

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ

На сучасному етапі ринок товарів України розвивається дуже стрімко, тому ідентифікація товарів посідає дуже важливу роль при оцінці якості та визначення їх відповідності базовій моделі (зразку) або вимогам, які зазначені в нормативній або іншій документації.

Серед безлічі варіантів визначення поняття ідентифікації, найбільш точно надано в Законі України «Про безпечність та якість харчових продуктів»: «Ідентифікація – процедура підтвердження відповідності органолептичних, біологічних, фізичних і хімічних параметрів і властивостей, специфічних для даного виду харчового продукту, тим параметрам і властивостям, які зазначаються при етикетуванні цього харчового продукту, а також процедура підтвердження загально визначеної назви даного виду продукції, торговельної марки та/або комерційного (фірмового) найменування».

Таким чином мета ідентифікації – визначати та підтверджувати автентичність конкретного виду і найменування товару, а також відповідності певним вимогам або інформації про нього, зазначеної на маркуванні або відповідних документах.

Ідентифікацію вважають інструментом визначення фальсифікації, адже вона захищає споживача від придбання неякісних та невідповідних товарів від несумлінного виробника або ж постачальника. За її допомогою, внаслідок визначення асортиментної приналежності та походження, а також кількісним вимірюванням усієї товарної партії (переважуванням, перерахунком) можна виявити фальсифіковані маркування й упаковку, а також документи.

За допомогою навчально-методичної та наукової літератури можна встановити чотири види ідентифікації, серед яких:

- споживча (використовується з метою встановлення можливостей використання товару відповідно до його призначення та функціональних властивостей);
- асортиментна або ж видова (встановлення відповідності певного товару його конкретній асортиментній характеристиці, тобто сукупності видових властивостей і ознак, які визначають функціональне призначення товару та принципові розбіжності між ним і товарами інших асортиментних груп);

– якісна або ж кваліметрична (встановлення відповідності вимогам якості, котрі вказані у нормативних документах);

– товарно-партійна (відповідає за встановлення належності представленої частини товару (об'єднаної проби, середнього зразка або одиничних екземплярів) до конкретної товарної партії).

Під час проведення ідентифікації використовують безліч засобів. Міжнародні стандарти ISO зазначають, що ними є нормативні (стандарти, ТУ) і технічні (креслення) документи, котрі вказують показники якості, які можуть бути використані для цілей ідентифікації, а також інші документи, серед яких накладні, сертифікати та посібники з експлуатації. Варто зазначити, що маркування та штрих-код є одними із найважливіших таких засобів, адже містять практично усю інформацію, яку в подальшому використовуватимуть з метою ідентифікації.

Серед основних методів ідентифікації товарів визначають:

– аналітичні або аналіз документів (визначають відповідність товару вимогам нормативної, технічної та іншої документації за визначеними показниками);

– експертні (товарознавча експертизи, котра здійснюється на основі рішення, прийнятого експертами, та ґрунтується на визначенні показників за встановленими критеріями групою експертів);

– органолептичні (визначення значень показників відповідності товару встановленим критеріям за допомогою органів чуттів людини, під час такого методу визначають зовнішній вигляд, консистенцію, прозорість, форму, колір, тощо);

– вимірювальні або фізико-хімічні (використовуються для встановлення дійсних значень властивостей товарів за визначеними показниками; до них належать хроматографічний, рефрактометричний, спектральний, фотоелектрометричний методи);

– експрес-методи (за допомогою даного методу інформацію про показники якості товару отримують за значно коротший термін, аніж за звичайних методів).

У кінцевому результаті ідентифікації встановлюється достовірність товару, або виявлення його невідповідності вимогам, що регламентуються нормативними документами, ТУ або договором. Дані результати мають вирішальне значення для визначення подальшої долі товару на ринку.

Отже, підсумовуючи усе вищесказане, можна зробити висновок, що правильно проведена ідентифікація товарів дає змогу виявити та ліквідувати невідповідну продукцію на шляху до споживача. Вона дозволяє підвищити

якість товарної продукції, забезпечити прозорість транскордонного переміщення та прискорити процес купівлі-продажу товарів.

Використані джерела:

1. Про внесення змін до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини»: Закон України від 06.09.2005 р. № 2809-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2809-15#Text>

2. Данько Т.І., Яворська Н.П. Ідентифікація товарів: сутність та основні товарознавчі аспекти. *Економіка і суспільство*. 2017. С. 391-395. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-9-2017.pdf>

3. Павлов В.І., Акімова Л.А. Формування системи ідентифікації товарів в Україні: монографія. Рівне: НУВГП, 2013. С. 22-36. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/6017/1/1%20%D0%90%D0%BA%D1%96%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9F%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%BE%D0%B2%20%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F.pdf>

Куцик Соломія

Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри
підприємництва і торгівлі ЗУНУ Волошин Р.В.)

ОЦІНЮВАННЯ АСОРТИМЕНТУ СТАЙЛЕРІВ ДЛЯ ВОЛОССЯ

У сучасному світі є багато варіантів як можна гарно вкласти своє волосся. Не обов'язково звертатися за допомогою до спеціалістів в салони краси. Укладку можна зробити вдома, маючи декілька інструментів для вкладання та приклавши трішки зусиль.

Серед безліч різноманітних помічників можна виділити:

- фен або стайлер з декількома насадками
- плойка
- випрямляч
- бігуді

Розпочнемо з фенів. Існують як звичайні, які призначені суто висушити волосся. А є стайлери, які оснащені різноманітними насадками, що дозволяють створити прикореневий об'єм, зробити легкі локони або ж випрямити неслухняні кучері.