РЕФЕРАТ

по дисциплине "Товароведение"

по теме: "Фальсификация товара и методы борьбы с ней"

Содержание

Введение

1. Фальсификация, как вид обмана покупателя

2. Виды фальсификации

3. Методы выявления фальсификации и защиты от нее

Заключение

Список использованных источников

## Введение

В последнее время к понятию "фальсификация", в основном, обращаются в связи с товарным оборотом, подразумевая фальсификацию и контрафакцию товаров или продукции. Имеются специальные работы, посвященные фальсификации продукции. Вместе с тем, многие вопросы фальсификации товаров не получили однозначного разрешения, а в последнее время приобрели особую актуальность. Это определяет актуальность данной работы.

Цель данной работы - изучить фальсификацию товаров, способы и методы ее выявления и предупреждения. На основании цели были поставлены следующие задачи:

Рассмотреть методы обмана покупателя и выделить среди них фальсификацию.

Проанализировать основные виды фальсификации.

Изучить методы выявления фальсификации и борьбы с ней.

Работа состоит из введения, трех глав и заключения.

## 1. Фальсификация, как вид обмана покупателя

Обман покупателя может осуществляться как продавцом, так и производителем товара или посредниками, осуществляющими доведение товара от производителя до продавца.

Обман покупателя продавцом состоит в следующем:

1. Количественный недовес или недолив товара.

2. Количественный обсчет покупателя в пределах одной валюты.

3. Качественный обсчет покупателя при преднамеренно неправильном переводе курса одной валюты в другую.

4. Качественная подмена одного товара другим.

5. Качественная замена определенной части товара другим, менее ценным.

6. Подделка информации о качестве реализуемого товара (письменная или устная).

7. Двойной обман за счет комбинации двух вышеперечисленных способов.

8. Комбинированный обман за счет комбинации трех и более вышеперечисленных способов.

Обман покупателя производителем товара состоит в следующем:

1. Количественный недовес или недолив товара в потребительскую упаковку или в изделие (например, вес батона хлеба ниже нормы, недолив растительного масла в бутылку и пр).

2. Качественная замена определенной части товара другим, менее ценным.

3. Качественная подделка натурального продукта другим, менее ценным.

4. Качественная подделка натурального продукта за счет применения ароматизаторов и/или красителей.

5. Качественная замена ингредиентов, предусмотренных рецептурой, другими, менее ценными.

6. Введение консервантов, антибиотиков, антиокислителей для продления срока хранения товара не предусмотренных стандартами.

7. Введение консервантов, антибиотиков, антиокислителей в больших количествах, чем предусмотрено гигиеническими нормами.

8. Непредставление покупателю информации об использовании в производстве товара генетически модифицированного сырья.

9. Неточное нанесение кодировки товара, данных о производителе и его реквизитах.

10. Двойной обман за счет комбинации двух вышеперечисленных способов.

11. Комбинированный обман за счет комбинации трех и более вышеперечисленных способов.

Обман покупателя посредническими фирмами и предприятиями состоит в следующем:

1. Информационная обработка покупателя через средства массовой информации о якобы более лучших свойствах данного товара по сравнению с другими.

2. Формирование неправильного представления покупателя о свойствах того или иного товара.

3. Широкое рекламирование низкокачественного товара с целью увеличения его сбыта.

4. Навязывание покупателю товаров, не пользующихся спросом.

Рассмотрим все эти способы обмана покупателя в общем виде. К количественным методам обмана покупателя относят следующие:

1. Обман при подсчете стоимости покупки - обсчет.

2. Обман при расчете с покупателем.

3. Обман при взвешивании или отмеривании товара - обвес.

Количественный обман - это, прежде всего, обман потребителя за счет значительных отклонений параметров товара (массы, объема, длины и т.п.), от предельно допустимых норм отклонений. В настоящее время в стандартах уже не указываются отклонения в ту или иную сторону. Регламентируются только допустимые отклонения в сторону уменьшения количественного показателя товара.

В практической деятельности этот вид фальсификации называют недовесом или обмером. Способы и средства этого обмана основаны на неточных измерениях с грубыми погрешностями всегда в сторону уменьшения количественных характеристик измеряемого объекта, а стоимостной расчет товара осуществляется за регламентированные или увеличенные количественные показатели.

При количественном обмане используют:

поддельные средства измерений (гири, метры, измерительную посуду);

неточные измерительные технические устройства (весы, приборы и т.п.) или измерительные устройства с более низкой чувствительностью;

специальные приемы и/или психологическое воздействие на покупателя;

неправильное измерение товара.

Обсчет покупателя - наиболее доходная и не требующая больших затрат энергии операция для продавца. Подсчитывая в уме, продавец легко может к полученной сумме добавить несколько рублей или десятков рублей в зависимости от стоимости покупки.

К качественным методам обмана покупателя относятся:

1. Обман за счет продажи товара с истекшим сроком хранения.

2. Обман за счет продажи товара с дефектом, известному продавцу.

3. Обман за счет продажи товара с дефектами, неизвестными продавцу.

4. Обман за счет продажи некачественного товара, качество которого известно для продавца.

5. Обман за счет продажи некачественного товара, качество которого неизвестно для продавца.

6. Обман за счет продажи физиологически опасного товара, свойства которого известны для продавца.

7. Обман за счет продажи физиологически опасного товара, свойства которого неизвестны для продавца.

8. Обман за счет продажи фальсифицированного товара, качество которого известно для продавца.

9. Обман за счет продажи фальсифицированного товара, качество которого неизвестно для продавца.

Фальсификация (от лат. falsifico - подделываю) - действия, направленные на обман покупателя и/или потребителя путем подделки объекта купли-продажи с корыстной целью. Поэтому фальсификация, в широком понимании, может рассматриваться как действия, направленные на ухудшение тех или иных потребительских свойств товара или уменьшение его количества при сохранении наиболее характерных показателей, но не являющиеся существенными для потребителя.

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

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

Российские архивные документы свидетельствуют о том, что вопрос об обмане покупателя и продаже поддельных (фальсифицированных) товаров у нас в России был известен давно, и были приняты целый ряд законов для защиты потребителей. Так, в правление Петра I был принят ряд указов о торговле пищевыми товарами на рынках столицы. Сенатский указ от 18 сентября 1713 г. предписывал: "В мясных рядах скотину бить и продавать по-прежнему здоровую, а ежели у кого явится больная, то такой не бить и не продавать и смотреть крепко, чтобы тайно того мясники не делали".

В указе 1718 г. запрещалась продажа "нездорового съестного харча и мертвечины" и устанавливались жесткие меры наказания: "за первую вину будет бит кнутом, за вторую - сослан на каторгу, за третью - учинена будет смертная казнь".

В указе 1722 г. предписывалось "несвежее мясо бросать собакам или велеть закапывать в землю в особливых местах, а ежели у кого для продажи явится какая мертвечина и за то таковых бить кнутом и, вырезав ноздри, ссылать на каторгу на урочные годы". Надзор за качеством продукции был возложен на полицию. Указами Сената (1756 г) определялись права полиции, которая должна была следить также за ценами на пищевые продукты на рынках. "Пристав должен посещать рынки своей части, и буде усмотрит жалобу или дороговизну, то о том, чего сам исправить не может, предлагать управе".

Однако, несмотря на тяжесть наказаний, создание учреждений в помощь полиции и специальных служб, осуществляющих надзор за обманом покупателя и продажей поддельной продукции, проблема с фальсификацией пищевых продуктов оставалась острой и в середине XVIII века, и в начале Х1Х века. Свидетельством этому служит принятие указов, датированных 1837, 1841, 1861, 1866 гг. Так, согласно Уставу о наказаниях, налагаемых мировыми судьями (1855 г), устанавливался штраф до 100 рублей на виновных за "приготовленные к продаже или продажу съестных припасов или напитков, вредных для здоровья или испортившихся, а равно подделку посуды из вредных для здоровья материалов" или предусматривался арест сроком до одного месяца.

В законе от 12 мая 1890 г. к приготовлению для продажи и к самой продаже было приравнено хранение фальсифицированных товаров в торговых и промышленных помещениях. Были увеличены наказания: штраф - до 300 рублей и арест - до 3 месяцев.

Среди поддельных пищевых продуктов, которые упоминались в законодательстве, были хлеб, мясо (1845 г), коровье масло, жиры (1891 г). В дальнейшем список пополнили подделки пчелиного меда, кофе, молока, муки, пива, сахарина, чая, суррогаты женского молока и др.

В начале XX века в России вновь поднимается вопрос о фальсификации продуктов. Профессор П.Е. Таиров, располагая информацией о фальсификациях виноградного вина, обратился к ведущим ученым страны с предложением высказать свое мнение о подделках, с которыми они встречаются по роду своей деятельности. На основе присланных материалов, В.Е. Таиров разработал проект закона "О фальсификации пищевых продуктов"[[1]](#footnote-1) Однако этот закон принят не был.

С приходом Советской власти и установления государственной монополии на производство пищевых продуктов закона о защите потребителя от фальсифицированной продукции не существовало. Да это и понятно. Не могло же само государство уличать себя в подделке тех или иных пищевых продуктов. Поэтому слово фальсификация со временем вообще исчезло из законодательных актов, а вот обман покупателя за счет обвеса, обмера и обсчета по-прежнему сурово карался.

В то же время производство поддельных (фальсифицированных) продуктов было организовано в массовом масштабе, а доходы от реализации фальсифицированных товаров поступали в доход государства.

Рассмотрим некоторые из них. В индийский чай, расфасованный в СССР, всегда добавлялся грузинский чай низших сортов в количестве до 45% в зависимости от сорта. В молотый жареный кофе высшего сорта всегда добавлялся жареный цикорий в количестве 20%, в 1 сорт - 20% цикория и 20% жареных винных ягод.

Было организовано производство шампанского (хотя этот французский напиток и создан был во французском департаменте Шампань) без выкупа лицензии на право его производства. Однако наши поддельщики пошли еще дальше. Если вначале выпускали для покупателей Советское шампанское, по технологии, приближенной к французской, то затем разработали так называемый резервуарный (акротофорный) способ, по которому шампанское формируется не в каждой отдельной бутылке, а в большом чане под давлением, а затем только разливалось по бутылкам.

Также было организовано производство коньяков (без выкупа лицензии у Франции на право его производства), вначале по классической технологии созревания коньячных спиртов в дубовых бочках. Затем была разработана ускоренная технология созревания коньячных спиртов в эмалированных емкостях с добавлением дубовой стружки. Это наглядные примеры двойной фальсификации одного товара.

Профессору Несмеянову, за разработку подделки - "искусственной черной икры для бедных" из желатина, ароматизированной селедочным тузлуком, присвоили звание академика и выдали Государственную премию.

За десять лет формирования рыночных отношений, когда фальсификация пищевых продуктов приняла угрожающих объемов, наша Государственная дума сформулировала понятие о фальсификации, но о принятии соответствующего закона пока речь не идет.

В действующем законодательстве Российской Федерации (за исключением Федерального закона РФ "О качестве и безопасности пищевых продуктов", в котором дано определение фальсифицированным пищевым продуктам, материалам и изделиям) напрямую не говорится о таком виде правонарушений, как фальсификация товаров, хотя ответственность за ее последствия предусматривается.

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации "О качестве и безопасности пищевых продуктов" фальсифицированные пищевые продукты, материалы и изделия - пищевые продукты, материалы и изделия, умышленно измененные (поддельные) и (или) имеющие скрытые свойства и качество, информация о которых является заведомо неполной или недостоверной.

## 2. Виды фальсификации

Фальсификации подвергаются не только товары, но и товаросопроводительные документы, сертификаты качества, безопасности, страны происхождения, товарные знаки и так далее.

При фальсификации товаров обычно подвергается подделке подлинности одна или несколько характеристик товара. Поэтому различают следующие виды фальсификации товаров:

ассортиментная (видовая):

качественная;

количественная;

стоимостная;

информационная;

комплексная.

Каждый вид фальсификации имеет свои характерные способы подделки подлинных товаров, а при комплексной - сочетание различных двух, трех или всех пяти видов. Естественно, что при комплексной фальсификации необходимо устанавливать значимость каждого отдельного вида на подделку товара в целом.

При ассортиментной фальсификации подделка осуществляется путем полной его замены другим сортом, видом или наименованием с сохранением сходства одного или нескольких признаков.

Для ассортиментной фальсификации той или иной группы товаров необходимы следующие условия:

1. Наличие в продаже товаров других групп, близких по потребительским свойствам и некоторым показателям качества.

2. Подразделение качества товара на сорта.

3. Производство и реализация имитаторов данной группы товаров.

4. Производство и реализация товаров, отличающиеся по показателям качества и наличию дефектов.

5. Унификация упаковки, используемой для разных групп товаров.

В зависимости от используемых средств фальсификации, схожести свойств заменителя и фальсифицируемого продукта различают следующие способы фальсификации:

пересортица;

замена высококачественного продукта низкоценным заменителем, имеющего сходные признаки;

подмена натурального продукта имитатором.

Все заменители, применяемые при ассортиментной фальсификации, подразделяют на две группы: пищевые и непищевые.

К ассортиментной фальсификации, прежде всего, относят пересортицу товаров. Это одна из наиболее широко распространенных разновидностей ассортиментной фальсификации.

Пересортица - действия, направленные на обман получателя и/или потребителя путем замены товаров высших сортов низшими.

Яркими примерами пересортицы являются: замена муки высшего сорта на первый; муки ржаной сеяной на обдирную; замена яиц 1 категории на яйца 2 категории; мяса высшего сорта на 1 сорт и т.п.

Качественная фальсификация - подделка подлинных товаров с помощью различного рода пищевых или непищевых добавок или нарушений рецептур для изменения качественных показателей органолептических и других свойств продуктов.

Объектами данного вида фальсификации служат пищевые продукты с различными добавками или нарушенными рецептурами.

Для качественной фальсификации той или иной группы товаров в РФ необходимы следующие условия:

1. Наличие в продаже различных пищевых красителей, ароматизаторов, замутнителей, загустителей, антиокислителей, консервантов, и др. компонентов.

2. Действие законодательных нормативов по применению различных пищевых добавок в продовольственные товары.

3. Отсутствие надежного контроля за уровнем внесения тех или иных добавок.

4. Отсутствие и бездействие законов по информационному оболваниванию населения и распространению заведомо ложной информации о свойствах товара.

В зависимости от используемых средств фальсификации, степени введения заменителя и нарушения рецептурного состава фальсифицируемого продукта различают следующие способы фальсификации:

добавление воды; введение более дешевых компонентов за счет более дорогостоящих;

частичная замена натурального продукта имитатором; добавление или полная замена продукта чужеродными добавками;

введение различных пищевых добавок;

частичная или полная замена продукта пищевыми отходами;

повышенное содержание допустимых нормативно-технической документацией некачественной продукции или компонентов;

введение консервантов, антиокислителей и антибиотиков без их указаний на маркировке товара.

Все добавки и компоненты, используемые при качественной фальсификации, подразделяют на две группы: пищевые и непищевые. В свою очередь пищевые добавки подразделяют на: допустимые для здорового человека; допустимые для детей; допустимые при тех или иных заболеваниях.

Количественная фальсификация - это обман потребителя за счет значительных отклонений параметров товара (массы, объема, длины и т.п.), от предельно допустимых норм отклонений. В настоящее время в стандартах уже не указываются отклонения в ту или иную сторону. Регламентируются только допустимые отклонения в сторону уменьшения количественного показателя товара.

Количественная фальсификация осуществляется, как правило, на стадии производства - при фасовке товаров, розливе напитков или на предприятиях торговли, массового питания при отпуске потребителю.

Стоимостная фальсификация - обман потребителя путем реализации низкокачественных товаров по ценам высококачественных или товаров с меньшими количественными характеристиками по цене товаров с большими количественными показателями.

Этот вид фальсификации является самым распространенным, так как совмещает в себе и другие ее виды (ассортиментную, количественную и др.). Более того, именно стоимостная фальсификация и является главной целью корыстного обмана потребителей, так как позволяет получить незаконный доход путем незаконного повышения стоимости товара.

В условиях рыночной экономики, одной из характерных черт которой являются свободные цены, регулируемые только конкуренцией между отдельными производителями, стоимостная фальсификация может использоваться либо для реализации фальсифицированной низкокачественной продукции или даже опасных товаров, либо в целях ценовой конкуренции, в частности для формирования потребительских предпочтений к данному товару с помощью демпинговых цен.

Информационная фальсификация - обман потребителя с помощью неточной или искаженной (ложной) информации о составе и/или свойствах товара.

Данный вид фальсификации осуществляется путем искажения информации в товарно-сопроводительных документах, сертификате, маркировке и рекламе. Рассмотренные ранее другие виды фальсификации в большинстве случаев дополняются и информационной фальсификацией о составе и свойствах товара. В противном случае фальсификация легко выявляется.

Искаженная или неточная информация о составе и свойствах товара служит основанием считать подделку натурального продукта фальсифицированным товаром. Так, к фальсифицированному продукту относится белковая икра, если на маркировке или в товарно-сопроводительных документах, или на ценнике указывается наименование "Икра черная". Если же везде будет написано правильное название данного продукта - "Белковая икра", то обвинение в фальсификации снимается.

В практике работы торговых предприятий известны случаи, когда покупатели обращаются с жалобой на реализацию им фальсифицированных пищевых продуктов, например мясорастительной колбасы, однако при внимательном рассмотрении жалоб такого рода показывает, что признаки фальсификации отсутствуют, так как на маркировке товара полностью указаны состав продукта и его назначение.

Способы доведения информации о составе и свойствах товара до потребителя в настоящее время регламентируются законом "О защите прав потребителя" где указывается, на какой товар или группу товаров должна находиться та или иная маркировка. Не указание маркировки товара в соответствии с данным законом может служить основанием для установления информационной фальсификации и отнесения данного товара к фальсификату. До сих пор не всегда наносится, в соответствии с законом "О защите прав потребителя", соответствующая маркировка на хлеб и хлебобулочные изделия, некоторые кондитерские товары, рыбные и мясные товары.

При информационной фальсификации товара искажаются или указываются неточно следующие данные:

наименование товара и его логотип;

страна происхождения товара;

фирма-изготовитель товара и его почтовый адрес;

количество товара;

состав продукта;

условия и сроки хранения.

Чаще всего не указывается или указывается неправильно страна происхождения товара, а также фальсифицируется штриховой код. На российский рынок поступает значительное количество отечественных фальсифицированных товаров, а также импортных без указания страны происхождения и фирм изготовителя.

Одной из разновидностей информационной фальсификации товара является фальсификация с помощью упаковки, чаще всего производственной и потребительской.

Упаковка - составная часть товара, определяющая внешний вид упакованной продукции. Идентифицирующие функции присуще упаковке в меньшей степени, чем маркировке. Ее основной функцией является предохранение товара от потерь, а окружающей среды - от загрязнения. Однако привлекательная по внешнему оформлению упаковка может придать неповторимый вид товару, служить для целей идентификации товара потребителем, в результате чего создаются потребительские предпочтения. Например, оригинальные по форме и окраске керамические бутылки Рижского бальзама, бутылки водки "Смирнофф" с выпуклым изображением российской короны легко узнаваемы и служат для потребителя важным отличительным признаком.

Объектом фальсификации является именно привлекательная по внешнему виду упаковка, имитирующая продукт высокого качества, хотя содержимое упаковки чаще всего оказывается фальсифицированным.

Фальсифицируют не только маркировку и упаковку, но и товарно-сопроводительные документы, причем наиболее часто подделывают накладные и сертификаты.

В товарно-транспортных накладных на фальсифицированные товары чаще всего подделывается наименование товара, довольно часто - название изготовителя и количество товара (количественная фальсификация). Обнаружить подделку этих реквизитов в накладной можно только идентификацией товара на ассортиментную принадлежность и происхождение, а также количественным измерением всей товарной партии (перевешиванием, пересчетом, обмериванием).

В последнее время очень распространенным видом фальсификации документов стала подделка сертификатов. При инспекционном контроле в ряде случаев обнаруживается до 50% фальшивых сертификатов, подлежащих аннулированию.

Существуют несколько способов подделки сертификатов:

подделка сертификата с использованием подлинного бланка установленной формы и внесением всех реквизитов фальсифицированного или не прошедшего сертификационные испытания товара, при этом используются фальшивые печати органов по сертификации;

подделка подлинной копии сертификата с подлинными печатями путем удаления некоторых записей (наименования фирмы-изготовителя или посредника, срока действия, даты выдачи и др.) и внесения новых реквизитов, характеризующих фальсифицированный товар;

отбор образцов для проведения сертификации из других партий с аналогичными наименованиями товара и изготовителя, под который подделывается фальсификат, при этом фальсификаторы получают подлинные сертификаты;

выдача подлинных сертификатов органом по сертификации, который перед проведением испытаний для подтверждения безопасности не провел идентификацию товара на подлинность и принадлежность к конкретной товарной партии.

Причины распространения фальсификации сертификатов кроются в несовершенстве механизма сертификации и формы сертификата, так как на современном этапе развития сертификации практически применяются две ее формы:

1) по заявлениям-декларациям, когда возможна подделка результатов испытаний изготовителем;

2) по правилам системы сертификации ГОСТ Р по первой схеме, когда образцы от товарных партий отбирает заявитель (изготовитель или продавец), а не третья сторона (орган по сертификации, испытательная лаборатория). В последнем случае возможна фальсификация образцов.

Широкие возможности для фальсификации открывает и несовершенство системы сертификации ГОСТ Р установленной формы. В Российской Федерации сертификаты соответствия выдаются не на конкретную партию товара, а на изделия, которые будут изготовлены в течение ближайших несколько лет. Таким образом, сертификат соответствия не гарантирует качество той или иной партии товара, а гарантирует соответствие такого товара, который когда-то будет произведен. Поэтому для квалифицированных специалистов сертификат соответствия не несет никакой информации о качестве данной партии товара и если раньше в приложениях к сертификату можно было выявить хотя бы по каким показателям проводились испытания товара, то теперь и этой информации получить нельзя. В настоящее время сертификат соответствия, по своей информативности, предназначен только для различного рода контролирующих органов, но не для высококвалифицированных специалистов. Одна из причин широкого распространения подобной фальсификации - высокие цены на сертификационные услуги, причем порядок определения этих цен отдан на откуп органам по сертификации. Иногда цена услуги определяется как определенный процент от стоимости партии. По мнению многих специалистов, это неверно, так как затраты на проведение испытаний мало зависят от размера партии. Конечная проба для проведения испытания для каждого показателя определяется методикой, а не размером партии. Дополнительные затраты на отбор образцов из крупной товарной партии могут быть включены в стоимость сертификационных услуг, если отбор образцов производится третьей стороной. В целом система сертификации в РФ в принципе не может противостоять распространению фальсификации продовольственных товаров и в условиях перехода России в ВТО необходимо развивать сеть независимых лабораторий по сертификации каждой партии товара.

Мы рассмотрели наиболее распространенные отдельные виды фальсификации и ее способы, однако на практике чаще сталкиваешься с комплексной фальсификацией товаров.

Комплексная фальсификация товаров включает в себя два или более отдельных видов подделок товара.

В зависимости от места формирования фальсификата она бывает:

технологическая;

предреализационная.

При технологической фальсификации подделка товаров осуществляется в процессе технологического цикла производства. Наглядным примером такой фальсификации могут служить приготовлении водок, вин, ликероводочных изделий с использование технического спирта, добавление различного немясного сырья в колбасные изделия и т.п. Также к технологической относится фальсификация путем введения различных пищевых добавок без их указания при маркировке и т.п.

При предреализационной фальсификации подделка товаров происходит при подготовке их к продаже или при отпуске потребителю. Это, например: реализация маргарина, выдаваемого за сливочное масло; замена этикеток на низкоценных консервах этикетками с наименованием высокоценных; отпуск мяса низших категорий и сортов по цене и с указанием более высоких градаций. В этом случае применяются уже указанные ранее способы фальсификации (использование заменителей, добавок, дефектной продукции, недовес и т.п.).

## 3. Методы выявления фальсификации и защиты от нее

Для того чтобы определить является ли исследуемый объект фальсифицированным, необходимо решить диагностическую задачу, в частности, ответить на вопрос: соответствует (не соответствует) идентифицируемый объект обязательным требованиям, предъявляемым к объекту. Если не соответствует, то в чем причина этого отклонения?

Для того чтобы решить эту задачу, необходимо иметь, как минимум, в стандарте описание и значение показателей характеристик продукции, методики и средства испытания продукции. Не каждый стандарт имеет описание существенных свойств продукции в качестве обязательных. В связи с тем, что законом "О сертификации" регламентируется деятельность по обязательной сертификации продукции на безопасность, в качестве обязательного свойства выступает безопасность продукции. Однако продукция может быть безопасной, но фальсифицированной.

В условиях рынка товарный знак, информационные и другие нематериальные свойства товаров сами стали товаром, поэтому материализация товарного знака в виде нанесения этого знака на товар без разрешения рассматривается как его фальсификация.

Смысл экспертного исследования объекта в этом случае заключается в решении диагностической задачи с целью определения соответствует (не соответствует) исследуемый объект требованиям, предъявляемым к фирменным товарам, то есть товарам с зарегистрированным товарным знаком и фирменным наименованием.

Фирменные коммерческие наименования составляют еще одну группу объектов промышленной собственности. Фирменные наименования обычно служат для распознавания фирм, выделения их среди других. Если товарный знак позволяет отличить товары и услуги фирм, то фирменное наименование указывает на фирму без какой-либо ссылки на поставляемые ей на рынок товары или услуги и характеризует репутацию и положение фирмы. Поэтому фирменное наименование регистрируется и охраняется, что позволяет применять юридические меры против незаконного использования фирменного наименования, которое может дезориентировать или ввести в заблуждение потребителей. В данной ситуации исследуемый объект может отвечать обязательным требованиям стандарта, обязательным сертификационным требованиям по безопасности, но не отвечать фирменным требованиям по упаковке, этикетке, товарному знаку. Ситуацию можно усложнить, то есть, возможно, что все данные свойства товара удовлетворяют требованиям, но на товаре отсутствует идентификационный номер или он не отвечает требованиям. Многие виды товаров снабжают идентификационным номером. Исследование места, где наносят идентификационный номер, может дать ответ на следующие вопросы: есть ли номер (встречается неучтенная продукция без номера), нанесен ли номер в соответствии с фирменными требованиями или был изменен.

При экспертизе импортных товаров на предмет фальсификации, возникают свои трудности, в частности, когда завозится товар, неизвестный в России, и, при этом, на этот вид товара нет стандарта. В этих случаях эксперты руководствуются товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности, в которой приведены укрупненные критерии для классификации товаров. Однако отсутствие фирменных материалов на товар сильно затрудняет работу экспертов. Таким образом, любая фальсификация продукции (товаров) предполагает подделку одного или нескольких основных (существенных) их свойств путем замены, искажения или сокрытия этих свойств.

При проведении мероприятий по выявлению фальсификации товаров используют следующие группы методов:

органолептические;

регистрационные;

расчетные;

измерительные;

экспертные.

Органолептический метод основан на определении показателей с помощью органов чувств человека: зрения, обоняния, слуха, осязания, вкуса. Показатели выражаются в баллах. Метод прост, доступен, но недостаточно объективен. Широко используется в практике торговли.

Регистрационный метод основан на наблюдении и подсчете числа определенных предметов, событий, случаев, затрат, явлений.

Расчетный метод основывается на определении показателей качества расчетным путем, т.е. с помощью математических формул с использованием других показателей, полученных иными методами.

Измерительный метод является наиболее объективным, дающим наиболее точные результаты. Показатели определяются с помощью технических средств измерения. Этот метод требует высокой квалификации работников, проводящих измерения, и значительных материальных затрат и времени. Перспективными направлениями этого метода являются ускоренные экспресс-методы и методы неразрушающего контроля.

Экспертный метод основан на определении показателей путем обобщения мнений группы квалифицированных специалистов-экспертов в количестве 7-12 человек. Показатели обычно выражаются в баллах.

Основным методом защиты товаров от фальсификации является информационная защита товаров.

Говоря об информационной защите товара, нужно помнить, что это комплексная задача, состоящая из двух направлений.

Первое - защита от подделки самой упаковки. На сегодняшний день полиграфия высокого качества становится доступной широкому кругу заказчиков. Все более сильным становится соблазн скопировать упаковку известной торговой марки и наполнить ее сомнительным содержимым. Фирмы-производители, дорожащие репутацией, вынуждены выделять средства на постоянное усложнение упаковки для своей продукции или заказывать защитные наклейки, например, идентификационные марки для алкоголя.

Использование этикеток в качестве средства защиты товаров - сравнительно недорогой способ. Дело в том, что любой товар должен быть упакован и снабжен этикеткой. В случае, если использовать не обычную наклейку, а этикетку, обладающую одним из описанных ниже способов защиты, затраты на производство увеличатся только на разницу в стоимости материалов. При этом этикетка станет не только средством идентификации товара, но и средством его защиты от фальсификации.

Можно выделить три основные группы информационной защиты:

Объявленные защиты.

Сертифицированные защиты.

Скрытые защиты.

Объявленные защиты должны быть визуально контролируемы без применения специальной аппаратной базы. Эта группа защит в первую очередь рассчитана на неподготовленного пользователя. Объявленные способы защиты предотвращают простейшие подделки, переключая внимание злоумышленников на более легкую добычу.

К сожалению, применение открытых защит методом сигнальных линий в отечественной практике в отличие от зарубежной пока достаточно мало распространено. Однако интерес к такой форме защиты постоянно растет. Можно привести в пример сертификаты происхождения товаров, выдаваемые региональными сертификационными центрами.

Сертифицированные средства защиты - это комплекс технических мер от фальсификации, применение которых известно только участникам контролируемого окружения обращения продукции. Наличие и описание таких защитных мер, равно как и метод их идентификации, описаны в сертификате защищенности продукта (сертификат качества), передаваемом производителем организатору обращения (заказчику) вместе с тиражом продукции.

Следовательно, эта форма комплексных мер дополняет группу объявленных защит, формируя второй уровень контроля подлинности в процессе обращения. То, что данные защиты не объявляются, отнюдь не означает, что они не могут быть обнаружены потенциальным фальсификатором. Однако на это потребуются время и определенные затраты. Естественно, предполагается, что данные сертификата защищенности продукции, выданного заказчику изготовителем, составляют объект коммерческой тайны для всех организаторов обращения продукта, допущенных к информации о наличии сертифицированных способов защиты.

Скрытые защиты применяются производителем защищенного полиграфического продукта без описания их заказчику или организатору обращения продукта. Предполагается, что эти технологические меры могут быть идентифицированы только в условиях профессионального окружения: в экспертных лабораториях и оборудованных сертификационных центрах. Информирование об их наличии заказчика, лишено смысла из-за технической невозможности последним идентифицировать продукцию. Применение этой формы защит наиболее целесообразно для документарной группы изделий, хотя оно может быть использовано и для менее ответственных изделий. Скрытые защиты, как и соответствующий им третий уровень контроля подлинности, практически исключают проникновение в обращение подделки.

При проведении информационной защиты применяются следующие группы методов:

Визуальный и сенсорный контроль, осуществляемый без применения специальной аппаратуры, доступный в любых оперативных условиях неподготовленному пользователю. Главным образом этот уровень соответствует объявленным защитам.

Низкотехнологичный приборный контроль предполагает использование простейших общедоступных приборов контроля (увеличительные приборы, УФ лампы, инфракрасные и токопроводящие ручные тестеры).

Высокотехнологичный приборный контроль предполагает, помимо узкоспециальной аппаратуры, достаточно высокий уровень компетентности и подготовленности пользователя.

Профессиональный технологический контроль независимо от того, используется ли приборный или только визуальный контроль подлинности, и предполагает профессиональную технологическую подготовку пользователя.

Лабораторный контроль подлинности предполагает высокотехнологический экспертный инструментарий в сочетании с компетентностью профессионального эксперта.

Необходимо отметить, что самое распространенное заблуждение при выборе форм защиты - это выбор какой-либо одной формы или метода. Успех заключается именно в оптимальном использовании комбинации всех трех форм и применении нескольких методов. Только тогда изделие может считаться полноценно защищенным от злоупотреблений.

## Заключение

На основании проведенной работы можно сделать следующие выводы:

Существуют количественные и качественные методы обмана покупателя. Фальсификация принадлежит к группе качественных методов.

Фальсификация, в широком понимании, может рассматриваться как действия, направленные на ухудшение тех или иных потребительских свойств товара или уменьшение его количества при сохранении наиболее характерных показателей, но не являющиеся существенными для потребителя. Фальсификации подвергаются не только товары, но также и товаросопроводительные документы, сертификаты качества, безопасности, страны происхождения, товарные знаки.

Существуют следующие виды фальсификации товаров:

ассортиментная (видовая):

качественная;

количественная;

стоимостная;

информационная;

комплексная.

При проведении экспертизы на предмет фальсификации необходимо выявить соответствие или несоответствие исследуемого объекта существующим нормам и стандартам. В случае исследования товарного знака необходимо выявить соответствует или не соответствует исследуемый объект требованиям, предъявляемым к фирменным товарам. При исследовании импортных товаров на предмет фальсификации, в случае отсутствия стандартов, руководствуются товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности, в которой приведены укрупненные критерии для классификации товаров.

При защите товара от фальсификации в первую очередь используется информационная защита, в которую входят защита от подделки упаковки, этикетки, товарного знака.

## Список использованных источников

1. Закон РФ "О защите прав потребителей" от 7.02.92 №2300-1.
2. Федеральный закон РФ "О качестве и безопасности пищевых продуктов" от 02.01.00 №29-ФЗ.
3. Материалы по вопросу о фальсификации пищевых продуктов. СПб., 1901; Частный проект законов по инициативе В.Е. Таирова. Одесса: Вестник виноделия, 1901.
4. Николаева М.А., Лычников Д.С., Неверов А.Н. Идентификация и фальсификация пищевых продуктов. М.: 1996.
5. Парамонова Т.Н. Экспресс-методы оценки качества продовольственных товаров. М.: 1988.
6. Пономарева В.Е. Идентификация и фальсификация пищевых продуктов: Сборник ситуационных задач. Белгород: Изд-во БУПК, 200.
7. Хлебников В.И. Технология товаров (продовольственных). М.: 2000.
8. Чепурной И.П. Идентификация и фальсификация товаров. М.: 2002.

1. Материалы по вопросу о фальсификации пищевых продуктов. СПб., 1901; Частный проект законов по инициативе В.Е.Таирова. Одесса: Вестник виноделия, 1901. [↑](#footnote-ref-1)