наведені у ДСТУ 1.0-93 «Державна система стандартизації України. Основні положення» та ДСТУ 1.2-93 «Державна система стандартизації України. Порядок розроблення державних стандартів» та в інших стандартах.

## **4.2. Особливості проведення сертифікації продукції в Україні**

Сертифікацією на відповідність є дія, яка проводиться з метою підтвердження через сертифікат відповідності або знак відповідності, що виріб чи послуга відповідають певним стандартам або технічним умовам.

Основні терміни і визначення у галузі сертифікації наведені в ДСТУ 2462-94, а саме: законодавчою базою створення і функціонування національної системи сертифікації України є Закони України «Про захист прав споживачів», «Про охорону праці», «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про акредитацію органів із оцінки відповідності», «Про підтвердження відповідності», «Про стандартизацію».

В Україні сертифікація продукції здійснюється згідно з «Переліком продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні», затвердженим наказом Держстандарту України від 30.06.1993 р. Сертифікація продукції проводиться за вимогами Системи сертифікації УкрСЕПРО, яка призначена для проведення обов'язкової та добровільної сертифікації продукції, процесів, послуг. В системі УкрСЕПРО здійснюються такі види діяльності: сертифікація продукції, послуг, процесів; акредитація органів сертифікації; акредитація аудиторів і т.д.



Для виконання робіт сертифікації, атестації та акредитації використовують державні стандарти: ДСТУ 2462-94 «Сертифікація. Основні поняття. Терміни та визначення», ДСТУ EN 45001-98 «Загальні вимоги до діяльності випробувальних лабораторій», ДСТУ EN45011-98 «Загальні вимоги до органів із сертифікації продукції» та ін.

Обов'язкова сертифікація продукції проводиться на відповідність обов'язковим вимогам законодавчих актів та національних нормативних документів, міжнародних та національних стандартів інших держав, що чинні в Україні.

Добровільна сертифікація проводиться на відповідність вимогам, що не віднесені до обов'язкових. При цьому сертифікація на відповідність усім обов'язковим вимогам, якщо вони встановлені для цієї продукції, проводиться обов'язково.

З розвитком економічних відносин, торгівлі, науки, техніки, технологій необхідність проведення об'єктивних, незалежних випробувань виробів як для виробника, так і для споживача тільки зростає.

Сертифікація третьою стороною здійснюється системою органів, які не стосуються ні виробника, ні споживача продукції. Це офіційні центри (лабораторії), контролюючі органи і національні організації зі стандартизації, метрології та сертифікації.

### **4.3. Міжнародні аспекти стандартизації і сертифікації**

Відомо, що при виробництві товарів досягнути відповідності всім стандартам практично неможливо і досить дорого. Тому, саме система сертифікації може забезпечити оптимальну гарантію того, що продукція відповідає найкращим показникам.

Значною мірою забезпеченню конкурентоздатності українських товарів на світовому ринку сприятиме надання можливості виробникам товарів попередньо ознайомитися з вимогами загальноновизнаних міжнародних стандартів та національних стандартів країн світу – потенційних торговельних партнерів України. Потреба в міжнародних стандартах відчувається кожного разу, коли країни починають взаємодіяти у сферах товарообміну, транспорту, передачі інформації, співробітництва в науці й техніці і т.д. В сьогоdnішньому світі, в якому ринки мають глобальний



характер, а нові продукти і технології поширюються з великою швидкістю, потреба в міжнародній стандартизації тільки зростає.

Після другої світової війни була заснована Міжнародна Організація зі Стандартизації (ISO). Разом ISO та IEC (Міжнародна електротехнічна комісія) створюють систему добровільної стандартизації, яка обслуговує потреби глобальних ринків. У світі все більше назріває необхідність і зацікавленість країн у створенні єдиної системи сертифікації, узгодженої політики в даній галузі у світових масштабах. У зв'язку з цим особливої уваги потребує міжнародна співпраця між організаціями ISO, ООН, Міжнародним торговим центром, Генеральною угодою з тарифів і торгівлі (GATT).

В ISO створений спеціальний комітет із оцінки відповідності CASCO. Даний комітет вирішує питання вивчення методів оцінки відповідності продукції сертифікатам, підготовки міжнародних документів з методичного забезпечення, співпрацює з питаннями визнання національних, регіональних систем забезпечення якості і відповідного використання міжнародних стандартів, проводить оцінку системи сертифікації та ін.

Сертифікація продукції, як інструмент технічного регулювання та обов'язковість її проведення для певних груп продукції передбачена більше як 30 законами України. Правила і процедури такої сертифікації відповідають вимогам GATT/WTO (Генеральної Угоди про тарифи і торгівлю Світової організації торгівлі).

Широка сертифікація дає суспільству цінні економічні і соціальні переваги, наприклад: ефективний контроль аспектів безпеки вітчизняних та імпортованих продуктів і товарів, забезпечення якості державних закупівель, дотримання вимог санітарії, експорт національних продуктів на експортних ринках, забезпечення продовольчої безпеки населення в умовах збільшення антропогенного тиску на навколишнє природне середовище.

В промислово розвинутих країнах практикується сертифікація продукції та сертифікація систем якості.

Міжнародні норми і правила сертифікації знайшли відображення в Настановах ISO/IEC та в європейських стандартах EN 45001, 45002, 45003, 45011, 45012, 45013, 45014. Такі настанови містять норми, правила, порядок, вимоги до структури, організації та діяльності випробувальних лабораторій, органів із сертифікації



продукції, органів із оцінювання та реєстрації (сертифікації) систем якості. Стандарти EN серії 45000 розроблені на базі Настанов ISO/IEC. До складу стандартів EN серії 45000 входять такі документи, наприклад:

- ✓ EN 45001 «Загальні вимоги до діяльності випробувальних лабораторій»;
- ✓ EN 45002 «Загальні вимоги до оцінювання (атестації) випробувальних лабораторій»;
- ✓ EN 45003 «Загальні вимоги до органів з акредитації лабораторій»;
- ✓ EN 45011 «Загальні вимоги до органів сертифікації продукції»;
- ✓ EN 45012 «Загальні вимоги до органів з сертифікації систем якості».

Якість найрізноманітнішої продукції має безпосереднє відношення (значення) до екологічних чинників, а звідси – і до людини. Реалізацією продуктів харчування, товарів повсякденного попиту займається торгівля, якій часто заважає той факт, що сторони, які займаються визначенням відповідності, не надають однакового значення звітам про випробування, сертифікатам якості та іншим документам, якими користуються постачальники (навіть за умови «цивілізованої» торгівлі). Це створює бар'єри в торгівлі або під час випробувань і потребує багаторазової експертизи. Угоди про взаємне визнання можуть допомогти розв'язати деякі проблеми, пов'язані з бар'єрами в торгівлі.

**За ступенем обов'язковості** угоди про взаємне визнання розрізняють таким чином:

**1.** Взаємна заява про необмежене прийняття роботи один одного. Цей тип угоди зобов'язує осіб, які поставили свої підписи, сприяти прийняттю роботи інших осіб, які поставили підписи, на тій же угоді, що і свої власні.

**2.** Взаємне прийняття звітів один у одного з випробування контролю і експертизи. Сторони, що підписали таку угоду залишають за собою можливість проводити додаткові випробування на рахунок видачі сертифіката. Обов'язковим є взаємне зобов'язання щодо обміну інформацією сторін.

**3.** Створення головного реєстру або переліку всієї продукції, всіх систем якості, які схвалені кожною стороною або особою, яка



підписала угоду. Такий тип угоди зобов'язує щонайменше одну сторону, яка підписала її, прийняти положення про те, що його власні схвалення з'являються в окремому реєстрі або переліку поряд зі схваленнями інших сторін або осіб, які підписали угоду та ін.

Отже, взаємна довіра сторін, або осіб, які підписали угоду, є попередньою умовою підписання угод. Для цього необхідно проводити роботи з відповідності національних організацій до міжнародних вимог (Настанов ISO/ICE), із гармонізації всіх видів робіт (експертизи, методів контролю, процедур сортування та ін.)

#### **4.4. Особливості екологічної стандартизації і сертифікації**

Стандартизація прискорює процес використання досягнень науки на практиці, оскільки результати досліджень, які мають прикладне значення, набувають нормативного характеру у вигляді нормативно-технічного документа. Із розвитком стандартизації все більшу увагу приділяють економічним, екологічним, правовим і науково-методологічним питанням. Стандартизація включає не тільки розробку і прийняття обов'язкових стандартів, а й здійснення різних функцій, що забезпечують масове або серійне виробництво продукції високої якості із дотриманням екологічних вимог, найважливішими з яких є:

- ✓ *організаційна*: забезпечення інтенсифікації, розроблення промислових методів виробництва;
- ✓ *планування*: встановлення науково обґрунтованих параметрів і рівня якості продукції як вихідних даних для планування і встановлення термінів досягнення цих показників;
- ✓ *забезпечення якості*: визначення оптимальних вимог до якості продукції й сприяння їх підвищенню та виконанню з врахуванням екологічних вимог;
- ✓ *економічна*: забезпечення виробництва продукції оптимальної якості та її конкурентоздатності на міжнародному ринку за всіма показниками;
- ✓ *систематизації*: класифікація і кодування продукції, термінології, визначень, знаків, символів, екологічних та інших видів маркування;



✓ **взаєморозуміння:** забезпечення взаєморозуміння в усіх галузях народного господарства, полегшення внутрішньої й міжнародної торгівлі, зв'язків, обміну науковим і технічним досвідом управління на різних рівнях;

✓ **соціальна:** дотримання правил техніки безпеки й сприятливих умов праці;

✓ **пропаганди:** сприяння запровадженню передових ідей науки і техніки у виробництво, широке використання у всіх галузях економіки.

Новітні задачі у сфері стандартизації і сертифікації є вкрай важливими та засвідчують розвиток економіки, екологічну та економічну безпеку, розвиток науки і технологій у всіх галузях діяльності суспільства. При цьому необхідно враховувати такі реалії сьогодення, як: глобалізація світової економіки, конкурентоспроможність та відповідність продукції і послуг екологічним та соціальним вимогам, якість продукції і НПС, як об'єктивні фактори економічної діяльності та життєзабезпечення суспільства.

Таким чином, розвиток **екологічної стандартизації та сертифікації** необхідно розглядати як систему нормативного й інформаційного забезпечення, інструментарій екологічного менеджменту, екологізації виробництва і торгівлі, сукупність вимог багатьох сфер життєзабезпечення населення, систему врахування процесів глобалізації і конкуренції у національних економіках, що розвиваються за положеннями випереджаючої стандартизації.

**Цілями** екологічної стандартизації і сертифікації є:

✓ виробництво екологічно безпечної, органічної продукції;  
✓ створення умов для життєзабезпечення громадян;  
✓ забезпечення екологічної безпеки, охорона життя і здоров'я громадян, формування національної безпеки держави в умовах існуючої екологічної кризи;

✓ трансформація системи обов'язкової сертифікації у систему оцінки відповідності згідно з вимогами міжнародних та європейських норм і правил;

✓ модернізація законодавчої бази у сфері оцінки відповідності, державного нагляду за ринком та захисту прав споживачів відповідно до вимог СOT та законодавства ЄС;



✓ забезпечення ефективного застосування методів і засобів стандартизації для сприяння успішному розвитку пріоритетних для національної економіки секторів із високим потенціалом розвитку і зростання, підвищення конкурентоспроможності та якості вітчизняної продукції, робіт чи послуг та ін.

Одним з перших, одночасно найбільш обґрунтованих напрямків, який стрімко розвивається, потребує екологічної сертифікації є виробництво сільськогосподарської сировини та продукції. У всьому ланцюзі виробництва продовольства відбуваються процеси, які можуть впливати на довкілля і прямо або опосередковано на здоров'я населення. Таким чином, вплив способів сільськогосподарського виробництва на здоров'я людини визнається як інтегрований елемент оцінки екологічних ризиків, пов'язаних із сільським господарством. В ЄС прийняті спеціальні нормативи, постанови і правила з метою формування відповідності в маркуванні екологічно чистої продукції: Регламент ЄС № 853/2004 Європейського Парламенту та Ради Європи від 29.04.2004 «Про встановлення спеціальних правил гігієни харчової продукції» і Регламент ЄС № 854/2004 Європейського Парламенту та Ради Європи від 29.04.2004 «Про встановлення спеціальних правил стосовно організації офіційного контролю продукції тваринного походження, призначеної для людського споживання» та ін.

Значимість екологічно безпечного сільськогосподарського виробництва також підкреслюється створенням ще у 1970- х роках Міжнародної організації розвитку екологічного сільськогосподарського виробництва (IFOAM), яка об'єднує 750 організацій у 108 країнах світу. Вона співпрацює із GEN, до якої приєдналась і Україна у 2004 році.

Державне нормування показників якості харчових продуктів, продовольчої сировини і супутніх матеріалів проводиться шляхом встановлення норм цих показників у нормативно-правових актах, стандартах. При цьому методики і засоби вимірювальної техніки мають бути атестовані, вся нова продукція повинна проходити реєстрацію та сертифікацію, в тому числі систем управління якістю. Актуальність, наприклад, сертифікації харчової продукції підкреслюється тим, що в організм людини з їжею надходить до (50 – 80%) сторонніх хімічних речовин. Тобто вся продукція, і не тільки



харчові продукти, повинні проходити перевірку на відповідність, на сумісність з людиною та безпекою для довкілля.

Окремим важливим питанням є використання харчових добавок. Станом на 2007 рік використовується така їх кількість: в Російській Федерації – 460, США – 1500, Україні – 260, на той час, коли ФАО ВООЗ дозволено близько 2000.

Ще однією важливою передумовою розвитку екологічних стандартизації і сертифікації є швидке поширення використання генетично модифікованих організмів та сільськогосподарських культур. Головною причиною тривоги населення та ризиків використання генетично модифікованих сільськогосподарських культур є відсутність достовірної інформації про шкоду чи безпеку таких організмів і культур. Більшість країн світу ввели спеціальне маркування генетично модифікованої продукції на вимогу споживачів та органів із стандартизації і сертифікації такої продукції. В Україні маркування генетично модифікованої продукції введено Держспоживстандартом з 1 листопада 2007 року. Тому необхідно розробити закон в Україні, який має регламентувати всі організаційні аспекти щодо ввезення у країну генетично модифікованої продукції, способів її використання та обов'язкового маркування тощо.

Світовий досвід та стандарти Міжнародної організації зі стандартизації засвідчують доцільність використання стандартів системи НАССР, що поєднує практичні підходи профілактики та попередження, і процедур впровадження даної системи. Концепція НАССР включає системний підхід до визначення оцінки та контролю біологічних, фізичних чи хімічних ризиків у процесі вирощування, транспортування, збереження і перероблення продуктів харчування. В Україні діє національний стандарт ДСТУ 4161 – 2003 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги», який забезпечує використання принципів НАССР на практиці, зокрема критичних точок управління щодо ризиків використання генетично модифікованої продукції. Отже, аналіз, вивчення та обґрунтування використання генетично модифікованої продукції потребує еколого-економічного обґрунтування її використання на основі стандартів серій ДСТУ ISO 14000, ДСТУ ISO 9000, системи НАССР. Врахування стану довкілля та вимог стандартів для екологічної сертифікації продукції наведено на





рис. 4.1.



Рис.4.1. Врахування стану довкілля та вимог стандартів для екологічної сертифікації продукції



Одним із вагомих еколого-економічних, соціальних аспектів екологічного маркування є врахування екстернальних ефектів від комплексного впливу об'єктів промисловості, сільського господарства, транспорту та в цілому всіх видів антропогенної діяльності людини, що вкрай важливо при системному вивченні стану, тенденцій, перспектив використання і збереження довкілля та врахуванні синергетичного ефекту. Наприклад, одними з перших практичних робіт із врахування синергетичних ефектів є постанови ЄС, де у 1992 році створено системи спрямовані на популяризацію і захист харчових продуктів із наступною аббревіатурою PDO (Protected Designation of Origin – захищене позначення джерела походження, поняття, що використовується для опису харчових продуктів, які виробили, приготували в певному географічному районі з використанням визначених технологій). Тобто, в такому маркуванні закладений системний підхід до життєвого циклу продукції (подібне маркування продукції є в Канаді під назвою «безпечно для лососів»), що і буде вирішуватись за допомогою екологічної сертифікації у сфері природокористування (рис. 4.2).



Рис. 4.2. Екологічне маркування

а) маркування продукції в ЄС, що засвідчує простежуваність: життєвого циклу продукції, використання визначеної технології виготовлення, географічні та природні умови місця вирощування сировини та виробництва продукції; б) „безпечно для лососів“

Визнання українського знаку на міжнародному рівні є одним із важливих факторів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції українських виробників на світовому ринку.



Національний університет  
водного господарства  
та природокористування



Рис. 4.3. Екологічне маркування: «Екологічно чисто і безпечно»

В різних країнах екологічне маркування проводиться за різними законодавчо-нормативними документами так, наприклад, в Російській Федерації проводиться для окремих міст, регіонів тощо.



а)

Національний університет  
водного господарства  
та природокористування



б)



в)



г)

Рис. 4.4. Системи сертифікації продукції за екологічністю:

а) система сертифікації продукції за критеріями екологічності (Санкт-Петербург, орган із сертифікації АНО «ТЕСТ - С.-Петербург»), б) «Петербургская марка качества»; в) система добровільної сертифікації «БИО» (Московська область, орган із сертифікації - ООО «Эко-Контроль»); г) система обов'язкової сертифікації за екологічними вимогами (м. Москва, Орган із сертифікації - «Міжнародний екологічний фонд»)

Стрімкий розвиток екологічних виробництв як вимога економічних, політичних, екологічних та соціальних передумов розвитку країни, потребує наукового обґрунтування процесів, при яких виготовляється екологічно безпечна продукція.



Першими кроками методичного забезпечення процедур встановлення екологічності товарів є:

- ✓ робота УкрСЕПРО з процедур встановлення обов'язкової сертифікації продукції згідно вимог Державної Служби Технічного Регулювання України;
- ✓ робота організації «Екомедсервіс» зі встановлення відповідності якісних характеристик продукції;
- ✓ консалтингові послуги фірми «Біолан2»;
- ✓ розробка стандартів в Технічних Комітетах Мінагрополітики та ДСТР України;
- ✓ розробка стандартів в ISO про типи екологічного маркування;
- ✓ Регламент комісії ЄС Т 889/2008 від 5 вересня 2008 р. «Детальні правила щодо органічного виробництва, маркування і контролю для впровадження Постанови Ради ЄС Т 834/2007 стосовно органічного виробництва і маркування органічних продуктів»;
- ✓ Постанова Кабінету Міністрів України від 18 травня 2011 р. № 529 «Про затвердження Технічного регламенту з екологічного маркування» та ін.

#### **4.5. Інноваційні основи розробки екологічних критеріїв для харчових продуктів**

Розвиток світової економіки здійснюється в рамках концепції, яка передбачає екологізацію суспільного розвитку, включаючи міжнародну торгівлю. Найбільш важливими інструментами, за допомогою яких можливо забезпечити екологізацію міжнародної торгівлі, є: екологічні маркетинг, екологічна сертифікація продукції, послуг і сировини; сертифікація систем управління, в тому числі інтегрованих; екологічне маркування; розробка і запровадження екологічних стандартів щодо об'єктів навколишнього природного середовища; екологічна сертифікація у сфері природокористування. В умовах глобалізації ринків, товарів і послуг, керівники організацій, держав змушені звертати увагу на забезпечення відповідного до міжнародних стандартів рівня якості продукції. Процеси гармонізації законодавчо-нормативної бази, безпеки товарів і послуг, охорони навколишнього природного



середовища знайшли своє відображення у Генеральній угоді з тарифів і торгівлі, стали ще більш актуальними для України у зв'язку із вступом до СОТ та призвели до необхідності сертифікації продукції та послуг встановленим до неї вимогам стандартів або інших нормативних документів, перш за все на міжнародному рівні.

Актуальність вирішення таких проблем та практична їх значимість для економіки держави полягає в обґрунтуванні критеріїв екологічного маркетингу як інновації екологічного менеджменту, інструменту та інформаційного забезпечення якості життєзабезпечення населення за вимогами Постанови Кабінету Міністрів України від 18 травня 2011 р. № 529 «Про затвердження Технічного регламенту з екологічного маркування», положеннями Комісії Кодекс Аліментаріус, Регламентів ЄС та ін.

В наш час екологічне маркування: виступає логічним завершенням процедури сертифікації продукції, оскільки ідентифікована в такий спосіб продукція та весь її життєвий цикл легітимно працює на користь держави; покращує імідж підприємства; стимулює збут екологічної продукції; сприяє вивченню та формуванню попиту на екологічно безпечну продукцію, технології чи послуги; засвідчує відповідальність організації за виконання екологічних, економічних, соціальних зобов'язань на всіх рівнях (наприклад, випуск сертифікованої продукції за вимогами стандартів серій ДСТУ ISO 9000, ДСТУ ISO 14000, НАССР); зменшує невизначеність у відносинах постачальник-споживач (інформує споживачів про достовірність задекларованої якості на тарі чи упаковці, що цілком буде відповідати сутності товару у випадку захищеності торгових марок від фальсифікації); сприяє розвитку міжнародної торгівлі; спонукає до процедур добровільної стандартизації і сертифікації якості продукції, в тому числі екологічної, перед затвердженням екологічного маркування.

Розвиток маркування екологічної продукції включає такі положення:

1. Організації, які надають право на екологічне маркування, мають бути акредитовані, а дослідження виконані в атестованих лабораторіях.



2. Вся продукція, виготовлена на основі генної інженерії чи з генетично модифікованих організмів (ГМО), не відповідає вимогам екологічного маркування.
3. Екологічне маркування надає однозначну інформацію про екологічність продукції.
4. Додатково до вимог традиційного маркування віднесено: відомості про організацію, що надала право на екологічне маркування, всі інгредієнти, харчові добавки і допоміжні засоби переробки, технології переробки, походження продукції, способи отримання споживачами повної інформації про продукт.
5. Процедура отримання екологічного маркування може бути спрощена за умови, що на підприємстві сертифіковані системи, наприклад: менеджменту якості, система менеджменту безпечності харчових продуктів, система екологічного менеджменту, системи соціальної відповідальності бізнесу та ін.
6. На підприємствах, організаціях із вирощування, виготовлення, переробки і логістики продукції необхідно дотримуватись стандартів і критеріїв, в тому числі екологічних.
7. Підприємства, організації із вирощування, виготовлення, переробки і логістики продукції не повинні створювати ризиків забруднення навколишнього природного середовища.
8. Процедура отримання екологічного маркування має бути «прозорою».
9. Продукт може мати екологічне маркування, якщо:
  - ✓ виконуються вимоги щодо екологічної сертифікації території, де вирощувалась сировина та всі її складові інгредієнти;
  - ✓ виконуються вимоги стандартів: ДСТУ ISO 14040:2004 «Екологічне керування. Оцінювання життєвого циклу. Принципи та структура», ДСТУ ISO 14024-2002 «Екологічні маркування та декларації. Екологічне маркування типу I. Принципи і процедури», ДСТУ ISO 14020 : 1998 «Екологічні маркування та декларації. Загальні принципи», ДСТУ 4161 – 2003 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги»;
  - ✓ продукти харчування перероблені такими методами, що забезпечують життєву якість кожної складової та продукту в цілому;
  - ✓ технології, що використовуються для переробки екологічно безпечних продуктів харчування, є біологічними, фізичними та



механічними за природою. Будь-які добавки, речовини, що прискорюють технологію та речовини, хімічно реагують або змінюють екологічно безпечні продукти, не допускаються до використання;

✓ упаковка продуктів повинна перероблятися відомими способами, не впливати на якість продукції, бути виготовленою із інертних: скло, папір, харчовий поліетилен тощо матеріалів, а при переробці здійснювати мінімально можливий негативний вплив на навколишнє природне середовище;

✓ матеріали для упаковки не повинні забруднювати продуктів харчування;

✓ заборонено використання упаковки, що містить синтетичні фунгіциди, консерванти або фуміганти;

✓ використовуються природні барвники, трави або спеції із зазначенням їх назви та відсоткового співвідношення;

✓ не менше 95% (ваги продукту) інгредієнтів мають сертифіковане (екологічно безпечне) походження;

✓ не допускається використання штучних та отриманих методами хімічного синтезу речовин будь-якого призначення;

✓ допускається використання компонентів, отриманих з натуральних продуктів (наприклад, екстрагування тощо). Екстракція повинна проходити тільки за допомогою води, етанолу, рослинних чи тваринних жирів, оцту, вуглекислого газу або азоту;

✓ рекомендовано маркування продукції лазером (досвід Австралії);

✓ використання опромінення заборонено.

У якості аналітичного забезпечення використовується діюча в Україні система законодавчо-нормативних та правових актів, національних та галузевих стандартів, перелік допущених харчових добавок і допоміжних засобів переробки, добрива і засоби поліпшення ґрунту для екологічно безпечного виробництва, дозволені засоби захисту та стимулятори росту рослин, стандарти органічного сільськогосподарського виробництва, переліки харчових добавок, дозволених для використання у харчових продуктах тощо.

Для спрощення проведення робіт із технічних регламентів доцільно використовувати наукові розробки із маркетингу території: екологічно безпечні сировинні зони, напрацювання із



органічного виробництва, еколого-економічне обґрунтування вигод і витрат на інноваційні проекти передусім в агропромисловому секторі держави, екологічна сертифікація природно-господарських систем, субсидування виробництва екологічної продукції, орієнтування держави на впровадження положень «зеленої» економіки тощо.

Отже, розробка екологічних критеріїв щодо харчових продуктів відповідає нагальним потребам розвитку економіки України та потребує удосконалення положень міжнародної стандартизації якості продукції, методик екологічної сертифікації продукції як одного з обов'язкових елементів ідентифікації – екологічного маркування, в тому числі за сучасними еколого-економічними вимогами.

### Питання для самоконтролю

1. Як ви думаєте, який ефект очікують від проведення сертифікації виробники? Назвіть основні напрями розвитку сертифікації.
2. Що таке екологічна сертифікація і маркування?
3. В чому полягає сутність поняття «життєвий цикл» продукції?
4. Яка різниця між державними та міжнародними стандартами? Які міжнародні стандарти ви знаєте?
5. Розкрийте суть та основні функції екологічної сертифікації продукції.
6. Особливості екологічно безпечного виробництва харчових продуктів. Що таке екологічний маркетинг?
7. Які завдання ставить перед собою екологічний маркетинг?
8. Чим пояснюється невисока ефективність споживачів при купівлі екологічно орієнтовного товару? Аргументуйте актуальність врахування стану довкілля та вимог стандартів для екологічної сертифікації продукції.





## ТЕМА 5

### СЕРТИФІКАЦІЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ І НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

В даному розділі розглядаються особливості проведення сертифікації продовольчих і непродовольчих товарів, зокрема радіоелектронної апаратури, обладнання, косметичних засобів, будматеріалів, іграшок та послуг. Обґрунтовано, що система управління безпечністю харчових продуктів є запобіжною системою, яка передбачає проведення систематичної ідентифікації, оцінювання та контролю небезпечних чинників.

#### Після вивчення даного розділу ви зможете:

- ✓ вибирати схему сертифікації продукції;
- ✓ ознайомитися із правилами і процедурами проведення сертифікації;
- ✓ навчитися основним правилам сертифікації продовольчих і непродовольчих товарів;
- ✓ оволодіти особливостями сертифікації харчових продуктів;
- ✓ вдало проводити вибір товарів в закладах торгівлі.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** схема сертифікації, система управління безпечністю харчових продуктів (система ХАСПП), експертиза в товарознавстві, генетично модифіковані організми, знак відповідності, сертифікація харчової продукції, сертифікат якості, ідентифікація, протокол випробувань.

### ОСНОВНІ ПИТАННЯ

- 5.1. Проведення процедури сертифікації.
- 5.2. Схеми сертифікації продовольчих товарів.
- 5.3. Система безпеки харчових продуктів.
- 5.4. Сертифікація непродовольчих товарів.
- 5.5. Сертифікація радіоелектронної апаратури, побутового, електричного та аналогового обладнання.
- 5.6. Сертифікація косметичних виробів.



5.7. Сертифікація будівельних матеріалів, виробів та конструкцій.

5.8. Сертифікація іграшок.

5.9. Сертифікація послуг.

## 5.1. Процедура проведення сертифікації

У сучасному світі якість продовольства та його сертифікація стали синонімом безпеки не тільки безпосередньо споживача, а й продовольчої, а звідси, й економічної безпеки держави. Саме тому для забезпечення глобальної продовольчої безпеки міжнародні організації – ООН, Світова організація торгівлі (WTO), Світовий банк та Комітет всесвітньої продовольчої безпеки, здійснюючи постійний моніторинг чисельності населення та рівня його життєзабезпечення (у першу чергу, харчовими продуктами), визначають наявні та перспективні запаси продовольства, доступність їх для населення країн.

У різних країнах використовують різні системи сертифікації, що пов'язано зі специфікою самої продукції або особливих умов країн. Сертифікація здійснюється у межах певної системи і має чіткі правила виконання. Робота проводиться під керівництвом уповноваженого органу, який здійснює їх відповідно до вимог чинного законодавства і нормативних актів країни.

Питаннями сертифікації в Україні займаються ДСТР України та зокрема його структурні підрозділи УкрСЕПРО, Технічний комітет (ТК-93) «Системи управління якістю, довіллям та безпекою харчових продуктів», Академія якості, ДП НДІ «Система», Бюро Верітас, СЖС та інші організації. Такі організації займаються розробкою і гармонізацією стандартів із різних питань сертифікації, сертифікацією систем менеджменту якості та продукції, міжнародною співпрацею, консалтинговими послугами тощо.

Спеціалізованою державною організацією у галузі технічного регулювання та споживчої політики є ДСТР України. Зокрема, у сфері сертифікації ДСТР створює державну систему сертифікації, проводить та координує роботу щодо забезпечення її функціонування, а саме:

- ✓ визначає основні принципи, структуру та правила системи сертифікації в Україні;



✓ затверджує переліки продукції, що підлягають обов'язковій сертифікації, та визначає терміни її запровадження;

✓ призначає органи з сертифікації продукції;  
✓ акредитує органи із сертифікації та випробувальні лабораторії (центри), атестує експертів-аудиторів та ін.

*У сфері якості бере участь у:*

✓ розробленні нормативно-правових актів щодо впровадження систем менеджменту якості на підприємствах та організаціях;

✓ забезпеченні участі України в роботі європейських та міжнародних організацій, технічних комітетів ISO/IEC з менеджменту якості та ін.

*У сфері захисту прав споживачів:*

✓ перевіряє відповідно до законодавства України у господарюючих суб'єктах сфери торгівлі, громадського харчування і послуг якість товарів (робіт, послуг), додержання обов'язкових вимог щодо їхньої безпеки, а у разі потреби якість сировини, матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих виробів;

✓ проводить радіологічний, хіміко-токсикологічний і фізико-хімічний контроль продуктів харчування, що виробляються та реалізуються підприємствами торгівлі та громадського харчування незалежно від форми власності;

✓ здійснює в межах своєї компетенції контроль за додержанням законодавства України про рекламу рекламодавцями, виробниками та розповсюджувачами реклами у сфері захисту прав споживачів від порушень законодавства про рекламу;

✓ здійснює у межах повноважень заходи щодо адаптації законодавства України з питань метрології, стандартизації, сертифікації, захисту прав споживачів та реклами до законодавства ЄС;

✓ бере участь у підготовці міжнародних договорів України, укладає міжнародні договори міжвідомчого характеру.

Зараз в Україні діє значна кількість нормативних документів із сертифікації державної системи сертифікації УкрСЕПРО та комерційних систем сертифікації. На сьогодні правові та організаційні засади підтвердження відповідності продукції, систем менеджменту якості, систем екологічного менеджменту в Україні регламентує Закон «Про підтвердження відповідності». Згідно з цим Законом державна політика у сфері підтвердження відпо-



відності базується на таких принципах: координації дій органів виконавчої влади у сфері підтвердження відповідності і розмежування їхніх повноважень та уникнення дублювання; неупередженості, прозорості та доступності процедур сертифікації.

Сертифікації підлягає продукція, яка: вироблена в Україні; ввозиться в Україну і позначена виробником як відповідна діючим в Україні нормативним документам; ввозиться в Україну і не позначена виробником як відповідна діючим в Україні нормативним документам; ввозиться в Україну і не позначена виробником як відповідна діючим в Україні нормативним документам та яка не може бути ідентифікована як така, що має відповідати чинному в Україні нормативному документу.

У визначених законодавством випадках для сертифікації у системі продукції рослинного та тваринного походження, що ввозиться в Україну або вивозиться з неї, повинен бути дозвіл Державного департаменту ветеринарної медицини Міністерства сільського господарства і продовольства України та Головної державної інспекції карантину рослин України. Обов'язкова сертифікація продукції проводиться на відповідність обов'язковим вимогам чинних в Україні нормативних документів щодо безпеки життя, здоров'я людей та охорони навколишнього природного середовища. Для проведення обов'язкової сертифікації харчової продукції підприємства, установи, організації і громадяни, у тому числі іноземні незалежно від форм власності, подають в акредитований орган сертифікації заявку на проведення сертифікації продукції в системі УкрСЕПРО (рис.5.1).

Інформація про акредитовані органи сертифікації продукції (послуг) міститься в довідкових матеріалах, що складаються на підставі даних Реєстру системи і публікуються ДСТР України.

У разі відсутності при поданні заявки акредитованого в Системі органу сертифікації продукції заявка подається безпосередньо до ДСТР України. Якщо існує декілька акредитованих органів сертифікації конкретного виду продукції, заявник має право подати заявку в будь-який з них. Усі документи, що направляються разом із заявкою до органу сертифікації, оформляються державною мовою. При сертифікації імпортованої продукції документи складаються мовою оригіналу із завіреним автентичним перекладом українською



мовою. Взаємини між заявником і органом сертифікації регулюються договорами, укладеними між ними.



Рис. 5.1. Особливості подання заявки на сертифікацію

**Аналіз документації харчової продукції.** Подану заявку розглядає орган сертифікації, який приймає рішення за заявкою із зазначенням схеми сертифікації. Орган сертифікації надсилає заявнику та випробувальній лабораторії рішення за заявкою. Термін розгляду заявки та прийняття рішення за нею не повинен перевищувати 15 днів від дня її реєстрації. Копія підписаного рішення за заявкою зберігається у справі про сертифікацію.



Сертифікат видається на термін до п'яти років з урахуванням терміну дії сертифіката на систему якості (якщо така існує).

Обстеження виробництва харчової продукції проводиться комісією, що призначається органом сертифікації, до складу якої входять спеціалісти з виробництва конкретного виду продукції чи послуг.

Сертифікація систем якості проводиться з ініціативи заявника чи за рішенням органу сертифікації, якщо це передбачено схемою сертифікації, органами, акредитованими в системі на право проведення таких робіт. Результати сертифікації системи якості оформляються сертифікатом системи якості, що видається заявнику, а копія направляється в орган сертифікації.

**Сертифікат якості** – це супровідний документ, що засвідчує якість виробленої продукції, товару, який постачається, наданих послуг і містить відповідні показники та технічні характеристики.

За наявності сертифіката на систему якості, що поширюється на виробництво продукції, надання послуг, заявлених на сертифікацію, заявник додає до заявки копію цього сертифіката. Перевірка в такому разі здійснюється для підтвердження того, що продукція, яка випускається підприємством, чи надані послуги відповідають обов'язковим вимогам нормативних документів.

Орган сертифікації після одержання заявки і копії сертифіката системи якості подає в орган сертифікації системи якості запитання щодо документального підтвердження задовільного функціонування на підприємстві системи якості. Після одержання документів з позитивною відповіддю та їх аналізом орган сертифікації визначає схему сертифікації продукції, що передбачає сертифікацію системи якості. Якщо за результатами розгляду заявки отримані позитивні результати аналізу, то приймається рішення про схему проведення сертифікації.

## **5.2. Схеми сертифікації продовольчих товарів**

Для підтвердження відповідності якості продукції використовують процедуру сертифікації. Враховуючи розвиток науки та потребу в екологізації виробництва продовольчих товарів в наш час розробляють і використовують також схеми екологічної сертифікації. Проведення сертифікації (екологічної сертифікації) у



відповідності, наприклад, стандартів ДСТУ ISO14025, ДСТУ ISO14024 надає можливість наносити на упаковку продукції екологічне маркування.

**Правила вибору схеми сертифікації продукції наступні:**

а) схема сертифікації заявленої харчової продукції визначається органом сертифікації за узгодженням із заявником до початку робіт із сертифікації. Вибір схеми залежить від виду продукції;

б) для сертифікації продовольчої продукції вітчизняного та імпортного виробництва переважно застосовуються такі схеми: сертифікація кожної партії; сертифікація з обстеженням виробництва; сертифікація з атестацією виробництва; сертифікація з оцінкою сертифікованої системи якості;

в) схеми сертифікації з атестацією виробництва або з оцінкою сертифікованої системи якості продукції, що випускається серійно, застосовуються лише за бажанням виробника (включаючи іноземного) з метою одержати сертифікат на термін дії з правом самостійно застосовувати його до кожної випущеної партії продукції.

Сертифікація партії продовольчої продукції проводиться шляхом випробування зразків, відібраних з цієї партії в порядку та у кількості, що встановлені органом сертифікації відповідно до вимог нормативних документів. На підставі позитивних результатів випробувань видається сертифікат відповідності на партію (із вказівкою обсягу сертифікованої партії) з терміном дії до одного року, але не перевищуючи терміну придатності продукції (якщо він установлений). У сертифікаті відповідності, що видається на партію харчової продукції, зазначаються відомості про розмір партії, дату виготовлення продукції, номер і дату підписання договору (контракту), за яким ця партія завезена в Україну. Після видачі сертифіката технічний нагляд за продукцією не здійснюється.

Сертифікація з обстеженням виробництва використовується для одержання сертифіката відповідності на продовольчу продукцію, що випускається серійно. Сертифікат відповідності при цьому видається на підставі позитивних результатів випробування зразків харчової продукції і проведення обстеження виробництва. Якщо продукція, виготовлена серійно, сертифікована за цією схемою, то орган сертифікації відповідно до затвердженої програми технічного контролю здійснює технічний нагляд, контрольні випробування



продукції, що відбирається з місць виробництва чи торгівлі. Сертифікат відповідності за цією схемою видається терміном дії до двох років.

Сертифікація продовольчої продукції, що випускається серійно із проведнням атестації виробництва, передбачає:

- ✓ випробування зразків продукції;
- ✓ атестацію виробництва;
- ✓ технічний нагляд (контрольні випробування, контроль атестованого виробництва).

При використанні такої схеми сертифікат відповідності видається на термін до трьох років, але не більше терміну дії атестата виробництва.

Сертифікація продовольчої продукції, що випускається серійно із сертифікацією системи якості виробництва передбачає:

- ✓ випробування зразків;
- ✓ сертифікацію системи якості, а якщо вона вже сертифікована, то оцінку системи якості;
- ✓ технічний нагляд і контроль за відповідністю системи якості установленим вимогам і дієвістю системи якості.

Сертифікат видається на термін до п'яти років, з урахуванням терміну дії сертифіката на систему якості.

Ідентифікація харчової продукції проводиться органом сертифікації за результатами: аналізу інформації, що наведена на етикетці чи в маркуванні; візуального огляду продукції; визначення (у разі необхідності) в акредитованих випробувальних лабораторіях органолептичних та фізико-хімічних показників продукції; порівняння фактичних і нормативних показників якості продукції.

**Ідентифікація харчової продукції**, в тому числі імпортною, проводиться з урахуванням таких вимог:

1. Продукція повинна мати етикетки або чітке маркування, де в доступній для сприйняття формі державною мовою зазначаються: загальна назва; маса (об'єм); склад, який включає перелік використаних в процесі виготовлення інших продуктів харчування, харчових добавок, барвників тощо; калорійність (якщо це передбачено для даного продукту); дату виготовлення; термін придатності до споживання (крім продукції, термін придатності якої не обмежений); умови зберігання; найменування та адреса





виробника; інша інформація, передбачена чинними в Україні нормативними документами, що поширюються на цю продукцію.

2. Не підлягає ідентифікації продукція без етикеток або чіткого маркування, без належної інформації, з наявними ознаками пошкодження упаковок і така, для якої термін придатності до споживання не означений або вичерпаний.

3. У разі неможливості ідентифікувати імпортовану продукцію за результатами звірення (за загальною назвою) її органолептичних і фізико-хімічних показників з вимогами чинних в Україні нормативних документів на аналогічну продукцію можливість прийняття цієї продукції на обов'язкову сертифікацію вирішується на підставі висновку державної санітарно-гігієнічної експертизи.

4. За результатами ідентифікації представник органу сертифікації разом із заявником чи уповноваженою особою заявника складають акт ідентифікації.

Зразки харчової продукції випробовуються на відповідність усім вимогам чинних в Україні нормативних документів, що зазначені в рішенні за заявкою, в тому числі на відповідність обов'язковим вимогам. Використані зразки продовольчої продукції, що в повному обсязі випробувані за показниками безпеки, списують або повертають заявнику.

За результатами випробувань випробувальна лабораторія подає до органу сертифікації протокол випробувань продовольчої продукції. Протокол повинен бути підписаний виконавцями робіт і затверджений керівником випробувальної лабораторії. Якщо випробування проводилось у випробувальній лабораторії, що акредитована тільки на технічну компетентність, протокол випробувань повинен бути підписаний також представником органу сертифікації, який (за дорученням органу сертифікації) брав участь у випробуваннях.

Видача сертифіката відповідності на продовольчу продукцію та занесення її до Реєстру Державної системи сертифікації здійснюється винятково органом із сертифікації продукції, який розглядав результати робіт із сертифікації продовольчої продукції за заявкою. За позитивними висновками розгляду результатів робіт із сертифікації заявнику видається оригінал сертифіката відповідності.



Заповнення реквізитів, передбачених сертифікатом відповідності, є обов'язковим. У випадку, коли заходи, передбачені в реквізитах і сертифікатів відповідності, не проводилися, в реквізиті робиться запис: «Не проводилось», «Не маркується», «Не наноситься». У сертифікаті відповідності, що видається на партію продукції, зазначаються відомості про розмір партії, дата виготовлення продукції та номер і дата підписання договору (контракту), за яким ця партія ввезена в Україну.

**Орган сертифікації може тимчасово припинити** або зупинити дію сертифіката відповідності у випадку:

- ✓ виявлення невідповідності продовольчої продукції вимогам, що встановлені під час сертифікації;
- ✓ порушення вимог технології виготовлення, правил приймання, методів контролю та випробувань, маркування продовольчої продукції тощо;
- ✓ внесення виробником змін до нормативних документів, методів випробувань, складу тощо, які можуть вплинути на відповідність сертифікованої продовольчої продукції визначеним вимогам, без попереднього узгодження з органом сертифікації;
- ✓ порушення умов договору заявником.

Інформацію про результати сертифікації харчової продукції надає орган із сертифікації, який веде облік виданих ним сертифікатів і направляє їх копії до Держспоживстандарту України, який на підставі реєстру системи сертифікації УкрСЕПРО видає довідники, що містять інформацію щодо сертифікованої продукції.

В Україні діє відпрацьована система сертифікації продовольчої продукції. Проте сучасний етап розвитку товарного ринку свідчить про те, що до цього часу в країні не створено ефективну систему нагляду і контролю, яка б гарантувала споживачам придбання лише якісних товарів, а також систему інформування громадян про їх права і реальний стан справ на споживчому ринку. І це вимагає подальшого удосконалення процедури визначення безпечності харчових продуктів.

### **5.3. Система безпеки харчових продуктів**

Постійне збільшення антропогенного навантаження на об'єкти навколишнього природного середовища, а звідси і збільшення



ризиків забруднення продовольчої сировини, продукції на всіх етапах їх життєвого циклу потребує розробки дієвого інструментарію забезпечення продовольчої безпеки населення. Одним із них є система безпеки харчових продуктів (НАССР – система управління безпечністю харчових продуктів). НАССР – це, насамперед, запобіжна система, яка передбачає проведення систематичної ідентифікації, оцінювання та контролю небезпечних чинників (біологічних, хімічних, фізичних, генно-інженерних) у критичних точках технологічного процесу. Система управління безпечністю харчових продуктів базується на безумовному використанні організацією-виробником вимог чинних санітарних норм і правил.

В Європі та світі винайдено досить дієві механізми щодо безпечності харчових продуктів. Так, в ЄС діють кодекси документів із стратегії безпечності харчових продуктів – «Зелена» та «Біла» книги, набула чинності родина міжнародних стандартів ISO 22000 «Системи менеджменту безпеки харчових продуктів», що удосконалює систему безпеки продовольства.

Основні особливості нових міжнародних документів полягають у відході від рекомендаційного характеру старих документів та обов'язковості виконання нових вимог. Вважають, що вони є не тільки більш гнучкими, але водночас і більш суворими. Слід зазначити, що вирішення проблеми безпечності харчових продуктів, передусім, пов'язано з діяльністю таких впливових міжнародних організацій, як: Експертна комісія з продовольства при ООН, організація з питань продовольства та сільського господарства ООН (FAO), ISO, Світова організація торгівлі (WTO), Всесвітня організація охорони здоров'я (WHO), Європейська організація з якості (EOQ) та ін.

Загальні настановні документи щодо відбирання зразків та аналізу якості продукції посилаються на відповідні стандарти ISO. НАССР схвалена Експертною комісією з продовольства при ООН у 1993 р. Це – система керування безпечністю харчових продуктів, за допомогою якої визначають, оцінюють і контролюють небезпечні чинники, важливі для безпечності харчових продуктів. НАССР не є системою з нульовим ризиком, але вона спонукає до мінімізації ризику від потенційно небезпечних чинників у харчових продуктах. Базуючись на сучасних науково обґрунтованих вимогах, ця система



забезпечує превентивний підхід і дає можливість ефективно управляти безпекою харчових продуктів. Така концепція набула визнання та отримала поширення у країнах Європи. Згідно із вимогами ЄС, а головне, із уведенням у дію нового стандарту ISO 22000, з 2006 р. наявність цієї системи стає обов'язковою. Понад сорокарічний досвід використання концепції НАССР міжнародною спільнотою свідчить, що система НАССР найкращим чином функціонує, якщо **вона базується на семи принципах:**

1. Проведення аналізу небезпечних чинників;
2. Визначення критичних точок контролю (КТК);
3. Визначення критичних меж для КТК;
4. Встановлення системи моніторингу для КТК;
5. Впровадження коригувальних дій, якщо результати моніторингу свідчать про втрату контролю у КТК;
6. Запровадження процедур перевірки для підтвердження ефективності функціонування системи НАССР;
7. Запровадження системи ведення документації та реєстрації даних.

Дана методологія зарекомендувала себе як ефективний інструмент запобігання можливості виникнення невідповідностей харчових продуктів у технологічному процесі, а також ідентифікації та усунення проблем до того, як готова продукція, що не відповідає стандартам, стане джерелом отруєнь або погіршення стану здоров'я споживачів.

Система НАССР акцентує увагу безпосередньо на процесному контролі параметрів здійснення технологічного процесу та оцінювання сировини й матеріалів, що використовуються для виготовлення харчового продукту, а також упроваджує стратегію гарантії його безпеки і ґрунтується на трьох постулатах:

- ✓ законодавчі вимоги до забезпечення харчових продуктів;
- ✓ глибокий науковий підхід до ухвалення рішень;
- ✓ контроль за виконанням законодавчих вимог.

До **основних переваг**, які надає підприємству розробка та запровадження системи НАССР, можна віднести:

- ✓ можливість контролю безпечності протягом усього життєвого циклу виробництва харчової продукції;
- ✓ зменшення невикористаних витрат (втрати під час виробництва, брак, рекламації);



✓ зменшення витрат на проміжний контроль і контроль готового продукту за рахунок системного підходу та визначення проблемних місць виробництва, куди необхідно спрямувати ресурс, вивільнивши його з тих процесів, де ситуація може бути не такою критичною;

✓ чіткий розподіл відповідальності персоналу за безпечність продукції підприємства;

✓ підвищення довіри споживачів та операторів ринку до безпечності продукції підприємства за рахунок наявності задокументованих доказів контролю за процесами;

✓ перемога під час участі в різних тендерах на постачання харчової продукції та ін.

Міжнародні організації запроваджують нове сучасне трактування поняття «безпечність харчових продуктів» – це відсутність не тільки безпосереднього, а й віддаленого (у майбутніх поколіннях) негативного впливу продукту на організм людини. Передусім, це актуально для продукції, що містить генетично модифіковані (трансгенні) організми, які найінтенсивніше використовуються для потреб медицини, сільськогосподарського виробництва, харчової та хімічної промисловості та ін.

**Генетично модифікований організм (ГМО)** – будь-який організм, у якому генетичний матеріал був змінений за допомогою штучних прийомів переносу генів, які не відбуваються у природних умовах, а саме:

✓ рекомбінантними методами, які передбачають формування нових комбінацій генетичного матеріалу шляхом внесення молекул нуклеїнової кислоти (вироблених у будь-який спосіб зовні організму) у будь-який вірус, бактеріальний плазмін або іншу векторну систему та їх включення до організму-господаря, в якому вони зазвичай не зустрічаються, однак здатні на тривале розмноження;

✓ методами, які передбачають безпосереднє введення в організм спадкового матеріалу, підготовленого зовні організму, включаючи мікроін'єкції, макроін'єкції та мікроінкапсуляції;

✓ злиття клітин (у тому числі злиття протоплазми) або методами гібридизації, коли живі клітини з новими комбінаціями генетичного матеріалу формуються шляхом злиття двох або більше клітин у спосіб, який не реалізується за природних обставин.



Директива ЄС 2001/18/ЄС дозволила використання ГМО в агрокультурі, фармакології та інших галузях. Директива також містить процедуру отримання загальноєвропейського дозволу на комерціалізацію ГМО (введення на ринок). У 2002 р. норму рівня дозволеного генетичного забруднення продуктів харчування в законодавстві ЄС зменшено з 1 % до 0,5 %. Генетично модифіковані організми (ГМО) містяться не тільки в низці овочевих культур, але й у ковбасах, сосисках, м'ясних консервах, пельменях, сирі, йогуртах, кашах, цукерках, шоколаді й навіть дитячому харчуванні, тобто у звичайних повсякденних продуктах. Відрізнити їх за кольором або смаком неможливо.

Запровадження ефективної системи управління безпеністю харчових продуктів – актуальне й для нашої держави. Адже однією з основних проблем сучасного вітчизняного продовольчого ринку є підміна традиційних товарів продуктами-сурогатами та фальсифікація продукції. В тому числі все активніше завойовують український ринок сільськогосподарські продукти і взагалі продукти харчування, виготовлені за новітніми технологіями з використанням генної інженерії, в основному імпортного виробництва, вітчизняному та світовому економічному просторі, підвищує авторитет підприємства та імідж України в цілому.

Сертифікація харчових продуктів в Системі передбачає підтвердження третьою стороною показників, характеристик і властивостей продукції, процесів і послуг на підставі випробувань, атестації виробництва та сертифікації систем якості. Право на проведення робіт із сертифікації продукції, послуг надається виключно лабораторіям (центрам) будь-якої форми власності та аудиторам, що акредитовані в Системі та занесені до її Реєстру.

#### **5.4. Сертифікація непродовольчих товарів**

Сертифікація є інструментом державного регулювання безпеки продовольчих та непродовольчих товарів та послуг для споживача. Її основною функцією є захист людини, майна і навколишнього природного середовища від негативних наслідків антропогенної діяльності суспільства та від несумлінних виробників і продавців, а також створення рівноправних умов конкуренції між виробниками чи постачальниками продукції.



Важливим засобом сертифікації непродовольчих товарів є оцінювання відповідності груп однорідної продукції. Група однорідної продукції – це сукупність продукції з однаковими властивостями, що виокремлюється за визначеними ознаками.

Непродовольчі товари поділяються на групи однорідної продукції за призначенням і вихідною сировиною (вироби з пластичних мас, електропобутові, скляні і таке інше).

Згідно положень «Про затвердження Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні» продукція, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні наступна:

- ✓ електропобутове та аналогове обладнання і комплектуючі вироби;
- ✓ ручні електромеханічні машини, переносні верстати та інструмент слюсарно-монтажний з ізолювальними рукоятками;
- ✓ апаратура радіоелектронна побутова;
- ✓ засоби обчислювальної техніки;
- ✓ обладнання технологічне для харчової, м'ясо-молочної промисловості, підприємств торгівлі, громадського харчування та харчоблоків;
- ✓ медична техніка;
- ✓ іграшки;
- ✓ мийні засоби;
- ✓ трактори малогабаритні і мотоблоки;
- ✓ обладнання металообробне та деревообробне;
- ✓ зварювальне обладнання;
- ✓ велосипеди, коляски дитячі;
- ✓ засоби охоронного призначення;
- ✓ засоби зв'язку;
- ✓ посуд з чорних і кольорових металів, порцеляни, фаянсу і скла;
- ✓ засоби автоматизації і механізації контрольно-касових операцій і конторське обладнання;
- ✓ побутова апаратура, що працює на твердому, рідкому і газовому паливі;
- ✓ продукція протипожежного призначення;
- ✓ дорожні транспортні засоби, їх складові частини та приладдя;
- ✓ сільськогосподарська техніка;



✓ підймальні споруди та кранова продукція і зварювальні матеріали;

- ✓ товари легкої промисловості;
- ✓ нафтопродукти;
- ✓ будівельні матеріали, вироби та конструкції;
- ✓ труби і балони;
- ✓ засоби індивідуального захисту працівників;
- ✓ хімічні джерела струму та ін.

**У системі однорідної продукції встановлюються:**

- ✓ номенклатура продукції, яка підлягає сертифікації в даній системі;
- ✓ нормативні документи, на відповідність яким проводиться сертифікація;
- ✓ вимоги, які перевіряються, і методи випробувань, які використовуються;
- ✓ схеми сертифікації, які використовуються в системі;
- ✓ структура системи, функції її учасників;
- ✓ правила відбору та ідентифікації зразків для випробувань;
- ✓ умови і правила визнання протоколів випробувань і сертифікатів, виданих зарубіжними організаціями;
- ✓ форми сертифіката і знака відповідності, правила його нанесення.

До кожного виду непродуктивних товарів використовуються свої схеми сертифікації, нормативи та метрологічне забезпечення.

### **5.5. Сертифікація радіоелектронної апаратури, побутового, електричного та аналогового обладнання**

У сучасному суспільстві підприємства та організації у великих обсягах закупають, встановлюють та експлуатують комп'ютери, телекомунікаційну, медичну техніку, високотехнологічні промислові установки. Радіоелектронні технології широко використовуються в навігації, аерокосмічній галузі, військовій справі. Численні електротехнічні та електронні прилади (мікрохвильові печі, холодильники, електробритви, пылососи, радіоприймачі, магнітофони, телевізори, телефони та інші засоби розваг і спілкування) стали звичними і абсолютно необхідними у нашому побуті.





Побутове електрообладнання та радіоелектронна апаратура є одними з тих видів продукції, обов'язкову сертифікацію якої в Україні було запроваджено наказом Держстандарту України № 567 від 12.09.97 р. відповідно до «Правил обов'язкової сертифікації електропобутового та аналогічного обладнання і комплектуючих». До такої продукції належать: кабелі та шнури; конденсатори як комплектуючі; перемикачі для приладів та автоматичні керуючі пристрої електроприладів побутового призначення; електроприлади побутового та аналогічного призначення; установчі комплектуючі та з'єднувальні пристрої; світлотехнічні вироби; вимірювальні електроприлади; електрообладнання медичного призначення; обчислювальне та інформаційне обладнання; низьковольтна силова апаратура керування; електронна апаратура і пристрої розважального призначення, що живляться від мережі та ін.

Робота всіх електричних засобів більшою чи меншою мірою супроводжується різними електромагнітними випромінюваннями, які створюють перешкоди для інших технічних засобів. І саме електромагнітні перешкоди є одним із показників стану навколишнього середовища, бо, як відомо, ефір з точки зору передачі інформації хоч і невичерпний, але обмежений ресурс. Тому проблема забезпечення електромагнітної сумісності, тобто одночасного функціонування великої кількості радіоелектронних та електротехнічних засобів на обмеженій території без створюваних ними перешкод є важливою і актуальною.

Вплив електромагнітного випромінювання стосується одночасно трьох важливих напрямків діяльності людини в усіх індустріально розвинених країнах: охорони праці, безпеки технічних засобів та захисту навколишнього середовища.

*Основними невідповідностями під час випробувань є:*

- ✓ невідповідність температурних режимів за умов несправності;
- ✓ недостатня електрична міцність ізоляції;
- ✓ невідповідність шляхів витоку і необхідних повітряних проміжків;
- ✓ відсутність подвійної ізоляції для апаратів другого класу захисту;
- ✓ небезпека виникнення пожежі поблизу обладнання (приладу) за умов несправності;



✓ перегрів вище допустимих норм частин апарату за умов несправності;

✓ застосування комплектуючих, які не відповідають вимогам стандарту (шнурів живлення, штепсельних вилок, конденсаторів, трансформаторів тощо);

✓ можливість доступу до частин апарата, які знаходяться під небезпечною напругою;

✓ відсутність необхідних маркувань продукції;

✓ відсутність інформування споживачів щодо вимог безпеки користування в настановах з експлуатації українською (російською) мовою;

✓ невідповідність стандартам та нормам, чинним в Україні у галузі електромагнітної сумісності, в частині, випромінювання радіоперешкод та перешкодозахищеності від впливу електромагнітних коливань.

## 5.6. Сертифікація косметичних виробів

Серед основних груп однорідної продукції, що піддаються обов'язковій сертифікації, можна виділити також групу «косметичні вироби». Безпеку косметичних засобів можна розглядати в двох аспектах:

1) науково-методичному – встановлення межі між фізіологічною активністю (косметичний ефект) та побічним ефектом, що залежить від методичного рівня біології та медицини;

2) нормативно-правовому – визначення межі між косметичним та побічним ефектом, що встановлює критерії та норми безпеки косметичних засобів для здоров'я людини та обов'язки і відповідальність виробника за якість та безпеку продукції.

До косметичних виробів, які підлягають обов'язковій сертифікації в Україні, належать: шампуні; засоби барвні; засоби для укладання та завивки волосся; мила рідкі; засоби дерматологічні захисні та ін.

Основними показниками безпеки косметичних засобів, що враховуються в Директиві 76/768/ЄЕС про косметичні засоби, є: хімічна структура інгредієнтів, токсичні властивості інгредієнтів, рівень впливу інгредієнтів на організм, мікробіологічні характеристики готової продукції та сировини.



Безпека косметичних засобів передбачає:

1. Відсутність несприятливої дії на здоров'я: токсичної, подразнюючої, сенсibiliзуючої та ін.;
2. Обмеження рівня забруднення мікроорганізмами: патогенними, умовно патогенними, санітарними тощо.

В наш час сертифікації підлягає «органічна» косметика, як інноваційна тенденція екологізації ринку товарів і послуг. При виробництві «органічної» косметики не використовуються штучні і не дозволені речовини, барвники, складові елементи. Обов'язковим елементом такої косметики є те, що вона не тестується на тваринах (наприклад, супроводжується надписами «no tested animals»).

### 5.7. Сертифікація будівельних матеріалів, виробів та конструкцій

Якість будівельних матеріалів в ЄС регламентується Директивою ЄС 89/106 ЄЕС «Зближення діючих у державах-членах законів, регламентів і адміністративних положень відносно будівельних виробів», прийнятою в грудні 1988 р. Директива відрізняється від інших Директив «нового підходу» тим, що її основні вимоги не застосовуються безпосередньо до продукції, а мають функціональний характер і належать до будівельних споруд, в яких використовується дана продукція. Директивою передбачено новий підхід у зближенні законів, правил і адміністративних приписів держав-членів стосовно будівельної продукції. Директива спрямована на усунення технічних бар'єрів у торгівлі.

Серед **обов'язкових вимог** до певної груп продукції можна виділити наступні:

- ✓ механічний опір та стійкість;
- ✓ безпека в експлуатації;
- ✓ гігієнічність та безпека для здоров'я людини;
- ✓ пожежна безпека;
- ✓ економія енергії та збереження тепла;
- ✓ захист від шуму.

Під час сертифікації будівельних матеріалів, виробів та конструкцій використовується модульний підхід. Виробник декларує відповідність продукції, що випускається, основним



вимогам безпеки під свою відповідальність або під відповідальність третьої сторони і ставить знак СЄ.

В Україні обов'язкову сертифікацію будівельних матеріалів, виробів введено у 1997 р. відповідним наказом Держстандарту України «Правила обов'язкової сертифікації будівельних матеріалів, виробів та конструкцій» від 11.04.97 р. № 192.

Сертифікація будівельних виробів у системі УкрСЕПРО здійснюється випробувальним центром Українського науково-дослідного інституту будівельних матеріалів. На його базі створено випробувальний центр та скомплектовано фонди науково-технічної літератури і нормативних документів за основними напрямками діяльності інституту. Будівельні матеріали – один з видів виробів, що масово завозяться з-за кордону в Україну. Це теплоізоляційні матеріали на основі мінеральної та скляної вати, піно-полістирольні вироби, м'які покрівельні матеріали, керамічна плитка різного призначення, покриття з ПВХ для підлоги (лінолеум), сухі суміші на основі цементу та гіпсу, гіпсокартонні вироби тощо.

Із введенням сертифікації з'явилася можливість оцінити рівень вітчизняного виробництва, зіставляючи його з аналогічним виробництвом провідних західних фірм. При цьому виявилось, що деякі вироби вітчизняного виробництва за фізико-технічними показниками дуже близькі до зарубіжних, які імпортуються (покриття з ПВХ для підлоги на тепло-звукоізолюючій підоснові, пінополістиролові утеплювачі, одержані способом термоудару, пресування та екструзії; рулонні покрівельні матеріали на основі модифікованих бітумів), але програють на ринку через малу номенклатуру виробів, відсутність інструкцій з використання виробів, погане пакування (пінополістирол), неякісну та неефективну рекламу, відсутність у вітчизняних виробників досвіду донести відомості про свій матеріал до покупця.

Але виробництво деяких видів будматеріалів, зокрема теплоізоляційних, потреба в яких останнім часом зросла в Україні або не існувала зовсім (скловолокнисті вироби), або відстала на багато років (мінераловатні вироби на синтетично-в'язучі) від розвинених країн світу. Імпорт цих матеріалів в Україну на сьогодні вимушений. І сертифікація, хоча вона для цих виробів добровільна, допомагає потенційним покупцям не тільки підтвердити якість матеріалів, їх відповідність вітчизняним нормам, але й



зорієнтуватися у широкому виборі матеріалів, що пропонуються на ринку. Згідно з вітчизняним законодавством сертифікація більшості будматеріалів в Україні добровільна – це покрівельні теплоізоляційні полімерні матеріали (окрім лінолеуму, вікон та дверей ПВХ), в'язучі, сухі суміші, частина керамічної плитки. Однак жорстка конкуренція на ринку змушує практично всіх вітчизняних та зарубіжних виробників проводити сертифікацію своєї продукції.

## 5.8. Сертифікація іграшок

Обов'язкова сертифікація іграшок в Україні введена з 1 липня 1994 р. Наказом Держстандарту України «Про затвердження правил обов'язкової сертифікації дитячих іграшок» від 30.06.93 р. № 95. Обов'язкова сертифікація іграшок здійснюється на відповідність вимогам безпеки за ГОСТ 2577990 «Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля». Вимоги цього стандарту гармонізовані з міжнародним стандартом – Директивою 88/378/ЄЕС про забезпечення безпеки дитячих іграшок від 03.05.88 р. Діючий стандарт поширюється на іграшки, призначені для дітей віком до 14 років, і встановлює вимоги безпеки і методи дослідження.

Серед основних показників безпеки іграшок можна виділити наступні:

- ✓ показники безпеки сировини, матеріалів та комплектуючих;
- ✓ показники елементів іграшки;
- ✓ показники захисних та декоративних покриттів;
- ✓ показники виділення шкідливих для дитини елементів;
- ✓ показники електробезпеки, пожежо- та вибухобезпеки.

Стандарт не поширюється на піротехнічні іграшки, феєрверки, включаючи ударні капсули (за винятком пістонів, які призначені для ігор), ялинкові прикраси, штучні ялинки і прикраси до них, електрогірлянди, іграшки з двигуном внутрішнього згорання, оснащені для відкритих дитячих майданчиків, спортивне обладнання, масштабні моделі для дорослих колекціонерів, «професійні іграшки», виставлені в громадських місцях, пневматичні гвинтівки та пістолети, капсули, стріли для влучення у ціль з металевими наконечниками, іграшкові парові двигуни, велосипеди з висотою сідла від підлоги понад 635 мм, точні копії

вогнепальної зброї, біжутерія для дітей, іграшки з живленням від мережі.

Якщо іграшка призначена для складання дитиною, то вимоги ставляться як окремо до кожної деталі, з якою матиме справу дитина, так і до складеної іграшки в цілому. Наприклад, іграшки маркуються знаком, що не рекомендує їх дітям до 3-х років.



Рис. 5.2. Маркування іграшок

## 5.9. Сертифікація послуг

У процесі ринкової взаємодії виробники, посередники, споживачі вступають у різноманітні взаємовідносини, результатом яких можуть бути не лише дії, пов'язані з речовими взаємовідносинами (купівля-продаж товару), але й з комплексом операцій, які супроводжують або обумовлюють цю взаємодію й опосередковуються різними послугами.

В економічній літературі існує велика кількість визначень поняття «послуга». Проте жодне з них не одержало загального визнання у зв'язку з неоднорідністю послуг. Тому здебільшого теоретичні дослідження і дані статистики класифікують послуги, виходячи з локальних задач дослідження, мети статистичного уявлення про діяльність сфери послуг чи її окремих елементів.

В законі «Про захист прав споживачів» категорія «послуга» класифікується, як діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб. Тобто, послугу можна розглядати як результат економічної діяльності, яка не створює товару, але продається та купується під час торговельних операцій.



**Група однорідних послуг** – сукупність послуг, що характеризуються загальним, цільовим або функціональним призначенням.

**Підгрупа однорідних послуг** – частина групи однорідних послуг, що характеризуються загальним функціональним призначенням і визначеними споживачами властивостями.

**Вид послуг** – складова підгрупи однорідних послуг, що характеризуються загальними конструктивними, технологічними рішеннями або іншими ознаками.

Під **матеріальною послугою** розуміють діяльність виконавця щодо задоволення матеріальних потреб споживача, її результатом є, як правило, перетворена продукція (наприклад, приготовлена їжа, побудований будинок, комунальні ресурси і т.д.). Матеріальні послуги впливають на споживчі властивості предмета.

**Нематеріальна (або соціально-культурна) послуга** – це діяльність виконавця щодо задоволення соціально-культурних потреб споживача: фізичних, етичних, інтелектуальних і духовних. Об'єктом такої послуги є власне споживач (наприклад, пацієнт клініки; відпочиваючий санаторію; відвідувач ресторану; турист; пасажир; студент і аспірант; глядач; відвідувач музею та ін.).

**Виробнича послуга** – це діяльність виконавця щодо задоволення потреб підприємств та організацій (наприклад, роботи з налагодження і техобслуговування обладнання, засобів вимірювань і випробувань; дослідно-конструкторські та технологічні роботи тощо).

Сьогодні з метою визначення груп та підгруп однорідних послуг, видів послуг, до яких встановлюються певні вимоги у нормативних документах зі стандартизації, проводять класифікацію існуючих послуг на підставі певних ознак, що враховують специфіку послуг та процесів обслуговування.

До основних **обов'язкових вимог до послуг та процесів їх надання відносять:**

- ✓ безпека для життя, здоров'я та майна споживачів;
- ✓ чисельність персоналу й одиниць устаткування відповідність призначенню;
- ✓ охорона навколишнього природного середовища та раціональне використання ресурсів;
- ✓ захист духовного й естетичного світогляду суспільства;



✓ використання сучасних технологій, методів, засобів і прийомів обслуговування;

- ✓ гарантії виконавця послуги та ступінь довіри споживачів;
- ✓ якість послуг та обслуговування.

Перелічені обов'язкові вимоги встановлюють у нормативній документації за необхідністю залежно від особливостей послуг.

Вимоги безпеки для життя, здоров'я і майна споживача під час надання йому послуги містять вимоги електробезпеки, пожежної безпеки, вибухобезпеки, ядерної і радіаційної безпеки, безпеки впливу хімічних і забруднювальних речовин, до засобів захисту і заходів убезпечення під час надання певних послуг.

За необхідності встановлюються класи небезпеки, допустимі і граничні рівні небезпечних і шкідливих чинників, які впливають на ступінь безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів під час їх обслуговування або користування ними певними послугами.

### Питання для самоконтролю

1. Розкрийте сутність сертифікації продовольчих товарів.
2. Що таке система управління безпечністю харчових продуктів?
3. Що таке генномодифікована продукція тваринного і рослинного походження?
4. Перерахуйте основні етапи проведення процедури сертифікації продовольчих товарів.
5. Що таке сертифікат якості продукції?
6. Які схеми сертифікації продовольчих товарів ви знаєте? Що має містити протокол випробувань?
7. У чому суть сертифікації непродовольчих товарів?
8. Перерахуйте особливості процедури проведення сертифікації різного роду апаратури та обладнання.
9. Як здійснюється сертифікація косметичних виробів?
10. Аргументуйте народногосподарське значення сертифікації продовольчої і промислової продукції.
11. Систематизуйте правила торгівлі в країнах ЄС та завдання стандартизації і сертифікації.





## **ТЕМА 6**

### **ТОВАРНА ІНФОРМАЦІЯ**

В даному розділі розглядаються основні функції та вимоги до товарної інформації. Товарна інформація – це відомості про товар, що надаються суб'єктам комерційної діяльності. Інформація буває основоположна, комерційна, споживацька. Товарна інформація повинна бути як вірогідною, доступною, так і достовірною.

Засобом товарної інформації в процесі пакування є маркування й технічна документація. Основними функціями маркування є: ідентифікаційна, інформативна, емоційна або мотиваційна.

#### **Після ознайомлення з даним розділом ви зможете:**

- ✓ ознайомитися з основними видами, формами та засобами товарної інформації;
- ✓ засвоїти основні вимоги до товарної інформації;
- ✓ обґрунтувати необхідність маркування товарів у процесі товарообігу;
- ✓ порівняти основні характеристики торгового та виробничого обладнання;
- ✓ оволодіти інноваційними аспектами в маркуванні товарів.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** товарна інформація, неформальні канали, формальні канали, основоположна інформація, комерційна інформація, споживацька інформація, маркування, етикетка, кольєретка, вкладиш, бірка, ярлик, контрольні стрічки, штамп, торгове маркування, касові чеки, торгові чеки, інформаційні знаки, товарні знаки, торгова марка, компонентні знаки, експлуатаційні знаки, маніпуляційні знаки.

### **ОСНОВНІ ПИТАННЯ**

- 6.1. Інформаційні системи в товарознавстві.
- 6.2. Принципи, види та способи збору інформації.
- 6.3. Види, форми, засоби товарної інформації.



6.4. Вимоги до товарної інформації.

6.5. Знаки найменування місця походження товару.

## 6.1. Інформаційні системи в товарознавстві

У сучасних умовах потреба в інформації постійно зростає, і менеджери часто відчують брак достовірних, актуальних та вичерпних даних. Для того, щоб розв'язати цю проблему, на підприємстві має бути створена система збирання необхідної інформації, або інформаційна система (ІС).

**Інформаційна система** – це безперервно діюча система, призначена для збирання, оброблення, аналізу, оцінювання й розподілу інформації, яка необхідна для прийняття управлінських рішень.

Серед сучасних напрямків у роботі із системами інформації в закордонних країнах можна виділити три основні: перший – впровадження нових методів збору й аналізу даних, другий – формування нових підходів до аналізу ринку за допомогою маркетингу і баз даних, і третій – застосування нововведень в області організації наявних маркетингових даних, що втілилися в концепції управління знаннями.

Останнім часом широке поширення отримали нові підходи до збору даних: САПІ (обладнання для комп'ютеризованих телефонних опитувань), САРІ (обладнання для комп'ютеризованих особистих інтерв'ю), сканери, Peoplemeters (обладнання для оцінки популярності різних телевізійних програм), EPOS (electronic point of sale) – обладнання, засновані на технології сканування штрих-кодів, що дозволяють одержувати повну інформацію про продажі й ціни з кожної торговельної точки, та інших електронних обладнаннях. Застосування цих нововведень значною мірою сприяло підвищенню ефективності систем маркетингової інформації і дозволило збільшити швидкість реагування на зміни, що відбуваються в зовнішньому середовищі. Крім того, за допомогою подібних інструментів суттєво підвищилася об'єктивність інформації, що збирається.

Удосконалювання інструментарію роботи з інформацією відбувалося не тільки на рівні збору даних, але й на етапі їх обробки. Нові технології в роботі з базами даних, завдяки яким



з'явилася можливість знизити витрати зберігання інформації й значно збільшити її обсяги й швидкість обробки, створили необхідні умови, без яких компаніям не вдалося б скористатися всіма перевагами від перерахованих нових методів збору даних. Деякі компанії стали використовувати в маркетингу такі складні інструменти, як нейронні мережі й штучний інтелект, що дозволяють не тільки визначити досить очевидні взаємозв'язки між споживачами, продуктами й ринками, як й ще припускають за допомогою стандартних методів аналізу розраховувати різні змінні для кожного окремого споживача, і, таким чином, одержувати більш точні дані.

В основі баз даних лежить створення й підтримка бази даних, яка містить інформацію про кожного споживача. Сучасні бази даних являють собою не просто адресний список покупців, як це було раніше, а повну інформацію про споживчу поведінку протягом довгого періоду часу. Ця інформація містить у собі те, які продукти й у яких комбінаціях купував даний покупець, за якими цінами, у яких магазинах, і в яких заходах щодо стимулювання збуту він брав участь і т.п. Інформація бази даних обновляється з кожною наступною покупкою, компанія має можливість відслідковувати поведінку кожного окремого покупця в часі, підтримуючи постійний діалог зі споживачем.

У цей час існують різні способи підтримки діалогу з покупцями за допомогою баз даних. Адресні бази даних можуть формуватися на підставі поштових адрес, телефонів, різних купонів на придбання продукції. Одним із популярних способів є створення карток регулярного покупця, якими, наприклад, активно користується авіакомпанія KLM.

Інтеграція всіх наявних інформаційних джерел і перехід від системи, що складається зі сукупності різноманітних даних, до системи маркетингових знань (knowledge system) є важливою сучасною тенденцією в роботі з інформацією більшості західних компаній.

**Маркетингові знання** являють собою накопичений інтелектуальний капітал компанії, що включає в себе дані, інформацію, ідеї, які необхідні для прийняття найкращих і найбільш ефективних рішень управлінського апарату компанії.



Завдяки новітнім інформаційним технологіям обсяг даних, що надходять в інформаційну систему, помітно зріс, так що існуючі системи маркетингової інформації виявилися нездатними переробити всі наявні дані й надати вчасно ті дані, яких компанія найбільш потребує. Тільки формування системи маркетингових знань дасть компаніям можливість скористатися всіма даними (досвідом), накопиченими в компанії.

Більшість великих закордонних компаній у цей час активно займаються створенням систем маркетингових знань про ринок. Наприклад, у компанії Henkel створена система за назвою IDIS, яка аналізує всю наявну інформацію й вибирає розв'язки, ґрунтуючись на критерії «найбільш успішне рішення з накопиченого досвіду». В Coca Cola з 1997 року використовується Inform Cascade, система, яка, за словами керівництва компанії, є невід'ємною частиною інфраструктури компанії. Ця система націлена на організацію інформаційних потоків у таких галузях, як просування торговельних марок, планування, глобальний маркетинг. Inform використовує не тільки дані внутрішніх продажів, але й матеріали численних досліджень і статистичних матеріалів, які можуть носити як кількісний, так і якісний характер. При розробці нових програм з просування марок або нової рекламної компанії система задіє результати наявних досліджень і досвід, накопичений на різних ринках.

При створенні системи знань відбувається перехід від ізольованих джерел інформації до нової системи, яка поєднує в собі всі джерела даних і знання про компанію, здійснює універсалізацію всіх принципів роботи з інформацією. Система знань про ринок являє собою експертну систему інформаційної підтримки, у яку інтегруються знання експертів компанії, для обґрунтування управлінських рішень і розробки алгоритмів пошуку відповідей на всі виникаючі в сфері маркетингу запитання. Керування цими знаннями дозволить оцінити не тільки окремі ринкові аспекти, але й одержати цілісну картину, не тільки сформулювати відповіді на запитання «що відбулося?», але й пояснити, «чому це відбулося?» Система маркетингових знань дозволяє миттєво адаптуватися під усі проблеми й потреби, що виникають у компанії, відслідковувати ефект синергії, що виникає при впливі на різні елементи комплексу маркетингу. Іншими словами, система маркетингових знань являє



собою найбільш розвинену систему маркетингової інформації в сучасних умовах.

## 6.2. Принципи, види та способи збору інформації

Наслідком управлінської праці є управлінське рішення. Прийняття його – половина справи. Друга половина – реалізація наміченого. Досягти бажаного можна лише у разі забезпечення системи інформацією. Причому, інформація повинна бути високоякісною і в свою чергу вірогідною, повною і точною.

Отже, результатом управлінської праці є рішення, оптимальним воно може бути у тому випадку, якщо підприємство приділяє належну увагу інформації.

**Інформація** – це повідомлення про що-небудь, а також відомості, що виступають об'єктом зберігання, переробки й передавання. У сучасних умовах інформацію порівнюють з такими найважливішими ресурсами, як матеріали, кошти та енергія.

Інформація пропонує методи та засоби підвищення ефективності всіх галузей виробництва, управління, науки і культури на новому, більш високому науково-технічному рівні.

Серед основних принципів збору інформації можна виділити наступні: точність; економічність, комплексність, регулярність, об'єктивність, оперативність, ретельність.

**Об'єктивність** інформації забезпечується тим, що вона надходить із різних джерел, які дорожать своєю репутацією і прагнуть до того, щоб надалі інформація була якомога глибшою та змістовнішою.

Науковий підхід ґрунтується на об'єктивності, точності та ретельності.

**Точність** пов'язана із застосуванням інструментів досліджень, які розробляються і використовуються щонайскрупульозніше. Дана характеристика має місце при анкетуванні (розробка структури анкети, добір та навчання опитуваних осіб, опрацювання відповідей).

Таким чином, взаємозв'язок і системність підходу щодо використання основних принципів маркетингових досліджень дозволить прийняти службі маркетингу єдине вірне, виважене рішення.



Збір інформації здійснюється під час проведення маркетингових досліджень. Витрати на проведення маркетингових досліджень залежать від **багатьох факторів**: обсягу необхідної інформації, глибини досліджень, складності аналізу.

Інформація буває первинною і вторинною.

**Вторинна інформація** – це дані, зібрані заздалегідь із метою, що є відмінною від цілей, пов'язаних з вирішенням досліджуваної проблеми. Незалежно від того, чи достатня вона для одержання кінцевого результату.

Низька ціна та доступність дозволяє опрацювати спочатку вторинну інформацію. До джерел вторинної інформації відносять видання державних органів, періодику, книги, статті, комерційну інформацію. Ця інформація завжди достовірна.

**Недоліками вторинної інформації є:**

- ✓ можливість відсутності ряду необхідних даних;
- ✓ наявність суперечливих і застарілих даних;
- ✓ можуть публікуватись не всі результати досліджень;
- ✓ не завжди відома надійність інформації.

Попри усю цінність і користь вторинних даних, більшість маркетингових досліджень передбачають збирання **первинних даних** – інформації одержаної вперше для розв'язання визначеної проблеми.

Перевагами первинних даних є те, що: збираються відповідно до поставлених цілей, методика збору інформації відома і контролюється підприємствам і носить обмежений характер для конкурентів.

**Серед недоліків первинних даних є:**

- ✓ збирання первинних даних займає багато часу;
- ✓ досить значні витрати на дослідження;
- ✓ підхід підприємства може носити обмежений характер;
- ✓ деякі види інформації можна не отримати;
- ✓ компанія може бути неспроможною збирати первинні дані.

До **основних методів збирання первинних даних** відносяться: спостереження, огляди, експеримент, анкетування, опитування по телефону, опитування поштою, особисте інтерв'ю, групове інтерв'ю, імітація.

**1. Огляди** являють собою систему спостережень за поведінкою, змінами характеристик досліджуваних об'єктів. Огляди доцільно



використовувати при розробці характеристик нового товару, складанні рекламних текстів, підготовці заходів щодо стимулювання збуту, дослідженні каналів руху товарів.

**2. Експеримент** дозволяє виявити реакцію досліджуваної сукупності людей на певні фактори або їх зміну. Мета цього методу – перевірити робочу гіпотезу та виключити інші гіпотези. При цьому використовують такі технічні засоби як фото-, відео- та кінокамери.

**3. Анкетування** – інструмент збору первинних даних. Відомо, що анкети складаються з питань, які адресовані респондентам для відповіді на них. Для складання анкети потрібна висока кваліфікація. Кожне питання повинне бути випробуване на попередній вибірці споживачів для виявлення можливих помилок, допущених при формуванні. За формою питання можуть бути відкритими і закритими. Перші включають варіанти можливих відповідей і респондент може вибирати одне з них. Другі – передбачають відповідь своїми словами.

**4. Опитування по телефону** – сьогодні найпоширеніший метод збору інформації. Крім того, він є найпоширенішим, оскільки відповіді отримують у результаті безпосереднього контакту, що дає можливість уточнити суть деяких питань і відповідей. Але по телефону можна опитати лише тих людей, які мають його.

**5. Опитування поштою** – це єдина можливість установити контакт з тим, хто не погоджується на особисте інтерв'ю. Але при цьому питання слід формулювати просто і чітко. Ступінь повернення відповідей, як правило, досить низький і до того ж надходять вони повільно.

**6. Особисте інтерв'ю** – найбільш глибокий спосіб опитування. У разі необхідності, дослідник може ставити більшу кількість питань, ніж передбачено анкетною і доповнити відповіді особистими спостереженнями.

**7. Групове інтерв'ю** організують, як правило, за участю 6...10 осіб, які досить тривалий час проводять із маркетологом і дискутують з питань продукту, сервісу, організації торгівлі та інших питань маркетингу.

**8. Імітація** – це метод з використанням ЕОМ, який відтворює використання різних маркетингових факторів на папері, але в реальних умовах.



З метою отримання точних і достовірних даних про предмет дослідження слід використовувати перераховані методи в комплексі.

### 6.3. Види, форми, засоби товарної інформації

Насиченість ринку товарами, постійне розширення та поглиблення асортименту – це одне з досягнень ринкових відносин. Але поряд з цим споживачеві буває важко розібратися у великій кількості товарів, зробити правильний вибір, не маючи повної і достовірної інформації про товар.

Інформаційні процеси в товарознавстві – це широке поняття, що включає в себе процеси збирання й передавання, накопичення й зберігання, пошук та обробка даних про товар.

**Інформація про товар** – це відомості про товар, що надаються користувачам – суб'єктам комерційної діяльності.

Первинним джерелом інформації про товар й одночасно виконавцем послуг з інформування споживачів (оптових чи роздрібних) щодо реалізованих товарів є виробник цих товарів. Від того, наскільки об'єктивні ці інформаційні послуги, залежить швидкість просування товарів каналами розподілу, інтенсивність збуту, стимулювання продажу і нарешті життєвий цикл товару.

Відомості про товар передаються за допомогою відповідних інформаційних комунікацій, які мають такі рівні:

✓ **безпосередньо інформаційний** (неформальні, позадокументальні канали розповсюдження інформації про товар, тобто особисті контакти суб'єктів ринку, листування, семінари, виставки, конференції тощо);

✓ **документальний** (формальні канали розповсюдження первинних документів і видань про товар у сфері обігу);

✓ **вторинно-документальний** (формальні канали розповсюдження відомостей, коментарів, пояснень про первинні документи, що стосуються товарів);

✓ **фактографічний** (формальні канали розповсюдження ідей, даних про товари, що одержані з опублікованих та неопублікованих документів про товар);

✓ **фактологічний** (канали розповсюдження ідей, даних після логічної обробки опублікованих та неопублікованих документів про





товар).

Канали доведення інформації про товар до споживачів поділяються на неформальні і формальні.

**Неформальні** канали виникають безпосередньо між відправником і споживачем інформації (листування, бесіди, телефонні розмови, особисті зустрічі тощо).

**Формальні** канали функціонують завдяки відповідним організаціям (інформаційні служби, системи друкованих видань, теле- і радіомережі та ін.).

За формою подання повідомлення про товар можна поділити на недокументальні і документальні.

**Недокументальні** повідомлення (жести, запахи, звуки та ін.) розповсюджуються неформальними каналами і відзначаються оперативністю, адресністю, швидким зворотним зв'язком. Але така інформація не має достатньо чіткого механізму контролю і не може довго зберігатися.

**Документальні** повідомлення (тексти, зображення, цифрові дані, таблиці, фотографії, зразки, магнітні записи тощо) більшою мірою відповідають комерційно-господарським інтересам суб'єктів ринку і можуть зберігатися, накопичуватися, аналізуватися, контролюватися.

### **Товарна інформація буває:**

1. *Основоположна* – це основні відомості про товар, які мають вирішальне значення для ідентифікації товарів на ринках і призначені для всіх суб'єктів ринкових відносин, а саме: вид і найменування товару, його ґатунок (асортимент, сортамент), маса нетто, найменування виробника, дата виготовлення товару, строк придатності або зберігання.

2. *Комерційна* – це товарна інформація, яку призначено для виробників, посередників, постачальників і безпосередніх продавців, але не для споживачів, хоч нині за відкритості ринкових відносин вона все частіше стає відомою широкій громадськості. Комерційна товарна інформація містить такі дані: відомості про посередників, нормативні документи щодо якості товарів, штрих-коди продукції тощо.

3. *Споживацька* – до такої товарної інформації належать спеціальні відомості, призначені для створення споживчих переваг. Вона розповідає про вигоди, які отримає споживач, якщо придбає



даний товар, про найбільш суттєві споживчі властивості товару (склад, функціональне призначення, способи користування або експлуатації, безпека, надійність, ціна, стимулюючі заходи). Друковані проспекти чи буклети з такою інформацією найчастіше намагаються дуже привабливо оформити, що додатково підсилює її емоційний вплив.

Розроблено багато форм доведення товарної інформації до споживача.

**За способами надання** розрізняють наступні види товарної інформації:

1. *Словесну* – ця інформація є найбільш доступною. На жаль, у друкованому вигляді вона є досить громіздкою і потребує значного часу для осмислювання;

2. *Цифрову* – найчастіше застосовується для доповнення словесних описів кількісними характеристиками товару (маса, розміри, строки, дати, коди тощо);

3. *Образотворчу* – забезпечує зорове й емоційне сприйняття відомостей про товари за допомогою художніх і графічних зображень безпосередньо товару, комбінованих зображень товару з іншими естетичними об'єктами (квітами, красивими тваринами, метеликами тощо), репродукцій із картин, фотографій, листівок чи інших зображень (схем, графіків тощо).

4. *Символічну* – це відомості про товар, які передаються за допомогою інформаційних знаків (символ є короткою характеристикою сутності товару, його відмінностей від інших товарів);

5. *Штрихову* – у вигляді штрихового коду – це знак, призначений для автоматизованої ідентифікації товару та обліку інформації про нього. Зрозуміло, що для цього треба мати відповідну техніку та обладнання.

#### **6.4. Вимоги до товарної інформації**

В основу вимог до товарної інформації покладено вимоги до інформації як загальної категорії. До товарної інформації фахівці ставлять такі вимоги:

✓ *вірогідність* – передбачає правдивість і об'єктивність відомостей про товар;



✓ **доступність** – пов’язують з принципом відкритості відомостей про товар для всіх користувачів, чим характеризується сучасне цивілізоване суспільство. Це може бути мовна доступність, зрозумілість тексту або інших форм доведення інформації, можливість надання інформації на першу вимогу покупця тощо.

✓ **достатність** – трактується як раціональна інформаційна насиченість, що виключає надання як неповної, так і зайвої інформації.

**Неповна інформація** – це брак певних, що мають визначальний характер, відомостей про товар, а **зайва** – це надання відомостей, які дублюють основну інформацію без особливої для цього потреби, або такої інформації, котра не цікавить споживача. Не варто забувати, що переважну більшість послуг так чи інакше завжди оплачує споживач.

Суб’єкти господарювання несуть відповідальність за відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, оскільки одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору.

Інформація надається споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги) і повинна містити:

✓ назву товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, за якими вони реалізуються;

✓ найменування нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати вітчизняна продукція;

✓ дані про основні властивості продукції, а щодо продуктів харчування – про склад (включаючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, в тому числі харчових добавок), номінальну кількість (масу, об’єм тощо), харчову та енергетичну цінність, умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів, а також іншу інформацію, що поширюється на конкретний продукт;

✓ відомості про вміст шкідливих для здоров’я речовин, які встановлені нормативно-правовими актами, та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами;

✓ позначку про наявність у її складі генетично модифікованих компонентів;



✓ дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції;

✓ дату виготовлення;

✓ відомості про умови зберігання;

✓ гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);

✓ правила та умови ефективного і безпечного використання продукції;

✓ строк придатності (строк служби) товару (наслідків роботи), відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

✓ найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Зазначимо, що, крім Закону України «Про захист прав споживачів», відповідальність за порушення прав споживачів встановлено і Кодексом України «Про адміністративні правопорушення». Згідно з даним Кодексом до адміністративної відповідальності притягаються особи, винні у відмові щодо надання громадянам-споживачам необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника (виконавця, продавця), у навчанні безпечного та правильного їх використання, а так само обмеження прав громадян-споживачів на перевірку якості, комплектності, ваги та ціни придбаних товарів.

## 6.5. Знаки найменування місця походження товару

Під найменуванням місця походження товарів розуміють назву країни, населеного пункту, місцевості чи іншого географічного об'єкта, що використовуються для маркування товару, особливі властивості якого винятково чи головним чином визначаються характерними для даного географічного об'єкта природними умовами, технологічними та людськими чинниками одночасно. Право на найменування місця походження товару – це новий цивільно-правовий інститут, який в Україні тільки формується.

В країнах із розвинутою ринковою економікою цей інститут відомий уже давно. Він згадується в Паризькій конвенції «Про



охорону промислової власності» від 20 березня 1883 р. Конвенція, зокрема, проголошує, що вказівка на походження або найменування місця походження товару відноситься до об'єктів промислової власності і підпадає під дію Паризької конвенції (ст. 1). Стаття 10 Конвенції проголошує, якщо при виробленні чи виробництві товару або торгівлі ним буде неправильно зазначено місце походження чи місцевість, або неправильно вказано країну, де знаходиться цей пункт, чи країну, де застосовуються неправдиві дані про походження, то це визнається порушенням прав фізичної чи юридичної особи, які є виробниками чи комерсантами щодо цього товару.

Справа в тому, що на якісні характеристики, крім технічного рівня, технології, якості матеріалів, впливають також екологічні чинники. Такими додатковими чинниками, що зумовлюють значною мірою якісні та інші характеристики товару, можуть бути певні властивості того чи іншого географічного району (наприклад, вода, повітря, ґрунти, кліматичні, гідрологічні та інші умови). Так, окремі сорти вина можна виробити з винограду, що вирощується тільки в певній місцевості; на виробництво пива впливають ряд властивостей саме даного географічного району – вода, ячмінь, хміль тощо. Тканина певного сорту може бути вироблена тільки із вовни овець окремої породи, що вирощується в визначеній місцевості. Це – природні чинники географічного району, які можуть зумовлювати певні якісні показники виробленого товару, наприклад, мінеральної води тощо.

Але на якісні його характеристики можуть впливати також і люди – майстерність, професіоналізм виробника. Технічний рівень виробництва зумовлюють попит товару і, отже, його конкурентоспроможність на ринку. Тому на ринку складається певна оцінка товару, виробленого в певному географічному регіоні та ще й у поєднанні із людським чинником.

При цьому слід враховувати, що не визнається назвою місця походження товару позначення, яке нібито є собою чи містить назву географічного об'єкта, проте загалом застосовується як позначення виду товару і не пов'язане з місцем його виготовлення. Наприклад, сири «Естонський», «Голландський» та інші часто виробляються в місцях, зовсім не пов'язаних ні з назвою країни, ні з географічним



водного господарства та природокористування  
регіоном. Їх назви свідчать не про місце походження, а про асортиментну належність.

Знаки країни походження товару поділяються на міжнародні і національні. У зовнішньоторговельній діяльності прийнято застосовувати міжнародні знаки, що включають одну або декілька літер і цифровий код.

Знаки країни походження можуть включатися до складу інших інформаційних знаків (наприклад, знаків відповідності) або до товаропровідних, експлуатаційних та інших документів. Поряд із цими знаками або замість них можуть застосовуватися національні знаки країни походження товару, наприклад, «Made in Ukraine» («Зроблено в Україні»).

Інші знаки місць походження товару: населеного пункту, місцевості, історичної назви географічного об'єкта – не мають узвичаєної символіки, але їх досить часто використовують як марочні знаки.

### Питання для самоконтролю

1. Обґрунтуйте значення інформаційних систем в товарознавстві і менеджменті.
2. Які види інформації ви знаєте?
3. Що таке первинна інформація?
4. Опишіть основні переваги і недоліки первинної інформації та яка роль менеджменту у її достовірності.
5. Що таке вторинна інформація?
6. Назвіть основні недоліки і переваги вторинної інформації.
7. Які методи збору інформації ви знаєте?
8. Що таке товарна інформація та які інновації ви знаєте на ринку товарів і послуг у вашому регіоні?
9. Які канали доведення інформації до споживача ви знаєте?
10. Класифікація товарної інформації. Основні вимоги до неї.
11. Які види товарної інформації ви знаєте за способом надання?
12. Що таке маркування та як воно пов'язується із передачею товарної інформації?
13. Чим відрізняється комерційна інформація від споживацької?
14. Що таке основоположна товарна інформація?
15. Що означає зайва товарна інформація?



## ТЕМА 7

### ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ

В даному розділі розкривається суть поняття ідентифікації, її функції та засоби, об'єкти та критерії. Ідентифікація об'єктів передбачає використання апріорної інформації та її обробку. Об'єктом ідентифікації є явище або процес, які пізнаються в результаті досліджень і не залежать від методів і засобів вимірювань.

**Після ознайомлення з даним розділом ви зможете:**

- ✓ ознайомитися з основними функціями і засобами ідентифікації;
- ✓ обґрунтувати етапи проведення ідентифікації товарів;
- ✓ засвоїти технічне та інформаційне забезпечення ідентифікації товарів;
- ✓ використовувати на практиці функції штрихових кодів щодо інформаційного забезпечення ідентифікації товарів.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** апріорна інформація, ідентифікація, партійна ідентифікація, асортиментна ідентифікація, якісна ідентифікація, статичність, динамічність, стохастичність, гатунок якості, стандарти ISO, коефіцієнт кореляції, критерій Фішера.

### ОСНОВНІ ПИТАННЯ

- 7.1. Основні функції ідентифікації. Засоби ідентифікації.
- 7.2. Види ідентифікації.
- 7.3. Об'єкти ідентифікації.
- 7.4. Критерії ідентифікації.
- 7.5. Організаційне забезпечення ідентифікації товарів.

#### 7.1. Основні функції ідентифікації. Засоби ідентифікації

Термін «ідентифікація» (від лат. *identifico* – ототожнюю) – трактується як ототожнювання, встановлення відповідності товару, наявності співпадання чогось з чимось.



Ідентифікація вимагає багатосторонніх досліджень товарознавцями-експертами, а також висококваліфікованими вченими-експертами. Оскільки результати ідентифікації того чи іншого виробу аналізуються і на основі цього аналізу роблять відповідні висновки, то такий процес можна назвати «ідентифікаційною експертизою». Це пояснюється ще й тим, що без проведення ідентифікаційної експертизи не можна встановити групу товару.

Основними завданнями ідентифікації на сучасному етапі є:

- ✓ розробка основних понять, структури, норми і правил у сфері ідентифікації товарів;
- ✓ розробка спеціальних критеріїв, які будуть використовуватися для цілей ідентифікації однорідних груп, видів і найменувань товарів;
- ✓ удосконалення стандартів та іншої нормативної документації з включенням до неї показників якості, які необхідні при ідентифікації;
- ✓ розробка методів ідентифікації товарів та в першу чергу експрес-методів, які б дозволяли визначати асортиментну належність товару з досить високим ступенем ймовірності.

Ідентифікація зокрема передбачає визначення відповідності показників якості харчових продуктів і продовольчої сировини показникам, встановленим у нормативній та технічній документації виробника харчових продуктів чи наведеними в інформації про ці продукти, а також визначення відповідності харчових продуктів і продовольчої сировини до вимог нормативних документів з метою сертифікації.

**Ідентифікація** об'єктів передбачає використання, по-перше, апріорної інформації (для товару це інформація, яка базується на дії законів природничих і прикладних наук) і, по-друге, – обробку даних вимірювань, необхідних для отримання апостеріорної інформації про об'єкт, що досліджується.

На вирішення завдань ідентифікації суттєвий вплив має апріорна (лат. *apriori* – з попереднього, незалежно від досвіду) інформація.

**Апріорна інформація** може бути трьох видів:

- ✓ про фізичні, хімічні, технічні властивості об'єкта;
- ✓ про зовнішнє щодо об'єкта середовище;
- ✓ про виміряні змінні, що стосуються об'єкта.





Якщо розглядати *структуру*, то в процесах ідентифікації під нею розуміють сукупність елементів і зв'язків між ними. Ці елементи та зв'язки визначаються функціональним і цільовим призначенням об'єкта ідентифікації чи його моделі. Основні положення з організації робіт щодо ідентифікації товарів та простежуваності товарних партій встановлені міжнародними стандартами ISO серії 9000. Ці нормативні документи визначають ідентифікацію як встановлення відповідності характеристик об'єкта (товару) вимогам, що до цього об'єкта висуваються. У зв'язку з цим ідентифікація покликана виконувати такі **функції**:

- ✓ *визначальну*. Ототожнює наданий об'єкт (зразок товару) з конкретною назвою, маркою, сортом, а також з певною товарною партією;

- ✓ *інформаційну*. Доносить до суб'єктів ринкових відносин необхідну інформацію;

- ✓ *підтверджуючу*. Встановлює відповідність асортиментної характеристики товару наданій інформації (на маркуванні чи товаросупровідних документах), тобто підтверджує справжність товару;

- ✓ *керуючу*. Є одним із елементів системи якості продукції.

Керуюча функція ідентифікації регламентується міжнародними стандартами ISO серії 9000 «Стандарти з управління якістю та забезпечення якості». У цих документах поняття «ідентифікація» доповнюється поняттям «простежуваність».

У міжнародних стандартах зазначено, що постачальник товару у разі необхідності повинен встановлювати та підтримувати в робочому стані методи ідентифікації продукції у кресленнях, технічних вимогах або іншій документації на всіх етапах виробництва, постачання та зберігання продукції. Якщо простежуваність є вимогою чітко визначеною, то в межах цих вимог окремі одиниці продукції чи товарні партії повинні мати одиничний характер ідентифікації. Така ідентифікація відповідним чином реєструється.

Для цілей ідентифікації передусім використовуються маркування та супровідні документи. Вимоги ISO, зокрема, встановлюють, що засобами ідентифікації є нормативні (стандарти та ін.) і технічні (креслення та ін.) документи. Таким чином, відповідно до стандартів ISO серії 9000 та керівництва ISO/IEC 22, у міжнародній

практиці ідентифікацію розглядають як один із елементів системи якості на виробництві, а також як дії з управління матеріалами (сировиною, напівфабрикатами, комплектуючими виробами) і продукцією для встановлення відповідності (або невідповідності).

До засобів ідентифікації товарів відносять нормативні документи (стандарти, технічні умови, методики проведення досліджень, засоби виміральної техніки тощо), які регламентують показники якості та можуть бути використані для цілей ідентифікації, а також товаросупровідні (сертифікати, накладні, посвідчення якості, маркування, упаковка та ін.). Для продуктів харчування важливим засобом ідентифікації є маркування, яке містить всю інформацію про товар і яку можна використати з метою ідентифікації (найменування, вид, сорт товару, хімічний склад, сировина тощо). До інформаційних засобів ідентифікації відноситься штрихове кодування, яке розглядається в наступних розділах.

## 7.2. Види ідентифікації

Загалом ідентифікацію розглядають у широкому і вузькому розумінні. В широкому розумінні – це побудова моделі об'єкта ідентифікації та визначення її параметрів, у вузькому – оцінювання параметрів моделі об'єкта ідентифікації за результатами вимірювання входних та вихідних сигналів при заданій структурі. В останньому випадку, оскільки структура об'єкта (чи його моделі) вважається заданою, недоцільно розглядати структурну ідентифікацію. Залежно від призначення розрізняють наступні види ідентифікації: споживча, асортиментна (видова), якісна (кваліметрична) і товарно-партійна.

**Споживча ідентифікація** проводиться з метою встановлення можливостей використання товару відповідно до його призначення та функціональних властивостей. Споживча ідентифікація не дозволяє появи в торговій мережі товарів, які не відповідають споживчим вимогам, а також небезпечні для здоров'я людини.

**Партійна ідентифікація** – це діяльність з інформаційного забезпечення встановлення належності одиничних зразків товарів або сукупних упакованих одиниць до певної товарної партії. Метою її є забезпечення простежуваності місцезнаходження товарної групи і одиничних зразків товарів або сукупних упакованих



одиниць, що входять до складу партії. Партійна ідентифікація полегшує процес виявлення можливих причин технологічних або передреалізаційних дефектів. Потреба в ній виникає на етапі формування товарних партій і зникає після повного використання товарів на стадії утилізації. Навіть на етапі споживання (експлуатації) можуть бути виявлені критичні дефекти та виникає необхідність вилучення всієї товарної партії, небезпечної для споживача.

Окрім партійної ідентифікації за призначенням, розрізняють також асортиментну (видову) та якісну (кваліметричну).

**Асортиментна (видова) ідентифікація** – це встановлення відповідності назви товару його асортиментній характеристиці, що зумовлює вимоги, які висуваються до товару. Цей вид ідентифікації застосовується для підтвердження відповідності товару його назві в усіх видах оціночної діяльності, але особливе значення він має у товарній експертизі та сертифікації товарів.

**Якісна (кваліметрична) ідентифікація** – це встановлення відповідності вимогам якості, передбаченим відповідними нормативними документами. Цей вид ідентифікації дозволяє виявити наявність допустимих і недопустимих дефектів, а також відповідність товарному сорту чи іншим градаціям якості, що вказані на маркуванні або в супровідних документах. Під час якісної ідентифікації встановлюють градації якості: стандартна, нестандартна, умовно придатна до використання. Якщо товарну продукцію поділяють на гатунки, то встановлюється відповідність товарному гатунку, що вказаний на маркуванні або в супровідних документах. Якщо виявлено невідповідність гатунку, результат ідентифікації кваліфікується як особливий вид фальсифікації – пересортування. Цей вид ідентифікації дає можливість встановити градації якості продукції на стандартну, нестандартну, умовно-придатну чи непридатну для харчових цілей.

### 7.3. Об'єкти ідентифікації

**Об'єктом** ідентифікації називають явище чи процес, які пізнаються в результаті досліджень і не залежать від методів і засобів вимірювань. Об'єктами ідентифікації є товари, послуги, цінні папери, інформація та інші об'єкти комерційної діяльності.



Об'єкти ідентифікації класифікують за класифікаційними ознаками – властивостями. Серед таких **ознак** виділяють: статичність чи динамічність у часі; стійкість чи нестійкість; детермінованість чи стохастичність структури або параметрів; один чи декілька входів і виходів; інерційність чи безінерційність; лінійність чи нелінійність за вхідним сигналом або параметром; швидке чи повільне затухання коливань під час перехідного процесу.

*Об'єкти стійкі та нестійкі.* Стійкими об'єктами ідентифікації називають такі, що практично не змінюють своїх основних ознак під дією зовнішніх чинників, і навпаки, нестійкі об'єкти змінюють свої ознаки внаслідок певних чинників. Наприклад, відносно до дії води вироби із пластмас є об'єктами стійкими, кухонна сіль та цукор – нестійкими.

*Об'єкти детерміновані та стохастичні* за структурою чи параметрами. У нашому випадку «стохастичний» означає випадковий, імовірнісний, не впорядкований. Прикладами детермінованих об'єктів є метали зі своєю впорядкованою кристалічною структурою, стохастичних – скло, де існує тільки так званий «віддалений» порядок розташування іонів. У «ближній» зоні розташування іонів є цілком випадковим.

Суб'єктами ідентифікації є всі учасники ринкових відносин: виробник товару – на стадії приймання сировини, напівфабрикатів і протягом всього технологічного процесу; представник оптової і роздрібною торгівлі – на стадії підписання договорів куплі-продажу, приймання товарів і підготовки їх до реалізації; споживач – на стадії купівлі та використання товару.

Об'єктами ідентифікації можуть бути найрізноманітніші товари і послуги. Тому номенклатура споживчих властивостей, діагностичних та ідентифікаційних ознак для конкретного товару може включати десятки найменувань. Центральною ланкою характеристики товару, його класифікації та оцінки якості є ідентифікація, мета якої виявити і підтвердити справжність конкретного виду та найменування товару згідно з відомостями, що містяться в товарно-супровідних документах та на маркуванні. При цьому треба пам'ятати, що не всі ознаки можуть використовуватися в якості ідентифікаційних, а лише ті, які відповідають наступним вимогам: бути типовими для конкретного виду, найменування або



однорідної групи продукції; бути об'єктивними і порівнянними; бути такими, що перевіряються; бути важкими для фальсифікації.

Крім цього, результати ідентифікації повинні бути незалежними від суб'єктивних даних випробувача (його компетентності та професіоналізму), від інтересів виробника, постачальника і споживача, а також умов проведення випробувань. При цьому для цілей ідентифікації застосовуються дві групи методів – органолептичні та вимірювальні.

При організації експертного забезпечення може призначатися ідентифікаційна експертиза, яка проводиться лабораторіями із залученням в необхідних випадках інших організацій. Підставою для проведення зазначеної експертизи є напрямок, доручення або постанова посадових осіб та митних органів. З метою її здійснення можуть здійснюватися такі види ідентифікації:

- ✓ асортиментна або видова, коли потрібне підтвердження товару до конкретного виду виробів;
- ✓ якісна або кваліметрична щодо встановлення відповідності вимогам якості, викладеними в нормативах і технічних документах;
- ✓ товарно-партійна, завданням якої є встановлення приналежності частини товару до конкретної товарної партії.

Зокрема, у митній практиці використовуються наступні види ідентифікації:

- ✓ метод найменувань, тобто за наданням для них найменувань та відповідних визначень;

✓ метод цифрових номерів, які привласнюються для товарів. Перевага цього методу полягає в тому, що він забезпечує просту ідентифікацію товарів. Так, шестизначний код товару у вантажній митній декларації 570310 визначає продукцію, як килими та інші текстильні покриття для підлоги;

- ✓ класифікаційний метод, який дозволяє за встановленими правилами і ознаками виділяти з безлічі товарів необхідні об'єкти, що володіють певними ознаками;

✓ метод автоматичної ідентифікації, що отримав розвиток завдяки впровадженню електроніки та створенню засобів сканування, розпізнавання та обробки інформації. Для автоматичної ідентифікації використовуються штрихові коди, радіоетикетки, магнітні смуги, оптично розпізнавані знаки та інші засоби інформації про товари.



## 7.4. Критерії ідентифікації

Критерії ідентифікації визначають методи ідентифікації, тому дуже важливим є їх правильний вибір. Загалом критерії ідентифікації поділяють на критерії синтезу і критерії аналізу. Критеріями синтезу називають такі критерії, які призначені для побудови на їх основі алгоритмів визначення структури моделі, настроювання параметрів цієї моделі або їх оцінювання.

**Критерії аналізу** – це критерії, призначені для перевірки результатів, отриманих на основі застосування критеріїв синтезу, та встановлення відповідності між моделлю та об'єктом. Для цілей ідентифікації товарів головну роль відіграють саме критерії аналізу.

Найбільш поширеними **критеріями аналізу** є:

- ✓ коефіцієнт кореляції та індекс кореляції;
- ✓ мінімум розходження оцінок (коефіцієнт конкордації);
- ✓ рівняння зв'язку між змінними;
- ✓ критерій регулярності;
- ✓ критерій незміщеності;
- ✓ критерій Колмогорова (критерій перевірки гіпотези про нормальний розподіл даних);
- ✓ критерій перевірки гіпотези адекватності Фішера.

Для конкретних товарів (виробів) під **критеріями ідентифікації** розуміють характеристики товарів, які дозволяють ототожнювати назву наданого товару з назвою, що вказана на маркуванні, в нормативних або товаросупровідних документах (асортиментна ідентифікація), а також з вимогами, що встановлюються нормативними документами (якісна ідентифікація). Наприклад, стандартами, технічними умовами, правилами сертифікації харчових продуктів і продовольчої сировини передбачається застосування органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних показників. Не можна використовувати в якості критеріїв ідентифікації деякі фізико-хімічні показники безпеки, що визначаються під час сертифікаційних випробувань. Ці показники лише опосередковано характеризують забрудненість сировини, харчових продуктів і не характерні для екологічно чистих продуктів. Це, зокрема, відноситься до таких показників безпеки, як токсичні мікроелементи, радіонукліди, антибіотики, гормональні препарати, нітрати тощо. Особливості застосування



органолептичних та фізико-хімічних показників як критеріїв ідентифікації товарів стосуються визначення *органолептичних та фізико-хімічних показників*.

*Органолептичними* показниками називають характеристики основоположних споживних властивостей товарів, які визначаються безпосередньо органами чуття людини. До таких характеристик в першу чергу належать зовнішній вигляд, смак, запах, консистенція. Зовнішній вигляд, у свою чергу, є комплексною характеристикою, яку можна розглядати як сукупність, що об'єднує низку одиничних показників: форму, колір, забарвлення, структуру поверхні тощо. Для деяких товарів ці складові доцільно виділити як самостійну характеристику (колір для лаків, пігментів, фарб).

*Смак і запах* – це найбільш характерні ознаки харчових продуктів, проте і вони не є надійними критеріями, оскільки можуть бути підробленими.

*Консистенція* – ще один із можливих критеріїв ідентифікації, який так само є недостатньо надійним. Під час фальсифікації деяких товарів консистенція може не змінюватися (розбавлення парфумерних виробів, автомобільних бензинів тощо). Більш надійними критеріями є ті, що використовують структурні ознаки об'єктів (внутрішня будова, прозорість, співвідношення фракцій).

Перевагою органолептичних методів є їх доступність, простота, а недоліком – їх недостатня достовірність. Тому, вони не можуть бути єдиними критеріями ідентифікації і для більшого ступеня ймовірності та об'єктивності слід використовувати фізико-хімічні методи. Отже, органолептичні показники для цілей ідентифікації є найбільш доступними, простими у застосуванні, проте недостатньо надійними. У зв'язку з цим їх обов'язково треба доповнювати *фізико-хімічними* показниками, які відрізняються більшою вірогідністю і об'єктивністю.

Найбільш точними критеріями ідентифікації є значення характеристик лабораторних вимірювань. Для цього використовують інструментальні методи визначення показників якості – це методи визначення значень показників якості товарів за допомогою спеціальних приладів, апаратури, реактивів, посуду. Інструментальні методи залежно від засобів вимірювань поділяються на фізичні, хімічні, фізико-хімічні й мікробіологічні.

Слід зауважити, що фізико-хімічні показники є специфічними і



характерними тільки для певних груп однорідної продукції. Перелік загальних фізико-хімічних показників є обмеженим, і вони не завжди придатні для цілей ідентифікації. Фізико-хімічні показники характеризують фізичні і хімічні властивості харчових продуктів і визначаються лабораторними методами.

Мікробіологічні методи використовують для визначення загальної кількості мікроорганізмів у продуктах та їх видовий склад. Ці показники використовують при спеціальній ідентифікації на безпеку товарів.

Експертні методи визначення якості – це методи визначення якості товару на підставі рішення, прийнятого експертами.

Зокрема, при ідентифікації харчових продуктів використовують загальні (масова частка вологи, вміст сухих речовин, жиру, цукру тощо), спеціальні (наявність у виноградних винах винної кислоти). Але не всі вони можуть використовуватись в якості ідентифікаційних показників.

В якості критеріїв ідентифікації мають бути обрані тільки показники, які відповідають наступним вимогам: типовість для конкретного виду товару або однорідної групи продукції, найменування; об'єктивність; відтворюваність; можливість перевірки; складність фальсифікації.

Найбільше значення серед цих вимог має типовість, яка може характеризуватися комплексними або одиничними показниками, що доповнюють один одного і відрізняються різним ступенем ймовірності. Так, для чаю найбільш типовим критерієм ідентифікації може бути вміст кофеїну. Незначна заміна чаю листям вишні знижує масову частку кофеїну.

Критерії ідентифікації повинні бути об'єктивними і не залежати від суб'єктивних даних випробувача – його професіоналізму, компетентності; а також умов проведення дослідження. Можливість перевірки – означає, що при повторних перевірках в інших лабораторіях, незалежно від суб'єктів, засобів і умов проведення ідентифікації будуть отримані ті ж самі або близькі результати.

Наприклад, при ідентифікації товару визначають такі показники: зовнішній вигляд, форма, колір, блиск, прозорість, консистенцію, щільність, еластичність, запах, аромат, букет, соковитість, ніжність, смак, терпкість, повнота смаку, хрускіт.

Отже, ідентифікаційна експертиза якості товарів





використовується при оцінці, експертизі якості та сертифікації, і спрямована на встановлення відповідності товару певним вимогам.

## 7.5. Організаційне забезпечення ідентифікації товарів

Організаційне забезпечення ідентифікації товарів передбачає встановлення функціональних завдань і відповідальності структурних підрозділів підприємств-виробників та продавців, а також їх посадових осіб. Окрім того, в рамках організаційного забезпечення ідентифікації також проводять навчання персоналу, перевірку ефективності діючих процедур.

На всіх етапах товарної партії мають також виконуватися роботи з партійної ідентифікації та простежуваності товарних партій. У випадку приймання та здачі товарних партій контроль за кількістю та якістю поєднується з контролем за інформацією в товаросупровідних документах. При цьому дійсні значення кількісних і якісних характеристик товарних партій порівнюють з документальними даними, а також з характеристиками на маркуванні. Будь-яка невідповідність за кількістю, якістю або основоположною інформацією є підставою для призупинення чи відмови від приймання товару.

Під час вантажно-розвантажувальних робіт і зберігання товарів організаційне забезпечення ідентифікації та простежуваності досягається шляхом дотримання порядку складування окремих товарних партій з урахуванням черговості реалізації, особливо товарів з обмеженим термінами придатності.

**Технічне (технологічне) забезпечення** ідентифікації товарів і простежуваності товарних партій передбачає розробку та впровадження технологій маркування одиничних екземплярів або пакувальних одиниць на передтоварній стадії, що дозволяє здійснювати індивідуальну ідентифікацію.

Маркування в цьому випадку розглядають як процес нанесення на об'єкт ідентифікації відповідної інформації у вигляді тексту, малюнків або умовних позначень (інформаційних знаків, шифрів, кодів тощо), які відображають відмінні ознаки товарів.

Маркування товарів має здійснюватися за технологіями, що не погіршують якість готової продукції. Способи маркування повинні бути постійними об'єктами операційного та інспекційного



контролю, а технічні засоби (штампи, тавра тощо) повинні підтримуватися в робочому стані та зберігатися в умовах, що виключають можливість їх неконтрольованого використання.

Основним **засобом інформаційного забезпечення** ідентифікації товарів і простежуваності одиничних екземплярів, а за певних умов формування товарних партій за ознаками, що згадуються в маркуванні, і засобом партійної ідентифікації є виробниче маркування.

До засобів партійної ідентифікації на товарній стадії належать також товаросупровідні документи та інші носії інформації (перфокарти, магнітні та електронні носії). До таких документів висуваються певні вимоги, зокрема: адресність, інформаційна достатність, наступність, доступність, необхідний рівень затвердження.

*Адресність* супроводжувальної документації полягає в чіткому та однозначному регламентуванні джерел супровідних документів і їх користувачів (фірми, структурні підрозділи, службові особи тощо).

Інформаційна *достатність* передбачає здатність супровідних документів охарактеризувати всі ознаки об'єкта ідентифікації, що забезпечують його простежуваність на всіх етапах товарної стадії (назва товару, підприємства-виробника, країни походження товару тощо).

*Доступність* супроводжувальних документів досягається забезпеченням вільного доступу до них для відповідальних осіб і персоналу, а також дотримання встановлених правил їх оформлення, обліку та зберігання на всіх етапах руху товару та супровідних документів.

*Збережуваність* супровідних документів забезпечується відповідними умовами їх зберігання в спеціально відведених для цього місцях протягом певного часу.

В Україні право споживача на інформаційне забезпечення захищено Законом України «Про захист прав споживачів». Зокрема, ст. 3 Закону передбачає право споживачів, які знаходяться на території України під час придбання, замовлення чи використання товарів, на необхідну, достовірну та своєчасну інформацію про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника. Закон визначає, де повинна бути надана ця

інформація та які відомості вона має містити.

Інформація для споживача має бути достатньою, доступною, достовірною і надавати йому такі відомості: ціна та умови придбання товару; дата виготовлення; гарантійні зобов'язання; термін служби; назва та адреса виробника; інформація про сертифікацію. Інформація може надаватися споживачеві у різних формах, зокрема через технічну документацію, етикетки, інші способи маркування. Виробник, виконавець робіт зобов'язані інформувати споживача про можливий ризик і про безпечність використання товару за допомогою прийнятих у міжнародній практиці позначень.

Правила продажу цих товарів передбачають такі *супровідні документи*, а саме: товарно-транспортні накладні; прибутково-видаткові накладні; рахунки-фактури; сертифікати відповідності; документи, що підтверджують ціну на товар.

На непродовольчі товари, що продаються за замовленнями, видається товарний чек. Товарний чек виписується у двох примірниках уповноваженою на це особою з такими *реквізитами*: назва суб'єкта господарювання; дата продажу; назва товару; ціна товару; його кількість; плата за послугу; загальна вартість покупки.

Перший примірник товарного чеку повинен мати відмітку про оплату, штамп (печатку) і підпис уповноваженої особи.

Організаційне забезпечення ідентифікації товарів передбачає використання *штрихових кодів*, як одного з найбільш поширених засобів автоматичної ідентифікації. До числа інших засобів автоматичної ідентифікації належить цифрова, магнітна, радіочастотна, звукова й візуальна ідентифікації.

**Штриховий код**, на відміну від багатьох інформаційних знаків, виконує функції інформаційного характеру та низку додаткових функцій:

- ✓ автоматизована ідентифікація товарів за допомогою машинозчитувальних пристроїв;
- ✓ автоматизовані рахування і контроль товарних запасів. Оперативне керування процесом товаропросування, відвантаження, транспортування і складування товарів (продуктивність праці для забезпечення товаропросування підвищується на 30%, у деяких випадках – до 80%);
- ✓ підвищення швидкості та культури обслуговування



покупців; інформаційне забезпечення маркетингових досліджень.

Застосування штрихових кодів із використанням ЕОМ забезпечує оптимізацію і таких процесів:

✓ виготовлювачам – підрахунок кількості зробленої продукції, її сортування і роздільне складування різних видів, найменувань, сортів, підрахунок товарних запасів, формування замовлень шляхом підбирання необхідних товарів у потрібній кількості та відправлення в торгівлю;

✓ оптовим посередникам – приймання товарів за кількістю й асортиментом, підрахунок і контроль товарних запасів на складі, відвантаження в роздрібну торгівлю, транспортним організаціям – приймання решти товарів; роздрібним продавцям – приймання товарів за кількістю й асортиментом розміщення на складі, підрахунок і контроль товарних запасів у магазині (на складі й у торгових залах), контроль за цілістю товарів, забезпечення ритмічного поповнення запасу товарів у міру їхньої реалізації.

### Питання для самоконтролю

1. Що таке ідентифікація?
2. В яких видах представляється апріорна інформація?
3. Охарактеризуйте основні функції ідентифікації.
4. Що саме регламентують міжнародні стандарти ISO?
5. Що спільного та відмінного між патріорною й асортиментною ідентифікаціями?
6. У чому суть якісної ідентифікації?
7. Які явища і процеси є об'єктом ідентифікації?
8. Що таке критерії аналізу?
9. Які критерії аналізу ви знаєте?
10. У чому полягає суть організаційного забезпечення ідентифікації?
11. Яка різниця між технічним та інформаційним забезпеченням процесу ідентифікації?
12. Технічне і технологічне забезпечення ідентифікації це одне і теж, чи ні?
13. У чому сутність інформаційного забезпечення ідентифікації товарів та їх простежуваності?
14. Чому фізико-хімічні методи визначення показників якості продукції є більш точними і практичними?



## ТЕМА 8

### МАРКУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ТОВАРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

В даному розділі розкрито сутність поняття маркування, його види, функції, етапи й особливості проведення. Маркування – це сукупність елементів, які призначені для ідентифікації товару або окремих його властивостей. Основною функцією маркування є інформування споживачів про товарознавчі характеристики, склад, екологічність та інші властивості продукції.

#### Після вивчення даного розділу ви зможете:

- ✓ обґрунтувати сутність поняття та необхідність здійснення маркування продукції;
- ✓ охарактеризувати та порівняти основні види маркування;
- ✓ сформулювати основні вимоги щодо послідовності проведення маркування товарів;
- ✓ вміти розрізняти виробниче і торговельне маркування;
- ✓ використовувати на практиці акцизне і транспортне маркування.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** маркування, товарне маркування, виробниче маркування, тара, бирки, кольєретки, стрічки, етикетка, штамп, акцизний збір, товарні чеки, торгова марка, акцизна марка, інформаційні знаки, знаки відповідності, компонентні знаки, експлуатаційні знаки, маніпуляційні знаки, екологічне маркування.

### ОСНОВНІ ПИТАННЯ

- 8.1. Основні функції маркування.
- 8.2. Вимоги до маркування товарів.
- 8.3. Виробниче маркування.
- 8.4. Торгове маркування.
- 8.5. Акцизне маркування.
- 8.6. Транспортне маркування.
- 8.7. Екологічне маркування.



## 8.1. Основні функції маркування

**Маркуванням** називають текст, умовне позначення або малюнок, які наносяться на упаковку чи товар, а також інші допоміжні засоби, призначені для ідентифікації товару або окремих його властивостей.

Основною метою маркування є доведення до зацікавлених суб'єктів ринку інформації про виробників продукції, про кількісні та якісні характеристики товару. Розрізняють маркування товарне, відправне, транспортне, спеціальне.

Маркування як засіб товарної інформації виконує чотири основні функції: *інформаційну, ідентифікаційну, мотиваційну, емоційну*.

**Інформативна** – ця функція маркування є основною. Найбільша питома вага припадає на основоположну й споживчу інформацію, найменша – на комерційну. Така сама інформація дублюється і в товаросупровідних документах.

**Ідентифікативна** – необхідність дублювання пов'язують з ідентифікаційною функцією маркування, в тому числі і в товаросупровідних документах.

**Емоційна та мотиваційна** функції маркування взаємопов'язані та набувають все більшого врахування у сучасній практиці менеджменту і маркетингу. Наприклад, задля збільшення привернення уваги в супермаркетах здійснюють правильний розподіл товарів на полицях, використовують колір і оформлення упаковки, наносять на упаковку інформацію, яка спонукає до купівлі. Як мотиваційні аспекти просування товарів використовують піклування про здоров'я споживача (очищення організму, лікувальні функції продукту), декларація відрахувань коштів від продажі товару на соціальні функції тощо.

*Інформаційна функція* маркування як одного із засобів товарної інформації є основною та визначає співвідношення між різними видами інформації – основоположною, споживчою та комерційною. При цьому основоположна інформація на маркуванні дублює той самий вид інформації у товаросупровідних документах. Розбіжність даних основоположної інформації на маркуванні й у товаросупровідних документах може бути наслідком фальсифікації товарів. Необхідність такого дублювання обумовлене спільністю ідентифікуючої функції маркування і вимогами до



товаросупровідних документів. Проте, на відміну від товаросупровідних документів, маркування призначене для всіх суб'єктів комерційної діяльності, а для основної маси споживачів воно є практично єдиною доступним засобом товарної інформації, тому в ньому питома вага комерційної інформації значно менша.

*Ідентифікаційна, вказівна, рекомендаційна та обмежувальна* функції маркування забезпечують простежування товарних партій на усіх ланках логістичного ланцюга та дозволяють реалізувати основні логістичні функції: дотримання технологічного процесу товаропросування та зберігання товарів, управління запасами, розподіл та споживання товарів, дотримання та оптимізація процесу виробництва товарів та ін.

Залежно від розміщення маркування поділяють на виробниче та торгове маркування.

**Виробниче маркування** – це текст, літерні чи цифрові позначення або умовні рисунки, нанесені виробником на товар, упаковку та інші носії інформації. Воно має відповідати вимогам вітчизняних і міжнародних стандартів, бути чітким, наочним, однозначним і достовірним.

**Торгове маркування** – це текст, умовні позначення або рисунки, нанесені продавцем на товарні й касові чеки, упаковку, різноманітні цінники або експлуатаційні документи (паспорт тощо).

Носіями *виробничого маркування* можуть бути етикетки, кольєретки, вкладиші, ярлики, бирки, контрольні стрічки, клейма, штампи тощо.

Різні види маркування виконують такі функції:

1. *Товарне маркування*: інформаційна, вказівна, попереджувальна, мотиваційна, рекомендаційна, описова, емоційна, обмежувальна).
2. *Відправне маркування*: інформаційна, ідентифікаційна, сортовказівна, пропагандистська, описова, обмежувальна;
3. *Транспортне*: інформаційна, вказівна, попереджувальна, мотиваційна, рекомендаційна, описова, емоційна, обмежувальна;
4. *Позначення стандарту або технічних умов*: інформаційна, вказівна, прописувальна, ідентифікаційна;
5. *Спеціальне маркування* (ярлики, етикетки): інформаційна, ідентифікаційна, регламентаційна, вказівна, приписувальна.

*Емоційна, пропагандистська і мотиваційна* функції маркування



взаємопов'язані. Яскраво оформлене маркування, що пояснює тексти, а також застосування у них звичайних символів викликають у споживача позитивні емоції і служать важливою мотивацією для прийняття рішення про придбання товару. Це дуже добре знають виробники імпортованих товарів, барвисте маркування яких приваблює покупців, особливо якщо ці товари купуються вперше.

*Функції маркування продукції з погляду виробника:* налагодження прямих зв'язків із споживачами, що дає змогу уникнути проміжних ланок у каналах збуту; наголошення на особливостях товару проти інших і створення тим самим сприятливих умов для проведення ефективної цінової політики, що базується на довірі до марки, та для інтенсифікації впливу на конкретний ринковий сегмент; окреслення тотожності або близькості різних товарів одного асортиментного ряду за певними критеріями (якість, цінова позиція); символічне посилення на споживчі властивості та корисність виробів для покупців; захист від підробок та можливості сплутати з іншими подібними товарами.

*Функції маркування продукції з погляду споживача:* маркування допомагає впізнавати товар, сприяє розпізнаванню престижних продуктів з дуже високою ціною.

Варто зазначити, що вітчизняні виробники, намагаючись підвищити конкурентоспроможність своєї продукції, останнім часом стали приділяти серйозну увагу дизайну, упаковці й маркуванню. Це дозволяє сподіватися, що завдяки комплексу заходів щодо підвищення якості продукція українських виробників зможе конкурувати на міжнародних ринках та витіснити низькоякісну імпортовану продукцію.

Існують загальні правила маркування товарів, але в деяких випадках доводиться відступати від них за окремими позиціями в інтересах покупців. Звичайно, маркування товарів та пакування містить основні, додаткові та інформаційні надписи, маніпуляційні знаки із завантаження, перевезення, а також додаткові вказівки, які характеризують країну-виробника. Залежно від місця нанесення розрізняють маркування виробниче й торговельне.

## 8.2. Вимоги до маркування

Усі вимоги до маркування як засобу товарної інформації





поділяють на загальні та специфічні. Загальні вимоги до маркування співпадають з вимогами до товарної інформації взагалі. До специфічних в першу чергу слід віднести чіткість тексту та ілюстрацій, однозначність тексту, відповідність його споживним властивостям товару, достовірність відомостей щодо кількості, якості, виробника, країни походження. Нанесення маркування має передбачати стійкі та нешкідливі для здоров'я барвники.

Загалом маркування складається з **трьох основних елементів**: тексту, малюнку, умовних позначень (інформаційних знаків).

Ці складові відрізняються співвідношенням відведених для них площ, ступенем доступності товарної інформації, поширення та функціями.

Текст як форма письмової інформації є найбільш поширеним елементом маркування. Для тексту характерним є високий ступінь доступності інформації про товар для всіх суб'єктів ринкових відносин. Він виконує всі основні функції маркування, але більше йому притаманні інформаційна та ідентифікаційна функції. Питома вага тексту залежно від призначення маркування та її носія коливається за площею в межах від 50 до 100%.

Малюнок не завжди є елементом маркування, проте він має високий ступінь доступності і в основному виконує мотиваційну та емоційну функції. У вигляді малюнків може надаватися інформація, пов'язана з експлуатацією чи використанням товару. Питома вага їх на маркуванні звичайно складає не більше 50% площі.

Умовні позначення (інформаційні знаки) характеризуються логічністю, невеликою площею при достатній інформативності, проте інформація не завжди є доступною. Здебільшого вони потребують спеціального декодування та зустрічаються значно рідше. Їх мета – ідентифікувати товар конкретної фірми, виділити його з маси аналогічних товарів.

Вимоги до виробничого маркування встановлюються в основному стандартами на маркування й упакування, а також загально-технічними умовами стандартів на продукцію. Носіями виробничого маркування можуть бути етикетки, вкладиші, ярлики, бирки, контрольні стрічки, клейма, штампи, кольєретки тощо.

Вимоги до торговельного маркування, порівняно з виробничим, до останнього часу були менше розроблені. Вимоги до торгового маркування встановлюються «Правилами продажу окремих видів



продовольчих і непродовольчих товарів» та Законом України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини».

До маркування висуваються загальні для товарної інформації та специфічні для маркування вимоги. Загальні вимоги регламентуються законом «Про захист прав споживачів» та включають найважливіші з них, які звичайно називаються вимогами «трьох Д» – достовірність, доступність та достатність.

Специфічні вимоги для маркування: чіткість тексту та ілюстрацій, наочність, однозначність тексту та його відповідність споживчим властивостям товару, наведені на маркуванні відомості не повинні вводити покупця й споживача в оману щодо кількості, якості, виробника, країни походження тощо.

Вимоги до маркування харчових продуктів повинні забезпечувати надання споживачу необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про харчовий продукт. У маркуванні, оформленні, рекламуванні харчових продуктів забороняється використання будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача або містить інформацію щодо властивостей харчового продукту, яких у нього немає.

Маркування харчових продуктів повинно містити таку обов'язкову інформацію: назву харчового продукту, склад харчового продукту із зазначенням кількості інгредієнтів, кількість харчового продукту у встановлених одиницях виміру, часові характеристики придатності харчового продукту, умови зберігання харчового продукту, умови та рекомендації використання, найменування та місцезнаходження виробника, фактичну адресу потужностей виробництва, номер партії виробництва та ін.

### 8.3. Виробниче маркування

**Виробничим** маркуванням називають маркування (текст, малюнок, умовні позначення), яке наноситься виробником продукції на товар, упаковку чи інші носії інформації. Вимоги до виробничого маркування встановлюються в основному стандартами на маркування та пакування, а також загальними технічними умовами на продукцію. Найбільш поширеними його елементами є текст та умовні позначення. Часто застосовують також малюнок.

Носіями виробничого маркування можуть бути етикетки,



вкладиш, ярлики, бирки, контрольні стрічки, клейма, штампи, кольєретки й ін.

Англійське слово Label (ярлик, етикетка, бирка) існує вже не одне сторіччя і за свою історію йому траплялося означати найрізноманітніші предмети. У геральдиці це слово означає стрічка, що перетинає верхню частину щита, а при описі костюма – стрічка або смужка на головному уборі. До юридичних документів прикріплювалася смужка тканини з друком слова Label (ярлик).

Нанесення етикеток, маркування або використання ярликів, як і термін Label, беруть своє коріння в далекому минулому – ще багато століть до нашої ери на предметі за допомогою особливих знаків вказувалося його походження. Відомо, що давньоримські аптекарі продавали трави в маленьких баночках, вказуючи назву ліків та ім'я продавця. Вина, звичайно, продавалися в помічених особливими знаками глеках і бутлях аж до кінця XVII ст., коли на зміну пляшкам з темного скла прийшли прозорі. Потім набули широкого поширення ярлики, які за допомогою тонкого ланцюжка вішали на шийку пляшки. Імітацію таких ярликів іноді можна побачити на сучасних пляшках з алкогольними напоями.

В Законі України «Про безпечність та якість харчових продуктів» чітко визначено умови маркування харчових продуктів. Забороняється обіг харчових продуктів, етикетування яких не відповідає Закону та відповідним технічним регламентам. Усі харчові продукти, що знаходяться в обігу в Україні, етикетуються державною мовою України.

Для деяких категорій харчових продуктів відповідними технічними регламентами можуть встановлюватися специфічні обов'язкові вимоги до етикетування (тютюнові, алкогольні та ін.). Етикетування нефасованих харчових продуктів здійснюється державною мовою України у порядку, встановленому технічними регламентами для певних харчових продуктів. Забороняється надавати на етикетці інформацію про дієтичні та функціональні властивості харчового продукту без дозволу центрального органу виконавчої влади у сфері охорони здоров'я.

Текст для етикетування харчових продуктів для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктів та дієтичних добавок підлягає обов'язковому затвердженню центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я.



Етикетки харчових продуктів, на яких використовуються символи, повинні містити тільки такі символи, які були затверджені відповідними міжнародними та регіональними організаціями з питань стандартизації. Написи на етикетці харчового продукту, що представляють інтерес для споживачів та призначені запобігати шахрайству або відрізнити один харчовий продукт від іншого, такі як «повністю натуральний», «органічний», «оригінальний», «без ГМО» (генетично модифікованих організмів) тощо, та інша інформація, підлягає перевірці у порядку, встановленому відповідними нормативно-правовими документами.

Окрім стандартів, вимоги до складу маркування окремих груп товарів встановлюються «Правилами роздрібної торгівлі непродовольчими і продовольчими товарами» та «Правилами торговельного обслуговування населення». Зокрема, «Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами» визначають для швейних, трикотажних, хутряних, овчино-шубних (кожухових) товарів та головних уборів такий склад маркування:

- ✓ найменування підприємства-виробника, його адреса, товарний (фірмовий) знак; назва виробу, артикул, склад матеріалу, з якого виріб виготовлено;
- ✓ номер моделі, розмір, гатунок;
- ✓ позначення нормативного документа, за вимогами якого виготовлено виріб;
- ✓ дата виготовлення.

Для текстильних товарів замість складу матеріалу вказують назву волокон та їх відсотковий вміст у виробі, для тканин на маркуванні позначають ширину.

Для взуття додатково вказують повноту виробу. Маркувальні дані розміщують безпосередньо на товарі. Дату виготовлення позначають на індивідуальній упаковці кожної пари.

Для електропобутових товарів додатково вказують:

- ✓ номінальні напругу, струм та потужність;
- ✓ ступінь захисту від ураження електричним струмом;
- ✓ позначення щодо захищеності від вологи, знак заземлення.

Маркувальні дані розміщують безпосередньо на корпусі виробу.

Для проводів і шнурів вказують марку, кількість жил, номінальний переріз, довжину (для бухт), кількість і довжину шнура в упаковці, масу брутто.



На індивідуальну упаковку електропобутових товарів наносяться також попереджувальні інформаційні знаки та позначення роду електричного струму, що використовується для живлення електричного приладу.

Особливостями маркування теле- та радіотоварів є позначення на приладі і тарі групи складності, а на індивідуальній упаковці – кольору корпусу.

Для товарів побутової хімії спеціальними елементами маркування є позначення:

- ✓ місткості (маси нетто);
- ✓ номери партії та терміну придатності;
- ✓ призначення та способу застосування;
- ✓ попереджувальних та експлуатаційних інформаційних знаків;

- ✓ умов зберігання.

Для отруйних та вогнебезпечних товарів обов'язковим елементом маркування є попереджувальні написи «Отрута», «Вогнебезпечно», «Берегти від вогню», «Не розпиляти біля відкритого вогню», «Оберегти від попадання в очі». Обов'язковою є також наявність інформації про правила та умови їх безпечного використання.

Меблі маркують приклеюванням паперового ярлика з відповідною інформацією, штемпелюванням, штампуванням, випалюванням. Особливим елементом маркування меблів є умовний знак належності до набору (для гарнітурів). До упаковки меблів має бути прикріплений зразок личкувальної тканини.

Лісоматеріали та будівельні матеріали маркують щитами на місцях зберігання, на яких позначають найменування товару. Для штабелів, стелажів, рядів використовують бирки з позначенням артикулу та сорту. Для круглих лісоматеріалів вказують породу деревини та довжину виробу, для пиломатеріалів – ступінь обробки.

Парфумерно-косметичні товари та мило туалетне маркують етикетками. Особливими елементами маркування є група, маса нетто, дата виготовлення, номер партії, термін придатності.

Особливості маркування галантерейних товарів полягають в необхідності надання інформації про артикул, модель та колір виробу. Для метражних галантерейних товарів позначають довжину, а для штучних – розмір виробу. Кабінет Міністрів



Україні затвердив окремі «Правила торгівлі примірниками аудіовізуальних творів і фонограм». Так, визначено, що індивідуальна упаковка примірника твору і фонограми повинна містити на етикетці маркувальні дані:

✓ для відеограм – ім'я та прізвище (або найменування) виробника відеограми із зазначенням його адреси, штриховий код, у разі наявності – назва твору, ім'я та прізвище автора, виконавця.

✓ для комп'ютерних програм, баз даних – назва комп'ютерної програми, бази даних, ім'я та прізвище (або найменування) їх виробника із зазначенням його адреси, штриховий код.

Для всіх примірників аудіовізуальних товарів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних додається інформація українською мовою про назву товару; гарантійні зобов'язання виробника примірника, його найменування та адреса, а також найменування і місцезнаходження підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживачів та проводить ремонт обслуговування зазначених примірників. Довідка з такою інформацією наклеюється на упаковку примірника товару або додається до цієї упаковки.

Маркування застосовуються не тільки на вимогу закону, але і для просування товару на ринку за допомогою: рекламних закликів і заяв про якість продукту, на етикетках може вказуватися торгова марка, опис й інструкції із застосування продукції, реклама іншої продукції. Існують багато інших можливостей, як за рахунок тексту і декоративного оформлення зробити упаковку ефективним засобом продажу товару.

Часто вибір кольору і друкарського оформлення етикетки є важливим чинником визнання та використання товару споживачем – стиль і форма наведених на упаковці відомостей про конкретний товар визначають успіх або невдачу продукції на ринку.

**Етикетки** – це інформація, що наноситься друкарським або іншим способом на товар чи упаковку (рис. 8.1).

Крім того, етикетки можуть бути самостійними носіями інформації, яку приклеюють або прикладають до товару. Існують такі різновиди етикеток: ідентифікуюча (ідентифікує вид або марку товару), сортовказуюча, описуюча (описує товар за його основними ознаками), пропагуюча (пропагує товар за його властивостями).



Національний університет  
водного господарства  
та природокористування



Рис. 8.1. Приклади етикеток: а – для горілки, б – для пива,  
в – для зошитів

Етикетки відрізняються значною інформаційною смністю. Крім тексту вони часто містять зображення, символи. З усіх носіїв маркування етикетки є найбільшими за кількістю характеризованих ознак. Маркування на етикетках може вміщувати пояснювальні тексти.

З метою надання додаткових відомостей про товар застосовуються допоміжні, так звані **контретикетки** (рис. 8.2). Зокрема, на контретикетках, які розташовують навпроти етикеток на пляшках з напоями, найчастіше подають такі дані: особливості рецептури приготування напоїв, традиції виробників, інформаційні знаки місця походження товару (у тому числі у вигляді карти місцевості), штрих-кодові позначки тощо.



Национальный университет  
водных ресурсов и  
та природокористування



Рис. 8.2. Приклады контретикиеток

**Кольеретками** называют разновид етикеток, які мають особливу форму та наклеюються на горло пляшок. Вони не несуть особливого інформаційного навантаження (рис. 8.3).



Рис. 8.3. Приклады кольереток





Основне призначення кольєреток – естетичне оформлення пляшок з напоями. Застосовується для алкогольних та безалкогольних напоїв, пива. На кольєретки наноситься назва напою, підприємства-виробника, рік виготовлення, інші інформаційні знаки. Окремо від етикеток кольєретки практично не використовуються.

**Вкладиші** – це різновид етикеток, що відрізняється спрямованістю товарної інформації і призначені для стислого повідомлення про найменування товару, виробників (рис. 8.4). Іноді вкладиші можуть містити коротку характеристику споживчих властивостей товару, у першу чергу функціонального призначення. Тоді вкладиш набуває додаткових функцій рекламного листка або проспекту, але на відміну від останніх рекламна функція не є основною, а реалізується через характеристику товару. Такі вкладиші часто зустрічаються в упаковці різноманітних косметичних засобів, кондитерських виробів, печива, пряників у коробках, для парфумерно-косметичних і лікарських засобів, товарів побутової хімії.



Рис. 8.4. Приклади вкладишів

**Ярлики й бирки** – носії маркування, що приклеюються, прикладаються або підвішуються до товару. Для них характерна менша інформаційна ємність, обмежений перелік відомостей, відсутність малюнків. Бирки відрізняються від ярликів меншою інформативністю (рис. 8.5). Бирки можуть бути дуже лаконічними і вказувати тільки найменування або фабричну марку, або тільки

назву фірми-виробника. Під час транспортування товарів залізничним, автомобільним або іншим транспортом кожне товарне місце (ящик), наприклад, супроводжується дерев'яною биркою з позначенням пунктів відправлення та призначення, назви відправника, товару, номеру накладної, назви та адреси отримувача.



Рис. 8.5. Приклади оформлення бирок

Застосовують бирки і під час поставок молокопродуктів у опломбованій тарі, причому і пломби, і бирки з реквізитами повинні зберігатися до завершення реалізації продуктів.

Ярлики звичайно містять найменування товару, фірми-виробника, його адресу, сорт, ціну, дату виготовлення, а також низку ідентифікуючих відомостей (рис. 8.6). Так, на ярликах, що підвішуються до одягу, вказуються артикул виробу, номер моделі, розмір, дата випуску.



Рис. 8.6. Приклади оформлення ярликів



**Тавро та штампи** – це носії інформації, що призначені для нанесення ідентифікаційних умовних позначень на товари, упаковку, етикетки за допомогою спеціальних пристосувань установленної форми.

Рельєфне маркування скляних пляшок виробники напоїв застосовують як додатковий елемент захисту власної продукції від спроб фальсифікації. Втискування пластмасових або казеїнових цифр застосовують для маркування сирів.

**Акцизна марка** – спеціальний знак, що ним маркують товари, на які встановлено акцизний збір (алкогольні напої та тютюнові вироби) і наявність якого підтверджує сплату акцизного збору, легальність ввезення та право реалізації цих виробів на території держави.



Рис. 8.7. Приклади оформлення акцизних марок

У зв'язку з особливостями застосування до приладів, які використовують для таврування та штампування, висуваються певні вимоги. Зокрема, забезпечення чітких відбитків, зберігаємість їх у процесі доведення товару до споживача та в процесі споживання чи використання, безпечність методів і способів таврування та штампування, збереження товарного вигляду продуктів і виробів, що маркуються.

#### 8.4. Торгове маркування

**Торговим маркуванням** називають текст, умовні позначення чи малюнок, нанесені продавцем на упаковку чи інші носії інформації.

Основними **носіями** торгового маркування є цінники, торгові та



касові чеки. На відміну від виробничого, торгове маркування наноситься не на товар, а на згадані носії чи експлуатаційні документи.

Ще одна особливість торгового маркування полягає в тому, що його ідентифікуюча функція більше пов'язана з даними про продавця, ніж із даними про товар. Це зумовлено особливостями носіїв торгового маркування – невеликими розмірами, заповненням при кожному акті купівлі – продажу, іноді обмеженими технічними можливостями нанесення інформації на носій. Завдяки ідентифікаційній функції торгове маркування є основою для пред'явлення претензій продавцю у разі виявлення прихованих дефектів товарів і нанесення шкоди споживачеві.

Вимоги до змісту торгового маркування регламентуються рядом нормативних актів, зокрема, «Правилами роздрібно́ї торгівлі окремими групами продовольчих і непродовольчих товарів», «Положенням про форму та зміст розрахункових документів».

Відповідно до цих актів фіскальні касові чеки та цінники як носії торгового маркування є обов'язковими для реалізації всіх товарів у підприємствах і організаціях роздрібно́ї та дрібно-роздрібно́ї торгівлі, громадського харчування. Дозволяється реалізація товарів без застосування касових чеків тільки в окремих визначених Положенням випадках.

*Касовий чек* як носій торгової інформації повинен містити такі відомості:

- ✓ назву господарської одиниці;
- ✓ адресу господарської одиниці;
- ✓ індивідуальний податковий номер платників ПДВ (перед номером друкуються літери «ПН»);
- ✓ ідентифікаційний код за ЄДРПОУ або ідентифікаційний номер за ДРФО (перед номером друкуються великі літери «ІД»);
- ✓ кількість товару і його вартість (якщо вона в межах чека не дорівнює одиниці);
- ✓ вартість одиниці товару;
- ✓ найменування товару;
- ✓ літерне позначення ставки ПДВ;
- ✓ позначення форми оплати;
- ✓ порядковий номер касового чека, дата та час проведення касової операції, фіскальний номер реєстратора розрахункових



операцій, перед яким друкуються великі літери «ФН».

Відомо, що найменування товару, яке надається в касовому чеку, формується на етапі виробництва. При цьому виробник дотримується стандартів на окремі види продукції, використовує назви типів і видів продукції згідно з номенклатурою товарів народного споживання, що враховуються в роздрібній та оптовій торгівлі, затвердженою Наказом Міністерства статистики України № 12 від 14.01.1994 року. Використовуються також назви товарних груп за Гармонізованою системою опису та кодування товарів і за Державним класифікатором продукції та послуг.

Повне найменування товару, яке зазначається в технічних умовах, як правило, складається з назви типу товару та імені власного, яке відрізняє один товар цього типу від іншого. Положення, що згадувалося, передбачає наявність у касовому чеку повної назви товару. Проте кількість символів, відведена для кодування назви, обмежена. Тому застосовують скорочення, яке має відображати тип товару та відрізнити назву одного товару від назви іншого товару цього ж типу.

*Товарні чеки* застосовують тільки під час продажу непродовольчих товарів, причому правила роздрібної торгівлі передбачають обов'язкове вручення покупцеві разом з погашеним касовим чеком також товарного чеку з позначенням номера (назви) магазину, дати купівлі, артикулу, гатунку, ціни тільки у разі купівлі радіо- і електропобутових товарів.

## 8.5. Акцизне маркування

**Акциз** – це непрямий податок, здебільшого на предмети широкого вжитку, комунальні та транспортні послуги. Податок включається в ціну товару за визначеним переліком. Перелік товарів, які обкладаються цим податком, затверджується Верховною Радою України так само, як і ставки акцизного збору. До високорентабельних і монопольних товарів, які найчастіше обкладаються цим податком, належать, як правило, алкогольні напої та тютюнові вироби, автомобілі, ювелірні вироби тощо.

**Платниками** акцизного збору на алкогольні напої та тютюнові вироби є:

- ✓ *суб'єкти підприємницької діяльності* – українські

виробники алкогольних напоїв та тютюнових виробів, а також замовники, за дорученням яких виготовляється ця продукція на давальницьких умовах;

✓ *суб'єкти підприємницької діяльності*, включаючи підприємства з іноземними інвестиціями, незалежно від дати їх реєстрації, та громадяни, що займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи, які ввозять алкогольні напої та тютюнові вироби на митну територію України як для власних, так і для виробничих потреб з метою продажу або реалізації на умовах комісії та реекспорту;

✓ *фізичні особи*, які ввозять на митну територію алкогольні напої та тютюнові вироби в обсягах, що підлягають обкладанню ввізним (імпортним) митом;

✓ *юридичні та фізичні особи, міжнародні організації, їх філії, відділення та інші відокремлені підрозділи*, які здійснюють реалізацію алкогольних напоїв та тютюнових виробів на митній території України, включаючи операції із ввезення (імпорту) в Україну алкогольних напоїв та тютюнових виробів, якщо їх реалізація на території України здійснюється зазначеними суб'єктами через постійні представництва, розташовані на території України.

Перелік деяких товарів (продукції), що підлягають обкладанню акцизним збором згідно з чинним законодавством наведено в табл. 8.1.

Таблиця 8.1

Перелік товарів, що підлягають обкладанню акцизним збором

№ з/п	Опис товару за гармонізованою системою опису та кодування товарів і його код	Ставки акцизного збору в твердих ставках з одиниці товару (продукції) або у відсотках обороту
1	2	3
1	Пиво солодове 220300	0,23 грн. за 1л
2	Вина виноградні натуральні, із вмістом цукру не більше як 0,3 г/100 куб. см (сухі) та марочні кріплені	0,25 грн. за 1л



1	2	3
3	Вина виноградні натуральні із вмістом цукру більше як 0,3 г/100 куб. см (напівсухі, напівсолодкі) 2204 (крім 220410, 2204211000, 2204291000)	0,92 грн. за 1 л
4	Вина виноградні з додаванням спирту та міцні (кріплені), крім марочних кріплених 2204 (крім 220410, 2204211000, 2204291000)	0,10 грн. за 1 відсоток об'ємної частки спирту
5	Тільки виноматеріали (виноградне сусло) для виробництва коньячного спирту та ігристих вин 220430	0
6	Вина ігристі (газовані) 220410, 2204211000, 2204291000	1,6 грн. за 1 л

Марки акцизного збору виготовляються, зберігаються та продаються відповідно до «Положення про виробництво, зберігання, продаж марок акцизного збору, маркування алкогольних напоїв та тютюнових виробів», затвердженого Кабінетом Міністрів України. Марки акцизного збору виготовляються, зберігаються та продаються відповідно до «Положення про виробництво, зберігання, продаж марок акцизного збору, маркування алкогольних напоїв та тютюнових виробів», затвердженого Кабінетом Міністрів України. Виробники алкогольних напоїв та тютюнових виробів здійснюють маркування кожної пляшки алкогольних напоїв та кожної пачки тютюнових виробів у такий спосіб, щоб вона відкривалася під час відкупорювання товару.

1 липня 2003 року в Україні запроваджено марки акцизного нового зразка з голографічними захисними елементами для маркування алкогольних напоїв та тютюнових виробів. Марки акцизного збору для маркування алкогольних напоїв та тютюнових виробів (далі – марки) виготовляються з паперу і мають такі розміри:

- ✓ для алкогольних напоїв – довжина 160 мм  $\pm$  0,25 мм, ширина 20 мм  $\pm$  0,25 мм;
- ✓ для тютюнових виробів – довжина 44 мм  $\pm$  0,25 мм, ширина



**Перевірка захисних ознак паперу.** Для перевірки наявності двотонного водяного знака у вигляді темних та світлих півкіл необхідно розглянути марку зі зворотного боку, тримаючи її проти світла. Свічення захисних волокон можна виявити під дією ультрафіолетових променів (довжина хвилі 365 нм). При цьому невидимі захисні волокна набувають блакитного свічення, а видимі – червоного кольору.

**Перевірка друкованих захисних ознак марок.** Марки акцизного збору мають однаковий дизайн (для вітчизняної продукції) і різну кольорову гаму:

- ✓ *зелену* – для лікєро-горілочаної продукції вітчизняного виробництва;
- ✓ *червону* – для виноробної продукції вітчизняного виробництва;
- ✓ *фіолетову* – для алкогольних напоїв зарубіжного виробництва.

Антисканерні сітки мають форму решіток і хвилястих ліній. Гільйоширні малюнки та елементи, виконані спеціальним лінійним растром. В центрі марок – зображення Малого Державного Герба України.

Мікротекст «Державна податкова адміністрація України» у «позитивному» зображенні та мікротекст «Україна» у «негативному» зображенні. Мікротекст можна прочитати, розглядаючи марку за допомогою лупи. Сітки, що мають вигляд хвилястих ліній, на всіх марках виконано райдужним друком, який створює ефект поступової зміни кольору сітки. В кожній з трьох видів марок райдужний друк виконано з використанням захисних фарб. Текст надруковано чорною захисною фарбою. Під дією джерела з ультрафіолетовим випромінюванням фарба набуває зеленого свічення.

Всі марки мають наскрізну нумерацію серії та окремий для кожної марки шестизначний номер, виконаний захисною фарбою чорного кольору, яка проникає на зворотний бік марки червоним кольором, що перевіряється візуально. Марки повинні мати наскрізну нумерацію, яка складається з двох цифр індексу регіону України за місцезнаходженням виробника продукції, серії та окремого для кожної марки номера. Така нумерація наноситься





паралельно довшій стороні марки. Крім того, на кожну марку наносяться додаткові реквізити:

✓ для *тютюнових виробів* – напис «ТІ» («ТВ»), який складається з початкових літер слів «тютюн імпорнтний» («тютюн вітчизняний»), двозначного та однозначного чисел (рік і квартал, у якому вироблено марки), розділеного скісними лініями;

✓ для *алкогольних напоїв імпорнтного виробництва* – напис «АІ», складається з початкових літер слів «алкоголь імпорнтний», двозначного та однозначного чисел, розділених скісними лініями. На марку для алкогольних напоїв імпорнтного виробництва з вмістом спирту етилового від 1,2 до 8,5 відсотка об'ємної одиниці наносяться також цифри «1,2 – 8,5»;

✓ для *алкогольних напоїв вітчизняного виробництва* – напис «ЛГП» та «ВП», який складається з початкових літер слів «лікеро-горілчана продукція» та «виноробна продукція», двозначного та однозначного чисел, розділених скісними лініями;

✓ для *виноробної продукції вітчизняного та імпорнтного виробництва* – напис «вино сухе», «вино марочне», «вино напівсухе та напівсолодке», «вино з доданням спирту (міцне)», «вино ігристе», «вино газоване», «плодово-ягідне вино», «вермут», «коньяк», «брєнді»;

✓ для *горілки та лікєро-горілочаних виробів вітчизняного та імпорнтного виробництва з вмістом спирту етилового понад 8,5% об'ємних одиниці* – напис «вміст спирту етилового до 25% об'ємних одиниць» та «вміст спирту етилового 25% і більше об'ємних одиниць».

Маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів здійснюється виробниками цієї продукції. Для алкогольних напоїв вітчизняного виробництва використовуються лише марки, які відповідають виду продукції та місткості тари.

Немарковані алкогольні напої та тютюнові вироби, які зберігаються або транспортуються в товарних обсягах (крім товарів, призначених для вивезення за межі митної території України та для реалізації магазинами безмитної торгівлі), вважаються такими, що призначені для реалізації на території України. Алкогольні напої та тютюнові вироби, марковані з відхиленням від вимог Положення або марками, що не відповідають виду продукції та місткості тари та не видавалися безпосередньо виробнику (імпортеру) зазначеної



продукції, вважаються немаркованими.

Марки повинні мати наскрізну нумерацію, яка складається з двох цифр індексу регіону, в якому виробляється продукція, що маркується, серії та окремого для кожної марки номера. Така нумерація наноситься паралельно довшій стороні марки. Індекси регіонів наведені в табл. 8.2.

Таблиця 8.2

## Індекси регіонів України

Індекси	
02 - Вінницька область	19 - Тернопільська область
03 - Волинська область	20 - Харківська область
04 - Дніпропетровська область	21 - Херсонська область
05 - Донецька область	22 - Хмельницька область
09 - Івано-Франківська область	23 - Черкаська область
10 - Київська область	24 - Чернівецька область
12 - Луганська область	25 - Чернігівська область
13 - Львівська область	26 - м. Київ
14 - Миколаївська область	27 - м. Севастополь
15 - Одеська область	
16 - Полтавська область	
17 - Рівненська область	
18 - Сумська область	

Маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів здійснюється виробниками цієї продукції.

На тютюнові вироби марки акцизного збору наклеюються таким чином:

✓ на пачки сигарет та цигарок серійного виробництва, сигар, сигарет, а також цигарок, упакованих в сувенірні коробки, – так, щоб вони обов’язково розривалися під час відкривання;

✓ на тютюнові вироби в упаковці, що підлягає обгортанню у поліпропіленову плівку, – під плівку.

У разі порушення порядку маркування імпортованих алкогольних напоїв та тютюнових виробів або неповної сплати акцизного збору товар не допускається до митного оформлення.

Алкогольні напої та тютюнові вироби вітчизняного виробництва,



обклені вітчизняними марками акцизного збору встановленого зразка, не можуть бути реалізовані на експорт підприємствами-виробниками цієї продукції з наявністю на ній зазначених марок.

## 8.6. Транспортне маркування

**Транспортне маркування** розміщують на ящиках, на бочках і барабанах – на днищі, на мішках – у верхній частині біля шва, на тюках – на одній із бічних поверхонь, на паках – на торцевій поверхні, на інших видах тари, на вантажах, які перевозять без тари, у найбільш помітних місцях.

Надписи мають бути темними на світлих поверхнях і світлими – на темних. Знак «Вантаж, що швидко псується», виконують блакитним кольором на світлому фоні, знак «Тропічне виконання» – червоним, а знак «Відкривати тут» наносять у тому місці, звідки треба починати відкривання.

Маркування включає три елементи: текст, малюнок і умовне позначення або інформаційний знак.

**Інформаційні знаки** можна поділити на такі групи: товарні знаки, знаки відповідності або якості, компонентні знаки, експлуатаційні знаки, попереджувальні знаки, екологічні знаки.

*Товарні знаки* – спеціальні позначки, що дають змогу відрізнити товари одних юридичних осіб від однорідних товарів інших юридичних або фізичних осіб.

Визначення цього терміна, а також інші правові норми та правила стосовно товарних знаків регламентуються Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг». У цьому законі встановлено, що правова охорона товарного знака здійснюється на основі його державної реєстрації. Термін дії свідоцтва 10 років від дати подання заяви і може подовжуватися кожен раз на 10 років.

На зареєстрований товарний знак видається свідоцтво, яке засвідчує пріоритет товарного знака: виключне право власника на товарний знак стосовно до товарів, що перелічені у свідоцтві. Закон передбачає виключне право власника товарного знака користуватися, дозволяти і забороняти його використання іншими особами.

Роль та значення товарного знака обумовлені його функціями:



- ✓ забезпечення надійної гарантії якості;
- ✓ індивідуалізація певного товару;
- ✓ рекламування продукції підприємства.

Залежно від об'єкта, інформацію про який представляє товарний знак, товарні знаки поділяються на фірмові та асортиментні. Асортиментні, в свою чергу, можуть бути видовими і марочними.

Товарні знаки можуть бути колективними та індивідуальними.

*Фірмові* товарні знаки використовуються для ідентифікації виробника товарів. Існують три основних типи цих знаків:

- ✓ фірмове ім'я – слово, буква, група слів чи букв, що можуть вимовлятися;

- ✓ фірмовий знак – символ, малюнок, колір;

- ✓ торговий знак – фірмове ім'я, фірмовий знак, товарний образ, що офіційно зареєстрований в Міжнародному реєстрі і юридично захищений. Його розміщують поряд з товарним знаком.

За ступенем значущості та престижності товарні знаки можуть бути звичайними і престижними. Звичайні фірмові знаки розробляються безпосередньо фірмами, їх реєстрація не обов'язкова, але при цьому власник такого знака не має авторського права на нього. Престижні знаки присвоюються фірмам за їхні особливі заслуги перед державою. Роль престижних фірмових знаків можуть виконувати зображення призов, медалей, які одержують товари фірми на міжнародних, регіональних та національних виставках.

*Асортиментні* товарні знаки використовуються для ідентифікації асортиментної належності. Вони можуть бути видові (за видом товару) і марочні (за торговою маркою або найменуванням).

*Торгова марка* – це ім'я, знак, які присвоюються конкретному виду товару з певними споживчими властивостями, що відрізняють його від інших товарів того ж виду.

**Знак відповідності** – захищений законодавством знак, що використовується відповідно до правил системи сертифікації і показує, що забезпечується необхідна впевненість в тому, що дана продукція, процес або послуга відповідає конкретному стандарту або іншому нормативному документу.

Залежно від сфери дії знаки відповідності бувають національними і транснаціональними. Національний знак



відповідності означає, що даний товар або послуга відповідає вимогам національних стандартів чи інших нормативних документів. Він розробляється, затверджується і реєструється національним органом зі стандартизації та сертифікації. Знак відповідності дозволяється використовувати тільки для сертифікованих товарів.

У багатьох країнах, в тому числі і в Україні, використовуються загальні знаки відповідності (рис. 8.8).



Логотип європейського знака відповідності



Логотип національного знака відповідності

Рис. 8.8. Знаки відповідності національним стандартам

Транснаціональні знаки відповідності означають, що даний товар відповідає вимогам регіональних стандартів. Вони використовуються в країнах певного регіону на основі гармонізованих стандартів і взаємного визнання результатів сертифікації.

У країнах ЄС використовується транснаціональний європейський знак «СЕ», який означає, що продукція відповідає розпорядженням європейських директив і технічних актів. Під терміном «**технічний акт**» розуміють документ, що містить детальні технічні характеристики матеріалів, обладнання або технічних процесів, які відповідають вимогам безпеки та експлуатаційної надійності. Ці документи розробляються і діють у тому випадку, коли об'єкти актів є технічною новинкою.

Поряд зі знаками відповідності в деяких країнах використовують і знаки якості. Ці знаки можуть присвоюватися не тільки органами зі сертифікації, але й іншими організаціями, які не входять у національну систему сертифікації.

**Компонентні знаки** – це знаки, що використовуються для інформації про харчові добавки або інші компоненти, властиві для товару. На багатьох закордонних, а інколи й на вітчизняних,



товарах зустрічаються компонентні знаки, що позначаються буквою «Е» з цифровим кодом, який складається з трьох або чотирьох цифр.

Е-компонентні знаки використовують як альтернативну позначку частіше за все складної хімічної назви харчових добавок. Наприклад, добавка Е 464, що використовується в харчовій промисловості як згущувач, стабілізатор та емульгатор, називається гідрооксипропілметилцелюлоза. Така складна назва багатьом споживачам незрозуміла, потребує багато місця на маркуванні, ускладнює сприйняття іншої інформації. Для усунення цих недоліків Європейською Радою була розроблена система цифрового кодування харчових добавок, яка була пізніше прийнята як Міжнародна цифрова система кодифікації харчових добавок — INS (International Numbering System).

Усі харчові добавки були поділені на функціональні класи залежно від технологічних функцій: Е100 – Е199 – барвники; Е200 – Е299 – консерванти; Е300 – Е399 – антиокислювачі; Е400 – Е499 – стабілізатори; Е500 – Е599 – емульгатори; Е600 – Е699 – посилювачі смаку та аромату; Е700 і далі – запасні індекси.

У нашій країні перелік добавок, які дозволяється використовувати в харчовій промисловості та їх гранично допустимі концентрації, регламентуються «Медико-біологічними вимогами і санітарними нормами якості продовольчої сировини і харчових добавок», «Санітарними правилами з використання харчових добавок».

Крім Е-компонентних знаків, на маркуванні деяких непродовольчих товарів є компонентні знаки, що дозволяють розпізнавати склад цих товарів. Зокрема, це часто зустрічається на лакофарбових товарах та мийних засобах. Наприклад, знак М-11 на фарбі означає, що це олійна фарба (М), для зовнішніх робіт (1), на натуральній оліфі (1), М-15 – теж олійна фарба для зовнішніх робіт, але на комбінованій оліфі (5).

**Експлуатаційні знаки** – це знаки, що знайомлять споживачів із правилами експлуатації, методами догляду та налагодження споживчих товарів. Такі знаки наносять на етикетки, ярлики, бирки, упаковку або безпосередньо на товар. На рис. 8.9 наведено міжнародні символи, що застосовуються для текстильних виробів.

Різновидами експлуатаційних знаків можна вважати знаки



управління на складних технічних товарах, а також в експлуатаційних документах. Наприклад, на електропрасках режими прасування позначають однією, двома або трьома крапками з відповідним поясненням в супровідних документах.

- |   |   |   |  |
|---|---|---|--|
|    | - При хімічній чистці застосовувати тетрахлоретилен;                  |    | - Виріб прати не можна;  |
|    | - Виріб можна чистити всіма загальновідомими розчинниками;            |    | - Машинне прання;  |
|    | - При хімічній чистці застосовувати лише важкий бензин (уайт-спірит); |    | - Машинне прання не рекомендується;  |
|    | - Сушити на плічках;  |    | - Хлороване відбілювання застосовувати не можна;                             |
|    | - Прасувати не можна;   |    | - Виріб можна відбілювати за допомогою засобів, що містять хлор;             |
|    | - Прасувати при температурі не вище 120 C°;                           |    | - Хімічна чистка;  |
|    | - Прасувати при температурі не вище 160 C°;                           |    | - Хімічна чистка не рекомендується;  |
|    | - Прасувати при температурі не вище 190 C°;                           |    | - Дозволяється сушити в барабанній сушці. Не потребує особливої обережності; |
|  | - Ручне прання;   |  | - Вологі вироби сушити на плоскій поверхні;                                  |
|  | - Прати при температурі не вище 30 C°;                                |  | - Хімічна чистка потребує обережності;                                       |
|  | - Виріб можна кип'ятити;  |   |  |

Рис. 8.9. Міжнародні символи, що використовуються на упаковках, етикетках

На багатьох електро побутових приладах стрілками або іншими умовними позначками показані місця вмикання до електромережі, перемикання програм тощо.

**Маніпуляційні знаки** – це знаки, що інформують про правила



поводження з товаром. Частіше за все ці знаки наносяться на транспортну тару, їх символіка, найменування та призначення регламентуються ГОСТом 14192-77 «Маркування вантажів».

**Попереджувальні знаки** – це знаки, що використовуються для гарантування безпеки споживачів і навколишнього середовища під час експлуатації потенційно небезпечних товарів.

Попереджувальні знаки поділяються на два види:

- ✓ ті, що попереджають про небезпеку;
- ✓ ті, що попереджають про дії для безпечного використання.

Відповідно до міжнародних вимог щодо класифікації й маркування небезпечних речовин і матеріалів, які розроблені органами ООН і Міжнародною організацією праці, кожен вид попереджувальних знаків має певний символ, що складається з літери «K» – для знаків першого виду, або літери «S» – для знаків другого виду і двозначного номера-коду, який вказує на конкретну небезпеку. Наприклад, K-12 – дуже небезпечно, K-34 – викликає опіки. Попереджувальне маркування може супроводжуватися інформацією про заходи першої допомоги при небажаних контактах з небезпечним товаром. Виробництво і реалізація небезпечних товарів без відповідного маркування забороняється.

До небезпечних товарів належать: вибухові, вогнєнебезпечні, отруйні, їдкі, інфекційні, радіоактивні речовини, а також речовини, що мають канцерогенну, мутагенну, тератогенну дію і впливають на репродуктивну функцію організму. Для небезпечних товарів попереджувальне маркування обов'язкове.

Попереджувальне маркування має включати:

- ✓ найменування небезпечної речовини, її торгової марку та загальноновизнаний синонім;
- ✓ серійний номер ООН і класифікаційний шифр речовини згідно з ГОСТ 19433-88;
- ✓ символи безпеки;
- ✓ сигнальне слово, що виділяється жирним шрифтом:

«НЕБЕЗПЕЧНО» – для привернення уваги до великого 5 ступеня ризику, який може супроводжуватися великою імовірністю смерті або тяжкого каліцтва;

«ОБЕРЕЖНО» – для привернення уваги до середнього ступеня ризику і потенційної загрози заподіяння шкоди здоров'ю людини та навколишнього середовища. Символи безпеки повинні



супроводжуватися написами, що характеризують вид небезпеки. Вони виконуються чорним кольором на помаранчевому або жовтому фоні.

## 8.7. Екологічне маркування

*Екологічне маркування* (англ. – environmental label), екологічна декларація, твердження, в якому вказані екологічні аспекти певної продукції. Приклади екологічного маркування наведено на рис. 8.10.



Рис. 8.10. Екологічне маркування

а, б – маркування екологічно безпечної продукції; в – «Екологічно чисто і безпечно», г – «Rainforest allifnce» (маркування, яка об'єднує підприємства сільськогосподарської і деревообробної галузі, стратегія виробництва яких орієнтована на збереження екосистем лісу); д – «Екологічно чисто» маркування, яке привласнюється організацією «Екомедсервіс», з метою маркування екологічно безпечної продукції в Україні; е) маркування екологічно чистої продукції в Німеччині; ж, з – продукція, яка не містить генетично змінених організмів; і – «Безпечно для лососів» (маркування сільськогосподарської продукції в Канаді, вирощеній на полях, які у свою чергу не впливають на водні екосистеми річок)

*Екологічно чистий продукт* – продукт найвищої споживчої якості, який відповідає стандартам якості й екологічним вимогам, належним чином сертифікований з наданням відповідного екологічного маркування.

*Екологічні знаки* інформують споживачів про екологічну чистоту споживчих товарів і екологічно безпечні способи їх експлуатації, використання або утилізації.

Система екологічного маркування спочатку була прийнята для

«просування» методів виробництва, які мінімізують негативний вплив на навколишнє природне середовище. Вона була введена у ФРН у 1978 р. Такі країни, як Канада, Японія і Норвегія прийняли цю систему в 1989 р. У рамках ЄС була розроблена програма європейського екологічного маркування, а сама система була впроваджена в 1993 р. і застосована вперше до пральних машин. У 1994 році з метою розвитку міжнародного співробітництва 9 країн, що вже мали на той час розвинені програми екологічного маркування (Німеччина, Японія, США, Австралія та ін.), заснували міжнародну організацію – Глобальну Мережу Екологічного Маркування – Global Ecolabelling Network (GEN), яка є некомерційною міжнародною організацією та має на меті:

- ✓ підтримку програм екологічного маркування шляхом просування екологічного маркування на міждержавному рівні;
- ✓ членство в міжнародних організаціях та участь в міжнародних програмах для просування екологічного маркування (GEN бере участь в багатьох програмах розвитку ООН (наприклад, UNEP), співпрацює з COT та є асоційованим членом ISO).
- ✓ сприяння збільшенню попиту на екологічно марковану продукцію тощо.

У даний час GEN об'єднує 35 національних програм екологічного маркування. Знаки екологічного маркування країн – членів GEN наведені на рис. 8.11.

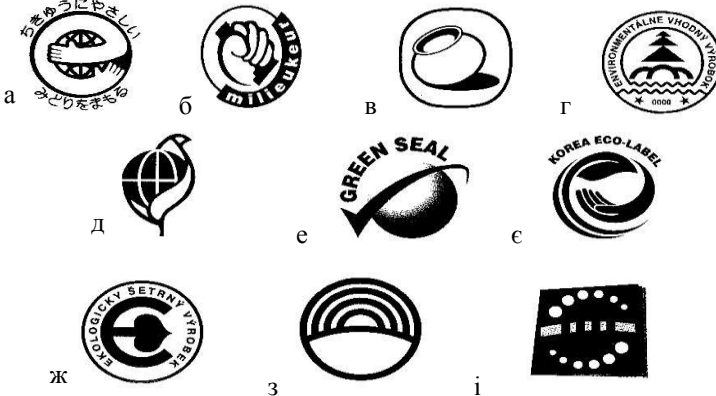


Рис. 8.11. Знаки екологічного маркування країн – членів GEN: а – Японія; б – Данія; в – Індія; г – Словаччина; д – Тайвань; е – США; є – Корея; ж – Чехія; з, і – Іспанія та округ Каталонія



У жовтні 2004 року Україна ввійшла до складу Глобальної Мережі Екологічного Маркування.

Крім того, етикетки можуть бути самостійними носіями інформації, яку приклеюють або прикладають до товару. Існують такі різновиди етикеток: ідентифікуюча (ідентифікує вид або марку товару), сортовказуюча, описуюча (описує товар за його основними ознаками), пропагуюча (пропагує товар за його властивостями).

Програма екологічного маркування ЄС не відмінє національні програми країн-членів, які були акредитовані до 1991 року або до вступу країни в ЄС. З жовтня 2004 року знак «Екологічно чисто та безпечно» (рис. 8.10, в) представляє Україну в Глобальній Мережі Екологічного Маркування.

Визнання українського знаку на міжнародному рівні є одним з важливих факторів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції українських виробників на світовому ринку. Питання екологічного маркування розробляються в багатьох країнах: США, Німеччині, Японії, Канаді, Російській Федерації, Україні, Норвегії, Швеції – у тих країнах, де суспільство усвідомило ризики, які несе безконтрольне виробництво продуктів харчування з одного боку, а з іншої, де економічний рівень життя дозволяє споживачам здійснювати вибір екологічно чистої продукції.

### **Питання для самоконтролю**

1. Розкрийте суть поняття маркування продукції.
2. Назвіть основні функції маркування.
3. Чим відрізняється торговельне маркування від виробничого?
4. Що таке кольєретки?
5. Яка різниця між бирками та ярликами?
6. Назвіть основні види маркування.
7. Що є носіями торговельного маркування?
8. Що є носіями виробничого маркування?
9. Що являє собою акцизне маркування?
10. З яких елементів складається структура маркування?
11. Що таке акцизний збір?
12. Хто є платниками акцизного збору?
13. Що таке попереджувальні знаки?
14. Приведіть приклад попереджувальних знаків.
15. Яку функцію виконують маніпуляційні знаки?



## ТЕМА 9

### ОСНОВИ ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

В даному розділі розглядається поняття товарознавчої експертизи, права та обов'язки осіб, що здійснюють її. У практиці Торгово-промислової палати України розрізняють такі види експертиз: основну (первинну), додаткову, повторну, комплексну та контрольну. Специфічними для кожної з них є мета, умови залучення експерта і документальне оформлення.

#### Після вивчення даного розділу ви зможете:

- ✓ обґрунтувати термін товарознавчої експертизи;
- ✓ визначити основні права і обов'язки, вміння і знання експертів;
- ✓ охарактеризувати основні особливості різноманітних товарознавчих експертиз;
- ✓ навчитись вірно проводити вибір товарів.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** експертиза, контроль, акт експертизи, сертифікат відповідності, несорттовий товар, брак, санітарне посвідчення, ветеринарне посвідчення, експерт, товаросупровідні документи, первинна, додаткова, повторна експертизи, експлуатаційні документи.

### ОСНОВНІ ЗАПИТАННЯ

- 9.1. Поняття та терміни товарознавчих експертиз.
- 9.2. Органи, які уповноважені проводити товарознавчі експертизи.
- 9.3. Види експертиз.
- 9.4. Інформаційні засоби експертизи товарів.

#### 9.1. Поняття та терміни товарознавчих експертиз

Поняття «експертиза» (походить від латинського *expertus*-дослідний) – це дослідження будь-якого питання чи об'єкта, яке вимагає спеціальних знань, з наданням мотивованого висновку.



На практиці давно відома бухгалтерська, лікарська, судова та інші види експертиз. Термін *експертиза* щодо товару або партії товару є більш новим поняттям, яке застосовується здебільшого до діяльності торгово-промислових палат та дослідних лабораторіях митної служби, органів охорони здоров'я, захисту прав споживачів. На практиці використовується термін «товарознавча експертиза». Таким чином, **товарознавча експертиза** (надалі експертиза) – це дослідження якості (споживчих властивостей, нешкідливості, харчової цінності тощо), кількості та відповідності умовам нормативної документації, умовам договору партії товару з поданням мотивованого, об'єктивного, кваліфікованого висновку.

Досить часто термін «*експертиза*» ототожнюють з терміном «*контроль*», що є не виправданим і необгрунтованим. Чим же відрізняються ці терміни?

По-перше, контроль повинні здійснювати особи, які мають право на контрольні функції за своїм службовим положенням або одноразово уповноважені установою, яка має на це право (наприклад, співробітники відділу технічного контролю виробничих підприємств, контрольних заводських лабораторій). У той же час експертизу здійснюють нейтральні особи, які не зацікавлені у наслідках справи, які не пов'язані службовими відносинами і не залежні від зацікавлених сторін.

По-друге, якщо контролю, як правило, піддають всю продукцію, то експертиза проводиться тільки тієї продукції, яка при прийманні виявилась недоброякісною і такою, що не відповідає умовам договору, а також продукція, через якість якої виникла суперечка сторін: постачальника, отримувача і третьої сторони.

По-третє, особи, які здійснюють контроль, зобов'язані приймати рішення і давати розпорядження про заборону випуску, вивантаження або реалізацію окремих видів товарів, у той час, як експерт констатує стан справ і не може приймати адміністративні рішення і давати будь-які вказівки щодо подальшої долі товару без додаткового запиту про це.

На практиці товарознавці-експерти термін «якість» вживають як відповідність показників, які характеризують певні властивості товару, вимогам (нормам) стандартів, технічних умов, еталонам. Але на практиці залежно від специфіки товару цей термін вживається у більш широкому розумінні, наприклад, для харчових



продуктів він включає певну енергетичну, харчову і біологічну цінність, стійкість до зберігання та органолептичні властивості.

Найбільш розповсюдженою в експертизах документацією є стандарти, технічні умови, правила прийому, відбору проб, маркування, зберігання продуктів, товаросупровідні документи тощо.

Результатом експертизи та її документальним оформленням – є *акт експертизи*, що складається із двох основних частин: констатуючої та висновку. В основній констатуючій частині акту експерт лаконічно і компетентно описує стан досліджуваного об'єкта експертизи, а у висновку відповідає на всі поставлені питання.

Терміни, що застосовується в експертизі, використовуються не завжди правильно. Тому нижче розглянемо основні. При експертизі термін «*нестандартний*» слід застосовувати до товару, показники якості якого виходять за межі нормативів. Наприклад, здоровий, якісний плід, але за розміром він менший від встановленого; тара виготовлена із доброякісного матеріалу, але більшого розміру. Часто товар, що має дефекти, за наявності яких його не можна віднести навіть до найнижчого сорту, називають нестандартним. Це – неправильно, таку продукцію слід кваліфікувати як несортну.

*Несортний товар* – товар, якісні показники якого нижчі за мінімальні, допустимі нормами. Під час оцінки цілої партії товару вона може бути віднесена до несортної, якщо кількість нестандартних або дефектних виробів у ній перевищує кількість, яка допустима відповідними документами. Наприклад, у партії наявні 9 % дефектних виробів, а за нормами допускається 2 %.

*Брак* – товар, що має такі показники якості, за яких його взагалі не можна використовувати за призначенням. Іноді термін «забраковано» застосовують до товару, який не відповідає сорту, що зазначено на маркуванні або в документах (наприклад, значиться 1-й сорт, а практично – 2-й). Це теж неправильно, у цьому випадку треба використовувати вираз «зниженої сортності».

*Кількість* – вираз числа отриманого товару і його величини, а також ступеня виявлення властивості товару. Для уніфікації, як відомо, всі країни застосовують Міжнародну систему одиниць. Однак, деякі країни до цього часу із різних причин на практиці не



застосовують їх, віддаючи перевагу традиційним для них термінам: галон, кварта, бушель, фунт, унція, дюйм та ін.

Нижче наведено визначення основних супровідних документів щодо якості партії і товару, які можуть бути надані експерту для його роботи.

**Сертифікат якості** – документ, що засвідчує якість товару. Видається відповідними компетентними органами чи лабораторіями як в країні-експортері, так і в країні-імпортері.

За умовами контракту сертифікат якості може видаватися фірмою-виробником та в ідеалі повинен містити таку інформацію:

- ✓ найменування і адресу виробника, повну назву товару;
- ✓ характеристику всіх основних показників якості, які регламентуються відповідною нормативною документацією, з обов'язковим зазначенням параметрів нешкідливості, специфічних властивостей, у тому числі, якщо необхідно, призначення (наприклад, для дієтичного харчування), перелік інгредієнтів;
- ✓ дату виготовлення і термін зберігання, спосіб використання або доведення до готовності;
- ✓ кількість товару в партії;
- ✓ найменування транспортного і споживчого упакування;
- ✓ номер відповідної документації, яка регламентує властивості товару у країні – виробника;
- ✓ найменування установи, яка оформила і завірила сертифікат якості.

**Сертифікат відповідності** – документ, що засвідчує відповідність товару вимогам певних стандартів та норм. Він є результатом проведення ідентифікації та дослідження товару при сертифікації. Видається спеціально уповноваженими органами з сертифікації.

**Сертифікат походження** – документ, що вказує країну – експортера товару. У міжнародній торгівлі є необхідною наявністю в пакеті документів, які супроводжують продовольчий товар, різних видів посвідчень про їх безпечність.

**Ветеринарне посвідчення** пред'являється на митниці при ввезенні живої худоби, продукції її переробки і свідчить про те, що товар вивозиться із місць, де відсутні гостро інфекційні хвороби, і що худоба пройшла необхідну обробку.

**Санітарне посвідчення** також необхідне на митниці при ввезенні плодів, овочів, фруктів, тютюну-сирцю та інших товарів і засвідчує, що товари не заражені шкідниками, хворобами і походять із епідеміологічно благополучних районів.

Якщо виникли будь-які неузгодженості під час транспортування, які можуть вплинути на якість або кількість товару, зацікавлена сторона повинна вимагати складання комерційного акта – документа, який фіксує розміри, характер нестачі, пошкоджень, псування вантажу у процесі транспортування. Він є підставою для пред'явлення претензій отримувачем вантажу транспортній організації про компенсацію збитків. Слід зазначити, що комерційний акт не складається, якщо нестача або надлишок товару знаходяться у межах норм природної нестачі. Акт експертизи не може замінити комерційний акт і є, якщо він складався, додатком до останнього.

## 9.2. Органи, які уповноважені проводити товарознавчі експертизи

Якщо в економічно розвинутих країнах світу функції незалежних експертиз виконують сотні і десятки сотень установ (тільки у межах органів, які відповідають безпосередньо за захист прав споживачів, їх налічується майже 120 у Франції, 260 у США і т.д.), то у нашій країні перелік такого роду організацій значно обмежений. Але тенденції розвитку ринкових відносин, які висувають на перший план конкурентної боротьби якість товарів, дозволяють робити припущення про швидке розширення переліку установ, до сфери діяльності яких буде входити товарознавча експертиза.

На сьогодні, незалежні товарознавчі експертизи здійснюються у Торгово-промисловій палаті України, структурах Міністерства охорони здоров'я України, із захисту прав споживачів, деяких громадських установах, діяльність яких пов'язана з дослідженням якості товарів, при оцінці коштовностей, культурних цінностей.

Необхідність отримання незалежної думки спеціаліста з товарознавства виникає у діяльності санітарно-епідеміологічних служб, органах виконавчої влади тощо. Особливого значення набуває проблема проведення компетентної товарознавчої експертизи вже під час закупівлі товару іноземного виробництва на





території країни-постачальника або на митниці під час перетинання кордону України партією товару. Експертиза можлива тільки за умови піднесення до необхідного рівня ролі товарознавців у комерційній діяльності фірм, установ та інших суб'єктів підприємницької діяльності.

Експертом може виступати особа, яка має відповідні професійні знання та досвід з того питання, для дослідження якого вона залучається. Експертиза товарів базується на певних принципах, дотримання яких є гарантією якості результатів. Особливе значення при цьому мають компетенція та особисті якості експерта.

**Компетенція експерта** – це єдність знань, професійного досвіду, здібностей та навичок, які потрібні для експертизи.

**Компетентність** – здатність застосовувати свої знання, вміння та особисті якості в процесі експертизи.

Вони забезпечуються набуттям відповідної освіти, в тому числі із спеціальною експертною підготовкою, та підтверджуються належним чином за встановленою процедурою:

1) *Експерт повинен знати:*

✓ правові та економічні основи експертизи (права та норми експертизи, вимоги відповідних документів міжнародного та національного рівня та інші галузеві стандарти);

✓ методологію та технологію проведення експертизи товарів (термінологію, управління процесами експертизи, види, об'єкти, предмет експертизи, методи проведення експертних досліджень, правила прийняття експертного висновку та оформлення результатів експертизи).

2) *Експерт повинен вміти:*

✓ застосовувати нормативно-правову базу до відповідної продукції;

✓ відрізнити відмінності між вимогами і положеннями документів різних рівнів та їх пріоритетність;

✓ застосовувати принципи, процедури і методи експертних досліджень (результативно планувати та організувати свою роботу, неупереджено й об'єктивно збирати фактичні дані, вимірювати, досліджувати об'єкти та вести відповідні записи, підтверджувати достатність та відповідність свідчень, логічно обґрунтовувати висновки, складати акти за результатами експертизи).



Експерт повинен також вміти протистояти тиску, що здійснюється з боку зацікавлених сторін щодо прийнятого експертного висновку.

Виконуючи свої службові обов'язки, експерт діє незалежно і самостійно. При цьому він наділений великим обсягом прав, основними з яких є:

1) Право відмови від проведення експертизи і видачі висновку, якщо експерт не має знань, наявність яких необхідна для виконання покладених на нього обов'язків. Наприклад, визначення якості харчових продуктів нового асортименту, які вироблялись з використанням новітніх технологій і технічних засобів, що незнайомі експерту та не мають аналогів у країні. Право відмови від відповіді на питання, які виходять за межі компетенції експерта. Наприклад, формулювання звинувачення за пошкодження товару.

2) Право відмови від складання висновку, якщо представлений на експертизу товар не оформлено належним чином відповідно до норм законодавства.

3) Право ознайомлення з документами та іншими матеріалами, незнання яких перешкоджає незалежній оцінці об'єкта експертизи і право відмови від початку або продовження експертизи у разі неподання подібних матеріалів. Наприклад, приховування зацікавленою стороною сертифіката якості або транспортних документів, які безпосередньо відносяться до товару (партії) і можуть вплинути на результати його оцінки.

4) Право у процесі експертизи проводити дослідження, вимірювання, відбір проб, аналізи, розрахунки. Право залучення для отримання об'єктивних результатів лабораторій, перед якими ставляться конкретні завдання.

5) Право внесення змін і доповнень до висновку за результатами експертизи або повної відмови від нього з обґрунтуванням причин, які це викликали тощо.

Великого значення набуває впровадження систем управління якістю в діяльність торгово-промислових палат, експертних підрозділів регіональних представництв Державної Служби Технічного Регулювання України, поширення приватних лабораторій, які атестовані на певні види вимірювань. Дієвим стимулом до якісної експертизи товарів і послуг є економічні інструменти екологічного менеджменту, наприклад: екологічне



маркування, екологічна сертифікація, ціноутворення, екологічний аудит територій, де вирощувалась продукція, аудит систем менеджменту та інші економічні стимули.

### 9.3. Види експертиз

У практиці Торгово-промислової палати України розрізняють такі види експертиз: основну, додаткову, повторну, комплексну та контрольну. Специфічними для кожної з них є мета, умови залучення експерта і документальне оформлення.

**Додаткова експертиза** призначається у тих випадках, коли експерт через незалежні від нього обставини не зміг дати вичерпні відповіді на питання, поставлені перед експертизою. Наприклад, такими обставинами можуть бути: залучення нових документів, які не були подані експерту первинно; необхідність проведення експертизи якості після первинної експертизи кількості товару тощо. В усіх випадках додаткові експертизи проводяться з тих питань, які не були висвітлені в основній експертизі і, відповідно, відсутні в актах. Як правило, доручають проведення додаткової експертизи тому ж експерту, що виконував дослідження при первинній експертизі. Результати її оформляють окремим актом, який доповнює акт первинної експертизи з посиланням на номер акта, який він доповнює.

**Повторну експертизу** призначають за умови, що зацікавленими сторонами, арбітражем, судовими органами, прокурором тощо під час оцінки висновку з первинної експертизи встановлено, що він є:

- ✓ необ'єктивним;
- ✓ помилковим і неточним внаслідок неправильного або неповного проведення експертизи;
- ✓ недостатнім, некомпетентним, некоректним, сумнівним, містить розбіжності з основною частиною акта;
- ✓ включає здогадні висновки;
- ✓ виходить за межі компетенції експерта;
- ✓ протирічить доказам, які мають зацікавлені сторони.

Обов'язковим є призначення повторної експертизи, якщо виявлені форми неможливості залучення експерта до роботи, якщо має місце отримання експертом винагороди безпосередньо від зацікавлених сторін. Той, хто вимагає проведення повторної



експертизи, повинен у письмовій формі обґрунтувати свої мотиви. Для цієї експертизи призначається інший експерт або експертна комісія. Об'єктом досліджень виступає тільки той товар, який був поданий експертизі первинно.

**Комплексну експертизу** призначають для дослідження товару, з якого необхідно одночасно отримати висновок експертів різних галузей науки, техніки і виробництва. Для її проведення призначається група фахівців, кожний з яких досліджує певні питання щодо об'єкта експертизи. Наприклад, для дослідження якості молочних десертів для дитячого харчування доцільно залучити таких спеціалістів: товарознавця, гігієніста з питань дитячого харчування, технолога молочних виробів.

За результатами такої експертизи складається один акт, в якому кожен з експертів викладає свої методи досліджень об'єкта і робить висновок, на основі якого складається загальний висновок експертизи. Якщо хтось із експертів не погоджується із загальним висновком, він письмово висловлює свою думку.

Комплексні експертизи дають можливість більш досконало та повно, порівняно з експертизою, яку проводить один експерт, дослідити товари.

**Контрольну експертизу** призначають за ініціативою установ, які проводять експертизи, при необхідності перевірки безпосередньо самого експерта. Вони призначаються на будь-якій стадії проведення основної експертизи. За умови не виявлення процесуальних порушень експерт, який здійснює контрольну експертизу, складе лише звіт, а при виявленні – складе акт контрольної експертизи відповідної форми.

За завданнями, які поставлені перед експертом, експертизи поділяються на інформаційну (досліджується відповідність інформації про товар за його фактичним станом), експертизу якості (досліджуються окремі чи всі показники безпечності та якості товарів), кількості (встановлюється кількісні параметри партії товару – маса, розмір, кількість одиниць та інші показники), комплектності (визначення фактичної комплектації партії товарів), походження (посвідчується, що товар походить із певної країни). Крім того, проводяться інші види експертиз, наприклад, ідентифікаційна та інші.



## 9.4. Інформаційні засоби експертизи товарів

Будь-яка експертиза товарів починається з вивчення та аналізу документів, які містять загальну та конкретну інформацію про товари. При проведенні документальної експертизи цей вид засобів інформації одночасно виступає як об'єкт інформації.

Вимоги до порядку одержання, використання, поширення та зберігання інформації, а також системи створення інформації, її джерела, статус учасників інформаційних відносин, доступ до інформації та її охорону регламентуються Законом України «Про інформацію». Під *інформацією* цей Закон розуміє документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі. Використання інформації – це задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Мова інформації визначається Законом «Про мови в Україні», іншими законодавчими актами України в цій галузі, міжнародними договорами та угодами, ратифікованими Україною.

*Основні вимоги до інформації:*

- ✓ відкритість та доступність інформації та свобода її обміну;
- ✓ об'єктивність та достовірність інформації;
- ✓ повнота і точність інформації;
- ✓ законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

*Основними видами інформації є:*

- ✓ статистична інформація;
- ✓ масова інформація;
- ✓ інформація про діяльність державних органів влади та органів місцевого і регіонального самоврядування;
- ✓ правова інформація;
- ✓ інформація про особу;
- ✓ інформація довідково-енциклопедичного характеру;
- ✓ соціологічна інформація.

**Статистична інформація** – це офіційна документована державна інформація, що дає кількісну характеристику подій та явищ, які відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя України.



**Масова інформація** – це публічно поширювана друкована та аудіовізуальна інформація. Друкованими засобами масової інформації є періодичні друковані видання – газети, журнали, бюлетені та разові видання з визначеним тиражем.

**Правова інформація** – це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про право, його систему, джерела, реалізацію, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику тощо.

**Інформація про особу** – це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про особу. Основними даними про особу є: національність, освіта, сімейний стан, релігійність, стан здоров'я, а також адреса, дата й місце народження. Джерелами документованої інформації про особу є видані на її ім'я документи, підписані нею документи, а також відомості про особу, зібрані державними органами влади та органами місцевого і регіонального самоврядування в межах своїх повноважень.

**Інформація довідково-енциклопедичного характеру** – це систематизовані, документовані або публічно оголошені відомості про суспільне, державне життя та навколишнє природне середовище.

Експертиза товарів проводиться послідовно. Її перший етап це ознайомлення з товаросупровідними документами, які підтверджують приналежність вантажних місць до пред'явленої партії. На всіх пред'явлених документах експерт робить позначку «пред'явлено експерту», ставить підпис та дату.

**Товаросупровідні документи (ТСД)** – документи, які містять необхідну та достатню інформацію для ідентифікації партій товарів на всьому шляху товаропросування. Товаросупровідні документи призначені в основному для виробників та продавців і відносяться до комерційної інформації. На відміну від нормативних документів ТСД мають слабку правову основу. Вимоги до оформлення багатьох із них регламентовані недостатньо або зовсім не встановлені. Відсутність уніфікованого підходу призводить до різноманіття форм упорядкування ТСД та ускладнює аналіз і порівняння відомостей, наведених в аналогічних документах. Товаросупровідні документи, залежно від характеристик товару, поділяються на такі види: кількісні, якісні, розрахункові і



комплексні. Різновиди ТСД визначаються призначенням конкретних документів.

**Кількісні ТСД** – документи, призначені для передачі і збереження інформації про кількісні характеристики товарів або товарних партій. Окрім розмірних характеристик (маси, довжини, об'єму), у них обов'язково містяться відомості, що ідентифікують товар. Іноді в кількісних ТСД міститься інформація про ціни.

**Якісні ТСД** – документи, призначені для передачі і збереження інформації про якість товарів. ТСД містять не тільки відомості про якісні характеристики товарів, їхні значення, градації якості, а також про найменування товарів, їхніх виробників, дату виготовлення, а також інші необхідні відомості. Документи якості поділяються на обов'язкові та необов'язкові. До перших відносяться сертифікати відповідності товарів, які повинні проходити обов'язкову сертифікацію, і посвідчення якості, якщо у стандарті передбачена їхня наявність. Обов'язковість сертифікатів відповідності для зазначеної групи товарів передбачається вимогами Державної Служби Технічного Регулювання України «Про проведення обов'язкової сертифікації продукції в Україні». Інші види сертифікатів – гігієнічний, ветеринарний, фітосанітарний, не є заміною сертифіката відповідності й обов'язковими ТСД.

Товаросупровідні документи поділяються на:

1. **Кількісні:** пакувальні листи; специфікації; акти про встановлені розбіжності в кількості товарів; комерційні акти.

2. **Якісні:** сертифікати відповідності; гігієнічні сертифікати; ветеринарні сертифікати; фітосанітарні сертифікати; посвідчення якості; протоколи досліджень; заява – декларація.

3. **Розрахункові:** рахунки; рахунок – фактура.

4. **Комплексні:** накладні; товаро-транспортні; залізничні; коносаменти.

Вибір форми сертифіката відповідності залежить від ступеня підтвердження вимог нормативних документів:

✓ якщо підтверджена відповідність продукції всім обов'язковим вимогам, то застосовується форма 1;

✓ якщо підтверджена відповідність продукції всім вимогам, то застосовується форма 2;



✓ якщо підтверджена відповідність продукції окремим вимогам, то застосовується форма 3 і в сертифікаті перераховуються підтверджені вимоги.

У випадку імпорту продукції в Україну, рішення про визнання сертифікатів інших країн, які не є членами Системи УкрСЕПРО, приймає орган із сертифікації продукції, керуючись ДСТУ 3419.

Процедура визнання результатів сертифікації продукції, що імпортується в Україну, здійснюється шляхом укладання угод або прийняттям рішення про визнання. Свідченням визнання закордонного сертифіката є сертифікат відповідності, виданий у системі УкрСЕПРО, або свідоцтво про його визнання згідно з ДСТУ 3498.

В сертифікаті відповідності, що видається на партію продукції, зазначаються відомості про розмір партії, дату виготовлення, термін реалізації та номер і дату документа, за яким ця партія ввезена в Україну.

**Посвідчення про якість** – це вид ТСД, призначених для інформації про градації якості та ідентифікацію партії даних. Перелік відомостей, що повинні містити посвідчення якості, встановлюється у стандартах. Ці **відомості** включають:

✓ номер документа й дату його видачі;  
✓ реєстраційний і обліковий номери сертифіката, термін його дії;

- ✓ номер партії для запакованої продукції;
- ✓ найменування й адреса відправника;
- ✓ найменування й адреса отримувача;
- ✓ найменування продукції й сорт (товарний);
- ✓ номер партії;
- ✓ результати визначення якості за діючими стандартами;
- ✓ кількість пакувальних одиниць;
- ✓ масу брутто й нетто;
- ✓ номер і вид транспортного засобу;
- ✓ позначення чинного стандарту.

Для плодоовочевої продукції у посвідченні якості також вказують дату збирання, пакування й відвантаження, дату останньої обробки та її найменування (при доставці з господарств у магазини).





**Протокол випробувань** – документ, що містить результати випробувань та іншу інформацію, що стосується досліджень якості товарів. Цей вид документів рідко зустрічається як ТСД, але він є невід’ємною умовою для видачі сертифікатів відповідності або якості, якщо сертифікація здійснюється з проведенням сертифікаційних випробувань. При цьому в сертифікаті вказуються номер і дата видачі протоколу випробувань.

**Розрахункові ТСД** – це документи, призначені для документального оформлення угоди про ціни, оплату транспортних витрат, спільному покриттю витрат, у тому числі транспортних, інших витрат, якщо у складеному договорі закупівлі-продажу ці відомості були не передбачені. До розрахункових ТСД відносяться протокол узгодження цін, рахунки, рахунки-фактури й інші документи про ціни. Основним призначенням рахунків є інформація про ціну та вартість товару для його оплати.

**Комплексні ТСД** – документи, призначені для передачі й збереження інформації про кількісні, якісні й вартісні характеристики товарних партій, а також для кількісного врахування їх у процесі просування. До комплексних ТСД належать прибутково-видаткові, товарно-транспортні, залізничні накладні, коносаменти і декларації (податкові, митні).

**Товарно-транспортна накладна (ТТН)** – первинний прибутковий документ, що заповнюється постачальником і призначений для інформації одержувача про комплекс характеристик товару. ТТН має два розділи: товарний і транспортний.

У *товарному розділі* вказуються відомості, що дозволяють ідентифікувати товар. До них відносяться: найменування, адреса і банківські реквізити постачальника й платника, відомості про товар і тару (найменування, сорт, артикул, кількість місць, маса брутто, нетто тари, ціна, ін.). До того ж, можуть бути зазначені суми ПДВ і повинні бути присутні підписи відповідальних осіб, які дозволили відпуск товару, а також відпустили й прийняли його.

*Транспортний розділ* (відомості про вантаж) заповнюється в ході доставки товару і містить інформацію про дату відправлення, номер автомобіля і шляхового листа, найменування й адреса замовника товару, вантажовідправника й вантажоодержувача; пункт відвантаження й розвантаження, відомості про вантаж



(найменування, сорт, артикул, одиниця виміру, кількість одиниць, ціна за одиницю; сума, на яку поставляється товар тощо).

**Експлуатаційні документи (ЕД)** – документи, що призначені для передачі й збереження інформації про правила експлуатації складно-технічних товарів, використання й обслуговування яких не потребує спеціальної підготовки. Якщо для використання таких товарів потрібна спеціальна підготовка, то в експлуатаційних документах має бути відповідний запис. ЕД також містять розмірні характеристики (масу, габарити, напругу або силу струму і т.п.), які необхідні для правильної експлуатації побутової техніки. На відміну від ТСД, призначених в основному для продавців, ЕД виступають як носії споживчої інформації. Різні види етикеток відрізняються призначенням, що й обумовлює перелік відомостей, що у них указуються. Найбільшою інформаційною насиченістю відрізняються посібники з експлуатації, найменшою – етикетки. Етикетки містять в основному інформацію, що виробник хоче довести до споживача. Проте, у ряді випадків, вони можуть стати носіями і торгової інформації. Експлуатаційні документи не відносяться до числа обов'язкових, проте в ряді випадків їхня відсутність пов'язана з ризиком нанесення шкоди життю, здоров'ю чи майну споживачів.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що таке товарознавча експертиза?
2. Що спільного і відмінного між експертизою та контролем?
3. Які види експертизи ви знаєте?
4. Хто такий експерт з товарознавства? Яка функція таких фахівців у період становлення ринкових відносин між виробниками, постачальниками і споживачами продукції?
5. Перерахуйте основні права та обов'язки експертів.
6. Які вміння і знання повинні бути притаманні експертам, щоб бути справжніми фахівцями (приклади наведіть щодо харчових продуктів)?
7. Які види інформації ви знаєте? Охарактеризуйте їх.
8. В чому полягає суть первинної експертизи?
9. Коли потрібно проводити повторну експертизу?
10. Які товаросупровідні документи ви знаєте?
11. Що таке протокол випробувань?



## **ТЕХНОЛОГІЯ ПРОВЕДЕННЯ ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ**

В розділі розглядаються основні особливості технології проведення експертизи товарів. Детально описуються всі види та правила проведення експертиз. Експертиза кількості – оцінка кількісних характеристик товару експертами при неможливості застосування вимірювальних методів. Експертиза якості – це оцінка якісних характеристик товару експертами для встановлення відповідності вимогам нормативних документів. Документальна експертиза – оцінка експертом товарознавчих характеристик товарів, заснована на інформації товаросупровідних, технологічних та інших документів.

### **Після вивчення даного розділу ви зможете:**

- ✓ обґрунтувати технологію проведення експертизи якості;
- ✓ визначити особливості проведення експертизи кількості;
- ✓ оволодіти методами експертизи нових товарів;
- ✓ охарактеризувати етапи проведення документальної експертизи.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** експертиза кількості, маса нетто, маса бруutto, товаросупровідні документи, експертиза якості, прямі методи вимірювання, допустимий огріх, непрямі методи вимірювання, дегустація, договір купівлі-продажу.

## **ОСНОВНІ ЗАПИТАННЯ**

- 10.1. Експертиза кількості.
- 10.2. Експертиза якості.
- 10.3. Документальна експертиза.

### **10.1. Експертиза кількості**

Експертиза товарів є одним з найважливіших та обов'язкових видів експертизи. Обов'язковість експертизи товарів зумовлюється її сутністю, і передусім тим, що в основі її є оцінка



органолептичних властивостей та показників, що значною мірою наближає експертизу до оцінки товару споживачами. Крім того, завдяки перевагам органолептичного методу визначення показників якості забезпечується ідентифікація товару, а дійсні значення органолептичних показників дозволяють прямо чи опосередковано оцінювати й інші групи показників.

Розрізняють такі види експертизи товарів: експертиза кількості, якості, асортиментна, документальна і комплексна.

**Експертиза кількості** – оцінка кількісних характеристик товару експертами при неможливості застосування вимірювальних методів і необхідності підтвердження достовірності результатів вимірювань незалежною стороною. Метою кількісної експертизи є визначення кількості товару в товарній партії та чи кількісних характеристик їхніх одиничних екземплярів, чи комплексних пакувальних одиниць. Найбільш поширена сфера застосування експертизи кількості – приймання товарів кількісно у випадках виникнення незгод між постачальником та одержувачем, при значних розходженнях між кількістю, зазначеною в ТСД і кількістю, встановленою при вимірюванні у одержувача. Крім того, можна залучати експертів для проведення кількісної характеристики у випадках, коли вимірювання товару звичайними методами є неможливим або важке і може призвести до його кількісних і якісних змін.

Іноді експертиза кількості необхідна для встановлення вірогідності кількісних втрат товару та причин їх виникнення. Незважаючи на єдину правову базу, експертиза кількості відрізняється від приймання товарів за кількістю, яке проводиться зацікавленими матеріально відповідальними особами (завскладами, комірниками та ін.). Завдяки незалежності і об'єктивності експертів результати кількісної експертизи є більш достовірними і мають сприйматися як остаточні обома зацікавленими сторонами: постачальником або одержувачем, якщо у них нема заперечень з цього приводу.

Результати кількісної експертизи можуть бути оскаржені однією із зацікавлених сторін. У цьому випадку призначається повторна чи контрольна експертиза, яка може або підтвердити результати первинної експертизи, або їх спростувати. В останньому випадку нові результати експертизи повинні бути аргументовані.



*Правова база проведення кількісної експертизи.* При проведенні цього виду експертизи експерти повинні керуватися Цивільним кодексом України, а також можуть користуватися «Інструкцією і приймання продукції виробничо-технічного призначення та товарів народного споживання за кількістю».

При прийманні упакованих вітчизняних та імпортованих товарів за кількістю необхідно врахувати, що їхня кількісна характеристика має масу самого товару та упаковки, а також кількість пакувальних одиниць. Через це при кількісній експертизі таких товарів визначають масу: брутто, нетто і тари.

**Маса брутто** – сумарна маса товару та упаковки. Маса брутто може визначатися прямим переважуванням усіх пакувальних одиниць, які входять у товарну партію, чи за допомогою розрахунку, наприклад, множенням середньої маси брутто кожної пакувальної одиниці на їхню загальну кількість. Отже, масу брутто упакованого товару можна визначити зважуванням усієї товарної партії, або перерахунком пакувальних одиниць з однаковою фіксованою масою, або перерахунку об'єму товару на його об'ємну масу. Неупаковані товари приймаються не за масою брутто, а тільки за масою нетто.

**Маса нетто** – маса товару без упаковки.

Оскільки кінцевому споживачеві часто реалізується товар за масою нетто, то одержувача цікавить передусім кількісна характеристика товару. Через це при експертизі обов'язково встановлюється маса нетто товарної партії, причому ця характеристика властива як неупакованим, так і упакованим товарам. Маса нетто неупакованих товарів визначається тільки зважуванням, а упакованих товарів – найчастіше розрахунком за формулою (10.1):

$$M_n = M_b - M_u, \quad (10.1)$$

де  $M_n$  – маса нетто;  $M_b$  – маса брутто;  $M_u$  – маса упаковки.

Прямі методи виміру маси нетто товарних партій упакованого товару (зваженого) пов'язані з великими затратами ручної праці на підрахування та перетарування, через це практично майже не застосовуються.

Для визначення різних показників кількісної характеристики товарів використовуються методи вимірів: прямі або непрямі.



## **Прямі методи вимірювань**

– методи безпосередньої або порівняльної оцінки кількості товарів. Прямими методами є переважування, вимірювання по довжині, об'ємові, вимірювання щільності та інших показників, які застосовуються при прийманні товарів за кількістю. При цьому використовують різні засоби вимірювань, але в основному – вага та інше повірене лабораторне устаткування.

**Допустимий огріх** – це відхилення фактичного результату вимірювання від дійсного, яке не перевищує встановлені норми точності. Допустимий огріх є різновидом систематичних огріхів, який через повторюваність (систематичність) може бути вимірний.

**Непрямі (побічні) методи вимірювання** – методи визначення кількісної характеристики товарів опосередковано, в основному розрахунком. Ці методи застосовуються у випадках, коли прямі методи вимірювання не можуть бути використані або їх використання є недоцільне.

Експерт в роботі може керуватися нормативними документами своєї експертної організації, затвердженими керівництвом. В узагальненому вигляді такі документи і правила зводяться до низки норм, яких має дотримуватися експерт.

*Попереднє ознайомлення з товаросупровідними документами.* При цьому експерт повинен звернути увагу на правильність їхнього заповнення. Якщо виявлено виправлення кількісних та якісних показників, дат відправлення або приймання, або інших відомостей, то експерт повинен обов'язково це зазначити в акті приймання або акті експертизи.

*Вимірювання кількісних показників товару за допомогою засобів вимірювання чи переобчислення.* Вимірювання може бути суцільним або вибіркоким. Суцільне вимірювання застосовується для неупакованих товарів (наприклад, зерно, овочі), а також для упакованих товарів з нефіксованою масою, об'ємом чи довжиною у кожній упаковці. Вибіркове вимірювання використовують для упакованих товарів з однаковою фіксованою масою упаковки. При цьому експерт самостійно визначає розмір вибірки, який повинен бути не менше норм, установлених стандартами, ТУ, договорами купівлі-продажу або протоколами згод.

Експерт має право значно збільшити розмір вибірки порівняно із встановленими нормами у таких випадках:



- ✓ при значних розходженнях дійсних значень кількісних показників комплексної пакувальної одиниці або одиничного екземпляра товару із зазначеними значеннями на маркуванні, в пакувальному листку або товаросупровідних документах;
- ✓ за наявності в партії пакувальних одиниць з пошкодженою тарою;
- ✓ при виявленні нестачі товарів, яка виникла під час транспортування, зберігання чи реалізації;
- ✓ при установленні значних якісних змін товару (биття, ламання, деформація, мікробіологічне зіпсування).

## 10.2. Експертиза якості

**Експертиза якості** – це оцінка якісних характеристик товару експертами для встановлення відповідності вимогам нормативних документів. Метою цієї експертизи є визначення якості товарів у товарній партії при здачі-прийманні або після довгого зберігання, виявлення прихованих технологічних дефектів під час зберігання. Крім того, експертиза за якістю застосовується при оцінці якості зразків нових товарів перед тим, як їх ставлять на серійне виробництво. Для харчових продуктів або кулінарних виробів цей вид якісної експертизи тільки за органолептичними показниками якості називається **дегустацією**.

Залежно від призначення якісна експертиза поділяється на п'ять різновидів: приймальна експертиза за якістю, експертиза за комплектністю, експертиза нових товарів, дегустація харчових продуктів та експертиза за договорами.

**Приймальна експертиза за якістю** – це оцінка якості товарів експертами для підтвердження достовірності результатів під час приймання.

*Підставами для проведення приймальної експертизи за якістю є:*

- ✓ розбіжність між постачальником та одержувачем за результатами приймального контролю, проведеного одержувачем у відсутність постачальника та неможливості його прибуття на повторне приймання;
- ✓ заздалегідь передбачувана чи виявлена при надходженні невідповідність фактичної якості товару документально зазначеним;
- ✓ якщо виявлено пошкодження упаковки;



✓ за наявності значних якісних втрат під час транспортування або зберігання.

Правова база приймальної експертизи регламентується Цивільним кодексом України, «Інструкцією про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення та товарів народного вжитку за якістю» та «Інструкцією про порядок та строки приймання імпортованих товарів за кількістю та якістю, відповідності та призначення рекламаційних актів».

На відміну від кількісної експертизи, при прийманні товарів за якістю використовується нормативна база: стандарти, технічні умови, санітарні та ветеринарні правила та інструкції або кодекси транспортних організацій. Але якщо правова база має узагальнений характер, то нормативна база конкретизована за кожною групою, а іноді і видом товарів.

*Правила проведення приймальної експертизи за якістю такі:*

1. Перед початком експертизи доцільно ознайомитися з усіма необхідними нормативними документами: стандартами і ТУ на конкретні види продукції, упаковку, маркування, методи досліджень.

2. Для проведення експертизи слід визначити якість товарів, що приймаються, на відповідність вимогам чинних стандартів, ТУ, договорів. За необхідності товари, які приймаються, можуть оцінюватися зіставленням зі зразками-еталонами. Вибір показників якості при приймальній експертизі визначається її метою та умовами проведення. Найчастіше експерти обмежуються оцінкою органолептичних показників, в основному зовнішнього вигляду, та частини фізико-хімічних показників (наприклад, маси, довжини, об'єму, відносної густини тощо), використовуючи найпростіші засоби вимірювань.

3. Для оцінки якості робиться вибірка або об'єднана проба, розмір якої повинен бути не менше встановлених норм. Порядок відбору проб, передбачений стандартами, і повинен беззаперечно дотримуватись експертами. Експертів слід робити відбір зразків (проб) самостійно.

4. Якщо виявлено неоднорідність товарної партії, що має товари різної градації якості (стандартні, нестандартні, брак, відходи, 1-го та інших сортів тощо), то експерт повинен виявити відсотковий вміст кожної фракції.





5. Якщо виявлено причини невідповідності якості, то експерту слід зазначити в акті про стан тари та пакувальних матеріалів (їхня цілісність, достатність та надійність).

6. Експерт не повинен проводити приймальну експертизу, якщо порушено цілісність товарної партії (наприклад, частину товару реалізовано) або пред'являються знеособлені товари, а також розпаковані або без товаросупровідних документів.

**Експертиза товарів за комплектністю** – це оцінка експертом наявності необхідних елементів комплекту та встановлення відповідності даних, зазначених у технічних документах і є однією з різновидів експертизи якості, оскільки цілісність або комплектність – це один з показників якості. Правовою базою цього різновиду є Цивільний кодекс України.

**Експертиза якості нових товарів** – це оцінка якості товарів за номенклатурою показників, які характеризують ступінь новизни, можливість і доцільність їх реалізації. Призначення цього різновиду експертизи якості є визначення практичної корисності та показників якості, які можуть створити споживчі переваги. Правової бази експертизи якості нових товарів немає, а нормативна база нараховує стандарти, ТУ, санітарні та інші правила, що частково співпадає з приймальною експертизою.

Для експертизи якості нових товарів використовують різноманітні методи оцінки якості: органолептичний, вимірнювальний, соціологічний, розрахунковий та експертний, але вирішальне значення має останній. Інші перелічені методи виконують допоміжну роль. Дані, одержані цими методами, впливають на результати експертної оцінки, але остаточне рішення приймають експерти. Експертиза якості нових товарів має процедури та етапи, кінцевим результатом яких є експертний висновок. Передостанній етап експертизи – підбиття підсумків та результатів експертизи.

**Результат експертизи** – це підсумкова якісна та кількісна оцінка споживчих властивостей товарів, яка зафіксована у документальній формі. Результати експертизи ґрунтуються на узагальненій думці експертів, яка приймається способами обговорення, голосування чи усереднення кількісних показників (балів, % тощо). Результати експертизи документально оформляються експертним висновком.



**Дегустація харчових продуктів** – оцінка органолептичних показників якості, яка проводиться перевіреними на сенсорну чутливість експертами. Метою дегустації є одержання достовірних результатів під час органолептичної оцінки якості, зниження її суб'єктивності за рахунок високої професіональної компетентності.

Дегустація харчових продуктів проводиться у таких випадках:

- ✓ при експертизі нових товарів;
- ✓ при порівняльній оцінці відомих товарів, при необхідності виявлення якісних змін органолептичних показників;
- ✓ при визначенні товарних сортів та інших градацій якості.

Результати дегустації можуть бути виражені у вигляді опису окремих показників, а також у балах. В останньому випадку повинна бути розроблена шкала бальної оцінки або повинні застосовуватися стандартні шкали. Прикладами такої стандартної шкали бальної оцінки є шкали, які використовуються під час оцінювання якості вина, пива, твердого сичужного сиру тощо.

**Експертиза товарів за договорами** – це оцінка експертом дотримання вимог якості, встановлених договорами. Експертів можуть запрошувати для проведення товарознавчої експертизи за договорами купівлі-продажу, комісії та зберігання. Найчастіше підставою для такої експертизи є розбіжності між сторонами, які уклали договір. Найбільш поширений вид договорів – договір купівлі-продажу. Він може укладатися не лише з юридичними особами, але й фізичними, у тому числі із споживачами. Правова база проведення експертизи за договорами купівлі-продажу між юридичними особами співпадає із прийнятною експертизою за кількістю та якістю, бо насправді це одні і ті ж види експертизи. Правова база за договором купівлі-продажу, який виник при реалізації товару продавцем покупцеві (споживачеві), базується на законі «Про захист прав споживачів», правилах продажу товарів, в яких регламентовані відповідальність продавця та права споживачів при продажу товарів.

**Асортиментна експертиза** – оцінка експертом кількісних та якісних характеристик товару для встановлення його асортиментної приналежності. Цей вид товарознавчої експертизи, як самостійний, менш поширений порівняно з двома видами, що раніше розглядалися. Найчастіше асортиментна експертиза є складовою частиною якісної експертизи, тому, оцінюючи якість, експерт

повинен перевірити відповідність асортиментної приналежності товару, який пред'являється, його найменуванню, артикулу, товарній марці, зазначеній на маркуванні і в товаросупровідних документах.

Як самостійна асортиментна експертиза застосовується у таких випадках:

- ✓ при виникненні незгод між постачальником та одержувачем, продавцем і споживачем за питаннями асортиментної приналежності товару до певної групи, найменування, товарної марки тощо;
- ✓ при встановленні відповідності асортименту товарів у партії раніш представленим зразкам та (або) каталогам і договорам купівлі-продажу;
- ✓ при проведенні асортиментної експертизи використовують аналогічні з якісною експертизою засоби та методи.

### 10.3. Документальна експертиза

**Документальна експертиза** – оцінка експертом товарознавчих характеристик товарів, заснована на інформації товаросупровідних, технологічних та інших документів. Документальна експертиза найчастіше використовується, як обов'язковий елемент інших видів товарознавчої експертизи, оскільки експерти перевіряють відповідність кількості, якості, найменування об'єкта експертизи документальним даним.

Під час проведення документальної експертизи відсутнього товару експерт аналізує наявні товаросупровідні документи: накладні, сертифікати, якісні посвідчення, акти списання, експлуатаційні документи, а також пояснювальні записки та доповіді працівників торговельної організації, технічні документи з контролю за температурно-вологісним режимом, звіти та іншу внутрішню документацію.

Аналізуючи документи, експерт повинен установити їхню дійсність за наявністю печатки торговельної організації та підписів уповноважених осіб, дати заповнення, необхідних реквізитів, перевірити відповідність даних, зазначених у різних ТСД (наприклад, в товарно-транспортній накладній і сертифікаті та у посвідченні якості). Особлива увага звертається на наявність в



документах різноманітних виправлень і позначок. Такі виправлення необхідно пояснювати і завіряти підписом відповідальної особи.

Складність документальної експертизи полягає в тому, що за відсутності товару експертові доведеться покладатися на достовірність даних у технічних документах. Однак іноді і документи можуть бути фальсифіковані (інформаційна фальсифікація).

Отже, документальна експертиза пов'язана із детальним вивченням інформації товаросупровідних документів, інших технічних та облікових документів, їхньою перехресною перевіркою та порівнянням із довідковими та науковими даними.

### Питання для самоконтролю

1. Що таке експертиза кількості? Які органи проводять експертизу кількості?
2. Які товаросупровідні документи оформляються при експертизі кількості?
3. Охарактеризуйте сучасні практичні підходи до проведення експертизи кількості харчових продуктів та наведіть приклади.
4. Чим відрізняються прямі методи вимірювання від непрямих?
5. Охарактеризуйте особливості здійснення експертизи нового товару. Відповідь аргументуйте на прикладах.
6. Що таке асортиментна експертиза товарів. Розкрийте її суть.
7. Чим відрізняється документальна експертиза від експертизи кількості? Які документи аналізуються при проведенні документальної експертизи?
8. Систематизуйте значення інформаційних технологій в організації, проведенні, метрологічному забезпеченні товарознавчих експертиз.



## ГІГІЄНИЧНА, САНІТАРНА, ВЕТЕРИНАРНА ТА ЕКОЛОГІЧНА ЕКСПЕРТИЗА ТОВАРІВ

В даному розділі наведені особливості проведення гігієнічної, санітарної, ветеринарної та екологічної експертиз. Правова база гігієнічної, санітарної, ветеринарної експертизи забезпечується законодавством України, яке складається із Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини». Основною метою гігієнічної, санітарної та ветеринарної експертизи є встановлення безпечності товарів для споживача у процесі всього його життєвого циклу.

### Після вивчення даного розділу ви зможете:

- ✓ обґрунтувати суть і особливості проведення гігієнічної, санітарної, ветеринарної та екологічної експертиз;
- ✓ визначити основні завдання гігієнічної експертизи харчових продуктів;
- ✓ охарактеризувати об'єкти санітарної експертизи;
- ✓ визначити основні завдання ветеринарної і екологічної експертизи.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** гігієнічна експертиза, органолептичні властивості, ДСТУ, бюро товарних експертиз, санітарна експертиза, недоброякісні харчові продукти, ветеринарно-санітарна експертиза, міжнародний ветеринарний сертифікат, екологічна експертиза.

### ОСНОВНІ ЗАПИТАННЯ

11.1. Особливості та завдання гігієнічної експертизи харчових продуктів.

11.2. Особливості проведення санітарної експертизи товарів.

11.3. Особливості проведення ветеринарної експертизи товарів, сировини й матеріалів в Україні.

11.4. Екологічна експертиза в товарознавстві.

11.5. Відповідність якості виробів вимогам ДСТУ або вимогам технічних умов контрактів та затверджених зразків.



## 11.1. Особливості та завдання гігієнічної експертизи харчових продуктів

Найважливішим завданням гігієнічної експертизи харчових продуктів є визначення властивостей, які характеризують їх якість, харчову цінність та нешкідливість для здоров'я людини. Гігієнічна експертиза харчових продуктів здійснюється згідно з правами та обов'язками, покладеними на органи та установи санітарно-епідеміологічної служби Міністерства охорони здоров'я (МОЗ) України.

**Основною метою** гігієнічної, санітарної та ветеринарної експертизи є встановлення безпечності товарів для споживача у процесі всього його життєвого циклу. Виходячи з цього, об'єктами експертиз виступають як безпосередньо товар, так і сировина та матеріали, які використовуються для його виготовлення, технологічні процеси його виробництва, пакування, транспортування, зберігання, реалізації.

**Правова база** гігієнічної, санітарної, ветеринарної експертизи забезпечується законодавством України, яке складається із Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини». Гігієнічна експертиза проводиться силами санітарно-епідеміологічної служби (СЕС), науково-дослідних установ МОЗ України. Експертиза харчових продуктів в СЕС проводиться згідно з діючою інструкцією про порядок проведення гігієнічної експертизи харчових продуктів в установах санітарно-епідеміологічної служби, затвердженою Міністерством охорони здоров'я України.

Керівникам установ санітарно-епідеміологічної служби слід широко використовувати матеріали гігієнічної експертизи для розробки конкретних заходів щодо максимального скорочення витрат харчової сировини і продуктів харчування.

*Основні завдання гігієнічної експертизи харчових продуктів:*

- ✓ встановлення змін органолептичних властивостей продуктів, їх характер і ступінь, а також виявлення причин цих змін;
- ✓ визначення відхилень у хімічному складі продуктів й виявлення їх причин;



- ✓ встановлення можливостей передачі через інфіковані продукти збудників харчових отруєнь та інфекційних захворювань;
- ✓ виявлення пестицидів, важких металів, харчових добавок, шкідливих домішок та інших чужорідних речовин в кількості, які перевищують гігієнічні нормативи і природний вміст у продукті;
- ✓ встановлення умов виробництва і санітарного режиму харчових підприємств, транспортування, збереження і реалізація продуктів, порушення яких може обумовити зміни їх органолептичних властивостей та хімічного складу, бактеріальне чи хімічне забруднення.

Після проведення гігієнічної експертизи мають вирішуватися такі питання: способи використання партії харчової продукції, доцільність у додатковій технологічній тепловій обробці, умови та шляхи реалізації продукції. У випадках непридатності для харчових цілей продуктів і підмови ветеринарної служби використовувати їх на корм тваринам або птахам необхідно рекомендувати технічну утилізацію чи позначити умови їх знищення.

До **спеціальних санітарно-епідемічних показників** можна віднести:

- ✓ підозру на можливість виникнення харчових отруєнь або гострих кишкових інфекцій;
- ✓ підозра на бактеріальне, хімічне або механічне забруднення харчових продуктів, за якого ці продукти становлять загрозу для здоров'я населення;
- ✓ порушення технологій виробництва харчових продуктів, рецептур, регламентів застосування пестицидів, харчових домішок та ін.;
- ✓ порушення санітарних вимог під час виробництва, транспортування, зберігання і реалізації продуктів харчування.

Спеціалісти санітарно-епідеміологічної служби зобов'язані брати участь у гігієнічній експертизі продуктів тваринного походження разом із ветеринарною службою у випадках виникнення спалахів інфекційних захворювань та харчових отруєнь, пов'язаних із вживанням м'яса вимушено забитих тварин, а також м'яса, субпродуктів та інших м'ясних продуктів, інфікованих сальмонелами та іншими бактеріями. Спільне вирішення питань про використання м'ясних та молочних продуктів при виникненні епізоотію чи інфекційних захворювань

серед тварин. Експертиза в таких випадках здійснюється шляхом спільного дослідження об'єктів, огляду харчової продукції, відбору зразків для лабораторного дослідження, обговорення одержаних результатів, а також прийняття спільних рішень про порядок використання продукції, яка є в асортименті.

Експертиза якості харчової сировини, яка імпортується, і продуктів харчування здійснюється експертами Бюро товарних експертиз Торгово-промислової палати і санітарно-епідеміологічної служби України. Завданням санітарного нагляду в цій сфері є контроль за відповідністю імпортованої продукції встановленим гігієнічним показникам якості і визначення можливості використання її в харчових цілях.

## **11.2. Особливості проведення санітарної експертизи товарів**

Основне завдання державного санітарного нагляду у торгівлі полягає у забезпеченні населення нешкідливими і доброякісними товарами шляхом здійснення постійного контролю за виконанням ветеринарно-санітарних, санітарно-гігієнічних та санітарно-епідеміологічних вимог і правил при їх виробництві, транспортуванні, переробці, зберіганні та реалізації.

Санітарно-епідеміологічну експертизу продуктів проводять органи державного санітарного нагляду системи Міністерства охорони Здоров'я України. Крім органів державного санітарного нагляду, які проводять санітарну експертизу за визначеними показниками, повсякденну експертизу харчових продуктів здійснюють відомчі санітарні служби.

Головне завдання санітарної експертизи товарів – встановлення їх доброякісності та нешкідливості. Згідно з їхніми уявленнями при оцінюванні харчової цінності продуктів визначають можливість приготування з них високоякісної їжі у різноманітному асортименті, з хорошими смаковими якостями, високим засвоєнням. Біологічну цінність продукту встановлюють шляхом з'ясування хімічного складу з точки зору здатності задовольняти потреби організму в енергетичному, пластичному матеріалі та каталітичних речовинах, що забезпечують нормальний обмін речовин. Важливим показником якості товарів є санітарно-епідеміологічна оцінка, яка дає уявлення про ступінь їх





нешкідливості і доброякісності, а саме – відсутність патогенних мікроорганізмів чи їх токсинів та інших шкідливих речовин органічної та неорганічної природи чи про наявність ознак псування.

**Державній санітарно-епідеміологічній експертизі підлягають:**

- ✓ нові харчові продукти;
- ✓ харчові продукти для спеціального дієтичного споживання, функціональні продукти, дієтичні та харчові добавки, ароматизатори та допоміжні матеріали для переробки з метою їх затвердження для реєстрації і використання в Україні;
- ✓ допоміжні засоби, матеріали для виробництва та товарообігу;
- ✓ проекти потужностей для виробництва та обігу харчових продуктів;
- ✓ системи забезпечення якості та безпечності на об'єктах для виробництва та обігу харчових продуктів;
- ✓ технології, що раніше не використовувались в Україні;
- ✓ харчові продукти, які вперше ввозяться в Україну і на які у постачальника немає дійсного висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи або виданої цьому постачальнику декларації виробника.

За якістю харчові продукти прийнято поділяти на недоброякісні (неїстівні) та доброякісні.

*Недоброякісні* харчові продукти можуть представляти й загрозу для здоров'я людини за складом (містять патогенні мікроорганізми та їх токсини, отруйні речовини) чи мають виражені ознаки псування, незадовільні органолептичні показники. Для харчових цілей такі продукти є непридатними, їх знищують або переробляють для технічних цілей, чи з дозволу ветеринарного нагляду направляють на годування тварин.

*Доброякісні* харчові продукти відповідають всім гігієнічним і санітарним вимогам і використовуються для харчових цілей без обмежень. Вони можуть бути стандартними чи нестандартними. До стандартних відносять продукти, які за поживною цінністю та нешкідливістю відповідають вимогам стандарту.

*Нестандартні* продукти не відповідають нормам за харчовою цінністю чи за санітарно-епідеміологічними показниками, чи за



обомі групами показників. До цієї групи можуть бути віднесені умовно-неїстівні продукти, у яких є дефекти, які можна уникнути відповідною обробкою. Наприклад, м'ясо, заражене фінами (не більше 3 фін на 40 см<sup>2</sup> поверхні), знешкоджується заморожуванням чи проварюванням.

### **11.3. Особливості проведення ветеринарної експертизи товарів, сировини та матеріалів в Україні**

**Державна ветеринарно-санітарна експертиза** – це діяльність, спрямована на запобігання завезенню з товарами, сировиною та матеріалами в Україну особливо небезпечних хвороб тварин, а також хвороб, спільних для тварин і людей. Згідно з визначенням Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» **державна ветеринарно-санітарна експертиза** – це комплекс лабораторних та спеціальних досліджень, які проводяться спеціалістами ветеринарної медицини державних установ ветеринарної медицини, стосовно визначення безпечності та якості харчових продуктів, підконтрольних ветеринарній службі, подальшої переробки або іншого використання, аналізу виробничої технології і технологічного обладнання, яких повинен дотримуватися виробник та постачальник для забезпечення безпечності харчового продукту. Проводиться регіональною службою державного ветеринарного контролю на державному кордоні та транспорті Державного департаменту ветеринарної медицини відповідно до Закону України «Про ветеринарну медицину».

**Основними завданнями** ветеринарної експертизи є:

- ✓ запобігання завезенню на територію України з територій інших держав особливо небезпечних хвороб, спільних для тварин і людей;
- ✓ здійснення державного ветеринарного контролю за дотриманням ветеринарних вимог під час міжнародних і внутрішньодержавних перевезень усіх видів тварин;
- ✓ з'ясування ступеня дотримання юридичними та фізичними особами ветеринарно-санітарних вимог під час імпорту, експорту та транзиту через територію України підконтрольних вантажів;



✓ контроль разом з іншими службами у пунктах пропуску через державний кордон України ручної поклажі пасажирів і туристів з метою недопущення перевезення ними через державний кордон заборонених продуктів тваринного походження;

✓ контроль за ветеринарно-санітарним станом автомобільного транспорту, суден, літаків, вагонів, контейнерів, складських приміщень, карантинних баз, навантажувально-розвантажувальних майданчиків та інших спеціальних споруд, дезінфекційних і промивних комплексів, а також за накопиченням та утилізацією сепарацій у міжнародних повітряних, морських портах і міжнародній пошті, на прикордонних залізничних станціях та автошляхах.

Згідно із Законом «Про безпечність та якість харчових продуктів» **державній ветеринарно-санітарній експертизі підлягають:**

✓ харчові продукти тваринного походження, підконтрольні ветеринарній службі;

✓ проекти потужностей і потужності для виробництва та обігу харчових продуктів, підконтрольних ветеринарній службі.

**Міжнародний ветеринарний сертифікат** – сертифікат, форма якого відповідає рекомендаціям відповідних міжнародних організацій та видається лікарям державної ветеринарної медицини у країні експорту згідно з інструкціями відповідних міжнародних організацій і засвідчує стан здоров'я тварин та вимоги охорони здоров'я людини, яким повинен відповідати харчовий продукт, що експортується. До таких документів відносяться стандарти, інструкції, рекомендації, що розроблені та прийняті Комісією Кодекс Аліментаріус, ФАО/ВООЗ та іншими організаціями, пов'язаними із захистом здоров'я людей від харчових ризиків.

#### 11.4. Екологічна експертиза товарів

**Екологічна експертиза** – вид науково-практичної діяльності спеціально уповноважених державних органів, еколога-експертних формувань і громадських об'єднань громадян, що базується на міжгалузевому дослідженні, аналізі та оцінці життєвого циклу товарів, інших матеріалів й стану об'єктів навколишнього природного середовища де вирощувалась продукція. Відносини в



галузі екологічної експертизи регулюються Законом України «Про охорону навколишнього природного середовища», Законом України «Про захист прав споживачів», Законом України «Про підтвердження відповідності», Законом України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини», іншими законодавчо-нормативними документами держави, в тому числі – галузевими.

**Основними завданнями** екологічної експертизи є:

- ✓ визначення ступеня екологічного ризику і безпеки продукції для здоров'я споживачів;
- ✓ організація комплексної, науково обґрунтованої оцінки умов вирощування сировини та продукції, логістики, тари та упаковки на предмет їх екологічності;
- ✓ встановлення відповідності товарів вимогам екологічного законодавства, санітарних норм, положень товарознавчих експертиз, положенням екологічного маркування тощо.

**Об'єктами** екологічної експертизи є продукція, товари законодавчі та інші нормативно-правові акти, технології, матеріали, речовини, продукція, реалізація або використання яких може призвести до порушення екологічних нормативів, негативного впливу на стан навколишнього природного середовища, створення загрози здоров'ю людей.

**Суб'єктами** екологічної експертизи є: спеціально уповноважені державні органи та еколого-експертні формування.

Слід зазначити, що в Україні вирощування екологічно чистої сільськогосподарської сировини та продукції, виготовлення екологічно чистих продовольчих і промислових товарів пов'язане з певними ризиками, які полягають в: недосконалому законодавстві; відсутності атестованих методик екологічної експертизи та аудиту територій, об'єктів навколишнього природного середовища; недостатньому забезпеченні акредитованими лабораторіями; відсутності дієвого соціо-еколого-економічного інструментарію запровадження інновацій в галузі екологічного менеджменту і маркетингу, стандартизації і сертифікації та ін. Крім того, в нашій державі зараз не стандартизовані терміни «органічна», «екологічно чиста продукція», «екологічна сертифікація продукції» та ін. Для ліквідації таких прогалин необхідно доопрацювати законодавчо-нормативні документи держави, стимулювати запровадження



системних інновацій в агропромисловому секторі через запровадження концепції екологічної стандартизації і сертифікації, в тому числі у багатьох галузях та на всіх етапах виробництва, транспортування, зберігання та реалізації продукції.

Особливого значення в Україні набуває виробування екологічно чистої овочевої продукції, оскільки овочі є не тільки продуктами харчування, а й мають яскраво виражені дієтичні та лікувальні властивості. При порівняно низькій енергетичній цінності овочі у великій кількості містять вітаміни. Для нашої країни виготовлення природної екологічно чистої продукції є особливо актуальним у зв'язку з прагненням жителів України звести нанівець вплив на здоров'я шкідливих наслідків від аварії на Чорнобильській АЕС. Продукти та овочі, які можливо виростити в Україні за органічними технологіями, можуть стати важливим стимулом для оздоровлення жителів не тільки великих міст, а й сільського населення. Таким чином, ринок екологічно чистих та органічних товарів в Україні має певні особливості:

- ✓ він швидко зростає, що робить його особливо привабливим для учасників ринкових відносин, проте вихід на цей ринок вимагає значних капіталовкладень і на початкових етапах характеризується ризиком;

- ✓ критерії віднесення товарів до екологічно чистих та органічних на державному рівні не розроблені. На даний час використовують критерії із стандартів ISO, окремих організацій (наприклад, «Біолан», «Біосвіс» тощо);

- ✓ споживачі не розуміють та не розрізняють традиційну і органічну продукцію. Багато хто зі споживачів вважають приставку «біо» гарантією екологічної чистоти, у цілому ж термін «екологічна чистота» трактується всіма респондентами як відсутність консервантів, синтетичних добавок і барвників;

- ✓ сформувався та постійно зростає сегмент споживачів екологічно чистих товарів, у першу чергу продуктів харчування.

Важливим питанням екологічної експертизи в товарознавстві є відслідковування шляхів і способів потрапляння до харчових продуктів генетично модифікованих організмів (ГМО) відповідно до міжнародних вимог ISO 21569:2005 та ISO 21570:2005 з якісним і кількісним визначенням їх відсоткового вмісту. В наш час такі лабораторії переважно працюють в структурі регіональних органів

Державної Служби Технічного Регулювання України. У центрах метрології, стандартизації і сертифікації проводиться перевірка харчової продукції та продовольчої сировини на наявність ГМО – визначення наявності у харчовій продукції та продовольчій сировині ДНК рослинного походження, ідентифікація та кількісне визначення вмісту ГМО тощо. Згідно з постановою Кабінету Міністрів від 13 травня 2009 № 468 «Про затвердження Порядку етикетування харчових продуктів, які містять генетично модифіковані організми або вироблені з їх використанням та вводяться в обіг», з 1 липня 2009 року здійснюється обов'язкове етикетування харчових продуктів, що містять генетично модифіковані організми.

Екологічну безпеку харчової продукції засвідчує екологічне маркування, яке проводиться за стандартами ДСТУ ISO 14040:2004 «Екологічне керування. Оцінювання життєвого циклу. Принципи та структура», ДСТУ ISO 14024: 2002 «Екологічні маркування та декларації. Екологічне маркування типу I. Принципи і процедури», ДСТУ ISO 14020: 1998 «Екологічні маркування та декларації. Загальні принципи» та іншими галузевими нормативними документами (див. рис. 11.1). Відсутність єдиного методичного підходу до екологічного маркування створює умови для фальсифікації і недостовірності інформації з екологічного маркування.

Інша справа з екологічним маркуванням, тобто нанесенням певних відомостей про ті чи інші властивості товару. Деякі українські виробники зазначають «екологічну чистоту» своєї продукції. Але, на жаль, це є певною рекламною пропагандою. Нанести на упаковку позначку про її екологічність сьогодні може практично кожний. Знак («Der Grüne Punkt» – «Зелена Крапка») багато хто помічав, купуючи молоко, майонез та інші продукти. Ця шифрограма була використана в Німеччині, для запровадження програми збирання упаковки (рис. 11.1, 8). Проте екологічна тара зовсім не означає чистий продукт. Цей знак, позначає предмети, що підлягають вторинному використанню (ресайклінгу) та одержані внаслідок вторинної переробки за циклом «створення-застосування – утилізація-відтворення» і т.д.

В наш час споживач має бути абсолютно впевненим, що купує дійсно екологічно безпечну продукцію. Гарантом цього повинна



стаття держава. Хоча в Україні прийнятий Закон «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини», де визначається, що безпека харчових продуктів – це відсутність токсичної, канцерогенної, мутагенної, алергенної чи іншої несприятливої для організму людини дії харчових продуктів при їх споживанні у загальноприйнятих кількостях, межі яких встановлюються Міністерством охорони здоров'я України, та існує ще ряд товарів, про які в законі нічого не йдеться.

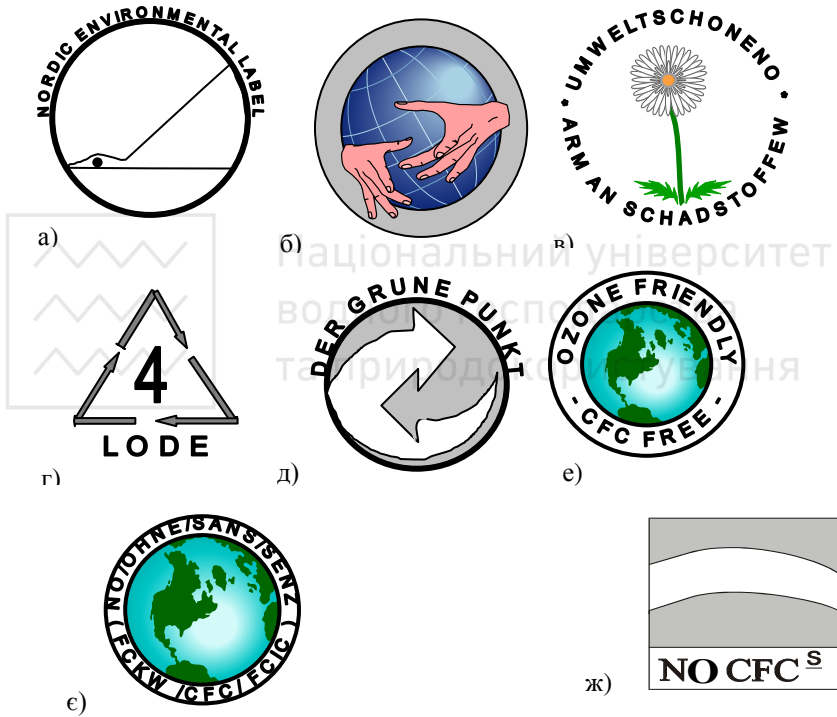


Рис. 11.1. Маркування «Зелена крапка»:

а - «Білий лебідь» (скандинавські країни), б – екологічний знак в Японії, в – екологічний знак в Європейському Союзі, г – предмет піддається вторинній обробці, д – маркування «Зелена крапка», е, е, ж – знаки, що засвідчують безпеку для озонового шару Землі

В першу чергу це товари для дітей: клейонки, пляшки та іграшки які використовуються дітьми з перших днів. Все це в значній мірі



А полімерні матеріали, вироби з каучуку, латексу та гуми можуть виділяти як вихідні хімічні сполуки, так і продукти їх перетворень.

Будівельні матеріали можуть бути екологічними або виділяти шкідливі речовини. Для будівництва і ремонту розумніше вибирати безпечну продукцію. Найбільше відповідають критеріям екологічності природні матеріали, які здавна використовувалися людиною. Це дерево, камінь, бетон, цегла, скло, вапно, глина та інші. Така продукція за умови дотримання технологій виготовлення і використання в будівництві є безпечною для здоров'я людини.

Однак існують будматеріали, які виділяють токсичні речовини при експлуатації. Зазвичай це полімери і вироби з використанням різних добавок для поліпшення їх властивостей щодо міцності, пластичності тощо. До небезпечних здебільшого відносять теплоізоляційні плити на основі поліуретану, які виділяють токсичні речовини ізоціанти, а пінопласти – стирол, провокуючий розвиток тромбозу та інфаркту міокарда. Такі утеплювачі, як пінополістирол і екструдований полістирол, містять гексабромціклододекан (ГБЦДД), який використовується для зменшення їх горючості. Ризик використання цієї речовини нещодавно був визнаний Європейським хімічним агентством, яке встановило, що ГБЦДД є стійкою токсичною речовиною та накопичується в біологічних організмах.

Значний ризик для організму людини створюють матеріали на основі полівінілхлориду (ПВХ): лінолеум, декоративна плівка, вінілові шпалери, які можуть бути джерелом підвищеного вмісту у повітрі важких металів, які накопичуються в людському організмі й сприяють розвитку пухлин. Наприклад, вінілові шпалери не екологічні, але добре миються, щільні, тому можуть підійти лише для передпокою і кухні.

У групі ризику знаходяться меблі, при виробництві яких використовуються ДВП, ДСП, лаки, фарби, мастики, які містять мідь, свинець і цілий ряд наркотичних сполук – толуол, крезол, ксилол. Паркет, паркетна дошка найбільш екологічні і міцні для покриття підлоги. Проте важливо правильно вибрати лак. Він повинен бути максимально безпечним. Тоді паркет без остраху можна стелити в житлових приміщеннях, в тому числі в дитячих і спальні.





Одним з мало вивчених питань є безпека проживання в нових або відремонтованих квартирах з використанням неекологічних будівельних матеріалів. Перша гостра реакція на токсичні речовини, що виділяються такими матеріалами, називається «житловий синдром», симптоми якого з часом зникають. Якщо жити в такій квартирі, стан здоров'я може поступово погіршуватися через накопичення в організмі шкідливих речовин. Тому при покупці будівельних матеріалів необхідно вивчати санітарно-епідеміологічний висновок. Ця вимога стосується абсолютно всієї продукції, яка реалізується на будівельних ринках і в магазинах. Такий сертифікат видається після дослідження матеріалу, в ході якого виявляється його відповідність санітарним нормам і безпеки для здоров'я. Доцільно споживачам цікавитись сертифікатами, маркуванням, технічними та експлуатаційними характеристиками, потенційними замовниками продукції, ринками збуту на сайтах фірм-виробників, гуртових постачальників тощо. Зрозуміло, що виробники, які дотримуються екологічних вимог, мають сертифіковані системи менеджменту якості, екологічного менеджменту, харчової безпеки, соціальної відповідальності, інформаційної безпеки, відкрито декларують склад і властивості своєї продукції.

Екологічні аспекти для побутової техніки також мають і вагоме економічне значення. Зокрема, це маркування класів енергоспоживання, наприклад, холодильники «Атлант» мають клас енергоспоживання – «А». У світі відбувається постійне покращання енергетичної ефективності. Тому у ярлики ЄС щодо енергоспоживання внесено нові класи «А+», «А++» та «А+++» відповідно до Директиви 2010/30 EU, яка встановлює ключові принципи та обов'язки, у тому числі нормативи щодо таких груп виробів, як холодильники, морозильні камери, пральні машини, посудомийні машини та телевізори. На новому позначенні збережено розділення виробів на сім класів енергоспоживання, від А до G, кожен із яких має свій колір – від темно-зеленого (висока енергоефективність) до червоного (низька енергоефективність). Нове позначення класів енергоспоживання також містить загальну інформацію, таку як рівень шуму та методи, що застосовувалися для визначення класу енергоспоживання та обчислення індексу енергоефективності залежно від типу виробу.



Одним із завдань екологічної експертизи, яку не можливо і недоцільно відокремлювати від гігієнічної, санітарної, є з'ясування питання щодо вмісту і кількості харчових добавок. Секрет нашого здоров'я полягає в тому, аби не купувати і не споживати продуктів, що містять шкідливі барвники, ароматизатори, консерванти і такі загадкові коди "Е". Сутність небезпеки полягає в тому, що окремі з них дозволені для використання і є безпечними. Проте ризики для здоров'я людини від наявності в продукції декількох видів добавок здебільшого не вивчено. Явище сумачії речовин, які виготовлені здебільшого штучним способом, при тестуванні на тваринах здебільшого мають негативні і смертельні випадки. Такі дослідження підтверджують інформацію про те, що більшість харчових добавок – штучно створені речовини, чужорідні для нашого організму – тому багато з них є токсичними і шкідливими для здоров'я. Такі та багато інших питань і зараз не вирішені та вкрай повільно вирішуються Україні. Тому споживачам необхідно уважно ставитись до вибору як продовольчих, так і промислових товарів, особливо з міркувань не вивченості і на початку 21-го століття їх системної (синергетичної) дії – здебільшого негативної.

### **11.5. Відповідність продукції до вимог стандартів та контрактів**

Порядок призначення судової експертизи у науково-дослідних судово-експертних установах Міністерства юстиції України, обов'язки, права та відповідальність судового експерта, організація проведення експертиз та оформлення їх результатів визначаються Законом України «Про судову експертизу», Законом України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні», Кримінально-процесуальним, Цивільно-процесуальним та Арбітражно-процесуальним кодексами України, Інструкцією про призначення та проведення судових експертиз та іншими нормативно-правовими актами з питань судової експертизи.

До списку об'єктів товарознавчої експертизи, яка провадиться в експертних установах, належать: будівельні, меблеві, ювелірні, косметичні, галантерейні, канцелярські товари, одяг, взуття, побутова техніка, фото-, радіо- та відеоапаратура і матеріали, обчислювальна техніка. Об'єктами експертизи цього виду можуть



бути й інші товари, якщо в експертній установі є фахівці відповідної спеціалізації.

Головними завданнями таких товарознавчих експертиз є:

✓ визначення належності товарів (надалі – товарна продукція) до класифікаційних категорій, які прийняті у виробничо-торгівельній сфері (вид, сорт, артикул, марка, модель, розмір, комплектність тощо);

✓ визначення якісних змін товарної продукції;

✓ визначення причин якісних змін товарної продукції;

✓ встановлення способу виробництва товарної продукції: промисловий чи саморобний, підприємства-виробника, країни-виробника;

✓ визначення вартості товарної продукції, в т.ч. з урахуванням часткової втрати її товарних якостей у зв'язку з експлуатаційним зношенням і пошкодженнями від впливу зовнішніх факторів;

✓ визначення відповідності упакування і транспортування, умов і термінів зберігання товарної продукції до вимог чинних правил тощо.

Товарознавчі експертизи необхідні для розслідування справ про розкрадання державного або суспільного майна і призначаються у тих випадках, коли необхідно вирішити питання, що пов'язані з якістю готових непродовольчих або продовольчих товарів, їх сортами, правильністю транспортування та зберігання.

Зазвичай, **питання, які ставлять слідчі органи та експерти**, зводяться до таких:

1. Найменування товару, до якого виду, сорту та артикулу він відноситься, яким підприємством виготовлений.

2. Чи є відповідність між фактичним найменуванням товару, сортом, ціною з тим, що вказано на етикетці і на ціннику?

3. Ідентичність товару іншому пред'явленому товару, який випускається підприємством або зберігається в організації.

4. Відповідність якості виробів вимогам ДСТУ або вимогам технічних умов контрактів та затверджених зразків.

Експертиза призначається на підставі постанови судово-слідчих органів, яка складається з вступної, описової і заключної частини. У вступній частині вказується час, місце складання постанови, хто її склав. В описовій частині коротко викладається суть справи, конкретні обставини, що обумовлюють необхідність експертизи,



вказуються пункти закону, на підставі яких призначається експертиза. У заключній частині формуються питання до експерта, за необхідності встановлюється термін проведення експертизи, наводиться перелік матеріалів, які направляються на експертизу.

Одним із видів є технічна експертиза комп'ютерів і периферійних пристроїв, а саме: експертиза комп'ютерів і периферійних пристроїв проводиться з метою дослідження технічних особливостей комп'ютера, його периферійних пристроїв, технічних параметрів комп'ютерних мереж, а також причин збоїв у роботі комп'ютерного обладнання; експертиза систем захисту комп'ютерної інформації, яка проводиться з метою дослідження технічних пристроїв захисту інформації; експертиза машинних даних і програмного забезпечення ЕОМ; експертиза програмного забезпечення даних, які використовуються в комп'ютерній мережі з метою вивчення інформації, що обробляється за допомогою комп'ютерних мереж та ін.

Різновидом товарознавчої експертизи є автомобільно-товарознавча експертиза (автотоварознавча експертиза), об'єктами якої є автотранспортні засоби та їх комплектуючі. Розвиток автомобільного ринку в Україні, значне насичення його автомобілями іноземного виробництва приводить до суттєвого збільшення юридичних операцій з автотранспортними засобами. Водночас зростають інтенсивність дорожнього руху і як наслідок — кількість дорожньо-транспортних пригод (ДТП). Автотоварознавча експертиза в Україні регламентується наказом Про затвердження Методики товарознавчої експертизи та оцінки дорожніх транспортних засобів від 24.11.2003 № 142/5/2092.

Судова автотоварознавча експертиза вирішує такі питання: залишкова вартість технічних засобів залежно від строку експлуатації автомобіля, пробігу, його фактичного технічного стану, комплектності, додаткового обладнання; вартість деталей, вузлів та агрегатів транспортного засобу; вартість відновлювального ремонту та розмір матеріальних збитків з технічної точки зору тощо.

На практиці використовують судово-товарознавчі експертизи у відділах експертиз та сертифікації товарів, які є одними з підрозділів торгово-промислових палат. Вони проводяться згідно з Постановами слідчих органів, ухвалами суду, коли необхідно



визначити якість товару, вартість товару як в новому стані, так і майна, яке було у використанні, враховуючи фізичне і моральне зношення, з урахуванням нанесеного збитку в таких випадках по кримінальних і цивільних справах, наприклад: визначення кількості товарів народного споживання, сировини, комплектності обладнання – перерахунком, зважуванням, замірами; перевірка якості товарів народного споживання, сировини, обладнання на відповідність вимогам стандартів; визначення технічного стану побутової техніки тощо.

### **Питання для самоконтролю**

1. Обґрунтуйте основну мету проведення санітарної, гігієнічної та екологічної експертиз.
2. Які завдання гігієнічної експертизи в Україні?
3. Хто має право проводити гігієнічну експертизу в Україні?
4. Обґрунтуйте правову базу гігієнічної, санітарної та економічної експертиз.
5. Які показники належать до санітарно-епідеміологічних показників?
6. Які питання ставляться слідчими органами і експертами при розслідуванні справ про розкрадання державного або суспільного майна?
7. Поясніть на прикладах головні завдання товарознавчої експертизи.
8. Що виступає в якості об'єкта екологічної експертизи?
9. Хто є суб'єктами екологічної експертизи?
10. Охарактеризуйте особливості ветеринарного санітарного сертифікату.
11. Що підлягає санітарно-епідеміологічній експертизі?
12. Опишіть основні завдання екологічної експертизи в сучасних умовах.
13. Аргументуйте енергетичне маркування на побутових товарах.
14. У чому полягають екологічні аспекти маркування «зелена крапка»?
15. Обґрунтуйте основні завдання ветеринарної експертизи, які поставлені перед відповідними органами для досягнення поставленої цілі.



## ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ

В даному розділі розглядаються основні аспекти фальсифікації продукції, її основні види і об'єкти, а також основні способи захисту продукції від фальсифікації. У широкому розумінні поняття фальсифікації може розглядатися як сукупність дій, що призводять до погіршення споживчих властивостей чи зменшення кількості товару. Під час фальсифікації підробляється одна або декілька характеристик товару, що дозволяє виділити за цією ознакою декілька видів фальсифікації: асортиментну (видову), якісну (кваліметричну), кількісну, вартісну, інформаційну.

### Після вивчення даного розділу ви зможете:

- ✓ обґрунтувати суть поняття фальсифікації;
- ✓ обґрунтовувати способи захисту від фальсифікації;
- ✓ визначити і охарактеризувати об'єкти і види фальсифікації товарів;
- ✓ використовувати організаційно-економічні аспекти менеджменту в товарознавстві та просуванні товарів на ринку;
- ✓ знати про основні способи захисту продукції від фальсифікації.

**КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ:** фальсифікація, дефектні товари, безпека споживання, асортиментна фальсифікація, імітатори, якісна фальсифікація, замінник, кількісна фальсифікація, інформаційна фальсифікація, захисні волокна, райдужні металеві нитки, бренд, економічні передумови фальсифікації, система контролю критичних точок.

## ОСНОВНІ ПИТАННЯ

- 12.1. Загальні поняття про фальсифікацію.
- 12.2. Об'єкти та види фальсифікації.
- 12.3. Способи захисту продукції від фальсифікації.
- 12.4. Світова практика щодо контролю та поліпшення якості харчової продукції.



## 12.1. Загальні поняття про фальсифікацію

**Фальсифікація** (лат. *falsifico* – підроблюю) – це сукупність дій, скерованих на введення отримувача чи споживача продукції в оману шляхом підроблювання об'єкта купівлі-продажу з корисливою метою. У широкому розумінні поняття **фальсифікації** може розглядатися як сукупність дій, що призводять до погіршення споживчих властивостей чи зменшення кількості товару при збереженні найбільш характерних, але не суттєвих для використання за призначенням властивостей. Фальсифікація харчових продуктів, наприклад, здійснюється шляхом надання їм окремих найбільш типових ознак, зокрема, зовнішнього вигляду при загальному погіршенні чи повній втраті інших найбільш вагомих властивостей – харчової цінності, безпеки споживання тощо.

Поняття «фальсифікація товару» слід відрізнити від таких понять, як «використання заміників» (сурогатів, імітаторів) та «дефектні товари». Це особливо важливо, оскільки і замітники, і дефектні товари широко використовуються з метою фальсифікації, при цьому споживачу навмисно надається апріорно неправдива інформація. Замінники та дефектні товари не відносяться до фальсифікованих, якщо на їх маркуванні чи в товаросупровідних документах подається їх дійсна назва, а ціна відповідає їх складу, якості та походженню (наприклад, кавові напої з такою назвою на маркуванні не є фальсифікованими товарами). Фальсифікація харчових продуктів найчастіше проводиться шляхом надання їм окремих найбільш типових ознак, наприклад, зовнішнього вигляду або кольору при загальному погіршенні або втраті інших найбільш значимих властивостей харчової цінності, в тому числі і безпеки.

Відповідно до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» (розд. II, стаття 4) неякісними, небезпечними для здоров'я і життя людини та фальсифікованими є харчові продукти і продовольча сировина, якщо вони:

✓ містять будь-які шкідливі чи токсичні речовини екзогенного або природного походження, небезпечні для здоров'я мікроорганізми або їх токсини, гормональні препарати та



продукти їх розкладу;

✓ містять харчові добавки, які не отримали в установленому порядку висновку державної санітарно-гігієнічної експертизи і не дозволені для використання за призначенням, або не визначено умови, додержання яких забезпечує безпечне використання харчових продуктів і продовольчої сировини, чи їх вміст перевищує встановлені гранично допустимі рівні;

✓ містять будь-які сторонні предмети чи домішки;

✓ для їх виготовлення використовуються продовольча сировина чи супутні матеріали, які не властиві найменуванню і виду харчового продукту, зіпсована чи непридатна за іншими ознаками продовольча сировина;

✓ тара, пакувальні чи супутні матеріали, які використовуються у процесі виробництва харчових продуктів, повністю або частково виготовлені із матеріалів, що не відповідають вимогам безпеки чи відсутні в переліку матеріалів, дозволених для контакту з харчовими продуктами;

✓ порушено визначені нормативними документами рецептуру, склад, умови виробництва чи транспортування, реалізації і використання;

✓ приховується небезпека їх споживання або їхня низька якість;

✓ порушено умови зберігання і строк придатності до споживання;

✓ з метою збуту споживачам або використання у сфері громадського харчування виробником навмисне надано зовнішнього вигляду та окремих властивостей певного харчового продукту, але які не можуть бути ідентифіковані як продукт, за який видаються.

В умовах формування ринкових відношень з'являються нові терміни та властивості товарів. Це відноситься до таких понять, як «справжність» або «ідентичність», які характеризують їх непідробленість, натуральність, відповідність вказаним в сертифікатах сортовому, видовому та географічному походженню, а також технології їх переробки, відсутності домішок і додавань.

Критерії справжності різних груп харчових продуктів різні. В якості критеріїв в країнах ЄС використовуються найбільш часто





наступні: вміст основних компонентів, сорт і район походження, метод виробництва, рік виробництва, відсутність фальсифікації, характер використаної частини сировини, традиційний чи інтенсивний метод виробництва, натуральне чи штучне походження сировини.

Економічні наслідки від фальсифікації на макро рівні полягають у втраті конкурентоспроможності економіки країни і на мікрорівні – у банкрутстві окремого бізнесу. Соціальні наслідки – це передусім: ризики втрати здоров'я у цілих груп населення, поява і мутація нових захворювань, значні витрати на лікування та не виключені летальні випадки.

## 12.2. Об'єкти та види фальсифікації

**Об'єкти** фальсифікації товарів розглядаються як об'єкти ідентифікації, оскільки фальсифікація – це один із двох можливих результатів ідентифікації.

Під час фальсифікації підроблюються одна чи декілька характеристик товару, що дозволяє виділити за цією ознакою декілька видів фальсифікації: асортиментну, якісну, кількісну, вартісну, інформаційну.

Для кожного виду фальсифікації характерні свої особливі способи підроблення товарів. Взаємозв'язок характеристик товару з основними видами фальсифікації показано на рис. 12.1.

**Асортиментною фальсифікацією товарів** називають підроблення, що здійснюється шляхом повної чи часткової заміни товару одного виду товаром іншого виду чи назви із збереженням подібності однієї чи декількох ознак.

Для заміників, що використовуються для фальсифікації товару, характерні певні *особливості*:

- ✓ значно менша вартість порівняно з натуральним товаром;
- ✓ гірші споживні властивості;
- ✓ ідентичність найбільш характерних ознак (зовнішній вигляд, колір, смак, запах, консистенція тощо).

Залежно від засобів фальсифікації, подібності властивостей заміника та продукту, що фальсифікується, розрізняють такі *способи фальсифікації*:

- ✓ часткова заміна продукту водою;



- ✓ додавання малоцінного замітника, що імітує натуральний продукт;
- ✓ повна заміна натурального продукту продуктом-імітатором.

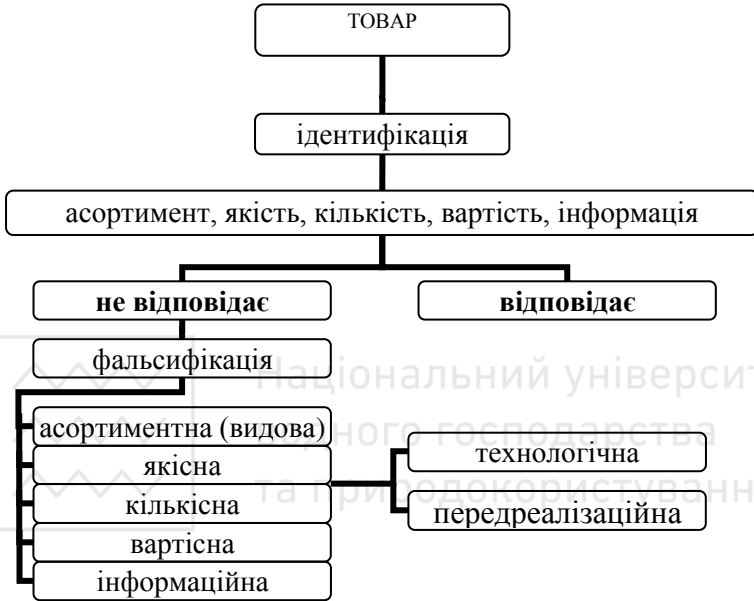


Рис. 12.1. Взаємозв'язок видів фальсифікації товарів з характеристиками, що підробляються

Усі замітники, що застосовуються при асортиментній фальсифікації, доцільно поділити на дві групи: безпечні та небезпечні замітники. Безпечні замітники, наприклад, для продовольчих товарів, – це більш дешеві порівняно з натуральними продукти харчування, які відрізняються меншою харчовою цінністю, проте є подібними до натуральних за однією чи декількома ознаками. Як засоби асортиментної фальсифікації для рідких продуктів найчастіше використовується вода, для інших – імітатори, подібні до натуральних продуктів за найбільш характерними ознаками.

Вода є найбільш поширеним заміником рідких прозорих

продуктів, особливо таких, як спирт, горілка, прозорі безбарвні наливки, білі вина, мінеральні води.

У відповідності від засобів фальсифікації, подібності властивостей замітника та фальсифікованого продукту відрізняють слідуєчі **способи фальсифікації**: пересортиця; заміна високоякісного продукту низькоцінним замітником, який має схожі ознаки; заміна натурального продукту імітатором.

Пересортиця є найбільш поширеним різновидом асортиментної фальсифікації. *Пересортиця* – дії, які спрямовані на обман одержувача або споживача товару шляхом заміни товарів вищого гатунку нижчим. Так, кава Робуста 1 сорту може бути реалізована як Арабіка вищого сорту, масло вершкове «Бутербродне» як «Селянське», борошно, крохмаль першого сорту як вищий.

При асортиментній фальсифікації *використовують замітники*, які підрозділяють на харчові та нехарчові. Ці замітники мають деяку схожість з натуральними продуктами по одному чи декілька показникам, вони дешевше і відрізняються зниженою харчовою цінністю. В якості об'єктів при асортиментній фальсифікації частіше використовують наступні харчові замітники: 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 ікри – 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 або нехарчових добавок для покращення органолептичних властивостей продуктів харчування при збереженні чи втраті більш важливих споживчих властивостей.

Логічно, що засобом цього виду фальсифікації є товари тієї ж назви, що й товари, вказані в маркуванні чи супровідних документах, але нижчої градації якості. Основними способами якісної фальсифікації є застосування невідповідних сировини, матеріалів, добавок, що імітують збереження чи покращення



якості товару та пересортування. Так, останнім часом поширеною є якісна фальсифікація зошитів шкільних, які повинні вироблятися з паперу, що відповідає за вимогам ГОСТ 12063-89. Недобросовісні виробники виготовляють зошити та обкладинки до них з неналежних видів паперу. Зрозуміло, що в цьому випадку дарма шукати на маркуванні їхні реквізити.

У харчовій промисловості широко застосовуються харчові добавки. Їх використання, якщо це передбачено технологією виробництва, не є фальсифікацією. Фальсифікацією вважається застосування як недозволених, так і дозволених харчових добавок, не передбачених рецептурою, з метою введення в оману споживача щодо дійсних споживчих властивостей товару та імітації їх підвищеної цінності. Яскравим прикладом цього є безалкогольні напої з частковою або повною заміною цукру підсолоджувачами, з додаванням синтетичних барвників та ароматизаторів, які не передбачені рецептурою. При цьому на маркуванні не позначається наявність добавок, а іноді ще й позначається використання начебто натуральної сировини.

Відсутність інформації про зміну складу та рецептури, безперечно, є фальсифікацією з метою введення в оману споживачів. Інформований споживач має право самостійно робити вибір товару, спираючись на власне сприймання, наприклад, харчових добавок. Застосування ж заборонених добавок взагалі є недопустимим, оскільки це небезпечно для здоров'я та життя людини.

До якісної фальсифікації відносять *використання недозволених, більш дешевих та недозволених добавок*. Добавки – це речовини чи сировина, які додаються до харчових продуктів для поліпшення їх споживчих властивостей. Харчові добавки широко використовуються в харчовій промисловості, їх кількість в продуктах та сировині передбачені рецептурою і деякі нормуються нормативними документами. На маркуванні багатьох вітчизняних та імпортованих товарів вказуються дозволені харчові добавки, які згідно «Кодексу аліментаріус» маркуються знаком «Е» з порядковим номером харчової добавки (наприклад, Е 330 – лимонна кислота). Всього в світі існує більше тисячі різних харчових добавок, які підрозділяються на декілька основних груп за сферою їх використання: *регулятори кислотності,*



*наповнювачі, барвники, антиокислювачі, піногасники, речовини, що сприяють збереженню кольору, емульгатори, піноутворювачі, консерванти, розпушувачі, стабілізатори, підсолоджувачі, ароматичні та інші речовини.*

Якісною фальсифікацією вважається використання дозволених і не дозволених добавок, непередбачених рецептурою, з метою ввести в оману споживача відносно дійсних споживчих властивостей товару. Наприклад, при перевезенні екзотичних фруктів з далекої Південної Америки або Індонезії, використовують поверхневі консерванти. Але на маркуванні знайти ці консерванти споживач не зможе, тому що їх не вказують. На жаль, законодавчо-нормативні документи України не зобов'язують друкувати перелік речовин, які входять до складу з обробки овочів та фруктів. Хоча, відповідно Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» (розділ II, ст. 7) вказано, що на маркуванні повинна бути інформація про склад харчового продукту, якщо він виготовлений з кількох складників, із зазначенням переліку назв використаних у процесі виготовлення інших продуктів харчування, харчових добавок, барвників, інших хімічних речовин або сполук. Споживач може тільки вітати тих виробників, які перелічують всі речовини, що входять до складу продукту. Тому, якщо на пляшці «Пепсі» не знайдете переліку добавок, то не думайте, що їх там нема, ні, просто вони не перелічені.

Залежно від ступеня шкоди, що завдається людині внаслідок споживання фальсифікованої продукції, розрізняють *два види якісної фальсифікації*:

- ✓ безпечна для здоров'я та життя людини;
- ✓ небезпечна при споживанні сфальсифікованого продукту.

До нехарчових добавок, які не наносять шкоди організму людини, можна віднести крейду, вапно, інертні наповнювачі та інші. До нехарчових отруйних додавань відносять: насіння отруйних рослин (кукіль, гірчак рожевий), кількість яких суворо нормується стандартом, листя отруйних рослин використовують при додаванні в чай.

До нехарчових канцерогенних добавок відносять речовини, які сприяють онкологічним захворюванням (деякі барвники,



емульгатори, консерванти). До нехарчових наркотичних добавок відносять: додавання в пиво і безалкогольні напої, вино, горілку наркотичних речовин; настоювання їх на листках тютюну.

**Кількісна фальсифікація товарів** – це введення споживача в оману шляхом значних відхилень параметрів товару, що перевищують допустимі норми. Практично цей вид фальсифікації називають недоважуванням або обмірюванням. Способи та засоби такої фальсифікації базуються на неточних вимірюваннях з грубими похибками у бік зменшення параметрів об'єкта. Найчастіше з метою кількісної фальсифікації використовують фальшиві міри або неточні засоби вимірювання. При цьому використовують міри і прилади без повірочного тавра та свідоцтв про перевірку органами Державної метрологічної служби. Це є ознакою фальсифікації засобів вимірювання. Причиною неточних вимірювань, грубих похибок можуть бути несправні прилади та фасувальне обладнання виробника чи продавця.

У практичній діяльності торгових організацій найчастіше зустрічаються такі порушення правил роботи із вимірювальними приладами:

- ✓ негоризонтальне встановлення ваг;
- ✓ перевірка та настроювання ваг на нульовій позначці та за граничним діапазоном показників;
- ✓ застосування вимірювальних приладів з певним діапазоном і точністю у випадках, коли об'єкт має параметри, що виходять за рамки визначеного діапазону вимірювань;
- ✓ недостатній рівень освітлення шкали вимірювальних приладів;
- ✓ неправильне розташування товару на вимірювальному приладі або по відношенню до міри (не по центру вантажопідійомної платформи, накладання чи накидання тканини на жорсткий метр);
- ✓ встановлення вимірювальних приладів таким чином, що при зніманні показників шкала є недоступною для контролю споживачем.

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 чи споживачеві може бути так само наслідком застосування *неправильних способів вимірювання* товарів:

- ✓ відпускання товарів за масою брутто без урахування маси упаковки;
- ✓ відпускання за масою нетто шляхом зважування маси брутто та віднімання маси стандартної упаковки, що вказана на маркуванні.

Відпускання товарів за масою брутто без врахування маси упаковки найчастіше має місце при зважуванні товару в торговій упаковці чи розважного товару в додатковій тарі (кошиках, чашках тощо). Для запобігання кількісної фальсифікації продавець зобов'язаний або компенсувати вагу упаковки (на протилежній платформі), або попередньо зважити упаковку і відняти її вагу від загальної ваги товару з упаковкою.

Кількісна фальсифікація здійснюється при виробництві, при фасуванні товарів, розливі напоїв, а також на підприємствах торгівлі, масового харчування при відпустці споживачу.

**Вартісна фальсифікація** – це введення споживача в оману шляхом реалізації низькоякісних товарів за цінами високоякісних або товарів менших розмірних характеристик за цінами товарів з більшими розмірними характеристиками.

Цей вид фальсифікації є найбільш поширеним, оскільки він логічно суміщається з усіма іншими видами фальсифікації. Більше того, саме вартісна фальсифікація є головною метою введення споживача в оману, оскільки дозволяє отримувати незаконний прибуток.

Доцільно відзначити такі *прояви вартісної фальсифікації*:

- ✓ реалізація фальсифікованих товарів за цінами, аналогічними цінам на натуральні продукти;
- ✓ реалізація фальсифікованих товарів за цінами, заниженими порівняно з цінами на натуральні продукти;
- ✓ реалізація фальсифікованих товарів за цінами, що перевищують ціни на натуральні аналоги.

Остання із згаданих фальсифікацій зустрічається рідко і розрахована на тих споживачів, для яких високі ціни асоціюються з високою якістю товару. Вона можлива також у ситуації, коли на товар існує надмірний попит і недостатня пропозиція



натурального продукту на ринку.

Перші два різновиди вартісної фальсифікації є найбільш поширеними. Вибір однієї чи другої визначається ринковою кон'юнктурою.

В умовах ринкової економіки, однією з характерних рис якої є вільні ціни, які регулюються тільки 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 з 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 вже розглядалися, здебільшого обов'язково доповнюється фальсифікацією інформації про товар. Інакше фальсифікація легко виявляється. При фальсифікації інформація про товар найчастіше спотворюється або вказуються неточно такі дані: назва товару; країна походження; фірма-виробник; кількість товару; належність до певної товарної партії.

У товарно-транспортних накладних на фальсифіковані товари завжди підробляється назва, часто – виробник та кількість товару (при кількісній фальсифікації). Виявити підробку реквізитів можна тільки шляхом ідентифікації товару на асортиментну належність і походження, а також кількісного вимірювання обсягу всієї товарної партії (переважуванням, перерахунком, перемирюванням).

Найчастіше в носіях виробничого товарного маркування не вказується або ж вказується неправильно країна походження виробу і 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. Для сумлінного виробника така підробка товарів означає порушення їх прав на об'єкти інтелектуальної власності, а значить – потенційні фінансові збитки.

Внаслідок використання методів недобросовісної конкуренції для господарюючого суб'єкта може відбутися досягнення неправомірних переваг у конкуренції, тобто їх отримання стосовно іншого господарюючого суб'єкта шляхом порушення чинного законодавства, якщо воно підтверджене рішенням відповідного державного органа, який має на це відповідні повноваження. У Законі України «Про захист від недобросовісної конкуренції» перераховані такі 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 використання без дозволу уповноваженої на те особи. Це стосується чужого імені, фірмового найменування, знаків для товарів і послуг, інших позначень, а також рекламних матеріалів, упаковки товарів, зазначень походження товарів тощо.

*Контрафакцією* у практиці комерційної та юридичної діяльності найчастіше називають копіювання товарного знаку або його істотних елементів, або інших елементів бренду для діяльності, ідентичної або подібної до діяльності власника знака або інших елементів бренду.

*Обманна імітація* – це приблизне відтворення чужого знака, котре потенційно спроможне викликати небезпеку сплутання оригінального та імітованого знаків. У практиці недобросовісної конкуренції бувають випадки, коли ототожнення імітованих марок з тими, що вже добре себе зарекомендували та використовуються. 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.

*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 зване «перебивання»).

Фальсифікація можлива і до штрихових кодів. Слід відзначити, що масове поширення штрихових кодів привело до кодування всіх товарів незалежно від їх якості і престижу фірм-виробників. Крім того, самі штрихові коди стали об'єктом фальсифікації. У зв'язку з цим для товаровознавців та споживачів важливо вміти розпізнавати цей вид інформаційної фальсифікації, який супроводжує інші її види. Останнім часом дуже поширеним видом фальсифікації є підробка сертифікатів. Залежно від того, на якому етапі життєвого циклу товару вона здійснюється, розрізняють технологічну і передреалізаційну фальсифікацію. Методи визначення фальсифікації практично співпадають з методами ідентифікації, оскільки фальсифікація є лише альтернативним результатом ідентифікації.

### 12.3. Способи захисту продукції від фальсифікації

Зараз практично не існує жодної групи товарів, де б ми не знайшли фальсифікованої продукції – косметичні, парфумерні товари, ліки, напої, одяг, спортивні та радіотовари, комп'ютерна техніка і програмне забезпечення, запасні частини до транспортних засобів тощо. За оцінками західних експертів 20% усіх товарів на світовому ринку – підробні. Проблема захисту від підробки стає з кожним днем все більш актуальною.

*Застосування етикеток, що самонаклеюються.* Не новою в цій проблемі є ідея використати етикетки як засіб захисту продукції, проте останнім часом значно зросли технологічні можливості такого застосування. Захисні етикетки, що самонаклеюються, допомагають зберегти від крадіжки, підміни, розкриття, неправильного використання всі види упаковки.

*Комплексне завдання* щодо захисту товару від підробки може вирішуватися різними способами.

*Перший – це захист упаковки.* Сьогодні поліграфічна продукція високої якості є доступною широкому колу замовників.



Усе більшою спокуюсою стає можливість скопіювати упаковку відомого виробника і наповнити її сумнівним вмістом. Фірми-виробники, які цінують свою марку, змушені витратити великі кошти на постійне ускладнення упаковки для своєї продукції або замовляти захисні елементи, наприклад, ідентифікаційні марки для лікero-горілчаних виробів. Розглянемо декілька варіантів такого захисту.

*Водяні знаки.* Дво- або тримірні водяні знаки можуть бути введені до складу паперу. Вони проявляються, якщо розглядати етикетку на просвічування або під певним кутом.

*Захисні волокна.* Волокна різної довжини та кольору, які вводяться до складу паперу, можуть виявлятися при звичайному освітленні чи тільки в ультрафіолетових променях.

*Райдужні металеві нитки.* Великі чи невеликі металеві нитки входять до складу паперу за усією його площею або смугами. Вони можуть бути різного кольору і навіть з мікрогравіюванням.

*Захисні смужки.* Маленькі металеві смужки, які вводяться до складу паперу, можна спостерігати як на просвічування, так і у відбитих від поверхні паперу променях.

*Райдужні кольорові смужки.* Спеціальні захисні кольорові смужки шести кольорів (зелений, синій, червоний, мідний, золотий, бузковий) вводять до складу спеціального паперу. Смужки не відтворюються ні принтером, ні кольоровим копіювальним пристроєм, ні офсетним друком.

*Папір, чутливий до розчинників.* Під час спроби видалити етикетку за допомогою розчинника, на ній утворюються плями.

*Частинки, що флуоресціюють у ближньому інфрачервоному випромінюванні,* якщо папір опромінювати лазером. Вони можуть поширюватися по всій площі етикетки або утворювати певний малюнок.

*Хімічні реактиви.* Хімічні позначки мають в основі генну технологію. Таке «біокодування» визначається тільки відповідним біологічним детектором.

*Плівка типу VOID.* Під час спроби видалити етикетку проявляється напис, який у подальшому замаскувати неможливо.

*Використання оригінальної склотари.* Застосування склотари оригінальної форми ускладнюється здебільшого специфікою технологічних ліній розливання напоїв. Ця специфіка обмежує



форму, склотари практично тільки одним геометричним тілом – тілом обертання. Оригінальні пляшки у вигляді штофів, рушниць, дзвонів – вироби дрібносерійні, вимагають великої кількості ручних операцій.

*Використання спеціальних фарб для виготовлення етикеток.*

Етикетки для продукції доцільно виготовляти із застосуванням спеціальних фарб. Наприклад, етикетки для горілок заводу «Топаз», Львівського лікєро-горілочного заводу, інших заводів виготовляються з використанням срібної і бронзової фарб на папері з тисненням. Ксерокопії яскравих рельєфних оригіналів етикеток є нечіткими, розмитими, а поверхня гладенькою. Спроби виготовити точну копію оригінальної етикетки значно збільшує вартість фальсифікованої продукції, що виробляється обмеженими партіями. Застосовують також безбарвні фарби, які під дією сонячного світла «проявляються» фіолетовим або жовтим кольорами.

У відношенні методів аналізу справжності продуктів існують певні схеми і стандарти національного і міжнародного рівня, які признані законодавством та які забезпечують неспростовні результати. Оскільки нові прогресивні технології виробництва продуктів стали загальнодоступними, то практика фальсифікації істотно вдосконалилася і потребує нині для її виявлення комплексу найсучасніших експресних та інструментальних методів, специфічних методик та фізико-хімічного аналізу. Якщо продукт фальсифіковано компонентами, що є нетиповими для продукту, то аналіз достатньо простий і матеріально забезпечений в наших контролюючих лабораторіях. Однак, якщо необхідно визначити специфічні компоненти для з'ясування походження або технології виробництва продукту, то задача значно ускладнюється.

При визначенні фальсифікації харчових продуктів використовують органолептичні та вимірювальні методи. Для більш точної характеристики якості при виявленні підробок іноді використовують декілька методик та методів вимірювань: композиційно-морфологічний аналіз; методи розділення та вимірювання; аналіз слідів елементів; біохімічне тестування; методи ідентифікації компонентів та інші. Детальніше класифікація методів і методик вимірювань наведена у літературі



## **12.4. Світова практика щодо контролю та поліпшення якості харчової продукції**

Питання забезпечення якості та безпеки харчових продуктів найбільш гостро виникло у другій половині 20 століття. Це було пов'язано в першу чергу з безперервним розширенням їхнього виробництва, величезним асортиментом продуктів, що невпинно розширюється, і стрімким зростанням виробників. Неможливість 100 % контролю змусила зацікавлені сторони розробляти й приймати різні попереджуючі дії, такі, як визначення й впровадження результативних методів контролю, розробка відповідного устаткування для виробництва й моніторингу, а також розробляти й впроваджувати відповідні методики й стандарти. У зв'язку з цим кінець 20 століття, а особливо його 90-і роки, ознаменувалися розробкою й виходом великої кількості міжнародних, національних, галузевих стандартів, специфікацій і технічних стандартів, спрямованих на забезпечення якості й безпеки харчових продуктів.

Стандарти ISO серії 9000, що знайшли заслужене визнання у світі, визначають вимоги до системи менеджменту якості. У 2005 році експертами ISO від харчової промисловості у співробітництві з Комісією «Кодекс Аліментаріус» було розроблено стандарт ISO 22000:2005 «Системи менеджменту безпеки харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій у ланцюжку поставки». Стандарт ISO 22000 розроблений спеціально для того, щоб організації всіх типів, що беруть участь у ланцюгу поставки харчової продукції, могли впровадити систему менеджменту безпеки цієї продукції. До таких організацій належать виробники сировини й харчових продуктів, компанії, що забезпечують транспортування й зберігання готової продукції, організації роздрібної торгівлі, а також виробники устаткування, пакувального матеріалу, добавок та інгредієнтів.

Впровадження системи НАССР становить значний інтерес для компаній, що беруть участь у всіх стадіях життєвого циклу харчової продукції. Система НАССР базується на принципах:



проведення аналізу ризиків, ідентифікація критичних точок контролю, установлення критичних меж, установлення вимог до моніторингу, розробка коригувальних дій та інші.

Іншим шляхом забезпечення безпеки харчових продуктів і пакування, що застосовується в харчовій промисловості, стала поява цілого ряду технічних стандартів Європейського Союзу. До цієї групи належать такі стандарти, як BRC і IFS. У цьому випадку розроблювачами цих стандартів стали Великобританія, Німеччина й Франція. Стандарт харчової галузі BRC (British Retail Consortium – Британського Консорціуму Роздрібної торгівлі) було розроблено у 1998 році спочатку для постачальників фірмової продукції, а потім став широко використовуватися у низці інших галузей харчової промисловості, включаючи підприємства ресторанного господарства та виробників сировини. У подальшому стандарт став незамінним для всіх організацій галузі. Застосування стандарту за межами Великобританії зробило його глобальним, і не лише з метою оцінки постачальників, але і як основа для виробництва харчових продуктів і планування перевірок. Стандарт BRS спрямований на забезпечення безпеки продукції і встановлює поряд з вимогами до системи HACCP вимоги до системи менеджменту якості й гігієні виробничого середовища. Стандарт передбачає два рівні сертифікації – основний і вищий. Низка міжнародних підприємств вимагає застосування цього стандарту. Він також прийнятий організацією роздрібної торгівлі Global Food Safety Initiative (GFSI) – Глобальною ініціативою харчової безпеки в якості рівноцінного у відношенні до інших стандартів безпеки харчових продуктів.

BRC (British Retail Consortium) розробив цілу серію різноманітних стандартів: Глобальний стандарт BRS для упаковки харчових продуктів та іншого пакувального матеріалу, Глобальний стандарт BRS Споживчі продукти, Глобальний стандарт BRS Зберігання та транспортування. Кожен з цих стандартів регулярно переглядаються, редакція кожного з них повністю переглядається та оновлюється кожні 3 роки після обширних консультацій з широким колом зацікавлених осіб.

Стандарт IFS (International Food Scheme) – Міжнародна схема сертифікації в харчовій галузі. Стандарт розроблено ініціативною групою провідних компаній роздрібної торгівлі Німеччини

(Hauptverband des Deutschen Einzelhandels) з метою створення єдиного базового стандарту проведення аудитів систем управління безпекою. У 2003 році офіційно прийнятий до застосування Глобальною Ініціативою за Безпеку харчової продукції (GFSI).

Останнім часом гострим є питання регулювання харчової та сільськогосподарської біотехнології, що використовує генетичну інженерію, трансгенних рослин та тварин, генетичну модифікацію. Перше законодавство стосовно ГМО у Євросоюзі було прийняте на початку 90-х років. З тих пір законодавство працює з метою захисту навколишнього середовища та здоров'я людей в контексті об'єднаного ринку для біотехнології. Основними актами цього законодавства є: Директива 2001/18/ЄС, Регламент 1829/2003, а також Регламент 1830/2003. Регламент 1829/2003 регулює використання їжі й кормів, що містять або складаються із ГМО. Продукти, що містять ГМО, повинні мати надпис на етикетці «Цей продукт містить ГМО».

Нові умови, на які орієнтується Україна зі вступом до СОТ, потребують певних змін, в тому числі і у системі технічного регулювання та споживчої політики. Зокрема, зобов'язання щодо членства України в СОТ, заходи Плану дій Україна – ЄС, умови надання Україні позики Світового банку на підтримку політики розвитку вимагають від української сторони проведення адаптації українського законодавства до європейського, гармонізацію нормативної бази з міжнародними і європейськими стандартами, поступового переходу від обов'язкової сертифікації до оцінки відповідності за вимогами технічних регламентів, зміцнення та розвинення спроможності українських інституцій у сфері ринкового нагляду на основі досвіду держав-членів ЄС.

У своїй діяльності ДСТР України керується двома основними пріоритетами, які стосуються, з одного боку, забезпечення надійного захисту прав споживачів, безпеки їхнього життя та здоров'я, з іншого – захисту інтересів національної економіки, забезпечення умов для підвищення конкурентоспроможності українських виробників. Враховуючи те, що питання безпеки населення безпосередньо залежить від якості харчової продукції, найактуальнішим питанням сьогодення є створення належної законодавчої і нормативної бази, інфраструктури, інформаційної



мережі, ефективного ринкового нагляду з урахуванням міжнародної та європейської практики.

Перехід від обов'язкової сертифікації до європейської моделі оцінки відповідності має супроводжуватися скоординованою роботою щодо створення на законодавчому, нормативному та інфраструктурному рівні ефективної системи контролю за якістю та безпекою продукції, в тому числі і харчової. Жодна цивілізована країна світу не може існувати без розвинутої системи технічного регулювання, яка б забезпечувала конкурентоспроможність продукції в умовах глобалізації економіки, жорсткої міжнародної конкуренції та розподілу праці. Зміни у цій сфері, проведені без врахування інтересів і, що дуже важливо, готовності усіх зацікавлених в ній сторін можуть призвести до незворотної руйнації системи технічного регулювання в Україні, а також до порушення конституційних прав громадян на споживання безпечної продукції, встановлених статтями 42 та 50 Конституції України.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що таке фальсифікація продукції?
2. Що є об'єктом фальсифікації товарів?
3. Особливості асортиментної фальсифікації продукції.
4. Охарактеризуйте способи асортиментної фальсифікації.
5. Розкрийте суть вартісної фальсифікації.
6. Чим відрізняється асортиментна фальсифікація від якісної?
7. Приведіть приклад якісної фальсифікації продуктів харчування у вашому регіоні.
8. Приведіть приклад способів неправильних вимірювань, внаслідок яких має місце кількісна фальсифікація.
9. Обґрунтуйте економічні передумови та екологічні аспекти проявів якісної фальсифікації продукції.
10. Що таке інформаційна фальсифікація продукції?
11. Які способи захисту товарів від фальсифікації ви знаєте?
12. Розкрийте суть технологічної фальсифікації продукції.
13. Які способи захисту упаковки товарів від фальсифікації ви знаєте?
14. Для чого необхідні водяні знаки? На яких видах продукції вони наносяться?





**А**

**Акредитована лабораторія** (*accredited laboratory*) – лабораторія, що акредитована згідно з відповідним законодавством України або міжнародними процедурами акредитації.

**Акт експертизи** (*certificate of appraisal*) – документ, підтверджуючий виконання експертом процедур по експертизі згідно з поставленим завданням і який містить результати перевірки партії, а також висновок експерта про міру відповідності фактичних характеристик вимогам нормативної документації і умовам договору. Акт експертизи складається зі вступної частини, констатуючої частини і висновку експерта.

**Асортимент товарів** (*assortment of goods, commercial range of goods*) – набір різноманітних товарів, що поєднано за певними ознаками. При договірних відносинах структуру асортименту визначають, виходячи з потреб замовника і можливості постачальника. Невиконання асортименту за кількістю і якістю продукції є невиконанням плану поставок, що супроводжується застосуванням санкцій.

**Артикул** (*marking of goods*) – умовна позначка, яка присвоюється товару з метою вирізнення його особливостей з-поміж інших аналогічних за видом товарів.

**Б**

**Багатообігова тара** (*multi – way container*) – транспортна тара, міцність якої розраховано на її багаторазове використання.

**Безпека продукції** (*safety*) – відсутність недопустимого ризику, пов'язаного з можливістю завдати збитку здоров'ю людини. Регламентується Всесвітнім харчовим кодексом (*Codex alimentarius*) за наявністю у продуктах певних речовин певної кількості.

**Безпека товару (роботи, послуги)** (*safety of goods (works, service)*) – відсутність будь-якого ризику для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього природного середовища при звичайних умовах використання, зберігання, транспортування, виконання й утилізації товару (роботи, послуги).

**Бенчмаркінг в експертній діяльності ТПП** (*bench marking*) процес аналізу переваг і порівняльного оцінювання з метою підвищення оперативної і стратегічної здатності ТПП, що збагачує



культуру її підприємницької діяльності такими цінностями як: здібність до навчання, саморозвиток, підвищення власного потенціалу.

**Брак** (*rejects*) – продукція, передача якої споживачу не допускається через наявність дефектів.

**Бракувальний рівень дефектності** (*objectionable rejection level rejection*) – мінімальний рівень дефектності в одиничній партії, який під час приймання продукції розглядається як незадовільний.

**Брутто [вага]** (*gross [weight]*) – маса товару з упаковкою, загальна вага.

## **В**

**Вагомість дефекту** (*rejection pondersbility*) – відносна величина, яка залежить від виду, розміру, місцезнаходження дефекту і характеризує порівняно з іншими дефектами ступінь його впливу на рівень якості товару.

**Вакуумне пакування** (*vacuum closing*) – герметичне пакування зі створенням у тарі тиску, нижчого за атмосферний

**Вантаж** (*cargo, fleight, goods*) – товар, який перевозиться на борту корабля або на інших транспортних засобах.

**Вантажні документи** (*bill of lading*) – коносаменти (штурманські розписки), маніфести, каргоплани, річкові накладні та інші документи, які є підставою для перетинання митного кордону водними транспортними засобами.

**Ветеринарний сертифікат** (*veterinary halth certificate*) – документ, що засвідчує не зараженість худоби, птиці, які експортуються; засвідчує, що вони походять із районів, де не зареєстровано гостроінфекційних захворювань.

**Ветеринарно-санітарний стан** (*veterinary and sanitary conditions*) – підтвердження ветеринарним інспектором додержання ветеринарно-санітарних вимог на потужностях, підконтрольних ветеринарній службі.

**Вид товарознавчої експертизи** (*the type of commodity research examination*) – істотні особливості товарознавчої експертизи, яка визначається її метою та завданням.

**Вимоги до товару** (*goods requirement*) – вимоги до кількісних та якісних характеристик товару, встановлені у договорі постачання товару, а також вимоги, встановлені нормативно-технічною документацією, що діє у країні, для якої призначено товар.



**Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи щодо безпечності харчових продуктів** (*the decision of state sanitary-and-epidemiologic commission of experts about safety of foodstuff*) – документ установленої форми, в якому на підставі результатів аналізу ризику та перевірки, наданих виробником або постачальником зразка харчового продукту, допоміжних засобів та матеріалів для виробництва та обігу харчових продуктів, його виробничої технології і технологічного обладнання, що використовується при його виробництві, визначається перелік санітарних заходів та технічних регламентів, яких повинен дотримуватися виробник і постачальник для забезпечення безпечності харчовою продукту.

**Вкладиш** (*insert*) – засіб, що розміщується всередині тари і запобігає переміщенню, зіткненню, ударам виробів.

### Г

**Гарантійний термін** (*guarantee*) – період, під час якого є чинною відповідальність продавця за відповідність якості поставленого товару, до вимог договору за умови додержання покупцем усіх правил використання, зберігання і транспортування товару. Звичайно гарантійний термін встановлюється окремо у кожному договорі (контракті). Обчислюється гарантійний термін різними методами: від дати початку використання, але з обмеженням цього строку певним періодом, який обчислюється від дати поставки.

**Гарантійний термін зберігання** (*warranty life*) – інтервал часу зберігання, транспортування продукції в упаковці постачальника. Встановлюється для продукції, яка зберігається до її використання за призначенням, обчислюється від дня виготовлення.

**Гігієнічні властивості товару** (*hygienic properties of goods*) – ергономічні властивості товару, які характеризують гігієнічні умови життєдіяльності та працездатності людини у її взаємодії з товаром та середовищем.

**Гігієнічний висновок** (*hygienic certificate*) – це офіційний документ, який засвідчує, що продукція відповідає санітарно-гігієнічним вимогам, нормам і правилам та є дозволом на виробництво і використання продукції в Україні. Дата і номер Гігієнічного висновку проставляються на зворотному боці відповідно до реквізиту «Виданий на підставі». Гігієнічний висновок – документ, який обов'язково додається до Сертифіката.



**Гігієнічний показник якості виробу** (*hygienic quality index of production*) – ергономічний показник, який застосовується для визначення відповідності виробу до гігієнічних вимог.

**Гофрований картон** (*corrugated board*) – тарний картон, який складається зі склеєних між собою плоских і гофрованих шарів, що чергуються; використовується для виготовлення тари.

**Граничне значення показника якості продукції** (*limiting value of product quality index*) – найбільше або найменше регламентоване значення показника якості продукції.

**Д**

**Дані експертизи** (*results of examination*) – результати оцінювання отриманих об'єктивних доказів експертизи з метою визначення міри відповідності характеристик товару встановленим критеріям експертизи, вихідні дані процесу експертизи.

**Декларація про вантаж** (*declaration outwards*) – документ, який містить відомості про товари, що перебувають на судні.

**Державна ветеринарно-санітарна експертиза** (*state veterinary and sanitary examination*) – комплекс необхідних лабораторних та спеціальних досліджень, які проводяться спеціалістами ветеринарної медицини державних установ ветеринарної медицини стосовно визначення безпечності та якості харчових продуктів, підконтрольних ветеринарній службі, подальшої переробки або іншого використання, аналізу виробничої технології та технологічного обладнання, яких повинен дотримуватися виробник і постачальник для забезпечення безпечності харчового продукту.

**Державна санітарно-гігієнічна експертиза** (*state sanitary and hygienic examination*) – це оцінка можливого негативного впливу на здоров'я населення небезпечних факторів через дослідження харчових продуктів, продовольчої сировини і супутніх матеріалів, у ході яких встановлюються критерії безпеки.

**Державні санітарні норми, правила, гігієнічні нормативи** (*sanitary code*) – це обов'язкові для виконання нормативні документи, що визначають критерії безпечності та (або) нешкідливості для людини факторів навколишнього середовища і вимоги щодо забезпечення оптимальних чи допустимих умов її життєдіяльності.

**Дефект** (*defect*) – окрема невідповідність продукції до встановлених вимог.

**Деформація товару** (*goods deformation*) – зміна форми товару, спричинена зовнішніми факторами.

**Диференційний метод оцінки якості продукції** (*differential method production quality*) – метод оцінки якості продукції, який базується на застосуванні одиничних показників її якості.

**Датою постачання** є дата здавання товару транспортній організації (наноситься штампом на транспортний документ).

**Допустимий рівень дефектності** (*reject allowance*) – максимальний рівень дефектності, встановлений нормативно – технічною документацією.

**Дослідний зразок** (*pilot sample*) – зразок продукції, який виготовлено за новою робочою документацією для перевірки способом випробувань його відповідності до заданих технічних вимог із метою прийняття рішення щодо можливості впровадження у виробництво і (або) використання за призначенням.

## Е

**Екологічні властивості товару** (*ecological properties of goods*) – властивості, які визначають рівень шкідливого впливу на довкілля під час всього життєвого циклу використання товару.

**Екологічний показник якості товару** (*ecological quality index of goods*) – споживчий показник якості товару, який характеризує рівень шкідливого впливу на навколишнє природне середовище, що виникає під час його експлуатації чи споживання.

**Експертиза** (*examination*) – самостійне дослідження предмета експертизи, що проводиться компетентним фахівцем на основі об'єктивних фактів з метою отримання достовірного рішення поставленого завдання.

**Етикетка** (*label*) – будь-яка бирка, напис, ярлик, що містить малюнки чи надписи, написані, надруковані, нанесені за допомогою трафарету, витиснені або вдавнені та прикріплені до одиниці упаковки з харчовими продуктами, засіб інформації про упакований виріб і його виробника; підвищує естетичність сприйняття упаковки і звичайно прикріплюється до виробу наклеюванням.

## Ж, З

**Жорстка тара** (*rigid container*) – тара, що не змінює своєї форми і розмірів під час її наповнення.

**Завдання на проведення експертизи** (*expertise task*) – чітке формулювання конкретної потреби замовника, узгодженої з



можливостями експертної організації-виконавця. Мета експертизи, викладена в заяві замовника і наряді ідентична.

**Значний дефект** (*majour defect*) – дефект, який істотно впливає на застосування продукції за призначенням і на довговічність, але не є критичним.

**Зразок товару** (*sample of goods*) – одиниця товару, яка вибирається для демонстрації, ознайомлення, порівняння із зразком–еталоном, контролю, аналізу, випробування, оцінки рівня якості.

## **I**

**Ідентифікація** (*identification*) – 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 визнаної назви даного виду продукту, торговельної марки та комерційного найменування.

**Індивідуальна тара** (*unit pack*) – тара, призначена для одиниці продукції.

**Інтегральний показник якості продукції** (*integral performance index*) – відношення сумарного корисного ефекту від експлуатації чи споживання продукції до сумарних затрат на її створення, експлуатацію та споживання.

**Інформація про товар** (*information about the goods*) – відомості про товар, пред'явлені в документальній або зображувальній формі, що містять інформацію про місце і час його виготовлення, ціни, правила поводження і догляду за ним, способу вживання товару, харчову цінність, термін придатності і найменування виробника.

## **K**

**Категорія якості продукції** (*quality category*) – градація якості продукції певного виду, встановлена під час державної атестації.

**Клеймо** (*stamp*) – позначка, яка наноситься на продукцію і засвідчує її якість або склад матеріалу, або міру, або вагу. Позначку захищає законодавство.

**Кодування штрихове** (*coding of shading*) – маркування, що складається з певної кількості штрихів різної довжини, ширини і цифр, розміщених на етикетці товару широкого вжитку для їх



комп'ютерної ідентифікації, контролю за кількістю і граничним терміном реалізації товару.

**Контракт** (*contract*) – комерційний документ, яким оформляються зовнішньоторговельні угоди із купівлі-продажу та з технічної допомоги зарубіжним країнам.

**Контроль якості продукції** (*product quality inspection*) – контроль кількісних і якісних характеристик властивостей продукції.

**Контрольний зразок** (*reference specimen*) – одиниця або частина продукції, проба, затверджена у встановленому порядку, характеристики якої прийнято за основу у виготовленні та контролі такої ж продукції.

**Критерії експертизи** (*expertise criterion*) – сукупність методик, правил, норм або вимог, які використовуються як еталон для порівняння при експертизі.

## Л

**Лабораторний аналіз** (*laboratory analysis*) – визначення складу та показників властивостей товару за лабораторних умов.

**Ліцензія** (*licence*) – спеціальний дозвіл, який видається державним органом на ввезення, вивезення або на транзит певних товарів, що не підлягають вільному ввезенню-вивезенню. Ліцензування є формою контролю держави за зовнішньоторговельною діяльністю організацій, раціональним використанням експортних ресурсів та збалансованим імпортом.

**Логотип** (*logotype*) – літера (знак) або літери, що означають повне або скорочене найменування підприємства, марки виробу чи групи виробів. Найчастіше входить до складу торгової марки.

## М

**Малозначний дефект** (*reject of little significance*) – дефект, який істотно не впливає на використання продукції за призначенням і на її довговічність.

**Маніпуляційні знаки** (*malipulate singns*) – зображення, що вказують на способи поводження з вантажем.

**Маса брутто** (*gross mass*) – маса упаковки разом із продукцією.

**Маса нетто** (*net mass*) – маса продукції в одиниці пакування.

**Метод випробування** (*method of testing*) – сукупність правил застосування певних принципів для виконання випробувань.



**Методи експертизи** (*method of expertise*) – прийоми отримання об'єктивних доказів інформації про фактичні характеристики об'єкта експертизи.

**Методика випробувань** (*test procedure*) – організаційно-методичний документ, обов'язковий для виконання, що містить метод випробувань, засоби і умови випробувань, відбір проб, алгоритм виконання операцій з визначення однієї або декількох взаємопов'язаних характеристик властивостей об'єкта, форми подання даних і оцінки точності, вірогідності результатів, вимоги техніки безпеки і охорони навколишнього середовища.

**Мито** (*duty, dues, tax*) – відрізняють ввізне та вивізне. *Ввізне мито* митниця стягує з імпортованих товарів. Сприяє перешкоджанню проникнення іноземних товарів на внутрішній ринок і стимулює розвиток вітчизняного виробництва.

## Н

**Надійність** (*reliability*) – властивість об'єкта виконувати задані функції, зберігаючи в часі значення встановлених експлуатаційних показників у заданих межах, відповідних до заданих режимів та умов користування, технічного обслуговування, ремонтів, зберігання й транспортування.

**Національний стандарт** (*national standard*) – стандарт, який прийнятий національним органом зі стандартизації і доступний широкому колу споживачів.

**Недолік** (*disadvantage*) – окрема невідповідність товару (роботи, послуги) вимогам нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до нього, а також інформації про товар (роботу, послугу), яка надана виробником (виконавцем, продавцем).

**Некондиційний товар** (*merchandise off condition*) – товар, який не відповідає вимогам нормативної документації, не може бути доведений до встановленого рівня якості, але не втратив остаточно своєї споживчої вартості.

**Неоднорідність продукції** (*heterogeneity of products*) – властивість продукції, коли її змінюваність виходить за певні межі хоча б одного її параметра.

**Нестандартний товар** (*bastard goods*) – товар, який не задовольняє вимоги нормативно-технічної документації.

**Номенклатура споживчих властивостей і показників якості товару** (*nomenclature of customer properties and quality indexes*) –





перелік споживчих властивостей і показників якості товару, розподілений на взаємопов'язані рівні, який використовується в оцінці якості товару.

**Нормативний документ** (*normative document*) – документ, який встановлює правила, загальні принципи або характеристики, що стосуються різних видів діяльності або їх результатів. Охоплює такі поняття як стандарти, технічні умови, звід правил і регламенти.

## О

**Об'єднана вибірка** (*gross sample, bulk sample*) – вибірка, яку складають із серії миттєвих вибірок.

**Об'єднана проба** (*bulk sample*) – проба, складена з кількох точкових проб.

**Об'єкт випробувань** (*item under test*) – продукція, піддана випробуванням.

**Об'єкт експертизи** – товар, продукція, організація, процес, права інтелектуальної власності й інші немайнові права.

**Об'єкт товарознавчої експертизи** (*item of consumer expertise*) – товар (продукція), який пред'явлено до експертизи, а також його пакування та маркування.

**Одиниця вимірювання** (*unit*) – фізична величина фіксованого розміру, якою умовно присвоєне числове значення рівне 1, і що застосовується для кількісного вираження однорідних з нею фізичних величин.

**Одиниця товару** (*unit of goods*) – окремих екземпляр штучного товару або визначена у встановленому порядку певна кількість нештучного або штучного товару, закупленого, відвантаженого або отриманого одночасно по одному товаросупровідному документу.

**Органолептичний контроль** (*organoleptic inspection*) – контроль, за якого первинна інформація сприймається органами чуттів.

## П

**Пакування** (*package, container*) – засіб чи комплекс засобів, що забезпечують захист продукції від пошкоджень і втрат, навколишнє середовище від забруднення, а також процес обігу продукції.

**Пакувальний матеріал** (*package material*) – матеріал, з якого виробляють пакування і який забезпечує можливість повторного використання пакування чи екологічно чистого її знищення.



**Партія поставки** (*consignment of supply*) – регламентований договором поставки обсяг, асортимент і якість одноразової поставки продукції.

**Показник якості продукції** (*quality index*) – кількісна характеристика однієї або кількох властивостей продукції, які становлять її якість.

## Р

**Разова тара** (*single – trip container*) – тара, призначена для одноразового застосування.

**Рахунок-фактура** (*invoice*) – фінансовий документ, яким оформляється торговельна угода.

**Регламентоване значення показника якості продукції** (*regulated index of product quality*) – значення показника якості продукції, що встановлене нормативною документацією.

**Результат експертизи** (*results of examination*) – підтвердження відповідності фактичної характеристики товару встановленій вимозі або отримане внаслідок дослідження значення необхідної характеристики товару з метою його ідентифікації.

**Реквізити** (*requisites*) – обов'язкові дані, необхідні для правильного оформлення офіційних документів.

**Рекламація** (*staim*) – претензія покупця до продавця внаслідок порушення ним умов договору. У ній викладено вимоги щодо ліквідації дефектів, зниження ціни або відшкодування збитків за постачання неякісної продукції.

**Розбірна тара** (*demountable container*) – багатообігова тара, конструкція якої дозволяє розібрати її на окремі частини і знову зібрати, склавши сполучні елементи.

## С

**Сертифікація** (*certification*) – це процедура, під час якої уповноважений (акредитований) орган документально засвідчує, що товар відповідає встановленим вимогам.

**Сертифікат відповідності** (*certificate of conformity*) – документ, виданий відповідно до правил системи сертифікації, який свідчить, що забезпечено потрібну впевненість у тому, що належним чином ідентифікована продукція, процес або послуга відповідають конкретному стандарту або іншому нормативному документу.



**Сорт продукції** (*grade of production*) – градація продукції певного виду за одним або декількома показниками якості, встановлена нормативною документацією.

**Споживчі властивості товару** (*consumer properties of goods*) – властивості товару, які задовольняють споживачів безпосередньо під час його експлуатації чи споживання.

**Стандарт** (*standard*) – нормативно-технічний документ із галузі стандартизації, який розроблений відповідно до консенсусу і затверджений визнаним органом, що надає для загального і багаторазового використання правила, вказівки і характеристики діяльності або її результатів, метою яких є досягнення оптимальної міри впорядкованості в даному контексті.

**Судова товарознавча експертиза** (*forensic and consumer examination*) – товарознавча експертиза, що здійснюється за постановою судово-слідчих органів.

## Т

**Термін придатності** – термін, установлений виробником товару, протягом якого органолептичні, фізико-хімічні, медико-біологічні та інші показники товару в разі дотримання відповідних умов зберігання повинні відповідати вимогам нормативних документів.

**Термін служби** (*durability*) – календарна довготривалість експлуатації об'єкта від її початку чи відновлення після термінового або капітального ремонту до настання критичного стану. Ознаки критичного стану встановлюються нормативно-технічною документацією на даний об'єкт.

**Технічні умови** (*technical conditions*) – документ, який приписує технічні вимоги, яким повинні відповідати даний виріб, процес або послуга. Технічні умови повинні вказувати, де це прийнятне, процедуру або процедури, за допомогою яких можна визначити, чи виконуються вказані вимоги.

**Технічний регламент** (*technical order*) – нормативно-правовий акт, затверджений центральним органом виконавчої влади з питань технічного регулювання та споживчої політики, в якому зазначаються характеристики продукту чи пов'язані з ним процеси і методи виробництва, включаючи відповідні адміністративні положення, виконання яких є обов'язковим.



**Товар** (*commodity*) – будь-яка продукція, послуга, робота, права інтелектуальної власності й інші немайнові права, призначені для продажу (оплатній передачі).

**Товарний знак** (торгова марка, знак обслуговування) (*trade mark*) – позначення, зареєстроване у встановленому порядку, що міститься на товарах, упаковці або у документації, яка пов'язана з реалізацією і застосовується для відрізнення товарів одного підприємства від однорідних товарів іншого підприємства.

**Транспортне маркування** (*transport marking*) – маркування, що містить інформацію щодо адресата, відправника та способів поводження з упакованою продукцією під час її транспортування та зберігання.

**Транспортна тара** (*shipping container*) – тара, яка утворює самостійну транспортну одиницю.

## У

**Уповноважена лабораторія** (*authorized laboratory*) – акредитована лабораторія, якій відповідним державним органом надано право випробовувати відповідно до спеціальних методів та процедур харчові продукти, харчові добавки, допоміжні матеріали для переробки, допоміжні засоби і матеріали для виробництва та обігу з метою проведення розширеного контролю.

## Ф

**Фальсифікований (міжнародний санітарний або ветеринарний) сертифікат** (*falsie certification*) – сертифікат, який не затверджений до використання або виданий з порушенням форми, встановленої офіційним органом сертифікації країни-експортера, або виданий не уповноваженими на це особами, організаціями, іншими суб'єктами, або містить неправдиву чи недостовірну інформацію.

**Фасування** (*prepacking*) – розміщення продукції в тару або в пакувальний матеріал з попереднім чи з одночасним дозуванням продукції.

**Фітосанітарний сертифікат** (*sanitary certificate*) – сертифікат, що засвідчує фітосанітарний стан об'єктів регулювання.

**Фольга-папір-поліетилен** (*aluminum foil-paper*) – папір, з одного боку каширований алюмінієвою фольгою, з іншого – ламінований поліетиленом, який призначено для автоматичного

упакування харчових продуктів сублимаційного сушіння з подальшою їхньою стерилізацією.

**Функціональна властивість товару** (*functional property of goods*) – споживчі властивості товару, які визначають відповідність предмета вжитку цільового призначення.

### Х

**Харчова добавка** (*food addition*) – будь-яка речовина, яка зазвичай не вважається харчовим продуктом або його складником, але додається до харчового продукту з технологічною метою в процесі виробництва, та яка у результаті стає невід’ємною частиною продукту.

**ХАССП – НАССР** (Система аналізу ризиків та контролю (регулювання) у критичних точках) – система для ідентифікації, оцінки, аналізу та контролю ризиків, що є важливими для безпеки харчових продуктів.

**Хімічний дефект** (*chemical reject*) – дефект, який виражається у невідповідності хімічного складу товару вимогам щодо показників хімічних властивостей, встановлених нормативною документацією чи договором про постачання.

### Ш

**Штрихове кодування** (*bar coding*) – маркування, що складається з певної кількості штрихів різної довжини, ширини і цифр, розміщених на етикетці товару широкого вжитку для їх комп’ютерної ідентифікації, контролю за якістю і граничним терміном реалізації товару.

### Я

**Явний дефект** (*obvious defect*) – дефект, для виявлення якого в нормативній документації, обов’язковій для даного виду контролю, передбачено відповідні правила, методи та засоби.

**Якість продукції** (*quality of production*) – це сукупність властивостей, які відображають безпеку, новизну, довговічність, надійність, економічність, ергономічність, естетичність, екологічність продукції тощо, які надають їй здатність задовольняти споживача відповідно до її призначення.

**Ярлик** (*tag*) – виріб заданої форми, розмірів та матеріалу, який призначений для нанесення маркування та прикріплений до упаковки чи до продукції.



## ЛІТЕРАТУРА

1. ISO/TS 22002-1:2009 Програми–передумови для безпечності харчових продуктів. Частина 1. Харчова промисловість.
2. PAS 220:2008 - Програми-передумови харчової безпеки для харчових виробництв – стандарт, розроблений Британським інститутом стандартів.
3. ДСТУ 4161 – 2003 „Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги”. Національний стандарт України. Затверджено і надано чинності Держспоживстандартом від 7.04.2003 р. № 53. К.: Держспоживстандарт України, 2003. – 14 с.
4. ДСТУ 4161 – 2003 „Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги”. Національний стандарт України. Затверджено і надано чинності Держспоживстандартом від 7.04.2003 р. № 53. К.: Держспоживстандарт України, 2003 – 14 с.
5. ДСТУ 4161 – 2003 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги».
6. ДСТУ EN 45011-2001 Загальні вимоги до органів, які керують системами сертифікації продукції;
7. ДСТУ EN 45014-2001 Загальні критерії щодо декларації постачальника про відповідність.
8. ДСТУ ISO 14001: 1997. Системи управління навколишнім середовищем. Склад та опис елементів і настанови щодо їх застосування. Національний стандарт України. Надано чинності Держспоживстандартом з 01.01.1998 р. К.: Держспоживстандарт України, 2000 – 24 с.
9. ДСТУ ISO 14020: 1998 «Екологічні маркування та декларації. Загальні принципи».
10. ДСТУ ISO 14021: 2002. Екологічні маркування та декларації. Екологічні самодекларації. Екологічне маркування типу II. Національний стандарт України. Затверджено і надано чинності Держспоживстандартом від 18. 09.2002 р. № 513. К.: Держспоживстандарт України, 2004 – 24 с.
11. ДСТУ ISO 14024-2002 «Екологічні маркування та декларації. Екологічне маркування типу I. Принципи і процедури».
12. ДСТУ ISO 22005:2009 (ISO 22005:2007) Простежуваність у кормових та харчових ланцюгах – Загальні принципи та основні вимоги щодо розроблення та запровадження системи.



13. ДСТУ ISO 9001-2001 Системи управління якістю. Вимоги. Національний стандарт України. Затверджено і надано чинності Держспоживстандартом від 27.06.2001 р. № 317. К.: Держспоживстандарт України. – 2001 р., 24 с.
14. ДСТУ ISO/TR 14025: 2002. Екологічні маркування та декларації. Екологічні декларації типу III. Національний стандарт України. Затверджено і надано чинності Держспоживстандартом від 18.09.2002 р. № 513. К.: Держспоживстандарт України, 2004 - 24 с.
15. ДСТУ-Н ISO/TS 22004:2009 (ISO/TS 22004:2005) Системи управління безпечністю харчових продуктів – Настанова щодо застосування ISO 22000:2005.
16. Закон України «Про підтвердження відповідності» // Відомості Верховної Ради, 2001. – № 32. – с. 169.
17. Закон України «Про стандартизацію» // Відомості Верховної Ради. – 2001. – № 31. – с. 145.
18. Екологічний менеджмент: [підручник] / [Л.Ф. Кожушко, П.М. Скрипчук] – Київ : Видавничий центр „Академія”, 2007. – 432 с.
19. Зрезарцев М.П., Зрезарцев В.М., Параніч В.П. Товарознавство непродовольчих товарів. Навч. посібник. Центр учбової літератури, 2009. – 328 с.
20. Коломієць Т.М. та ін. Експертиза товарів: Підручник: у 2-х ч. / Т.М. Коломієць, Н.В. Притульська, О.Л. Романенко. – К.: Київ. Нац. торгово-економічний. ун-т, 2007. – Ч.1. – 370 с.
21. Концепція державної політики у сфері управління якістю продукції (товарів, робіт, послуг), затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 р. № 447-р. Офіційний вісник України. № 34, 2002. – С. 238-243.
22. Корніцька О. І. Екологічні та соціально-економічні передумови розвитку виробництва органічної продукції: Автореф. дис. ... кандидата с.-г. наук / Інститут агроекології УААН, Київ, 2009. – 21 с.
23. Перелік харчових добавок, дозволених для використання у харчових продуктах (затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 4 січня 1999 р. № 12.
24. Полікарпов І.С., Закусілов А.П. Ідентифікація товарів: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 344 с.



25. Пономарьов П.Х., Генетично модифікована продовольча сировина і харчові продукти, вироблені з її використанням: навч. посібник / П.Х. Пономарьов, І.В. Донцова – К.: Центр учбової літератури, 2009.

26. Про впровадження штрихового кодування товарів: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 травня 1996 р. №574// Галицькі контракти №117, 1996.

27. Про затвердження Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні (із змінами, внесеними згідно з Наказами Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики. Наказ Держспоживстандарту України від 01.02.2005 № 28. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 4 травня 2005 р. за N 466/10746.

28. Про затвердження переліку харчових добавок, дозволених для використання у харчових продуктах: Постанова Кабінету Міністрів України від 4 січня 1999 р. за №12 // Ваше здоров'я, № 5, 1999.

29. Про затвердження правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями: Постанова Кабінету Міністрів України від 30 липня 1996 року за № 854 // Основные правила торговли. Сборник, Харьков, 1997.

30. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11 липня 2003 року, №185. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 23 липня 2003 року, за № 628 - 7949.

31. Про затвердження Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики. Наказ від 28.10.2010 N 487. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 11 лютого 2011 р. за N 183/18921.

32. Про захист прав споживачів: Закон України від 15 грудня 1993 року за № 3682-ХІІ// Урядовий кур'єр, № 56.

33. Про молоко та молочні продукти: Закон України від 24 червня 2004 року № 1870 – ІV // Урядовий кур'єр, № 125 від 30 червня 2004 р.

34. Про стандартизацію: Закон України від 17 травня 2001 року за № 2408-ІІІ.// Стандартизація і якість, № 2, 2001.





35. Регламент комісії (ЄС) Т 889/2008 від 5 вересня 2008 р. «Детальні правила щодо органічного виробництва, маркування і контролю для впровадження Постанови Ради (ЄС) Т 834/2007 стосовно органічного виробництва і маркування органічних продуктів»
36. Рудацька Г.Б., Тищенко Є.В. Харчові концентрати: Підручник. – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2001.
37. Сирохман І.В., Завгородня В.М. Товарознавство пакувальних матеріалів і тари: Підручник.-К., видавництво ЦНДІ, 2005. – 614 с.
38. Сирохман І.В., Завгородня В.М. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення. Навч. Посібник.: Київ, 2009. – 544 с.
39. Сирохман І.В., Задорожний І.М., Пономарьов П.Х. Товарознавство продовольчих товарів. Підручник. — К.: Лібра, 2001.
40. Скрипчук П. М. Економічні аспекти екологічного маркування / П. М. Скрипчук // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 6. – с. 34-38.
41. Скрипчук П.М. Екологічна сертифікація в сфері природокористування: еколого-економічні засади розвитку: [монографія] / П.М. Скрипчук. – Рівне : НУВГП, 2011. – 358 с.
42. Скрипчук П.М. Екологічна сертифікація як інструмент виробництва та споживання екологічно чистої продукції / П.М. Скрипчук // Економіка України. 2006. – № 3. – С. 55-63.
43. Скрипчук П.М. Організаційно-економічні основи запровадження екологічної стандартизації і сертифікації: [монографія]/ П.М. Скрипчук. – Рівне : НУВГП, 2010. – 265 с.
44. Скрипчук П.М. Теоретико-методологічні основи формування системи екологічної стандартизації і сертифікації : [монографія] / П.М. Скрипчук. – Рівне : НУВГП, 2011. – 367 с.
45. Словник-довідник з екологічного менеджменту: [навчальний посібник] / [П.М. Скрипчук, Л.Ф. Кожушко, Т.П. Галушкіна, О.І. Скрипчук] – Рівне: НУВГП, 2009. – 356 с.
46. Титаренко Л.Д., Павлова В.А., Залигіна В.Д. Ідентифікація та фальсифікація продовольчих товарів: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006.



- Абсорбція, с. 23
- Адгезія, с. 22
- Адсорбція, с. 23
- Акт експертизи, с. 183
- Акцизна марка, с. 164
- Асортимент товарів, с. 29
- Асортиментна (видова) ідентифікація, с. 140
- Асортиментна експертиза, с. 203
- Безпека товару, с. 20
- Брак, с. 183
- Ветеринарне посвідчення, с. 184
- Виробниче маркування, с. 12, 155
- Вкладиші, с. 162
- Водяні знаки, с. 236
- Вторинна інформація, с. 127
- Галузеві стандарти України, с. 55
- Декларація про відповідність, с. 65
- Державна система стандартизації, с. 80
- Добровільна сертифікація, с. 67
- Додаткова експертиза, с. 188
- Документальна експертиза, с. 204
- Екологічна експертиза, с. 212
- Екологічне маркування, с. 178
- Екологічні знаки, с. 178
- Експертиза якості, с. 200
- Експлуатаційні документи, с. 195
- Експлуатаційні знаки, с. 175
- Захисні волокна, с. 236
- Захисні смужки, с. 236
- Знак відповідності, с. 173
- Ідентифікація, с. 137
- Інформаційні знаки, с. 172
- Кількісна характеристика товарів, с. 13
- Класифікатор, с. 35
- Класифікація товарів, с. 27
- Кодування, с. 33



- Кольєретки, с. 161
- Комплексна експертиза, с. 189
- Компонентні знаки, с. 174
- Контретикетки, с. 160
- Маніпуляційні знаки, с. 176
- Міжнародні стандарти, с. 58
- Національна система стандартизації України, с. 49
- Національні стандарти, с. 58
- Нормативний документ, с. 53
- Обов'язкова сертифікація, с. 67
- Повторна експертиза, с. 188
- Попереджувальні знаки, с. 177
- Посвідчення про якість, с. 193
- Протокол випробувань, с. 194
- Санітарна експертиза товарів, с. 209
- Санітарне посвідчення, с. 185
- Сертифікат відповідності, с. 64, 184
- Сертифікат якості, с. 184
- Система УкрСЕПРО, с. 100
- Споживчі властивості, с. 19
- Стандартизація, с. 51
- Тавро та штампи, с. 164
- Технічні умови, с. 55
- Товари виробничого призначення, с. 18
- Товарні знаки, с. 172
- Товарно-транспортна накладна, с. 194
- Товарознавство, с. 10
- Товарознавча експертиза, с. 182
- Товаросупровідні документи, с. 184
- Торгова марка, с. 173
- Фальсифікація, с. 224
- Функціональні властивості товару, с. 41
- Якісна (кваліметрична) ідентифікація, с. 140
- Ярлики й бирки, с. 162