

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ К. Л. ХЕТАГУРОВА»

Ф. Л. ТЕДЕЕВА, Д. Д. СИМЕОНИДИ

**ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
ОТ ФАЛЬСИФИЦИРОВАННОЙ
И КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ**

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Владикавказ
2017

ББК 65.422

Т 30

Т 30 **Тедеева Ф. Л., Симеоници Д. Д.** Защита потребителей от фальсифицированной и контрафактной продукции: учебное пособие; Сев.-Осет. гос. ун-т. Владикавказ: ИПЦ СОГУ, 2017. – 164 с.

ISBN 978-5-8336-0932-3

Авторы: канд. техн. наук, доц. кафедры товароведения и технологии продуктов питания **Ф. Л. Тедеева**; канд. биол. наук, доц. кафедры товароведения и технологии продуктов питания **Д. Д. Симеоници**

Научный редактор – канд. техн. наук, доц., зав. кафедрой товароведения и технологии продуктов **З. Р. Ибрагимова**

Рецензенты: руководитель Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Северная Осетия-Алания **А. Г. Тибилов**

докт. экон. наук, проф. кафедры товароведения и экспертизы товаров Горского государственного аграрного университета **П. П. Семенов**

Учебное пособие предназначено для приобретения студентами необходимых знаний в вопросах правового регулирования отношений в области защиты прав потребителей, формирования теоретических знаний и практических навыков выявления и предупреждения реализации на потребительском рынке фальсифицированной и контрафактной продукции.

Учебное пособие предназначено для студентов, обучающихся по направлениям подготовки: 38.03.07 «Товароведение», программа подготовки «Товарная экспертиза и оценочная деятельность»; 38.03.01 «Экономика», программа подготовки «Мировая экономика»; 38.04.06 «Торговое дело»; 19.03.02 «Продукты питания из растительного сырья»; 19.03.03 «Продукты питания животного происхождения».

Печатается по решению редакционно-издательского совета ФГБОУ ВО «СОГУ»

ББК 65.422

ISBN 978-5-8336-0932-3

© Издательско-полиграфический центр
Северо-Осетинского государственного
университета имени К. Л. Хетагурова, 2017

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	8
2. ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ СОВЕРШЕНИИ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРОВ.....	14
3. ОСНОВЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ФАЛЬСИФИКАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ.....	27
4. ОСОБЕННОСТИ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ОБНАРУЖЕНИЯ ФАЛЬСИФИКАЦИИ ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП ТОВАРОВ	
4.1. Идентификация и обнаружение фальсификации макаронных изделий.....	38
4.2. Идентификация и обнаружение фальсификации меда 46	
4.3. Идентификация и обнаружение фальсификации соков 52	
4.4. Идентификация и обнаружение фальсификации масложировых товаров.....	59
4.5. Идентификация и обнаружение фальсификации молочных товаров.....	67
4.6. Идентификация и обнаружение фальсификации парфюмерно-косметических товаров.....	77

4.7. Идентификация и обнаружение фальсификации текстильных, швейных и трикотажных товаров.....	81
5. ОСНОВЫ ЗАЩИТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОТ ФАЛЬСИФИЦИРОВАННОЙ И КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ.....	88
6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ФАЛЬСИФИКАЦИЮ И ПРОИЗВОДСТВО КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ.....	110
Как отличить подделку... от... (практические советы).....	117
ЛИТЕРАТУРА.....	128
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	132

Потребительский рынок захлестнул поток некачественной и контрафактной продукции. Это наносит ущерб государству, потребители несут моральные и материальные потери, дискредитируется авторитет добросовестных товаропроизводителей.

За последние годы распространение контрафактных товаров на территории Российской Федерации приобрело масштабы, сравнимые с угрозой национальной безопасности. Наличие контрафактной продукции на российском рынке является серьезной проблемой, затрагивающей абсолютно все отрасли промышленности.

Производство и реализация контрафактной и фальсифицированной продукции занимают значительную часть российского «теневого рынка», который, по разным оценкам, достигает 30–40% от объема ВВП и представляет сегодня серьезную угрозу экономической безопасности России. Доля контрафактной и фальсифицированной продукции увеличивается по самой широкой номенклатуре – от обуви и одежды, от алкогольных напитков до аудио- и видеокассет. Основными каналами распространения поддельных товаров являются рынки, мелкие торговые точки, торговля вразнос и в электропоездах.

Проблема борьбы с контрафактной продукцией – сегодня одна из самых острых в мире. Обороты от ее нелегального производства и использования сравнимы с оборотами от торговли наркотиками и оружия, а также доходами от добычи нефти. В числе номенклатуры подделок: продукты питания, лекарственные препараты, косметические и синтетические моющие средства, видео-, аудиопродукция, товары народного потребления, а также промышленный контрафакт. От подделок страдают как крупные производители, так и представители малого и среднего бизнеса, а государственный бюджет Российской Федерации ежегодно недополучает миллиарды потенциальных налоговых поступлений. Дешевая

контрафактная продукция является главным препятствием развития отечественного производителя. Нарушение прав на результаты интеллектуальной деятельности тормозит внедрение инновационных производств и экономическое развитие государства в целом, а несоблюдение высоких стандартов качества в отдельных отраслях создает угрозу масштабных техногенных катастроф. Создание Таможенного союза, вступление в ВТО, все более активная интеграция России в международное экономическое и информационное пространство также требуют совершенствования механизмов правовой и технологической защиты, эффективного взаимодействия заинтересованных сторон по охране объектов интеллектуальной собственности при пересечении границ. Контрафакция – незаконное использование товарных знаков обслуживания. Обычно применяется с целью получения доходов от производства и реализации продукции, подобной товарам известных фирм.

Чаще всего подделываются наиболее раскрученные и сильные марки товаров. Подделки затрагивают как премиум-класс, так и массовые товары. Причем продукция премиум-класса больше страдает от имитаций – товаров, выпущенных с копированием или стиливым заимствованием отдельных элементов товарных фирменных знаков, в то время как массовые продукты – от прямых подделок. Ввоз на территорию России контрафактной продукции наносит вред как правообладателям в виде экономического ущерба, потери деловой репутации, так и потребителям, которые не получают качественный товар. Огромное количество контрафактной продукции на внутренних рынках и в магазинах объясняется ценой товара, которая значительно ниже оригинальной продукции, ведь за этой ценой не стоят значительные финансовые затраты, связанные с лицензионной деятельностью, с соблюдением авторских прав, с вложением огромных средств в раскрутку товарного знака, а также стоимость качественных материалов.

Учебное пособие составлено в соответствии с основными профессиональными образовательными программами высшего образования по следующим направлениям подготовки: 38.03.07 – «Товароведение», 38.03.01 – «Экономика», 38.04.06 – «Торговое дело», 19.03.02 – «Продукты питания из растительного сырья», 19.03.03 – «Продукты питания животного происхождения».

Целью учебного пособия «Защита потребителей от фальсифицированной и контрафактной продукции» является приобретение студентами

необходимых знаний в вопросах правового регулирования отношений в области защиты прав потребителей и освоения компетенций для предупреждения реализации на потребительском рынке контрафактных и фальсифицированных товаров.

Задачи учебного пособия:

- изучение истории формирования рынка контрафактной и фальсифицированной продукции;
- анализ зарубежного рынка контрафактной и фальсифицированной продукции и тенденций развития;
- изучение нормативно-правовой базы, регулирующей обращение на рынке контрафактной и фальсифицированной продукции;
- изучение классификации основных объектов, видов, методов и средств производства контрафактной и фальсифицированной продукции;
- характеристика основных методов и способов обнаружения контрафактной и фальсифицированной продукции;
- изучение мер, направленных на предотвращение реализации контрафактной и фальсифицированной продукции;
- изучение мер ответственности за реализацию контрафактной и фальсифицированной продукции;
- приобретение навыков составления документов правового характера для обращения в суд или общественные организации в целях защиты прав потребителей.

1. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Краткие теоретические сведения

Потребности населения в различных товарах и услугах обеспечивают торговля, производители, исполнители работ и услуг. Но в условиях нестабильной рыночной экономики они часто пытаются навязать потребителям выгодные для себя условия приобретения товаров и услуг. Особую тревогу вызывает то, что значительная часть товаров оказывается низкого качества, а иногда даже опасна для здоровья людей. Именно поэтому каждому потребителю необходима государственная поддержка.

Формирование законодательства о защите прав потребителей в России относится к началу 90-х годов. До этого регулирование отношений с участием граждан в сфере потребительского обслуживания осуществлялось в основном нормами гражданского законодательства, в которых не учитывалась специфика данных отношений. Существовало также огромное количество ведомственных актов, которые усложняли правовое регулирование и зачастую ущемляли интересы граждан-потребителей.

В условиях начавшегося формирования рыночных отношений появилась необходимость в специальном законодательстве. В 1988 г. был разработан проект Закона СССР «О качестве продукции и защите прав потребителей». Большая часть этого законопроекта была посвящена проблемам обеспечения качества товаров и услуг, и лишь один раздел содержал нормы, направленные на защиту интересов потребителей. Проект был отвергнут, так как большинство его положений носило декларативный характер.

В 1991 г. был принят Закон СССР «О защите прав потребителей», но в связи с распадом СССР он так и не вступил в силу. В 1992 г. в действие вступил Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», который регулирует отношения с участием потребителей, определяет права потребителей и механизм их реализации. Значение Закона трудно переоценить:

1) был определен правовой статус гражданина-потребителя и установлены гарантии защиты его прав;

2) право принимать нормативные акты, регулирующие отношения с участием граждан-потребителей, предоставлено только Правительству РФ;

3) закон содержал положение, предусматривающее возможность предъявления исков в интересах неопределенного круга потребителей;

4) общественным объединениям потребителей были предоставлены широкие права по защите интересов потребителей.

Основными участниками правоотношений являются потребитель, изготовитель, исполнитель и продавец.

Потребитель – гражданин, имеющий намерение приобрести или заказать либо который заказывает, приобретает товар (работу, услугу) для личных, либо семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Закон не распространяется на потребителей-юридических лиц, на потребителей-физических лиц (граждан), если они используют, приобретают, заказывают либо имеют намерение приобрести или заказать товар (работу, услугу) для предпринимательских целей, а также на договорные отношения между гражданами по поводу удовлетворения их нужд.

Гражданин, заказывающий личные услуги, хотя и за счет организации, но в связи с производственной необходимостью, должен считаться потребителем (например, командированный, проживающий в гостинице).

Изготовитель, исполнитель, продавец – коммерческие, так и некоммерческие организации, в том числе иностранные юридические лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица. Изготовитель – это лица, производящие товары для реализации потребителю. Исполнители – это лица, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору.

Продавец – организация или индивидуальный предприниматель, реализующие товары, предназначенные для предусмотренных Законом нужд, потребителям по договору купли-продажи независимо от вида последнего.

Правоотношения в сфере защиты прав потребителей складываются по поводу продажи товаров, оказания услуг и выполнения работ. Товаром является любая вещь, не изъятая из гражданского оборота, реализуемая по договору купли-продажи гражданину для личных (бытовых) нужд, не

связанных с предпринимательской деятельностью. Работа – это деятельность исполнителя, осуществляемая за плату по заданию потребителя, имеющая материальный результат (строительство жилого дома, ремонт обуви и т. п.), который передается гражданину для удовлетворения личных (бытовых) нужд.

Услуги – это совершение за плату определенных действий или осуществление определенной деятельности по заданию гражданина для удовлетворения личных (бытовых) нужд (услуг по перевозке, связи, консультационных, образовательных и т. п.).

Товары, а также работы и услуги, оказываемые покупателю, должны обладать определенным качеством в соответствии с техническими регламентами, национальными стандартами и другими документами, устанавливающими требования к качеству товаров, работ, услуг.

Понятие качества товара охватывает не только потребительские, но и технологические свойства продукции, конструкторско-художественные особенности. Требования, предъявляемые к качеству товара (работы, услуги), определяются показателями надежности, безопасности, эстетическими, экологическими, эргометрическими и другими показателями. При купле-продаже товаров сведения о качестве товаров содержатся на товаре или на его упаковке, в техническом паспорте, правилах эксплуатации товара, на ярлыке и т. д.

В настоящее время на практике при определении качества товаров работ и услуг применяются общие методы определения качества: по соответствию стандартам; по соответствию техническим условиям; по спецификации; по образцу; по описанию; по предварительному осмотру; по содержанию отдельных веществ; по выходу готового продукта (указывается выход готового продукта из сырья).

Товар, который продавец передает покупателю, должен соответствовать требованиям, предусмотренным ст. 469–480 Гражданского кодекса РФ. Закон РФ «О защите прав потребителей» определяет, что продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество которого соответствует договору (ст. 4).

Кроме этого, продавец (исполнитель) обязан предоставить потребителю полную, достаточную для потребителя, не имеющего специальных знаний о товаре, информацию, которая создаст у него четкое представление о свойствах товара и поможет компетентно выбрать подходящий для него товар.

В торговле при продаже товаров иностранного производства покупателю зачастую не предоставляют перевод инструкций или иных описаний этих товаров. Предоставление информации о потребительских свойствах товаров на иностранном языке без перевода следует расценивать как непредоставление необходимой информации с соответствующими последствиями.

В случае, если потребитель в результате получения недостоверной и неполной информации лишен возможности использовать товар по назначению (например, отсутствуют правила эксплуатации электроприбора), он вправе требовать от продавца предоставления в короткий срок надлежащей информации, а в случае не предоставления ее в оговоренный срок расторгнуть договор и потребовать возмещения убытков.

Если предоставление недостоверной или неполной информации повлекло причинение вреда жизни, здоровью или имуществу потребителя, он вправе требовать от продавца возмещения вреда в полном объеме. Независимо от возмещения имущественного вреда и понесенных убытков потребитель имеет право на компенсацию морального вреда.

Практическое занятие

Цель: усвоение общих положений взаимоотношений потребителя и продавца (изготовителя, исполнителя); приобрести навыки в работе с нормативными актами.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 (с изменениями и дополнениями).

2. Гражданский кодекс РФ (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (с изменениями и дополнениями).

Задание 1. Изучите структуру Закона РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1. Выпишите основные понятия, используемые в Законе: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, недостаток товара, существенный недостаток товара, безопасность товара.

Задание 2. Изучите главу 1 Закона РФ «О защите прав потребителей» (ст. 1–17). Изученный материал в виде ответов на вопросы оформите по форме, приведенной в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Результаты работы с заданием 2

№ вопроса	Вопрос	Ответ	Обоснование

Содержание задания:

1. Как определяются требования к качеству товаров?
2. Каким требованиям должен соответствовать товар, приобретаемый потребителем для конкретных целей?
3. Каким требованиям должен соответствовать товар, если на него в нормативных документах установлены обязательные требования?
4. Какие товары подлежат обязательному подтверждению соответствия? Каким образом информация об обязательном подтверждении соответствия доводится до сведения потребителей?
5. Понятия полной и достоверной информации.
6. Назовите срок, в течение которого изготовитель обязан обеспечить безопасность товара (работы).
7. В каких случаях товар изымается из оборота и(или) отзывается от потребителя?

8. В каком случае товар снимается с производства изготовителем?
9. Кем возмещаются убытки, причиненные потребителю в связи с отзывом товара?
10. Каким способом информация о товарах доводится до сведения потребителей?
11. Возможные последствия ненадлежащей информации о товаре (работе, услуге).
12. Права потребителя за непредоставление возможности незамедлительно получить информацию о товаре.
13. Ответственность продавца (исполнителя) за недостатки товара, возникшие после его передачи покупателю из-за отсутствия полной и достоверной информации о нем.

Задание 3. Решите (прокомментируйте) следующие ситуации:

Ситуация 1.

Покупательница Смирнова В. В. приобрела в магазине средство для осветления волос. Она попросила аннотацию или инструкцию на русском языке, но их не оказалось. Продавец была уверена в назначении крема, и покупка состоялась. Результат изменения цвета волос оказался плачевным: волосы потускнели и стали выпадать. Каковы действия покупателя?

Ситуация 2.

Гражданин Симонов С. И. пришел в магазин бытовой техники и обратился к продавцу в торговом зале за консультацией по выбору модели телевизора. Но продавец Грызлов М. М. не смог ответить на вопросы Симонова С. И., кроме этого, продавец отказался предоставить для ознакомления технические паспорта на различные марки телевизоров. Прав ли продавец? Какие права потребителя нарушены?

Ситуация 3.

Покупательница И. П. Снегирева приобрела в магазине оттеночный шампунь германского производства. Придя домой, не обнаружила аннотации на русском языке. Снегирева вернулась в магазин и потребовала русский текст к оттеночному шампуню. Продавец сказала, что аннотации на русском языке у нее уже нет: «Были – все раздала». Объясните права И. П. Снегиревой, обязанности и ответственность продавца в данной ситуации.

2. ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ СОВЕРШЕНИИ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

Краткие теоретические сведения

В соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей» требования к качеству товаров подлежат обязательному исполнению. Если вследствие недостатков товаров (работ, услуг) был причинен вред жизни, здоровью или имуществу потребителя, то он имеет право на возмещение его в полном объеме. В Законе даются определения недостатка и существенного недостатка товара.

Наличие *недостатка* определяется по одному (или совокупности) из следующих критериев:

- 1) несоответствие обязательным требованиям, предусмотренным законом либо в установленном им порядке;
- 2) несоответствие условиям договора;
- 3) несоответствие целям, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется;
- 4) несоответствие целям, о которых продавец (исполнитель) был поставлен в известность потребителем при заключении договора;
- 5) несоответствие образцу и (или) описанию при продаже товара по образцу и (или) описанию.

Наличие *существенного недостатка* определяется по одному (или совокупности) из следующих признаков:

- 1) недостаток является неустранимым, т. е. не может быть устранен по техническим или иным объективным причинам (особенность конструкции изделия);
- 2) недостаток, который не может быть устранен без несоразмерных затрат времени. Этот недостаток также имеет технический характер (например, низкая ремонтпригодность изделия. Затраты времени оказываются экономически несоразмерными, нерентабельными);
- 3) недостаток, который выявляется неоднократно;

4) недостаток, который проявляется вновь после его устранения, т.е. выявляется неоднократно.

Указанными в законодательстве признаками необходимо руководствоваться в каждом конкретном случае при решении вопроса об отнесении выявленного недостатка в товаре (работе, услуге) к существенному. При возникновении спора по данному вопросу проводится экспертиза. При необходимости спор решается в судебном порядке.

Товары, выполненные работы и услуги не только не должны содержать недостатки, но и обязаны быть *безопасными*. Безопасность предполагает отсутствие недопустимого риска, связанного с причинением вреда для жизни, здоровья, имущества потребителя, вреда окружающей среде при обычных условиях транспортирования, хранения, использования и утилизации товара и результата выполненной работы (услуги).

Закон предусматривает ряд мероприятий, направленных на предотвращение причинения вреда жизни и здоровью потребителей. Условно их можно подразделить на две группы:

1) мероприятия, направленные на недопущение поступления в оборот товаров (работ, услуг), которые могут причинить потребителям вред;

2) мероприятия по предотвращению причинения вреда товарами (работами, услугами), которые уже реализуются потребителям.

С этой целью устанавливаются требования по безопасности к технически сложным товарам. Для продуктов питания утверждаются предельно допустимые нормы содержания в них вредных для здоровья веществ. Потребителю должны быть сообщены утвержденные нормы содержания вредных веществ и сколько их содержится в продаваемом продукте питания. Возможно указание содержащихся в продукте вредных веществ в процентном отношении к утвержденным нормам.

Продавцы, изготовители товаров должны знать, что в соответствии со ст. 238 Уголовного кодекса РФ выпуск или продажа товаров, оказание услуг, заведомо не отвечающих требованиям безопасности для жизни и здоровья потребителей, клиентов, повлекшие причинение вреда здоровью людей либо создание угрозы причинения такого вреда, наказываются либо ограничением, либо лишением свободы на срок до двух лет или штрафом до 300 тысяч рублей.

Право потребителя на качество товара (работы) не только предполагает передачу потребителю качественного товара, но и устанавливает гарантии поддержания этого товара в работоспособном состоянии, а также

возлагает на производителя (исполнителя) определенные обязательства перед потребителем в этой сфере. Чтобы обеспечить потребителю возможность использовать товар по назначению, изготовитель устанавливает *срок службы* товара, в течение которого он несет ответственность за существенные недостатки, возникшие по его вине.

Установление срока службы – это право изготовителя и продолжительность срока службы определяется также им. Однако если товар по истечении определенного времени может представлять опасность для жизни, здоровья или имущества потребителей, то установление срока службы на эти товары становится обязательным требованием для изготовителя. Поэтому Постановлением Правительства Российской Федерации от 16 июня 1997 г. № 720 утвержден Перечень товаров длительного пользования, в том числе комплектующих изделий (деталей, узлов, агрегатов), на которые изготовитель обязан устанавливать срок службы (приложение А).

Изготовитель (исполнитель) должен быть заинтересован в установлении сроков службы на товары (работы), не включенные в указанный перечень, поскольку если он не установит такой срок, то в соответствии с пунктом 3 статьи 14, пунктом 5 статьи 19 и пунктом 4 статьи 29 Закона «О защите прав потребителей» за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы), и за наличие в товаре (работе) существенных недостатков, изготовитель (исполнитель) будет нести ответственность в течение десяти лет со дня передачи товара (принятия выполненной работы) потребителю, а если день передачи товара установить невозможно, с даты изготовления товара.

На товары, которые полностью потребляются при использовании, потребительские свойства которых могут ухудшаться со временем, или на товары, которые со временем могут становиться опасными для окружающей среды, а также жизни, здоровья, имущества потребителей, устанавливается *срок годности*. К таким товарам относят продукты питания, парфюмерно-косметические товары, медикаменты, изделия бытовой химии. Для этих товаров срок годности выполняет роль гарантийного срока, и претензии по недостаткам изготовитель (исполнитель, продавец) обязан исполнять, если они предъявлены в течение этого периода.

Срок годности выполняет еще одну важную функцию – продажа товаров с просроченным сроком годности запрещена законом, так как по истечении срока годности товар считается непригодным для использования.

Закон предусматривает право изготовителя (исполнителя), кроме сроков службы или сроков годности, устанавливать на товар *гарантийный срок* – период времени, в течение которого изготовитель принимает на себя повышенные обязательства перед потребителями.

Гарантийный срок и срок службы товара определяются со дня продажи его потребителю. Если день продажи товара невозможно установить, эти сроки исчисляются со дня изготовления товара. Для сезонных товаров (одежда, обувь, спортивный инвентарь и др.) эти сроки исчисляются с момента наступления соответствующего сезона. Статья 5 (п. 7) Закона РФ предусматривает, что если гарантийный срок на товар установлен изготовителем, продавец вправе установить гарантийный срок только большей продолжительности, чем установленный изготовителем.

Чтобы предотвратить продажу товаров ненадлежащего качества, не имеющих товарного вида, с истекшими сроками годности и реализации, Закон предусматривает (ст. 18) право потребителя по своему выбору на:

- безвозмездное устранение недостатков товара или возмещение расходов на исправление недостатков потребителем либо третьим лицом;
- соразмерное уменьшение покупной цены;
- замену на товар аналогичной марки (модели, артикула);
- замену на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
- расторжение договора купли-продажи и возврат уплаченной за товар суммы.

В отношении технически сложного товара потребитель в случае обнаружения в нем недостатков вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы либо предъявить требование о его замене на товар этой же марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены в течение пятнадцати дней со дня передачи потребителю такого товара. По истечении этого срока указанные требования подлежат удовлетворению в случае:

- обнаружения существенного недостатка товара;
- нарушения установленных сроков устранения недостатков товара;
- невозможности использования товара в течение каждого года гарантийного срока в совокупности более чем тридцать дней вследствие неоднократного устранения его различных недостатков.

Перечень технически сложных товаров, в отношении которых требования потребителя об их замене подлежат удовлетворению в случае обнаружения в товарах существенных недостатков (вместо предъявления требований о замене товара потребитель вправе в соответствии с гражданским законодательством отказаться от исполнения договора розничной купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы), утвержден постановлением Правительства РФ от 13.05.97 № 575.

В данный перечень входят:

1. Автотранспортные средства и номерные агрегаты к ним.
2. Мотоциклы, мотороллеры.
3. Снегоходы.
4. Катера, яхты, лодочные моторы.
5. Холодильники и морозильники.
6. Стиральные машины автоматические.
7. Персональные компьютеры с основными периферийными устройствами.
8. Тракторы сельскохозяйственные, мотоблоки, мотокультиваторы.

Недостатки, обнаруженные в товаре, должны быть устранены изготовителем (продавцом) *незамедлительно*, то есть в минимальный срок, объективно необходимый для их устранения с учетом обычно применяемого способа. Срок устранения недостатков товара, определяемый в письменной форме соглашением сторон, *не может превышать сорок пять дней*.

В отношении *товаров длительного пользования* изготовитель, продавец обязаны при предъявлении потребителем требования об устранении недостатков *в трехдневный срок безвозмездно* предоставить потребителю на период ремонта товар длительного пользования, обладающий этими же основными потребительскими свойствами, обеспечив доставку за свой счет. Перечень товаров длительного пользования, на которые указанное требование не распространяется, устанавливается Правительством Российской Федерации (приложение Б).

Вместе с тем, согласно ст. 502 ГК РФ и ст. 25 Закона «О защите прав потребителей», потребителю предоставлено право обменять в течение 14 дней с момента передачи недовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретен.

Основания такого обмена: товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации. Обмен недовольственно-

го товара надлежащего качества проводится, если указанный товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки, а также имеется товарный чек или кассовый чек либо иной подтверждающий оплату указанного товара документ. Отсутствие у потребителя товарного чека или кассового чека либо иного подтверждающего оплату товара документа не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания.

Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации утвержден Постановлением Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55 (приложение В).

Перечень товаров является исчерпывающим и не может быть расширен продавцом по своему усмотрению:

Практическое занятие

Цель: изучение основных положений Закона РФ «О защите прав потребителей», формирование знаний и практических навыков предъявления и оформления обоснованных претензий при покупке товаров.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.

2. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) (части первая, вторая и третья) (с изменениями и дополнениями):

Пункт 3 /Статья 503. Права покупателя в случае продажи ему товара ненадлежащего качества. § 2. Розничная купля-продажа (ст. 492–505). Глава 30. Купля-продажа (ст. 454–566). Раздел IV. Отдельные виды обязательств (ст. 454–1109). Часть вторая/

§ 3. Возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товаров, работ или услуг (ст. 1095–1098) /Глава 59. Обязательства вследствие причинения вреда (ст. 1064 –1101). Раздел IV. Отдельные виды обязательств (ст. 454–1109). Часть вторая/

3. «Правила продажи отдельных видов товаров». Постановление Правительства № 55 от 19 января 1998 г. с изменениями.

Задание 1. Изучите главу 2 Закона РФ «О защите прав потребителей» (ст. 18–26). Изученный материал в виде ответов на вопросы оформите по форме, приведенной в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Результаты работы с заданием 1

№ вопроса	Вопрос	Ответ	Обоснование

Содержание задания:

1. Понятие срока службы товара. На какие товары изготовитель обязан устанавливать срок службы?

3. Ответственность изготовителя за вред, причиненный вследствие недостатков товара, на который не установлен срок службы.

4. Понятие гарантийного срока товара. Для чего он устанавливается?

5. В каком случае продавец (изготовитель) отвечает за недостатки товара, на который установлен гарантийный срок?

6. Каков порядок исчисления гарантийного срока товара, а также срока его службы? Укажите особенности исчисления этих сроков для сезонных товаров.

7. В каком случае вред, причиненный потребителю, подлежит возмещению независимо от времени его причинения?

8. Понятие срока годности товара. На какие товары устанавливаются сроки годности?

9. Гарантии потребителя, связанные с возможностью использования товара в течение всего срока его службы.

10. В каких случаях изготовитель (продавец, исполнитель) освобождается от ответственности за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги)?

11. Права потребителя в случае, если продавец (изготовитель, исполнитель) не удовлетворит его требования в добровольном порядке.

12. Кто, кроме потребителя, может требовать возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги)?

13. Ответственность за нарушение сроков устранения недостатков товара.

14. Ответственность за нарушение срока передачи предварительно оплаченного товара потребителю.

15. Какие права имеет потребитель, если ему продан товар с недостатком?

16. Каковы особенности удовлетворения требований потребителя в отношении технически сложных товаров?

17. Как осуществляется доставка крупногабаритного товара потребителю для ремонта, замены или возврата?

18. Является ли отсутствие необходимых для устранения недостатков товара запчастей основанием для установления нового срока устранения недостатков товара?

19. Срок исполнения требования потребителя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта аналогичного товара длительного пользования.

20. Сроки замены товара ненадлежащего качества на новый товар.

21. Правила исчисления гарантийного срока при замене товара ненадлежащего качества на новый.

Задание 2. Сделайте анализ следующих ситуаций и определите ответственность изготовителя (продавца, исполнителя).

Ситуация 1.

Покупательница 10 июля купила осенние сапоги за 4500 руб., а 20 сентября пришла для обмена, мотивируя тем, что они не подходят по цвету к осеннему пальто, и она хочет расторгнуть договор купли-продажи.

Ситуация 2.

Покупатель К. приобрел в магазине пару полуботинок с кожаной подошвой и через 20 дней обратился в магазин за обменом из-за того, что подошва на полуботинках была стерта до дыр. Продавец ему в обмене отказал, мотивируя отказ тем, что К неаккуратно носит обувь.

Ситуация 3.

Покупатель приобрел книжный шкаф в мебельном магазине. Мебель в разобранном виде вместе с инструкцией по сборке ему доставили на дом. Инструкция содержала картинки по сборке и была выполнена на 6 языках, кроме русского. Покупатель произвел сборку шкафа, но неправильно прикрепил уголки задней стенки. В результате шкаф упал вместе с книгами, часть из которых была порвана, а также разбились стеклянные двери шкафа.

Охарактеризуйте права покупателя и ответственность продавца (в данном случае). Ответ обоснуйте.

Ситуация 4.

Покупательница М. приобрела своей шестилетней дочери весеннюю шапочку. Через некоторое время дочка начала жаловаться на сильные головные боли. Но сколько мать с дочерью ни обращалась к врачам, причину плохого самочувствия выяснить не удалось. Занимаясь как-то обычными домашними делами, М. решила постирать купленную шапочку. После стирки этой шапочки вода окрасилась в черный цвет, причем явно ощущался запах нефти. М. решила обратиться в магазин, где она приобрела шапочку. Там было решено отправить шапочку на экспертизу. Результаты проведенной экспертизы показали, что красители, использованные при изготовлении этой шапочки, содержали чрезвычайно вредные соединения свинца и ртути. Какова в данном случае ответственность производителя?

Ситуация 5.

Покупатель приобрел видеокамеру, которая сломалась на десятом месяце гарантии. Он сдал ее в магазин из-за отсутствия запчастей. Видеокамеру ремонтировали 6 месяцев, а потом потребовали оплаты ремонта под предлогом, что гарантийный срок службы видеокамеры закончился.

На время ремонта покупателю было отказано безвозмездно предоставить аналогичный товар. Работники магазина не правы. Докажите это.

Ситуация 6.

В магазине было продано две стиральных машины:

Стиральная машина с ручным отжимным устройством.

Стиральная машина, автоматически выполняющая операции в соответствии с заданной программой.

По прошествии некоторого времени потребители обратились в магазин с просьбами о замене приобретенного товара по причине обнаружения недостатка в данном товаре, не являющегося существенным. Какой из товаров подлежит замене? Чем будет руководствоваться продавец при отказе в замене одной из проданных машин? Что вправе сделать потребитель вместо предъявления требований о замене товара?

Ситуация 7.

10 августа покупательница М. С. Петрова купила в магазине 20 м атласной ленты шириной 18 мм. Через день М. С. Петрова пришла в магазин и попросила обменять ленту на кружево, так ей посоветовали в ателье, где она заказала комплект постельного белья. Однако заведующая секцией отказалась удовлетворить требование М. С. Петровой.

Права ли заведующая секцией? Дайте обоснование ответа.

Ситуация 8.

А. Н. Соловьева 4 мая 2015 г. приобрела в магазине «Все для дома» ванну, изготовленную ООО «Паритет». Магазин установил на нее гарантию сроком на 2 года. Через восемь месяцев на ванне стала трескаться эмаль. Гражданка обратилась в магазин с претензией, требуя замены ванны. Но в магазине ей отказали, заявив, что она может требовать замены товара только от ООО «Паритет». Охарактеризуйте права гражданки А. Н. Соловьевой в данном случае.

Ситуация 9.

Руководствуясь Правилами продажи отдельных видов товаров, письменно ответить на следующие вопросы:

Имеет ли право покупатель потребовать:

1. Вскрыть упаковку флакона, чтобы ознакомиться с запахом духов?
2. Ознакомиться с удостоверением качества и безопасности парфюмерно-косметических товаров?
3. Обменять духи, так как не понравилась форма флакона?

4. Функционирование товаров бытовой химии в аэрозольной упаковке в торговом зале магазина?

5. Пробники на выбранные им духи?

Ситуация 10.

Петрова М. Н. в магазине купила блеск для губ, но оказалось, что он не подошел по цвету. Она обратилась в магазин с просьбой обменять блеск на другой цвет. Администрация магазина заявила, что блеск для губ обмену не подлежит. Кто прав в данной ситуации? Ответ обоснуйте.

Задание 3. Оформите претензию в связи с нарушением прав потребителя по условию ситуационной задачи (по заданию преподавателя). В качестве потребителя заявите себя. Для правильного формулирования требований используйте образцы претензий, приведенные в приложении Г.

Условия ситуационных задач

Ситуация 1. Покупатель приобрел(а) в магазине «Одежда» (Москва, ул. Космонавтов, д. 53) костюм (размер 48; состав: 50% вискоза, 50% лен; артикул 7654В, цвет темно-синий) стоимостью 8500 руб. Однако при примерке костюма дома, оказалось, что он не подходит по цвету (фасону, размеру – выберите что-либо одно). Кассовый и товарный чеки сохранены. Оформите письменную претензию об обмене товара.

Ситуация 2. Покупатель приобрел(а) в магазине «Мир обуви» (Владикавказ, ул. Ленина, д. 33) зимние сапоги (размер 40; верх – кожа, низ – полиуретан; артикул 447698, цвет черный) стоимостью 9200 руб. Однако при примерке сапог дома оказалось, что они не подходят по размеру (малы или велики). Кассовый и товарный чеки утеряны. Оформите письменную претензию об обмене товара.

Ситуация 3. Покупатель приобрел(а) в магазине «Бытовая техника» (Санкт-Петербург, ул. Литейная, д. 12а) телевизор JVC-200 (серийный номер 543278) стоимостью 19800 руб., гарантийный срок – 2 года. Через 4 месяца телевизор перестал включаться. Покупатель обратился в сервисный центр ООО «Техникс» с целью ремонта. Через 10 дней отремонтированный телевизор вернули, а через неделю он снова перестал включаться. Кассовый чек, гарантийный талон и документы сервисного центра сохранены. Оформите письменную претензию об обмене товара на аналогичный товар другой модели, так как модель JVC-200 в день обращения в наличии отсутствует.

Ситуация 4. Покупатель приобрел(а) в магазине «Бытовая техника» (Санкт-Петербург, ул. Литейная, д. 12а) холодильник Electrolux (серийный номер 346709) стоимостью 17200 руб., гарантийный срок – 2 года. Через 11 месяцев перестала работать морозильная камера холодильника. Покупатель хочет отремонтировать холодильник и просит предоставить на время ремонта аналогичный товар. Кассовый чек и гарантийный талон сохранены. Оформите письменную претензию.

Ситуация 5. Покупатель приобрел(а) в магазине «Продукты» (Москва, ул. Лесная, д. 22) 1,5 кг сосисок «Молочные» ООО «Колбасные изделия» стоимостью 440 руб./кг. После употребления сосисок у членов семьи возникли признаки отравления. Кассовый чек утерян. Оформите письменную претензию о расторжении договора купли-продажи, возврате уплаченной за товар денежной суммы, компенсации затрат на вызов врача, лечение и компенсации морального вреда.

Ситуация 6. Покупатель приобрел(а) в магазине «К чаю» (Московская обл., г. Серпухов, ул. Ленина, д. 27) торт «Полет», произведенный ООО «Сластена», стоимостью 650 руб., который презентовал(а) своему начальнику Иванову Ивану Ивановичу по случаю дня рождения. Торт был съеден дома во время праздничного застолья в кругу семьи и друзей, после чего у всех лиц, съевших торт, возникли признаки сильного отравления. Кассовый чек отсутствует. Оформите письменную претензию о расторжении договора купли-продажи, возврате уплаченной за товар денежной суммы, компенсации затрат на вызов врача, лечение и компенсации морального вреда от имени Иванова Ивана Ивановича.

Ситуация 7. Покупатель приобрел(а) в магазине «Мир техники» (Москва, ул. Полянка, д. 13) DVD-плеер Samsung (серийный номер 653-XP) стоимостью 3000 руб., гарантийный срок – 6 месяцев. Через неделю после покупки у плеера начал заедать приемник диска. Покупатель хочет уменьшить покупную стоимость товара на 500 руб. в связи с обнаруженным дефектом и компенсировать эту денежную сумму. Кассовый чек утерян. Оформите письменную претензию.

Ситуация 8. Покупатель приобрел в магазине «Связной» (Москва, Стремянный пер., 12) модем Билайн стоимостью 1600 руб. При установке модема на ноутбук в г. Москве соединение прошло успешно, получен номер телефона модема и установлена связь. При повторной попытке соединения с Интернетом за городом компьютер «не обнаружил» модем, а

при следующей попытке связи компьютер угрожающе завис и потребовал ликвидировать установку нового оборудования. Модем был возвращен продавцу и отправлен на экспертизу. Экспертиза показала, что модем неисправен, однако продавец не хотел возвращать деньги и потребовал дополнительно расторгнуть договор с оператором связи Билайн. Правильно ли это требование? Напишите обоснованную претензию.

Ситуация 9. Покупательница приобрела в магазине «Швейные машины» (Москва, ул. Ульянова, 4) электрическую швейную машину американской фирмы «Сириус» (серийный номер МХ354628) стоимостью 8500 руб. При покупке она получила кассовый чек, инструкцию по эксплуатации и гарантию 1 год. Дома покупательница, не читая инструкцию, распаковала машину и решила попробовать ее в работе. Мотор машины перегорел с первой попытки. И только когда она наконец-то прочитала инструкцию (не было перевода на русский язык), оказалось, что машина рассчитана на напряжение 110 В и не имеет специального переключателя. Оформите письменную претензию.

Задание 4. Оформите исковое заявление по условию ситуационной задачи.

В купленном Вами конкретном товаре (определяется преподавателем) длительного пользования через 5 месяцев использования (гарантия составляет 1 год) выявлен недостаток. В соответствии с п. 1 ст. 19 Закона РФ «О защите прав потребителей» Вы составили претензию, где изложили свои требования руководителю торгового предприятия о полном возмещении убытков, причиненных Вам вследствие продажи товара ненадлежащего качества (приложение Д). Администрация магазина отказала Вам в возмещении убытков, уведомив Вас об этом в письменной форме. При получении отказа немедленно подаете исковое заявление в суд по месту жительства или по месту нахождения магазина (приложение Е).

3. ОСНОВЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ФАЛЬСИФИКАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Краткие теоретические сведения

Идентификация – это отождествление, установление совпадения чего-либо с чем-либо. Применительно к товару под идентификацией следует понимать установление соответствия наименования товара, указанного на маркировке или в сопроводительных документах, предъявляемым к нему требованиям. В Федеральном Законе «О техническом регулировании» понятию «идентификация» дается следующее определение – «Идентификация продукции – это установление тождественности характеристик продукции ее существенным признакам».

Цель идентификации – выявление и подтверждение подлинности конкретного вида и наименования товара, а также соответствия определенным требованиям или информации о нем, указанной на маркировке и (или) в товарно-сопроводительных документах.

Для достижения этих целей необходима дальнейшая разработка теоретических основ и практических действий по идентификации товаров. Поэтому задачами идентификации являются:

- определение основных понятий, структуры, норм и правил в области идентификации товаров;
- разработка основополагающих критериев, пригодных для целей идентификации однородных групп, конкретных видов и наименований товаров;
- исследование потребительских свойств товара и показателей, их характеризующих, для выявления наиболее достоверных критериев идентификации;
- совершенствование стандартов, ТУ и другой нормативной документации путем включения в нее показателей качества для целей идентификации;

– разработка методов идентификации товаров, в первую очередь экспресс-методов, позволяющих с достаточно высокой степенью достоверности определять ассортиментную принадлежность товаров.

Функции идентификации:

1) указующая – отождествляющая представленный образец товара с конкретным наименованием, сортом, маркой, типом, с товарной партией;

2) информационная – доводящая до субъектов рыночных отношений необходимую информацию;

3) подтверждающая соответствие ассортиментной принадлежности товара информации, указанной на маркировке, и (или) в товарно-сопроводительных документах, то есть подлинность товара;

4) управляющая – так как идентификация служит одним из элементов системы качества продукции. Управляющая функция идентификации регламентируется международными стандартами ИСО 9001 – ИСО 9003 «Системы качества». Поэтому рассмотрение идентификации как одного из элементов системы качества представляет большой интерес.

Объекты, субъекты, критерии и методы идентификации.

Объекты идентификации – продовольственные товары. Их оценка ответственности очень важна в сфере торговли и у потребителя, который приобретает товары.

Субъекты, осуществляющие идентификацию товаров, – все участники рыночных отношений: изготовитель – на стадии приемки сырья, полуфабрикатов, и при отпуске готовой продукции; продавец – на стадиях заключения договоров купли-продажи, приемки товаров и подготовки их к продаже. Потребитель также проводит идентификацию приобретаемого товара, делая это чаще всего неосознанно и не имея достаточной квалификации, ориентируясь лишь на собственный житейский опыт и знания.

Средства идентификации товаров – нормативные и технические документы (стандарты, ТУ, правила и др.), регламентирующие показатели качества, которые могут быть использованы для целей идентификации, а также товарно-сопроводительные документы (накладные, сертификаты, качественные удостоверения, руководства по эксплуатации, паспорта и т. п.). Важнейшим средством идентификации пищевых продуктов является маркировка, которая содержит информацию, пригодную для целей идентификации. Назначением указанных средств является регламентация критериев идентификации. В большей мере этому требованию должны отвечать нормативные документы.

Критерии идентификации – это характеристики товаров, позволяющие отождествлять наименование представленного товара с наименованием, указанным на маркировке и (или) в нормативных, товарно-сопроводительных документах.

Методы идентификации. В нормативных документах предусматриваются три группы показателей: органолептические, физико-химические, микробиологические. Для целей идентификации пригодны лишь органолептические и физико-химические показатели, характеризующие потребительские свойства товара. Микробиологические показатели относятся к показателям безопасности, зависящим от внешних воздействий и обсеменения микрофлорой. Пищевые продукты служат для микроорганизмов питательной средой, поэтому обсемененность микроорганизмами и наличие вырабатываемых ими микотоксинов не могут быть критериями идентификации. Не пригодны в качестве критериев идентификации и многие физико-химические показатели безопасности (токсичные микроэлементы, микотоксины, радионуклиды, антибиотики, гормональные препараты, нитраты и др.). Наиболее пригодными для целей идентификации являются органолептические и отдельные физико-химические показатели.

К общим органолептическим показателям относят: внешний вид; вкус и запах; консистенцию. К специфичным органолептическим показателям относят: внутреннее строение; прозрачность; соотношение твердой и жидкой фракций. Эти показатели также используют для целей идентификации. Таким образом, органолептические показатели – наиболее доступные, простые, но недостаточно достоверные. Поэтому они не могут быть единственными критериями идентификации и должны быть дополнены физико-химическими показателями, которые отличаются большей степенью достоверности и объективности. В отличие от органолептических физико-химические показатели должны применяться для идентификации выборочно.

Физико-химические показатели специфичны и характерны только для определенных групп однородных пищевых продуктов. Перечень общих физико-химических показателей весьма ограничен (например, массовая доля воды или сухих веществ), и они не всегда пригодны для целей идентификации.

В качестве критериев идентификации должны быть выбраны показатели, которые отвечают следующим требованиям: типичность для конкретного вида, наименования или однородной группы продукции; объективность и сопоставимость; проверяемость; трудность фальсификации.

Среди перечисленных требований наибольшую значимость имеет типичность, которая может характеризоваться комплексными или, что реже, единичными показателями, дополняющими друг друга и отличающимися разной степенью достоверности.

Критерии идентификации должны быть объективными и независимыми от субъективных данных испытателя (его компетентности, профессионализма, учета интересов изготовителя или продавца и др.), а также условий проведения испытаний. Проверимость принятых для идентификации критериев – одно из важнейших требований. Оно означает, что при повторных проверках независимо от субъектов, средств и условий проведения идентификации в отношении показателей идентифицируемого объекта будут получены одни и те же или близкие результаты (в пределах погрешности опыта). Трудность фальсификации объекта по идентифицирующим критериям может служить гарантией надежности и достоверности идентификации. Поэтому важно в качестве критерия идентификации выбрать такие характеристики, при подделке которых фальсификация бессмысленна. При этом затраты на нее будут настолько значительны, что полученная прибыль не окупит расходы на фальсификацию.

Таким образом, идентификация товаров должна носить характер комплексной оценки, при которой наибольшую значимость имеют типичные и трудно фальсифицируемые критерии. Конечный результат идентификации – подтверждение соответствия товара требованиям, регламентируемым нормативными документами, ТУ или договором, вследствие чего устанавливается подлинность товара, или выявление несоответствия (отрицательный результат, констатируется фальсификация товара). Оба результата – положительный и отрицательный – имеют решающее значение для определения дальнейшей судьбы товара.

Виды идентификации. В зависимости от основополагающих товароведных характеристик различают следующие виды идентификации.

Ассортиментная идентификация товаров – установление тождественности и/или подлинности их наиболее существенным признакам. В зависимости от принадлежности можно выделить три подвида ассортиментной идентификации: групповая, видовая, марочная.

Групповая идентификация – установление тождественности товара с товарами однородной группы и/или подгрупп. Для этого подвида идентификации в качестве идентифицирующих критериев выбираются чаще всего показатели функционального назначения.

Видовая идентификация – установление тождественности товара с товарами определенного вида и/или подвида. Идентифицирующие признаки видовой принадлежности более разнообразны, чем групповой.

Марочная идентификация – установление подлинности товара определенной торговой марки и/или ее модификация. Для этого подвида идентификации применяют специфичные признаки, характерные только для товаров конкретной торговой марки определенного изготовителя. Сложность заключается в том, что идентифицирующие признаки подлинности торговой марки являются, как правило, коммерческой тайной и не доступны получателям, контролерам, экспертам и другим заинтересованным лицам.

Идентификация страны происхождения – установление принадлежности товара к товарам, производимым в определенной стране. Идентифицирующими признаками могут служить реквизиты в товаросопроводительных документах и/или на маркировке товара, но в отдельных случаях и эти сведения могут быть фальсифицированы.

Квалиметрическая идентификация – установление соответствия требованиям качества, предусмотренным нормативной документацией. Этот вид идентификации позволяет выявить наличие допустимых и недопустимых дефектов, а также соответствие товарному сорту или иным градациям качества, указанным на маркировке и/или в товаросопроводительных документах. При такой идентификации устанавливаются градации качества: стандартная, нестандартная, условно пригодная на пищевые цели, отход или непригодная на пищевые цели продукция.

Компонентная идентификация – установление соответствия фактического перечня ингредиентов установленному перечню, указанному на маркировке, или перечня комплектующих изделий перечню, указанному в эксплуатационных документах.

Рецептурная идентификация – установление соответствия фактического и определенного рецептурного ингредиентного и/или химического состава. Идентифицирующими признаками может стать массовая доля количественно преобладающих веществ наиболее ценных ингредиентов или веществ, применяемых для низкокачественного сырья.

Конструкционная идентификация – установление тождественности конструктивных особенностей товаров требованиям, регламентируемым в технологических инструкциях или других документах или описаниях.

Технологическая идентификация – установление соответствия показателей качества, значения которых зависят от соблюдения требований, регламентируемых технологическими инструкциями и/или иными технологическими документами.

Категорийная идентификация – установление соответствия действительных значений показателей качества требованиям, предъявляемым к одноименным товарам определенной градации качества, а также сведениям об этой градации качества, а также сведениям об этой градации на маркировке или в товаросопроводительных документах.

Партионная идентификация – один из наиболее сложных видов деятельности в ходе которой устанавливается принадлежность представленной части товара конкретной товарной партии. Сложность заключается в том, что в большинстве случаев отсутствуют или не очень надежны критерии для идентификации.

Результатом идентификации служит подтверждение соответствия или установление несоответствия ассортиментных, качественных, количественных характеристик и товарной информации. При выявлении несоответствия продукция относится к фальсифицированной.

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

Термин «фальсифицированная продукция (пищевые продукты, материалы и изделия)» определен в Федеральном законе «О качестве и безопасности пищевых продуктов» как «умышленно измененные (поддельные) и/или имеющие скрытые свойства и качество, информация о которых является заведомо неполной и недостоверной».

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

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.

Практическое занятие

Цель: усвоение основных понятий в области идентификации и обнаружения фальсификации товаров, ознакомление с критериями и видами идентификации.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.
2. Закон РФ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 № 29-ФЗ (ред. от 13.07.2015).
3. ГОСТ 31457-2012 Мороженое молочное, сливочное и пломбир. Технические условия.
4. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013. «О безопасности молока и молочной продукции».
5. ГОСТ 25779-90 «Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля».
6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков».
7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек».
8. Образцы продуктов, упаковки/маркировки детских игрушек.
9. Образцы продуктов, упаковки/маркировки продуктов.

Задание 1. Выпишите основные понятия, используемые в Законе РФ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»: пищевые продукты, продовольственное сырье, оборот пищевых продуктов, материалов и изделий, фальсифицированные пищевые продукты (в том числе биологически активные добавки), материалы и изделия, идентификация пищевых продуктов, материалов и изделий.

Задание 2. Решите следующие ситуации («кейс-стади»):

Ситуация 1.

В магазин поступило ванильное мороженое во взбитой шоколадной глазури торговой марки «Простоквашино».

Изготовитель: «Альтер Вест XXI», Московская область, Наро-Фоминский район.

Основные сведения, содержащиеся в маркировке, соответствуют ГОСТ 31457-2012 Мороженое молочное, сливочное и пломбир. Технические условия.

Состав продукта: молоко натуральное, сахар, масло коровье, масло кокосовое, молоко сухое цельное, молоко сухое обезжиренное, вода питьевая, стабилизатор-эмульгатор (моно- и диглицериды жирных кислот, камедь рожкового дерева, камедь гуара, карагинан), ароматизатор, идентичный натуральному, ванильный, глазурь шоколадная (масло коровье, сахар, какао-порошок, лецитин).

Наличие на маркировке двух знаков соответствия свидетельствует о сертификации производства, в том числе в системе НАССР.

Кроме обязательной товарной информации, в маркировке есть дополнительная надпись: «Это настоящее мороженое! Эдуард Успенский».

Содержание задания:

1. Проведите ассортиментную (групповую и видовую) идентификацию мороженого на соответствие его видового названия «Ванильное мороженое со взбитой шоколадной глазурью» требованиям ГОСТ 31457-2012 Мороженое молочное, сливочное и пломбир. Технические условия, а также «ТР ТС 033/2013. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности молока и молочной продукции».

2. К какой подгруппе можно отнести этот продукт: к молочным или к растительно-молочным продуктам?

3. Правильно ли названа глазурь шоколадной? Сопоставьте ваше мнение с нормативной документацией.

4. Каково назначение дополнительной надписи (цитаты Э. Успенского)? Можно ли считать, что она вводит потребителя в заблуждение?

5. Дайте заключение по результатам проведенной ассортиментной идентификации.

Ситуация 2.

При поступлении импортной рисовой крупы на российские таможенно-пропускные пункты инспекторы Россельхознадзора забраковали целый ряд товарных партий. Обнаруженные в них дефекты представлены в таблице 3.1.

**Характеристика товарных партий рисовой крупы
и обнаруженных в них дефектов**

Страна происхождения	Обнаруженные дефекты
Пакистан, Индия, Египет	Наличие плесневелого, затхлого запаха, постороннего неприятного привкуса
Китай	Сверхнормативное содержание испорченных, пожелтевших и меловых ядер
Индия, Вьетнам	Крупа заражена вредителями хлебных запасов
Индия, Вьетнам, Бельгия	Содержание остаточных пестицидов превышает предельно допустимые уровни
Китай, Египет	В крупе обнаружены пестициды (ртутьорганические, хлорорганические), не разрешенные в России, хотя их массовая доля не превышала предельно допустимого уровня их аналогов, разрешенных в России

Содержание задания:

1. Проведите квалитетрическую идентификацию поступивших партий рисовой крупы.
2. Правильна ли их забраковка госинспекторами? Дайте обоснование действиям госинспекторов.
3. Выскажите предположения, почему указанные партии поступили в Россию, а не были задержаны при отправке из страны происхождения?

Ситуация 3.

При поступлении импортных детских игрушек на территорию Российской Федерации сотрудники таможенных органов забраковали ряд товарных партий:

- партия детских игрушек из ворсованной резины, на маркировке указано, что игрушка предназначена для детей от года до 3-х лет;
- партия детских электрических игрушек с напряжением 27 В.

Содержание задания:

1. Изучив Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек», проведите идентификацию поступивших партий детских игрушек.
2. Идентифицируйте действия сотрудников таможенных органов.

Ситуация 4.

Покупательница Л. Т. Звонарева приобрела в магазине детские игрушки. Придя домой, она внимательно ознакомилась с маркировкой, на которой была указана следующая информация о товаре:

- наименование игрушки;
- наименование страны, где изготовлена игрушка;
- наименование и местонахождение изготовителя;
- дата изготовления;
- срок службы.

Покупательница, не увидев товарный знак изготовителя и пиктограмму, обозначающую возраст ребенка, вернулась в магазин с претензией о том, что имеет место информационная фальсификация.

Содержание задания:

1. Проведите анализ маркировки детских игрушек.
2. Сделайте заключение о присутствии информационной фальсификации.

Задание 3. Идентификация маркировки детских игрушек. Проведите идентификацию маркировки детских игрушек в соответствии с Техническим регламентом Таможенного союза ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» и Техническим регламентом Таможенного союза ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек». Результаты выявления информационной фальсификации отметьте в рабочей тетради.

4. ОСОБЕННОСТИ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ОБНАРУЖЕНИЯ ФАЛЬСИФИКАЦИИ ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП ТОВАРОВ

4.1. Идентификация и обнаружение фальсификации макаронных изделий

Краткие теоретические сведения

Макаронные изделия – пищевой продукт, изготавливаемый из зерновых и не зерновых культур и продуктов их переработки с использованием и без дополнительного сырья с добавлением воды смешиванием, различными способами формования и высушивания. В зависимости от вида исходной пшеницы и сорта муки макаронные изделия подразделяют на группу А и на сорта: высший, первый и второй; группы Б и В – на высший и первый. Сорт – классификационная единица макаронных изделий, отличающихся значением зольности макаронных изделий.

Макаронные изделия группы А – изделия, изготовленные из муки твердой пшеницы для макаронных изделий высшего, первого и второго сортов.

У изделий группы А высшего сорта зольность не превышает 0,9%; первого сорта – 1,2%; второго сорта – 1,9%.

Макаронные изделия группы Б – изделия, изготовленные из муки мягкой пшеницы для макаронных изделий высшего и первого сортов. У изделий группы Б высшего сорта зольность не превышает 0,6%; первого сорта – 0,75%;

Макаронные изделия группы В – изделия, изготовленные из муки пшеничной хлебопекарной или общего назначения, высшего и первого сортов. У изделий группы В высшего сорта зольность не превышает 0,56%; первого сорта – 0,75%;

Зольность макаронных изделий с дополнительным сырьем, изготовленных из муки твердой пшеницы, может изменяться в зависимости от зольности дополнительного сырья. По способу формования макаронные изделия подразделяют на резаные, прессовые и штампованные.

В зависимости от формы макаронные изделия подразделяют на четыре типа: трубчатые, нитевидные, ленточные и фигурные.

Трубчатые макаронные изделия – изделия, сформованные в виде прямой или изогнутой трубки. Трубчатые макаронные изделия по форме и срезу подразделяют на подтипы: макароны, рожки и перья.

Макароны – трубчатые макаронные изделия в форме длинной прямой трубки с прямым или волнообразным (при резке высушенных изделий) срезом.

Рожки – трубчатые макаронные изделия в форме короткой прямой или изогнутой трубки с прямым срезом.

Перья – трубчатые макаронные изделия в форме короткой прямой трубки с косым срезом.

Трубчатые макаронные изделия по размерам поперечного сечения подразделяют на виды: соломка (до 4,0 мм включительно); обыкновенные (от 4,1 до 7,0 мм); любительские (от 7,1 мм и более).

Толщина стенки трубчатых макаронных изделий не более 2,0 мм.

Нитевидные макаронные изделия – изделия, сформованные в виде нитей, имеющих форму круга в поперечном сечении (вермишель). По размерам поперечного сечения вермишель подразделяют на виды: паутинка (до 0,8 мм); обыкновенная (от 0,9 до 1,5 мм); любительская (от 1,6 до 3,5 мм).

Ленточные макаронные изделия – изделия, сформованные в виде нитей, имеющих форму овала в поперечном сечении. Толщина лапши должна быть не более 2 мм.

Фигурные макаронные изделия – изделия, сформованные в виде объемных или плоских фигур. Допускается различная форма фигурных макаронных изделий при условии их однородности в упаковочной единице.

Макаронные изделия всех типов подразделяют на длинные и короткие.

Длинные макаронные изделия должны быть длиной 200 мм и более, короткие – не более 200 мм.

Длинные макаронные изделия могут быть одинарными или двойными гнутыми, а также сформованными в мотки, бантики и гнезда. Массу и размеры длинных макаронных изделий, сформированных в мотки, бантики и гнезда, не ограничивают.

При проведении экспертизы подлинности макаронных изделий могут возникать следующие цели исследования:

- идентификация вида макаронных изделий;
- идентификация сорта и вида муки, из которой они изготовлены;

– способы фальсификации макаронных изделий и методы их обнаружения.

Наиболее распространенной ассортиментной фальсификацией макаронных изделий является продажа макаронных изделий, выработанных из муки 1 сорта, под видом макаронных изделий высшего сорта. Сорт макаронных изделий согласно их классификации указывают на этикетной надписи. Отличить такую подделку можно и по цвету, но более точное заключение можно сделать на основе определения зольности. Макароны высшего сорта должны иметь зольность, соответствующую муке высшего сорта, макаронные изделия первого сорта – муке первого сорта, а макаронные изделия второго сорта – муке второго сорта. Метод определения зольности количественный и предназначен для определения сортности макаронных изделий. Сущность метода состоит в сжигании пробы для анализа макаронных изделий до полного озоления органического вещества с последующим количественным определением полученного остатка.

Качественная фальсификация макаронных изделий может достигаться следующими приемами: добавлением муки из пшеницы мягких сортов в изделиях группы А; добавлением соевой или кукурузной муки; введением пищевых добавок-улучшителей муки; введением пищевых красителей.

В последнее время многие производители стали добавлять в макаронные изделия пищевые красители желтого цвета. Традиционно более желтый цвет макаронных изделий ассоциировался у потребителя с тем, что в них добавлены куриные яйца и таким образом они лучше по потребительским свойствам: меньше развариваются, имеют более привлекательный внешний вид. Теперь же в макаронные изделия вводят химический краситель, но на упаковке об этом не пишут. Поэтому если вы видите желтые, а не серые макаронные изделия и на них не написано, что они яичные либо с добавлением пищевого красителя, то перед вами – фальсификат.

Количественная фальсификация макаронных изделий: (недовес) – это обман потребителя за счет значительных отклонений параметров товара (массы), превышающих предельно допустимые нормы отклонений. Например, масса нетто упаковки с макаронными изделиями занижена или масса пакета с макаронными изделиями весит точно 1000 г или 500 г, а не больше, с учетом массы упаковки и т. д. Выявить такую фальсификацию достаточно просто, измерив предварительно массу поверенными средствами измерения массы.

Информационная фальсификация макаронных изделий – это обман потребителя с помощью неточной или искаженной информации о товаре.

Этот вид фальсификации осуществляется путем искажения информации в товарно-сопроводительных документах, маркировке, рекламе товара. При фальсификации информации о макаронных изделиях довольно часто искажаются или указываются неточно следующие данные: наименование товара; сорт муки, из которого изготовлены макаронные изделия; количество макаронных изделий; состав продукта.

Таким образом, для проведения идентификации и обнаружения фальсификации макаронных изделий анализируют маркировку и исследуют органолептические и физико-химические показатели на соответствие требованиям ГОСТ 31743-2012 «Изделия макаронные. Общие технические условия», а также определяют дополнительные показатели, способные в большей степени установить подлинность продукции.

Дополнительные методы идентификации макаронных изделий включают: определение наличия примеси пшеницы мягких сортов в изделиях группы А; определение наличия синтетических красителей в макаронных изделиях; определение зольности изделий; определение наличия соевой муки; определение наличия кукурузной муки; определение содержания яйцепродуктов в макаронных изделиях; определение содержания фосфорных солей в макаронных изделиях.

Наличие муки из мягкой пшеницы в изделиях группы А определяют следующими методами:

1. *Определение наличия муки из мягкой пшеницы методом электрофореза.*

Одним из характерных признаков муки из пшеницы является наличие в ней специфичных фракций глиадинового белка. Компонентный состав глиадинового белка детерминирован генетически и служит характерным признаком сортовой принадлежности пшеницы.

Метод основан на визуальной идентификации компонентного состава глиадинового белка, выделенного из макаронных изделий методом электрофореза с применением полиакриламидного геля. Электрофорез разделяет глиадиновый белок на фракции различной подвижности, которые отражаются в электрофореграмме в виде полосок. Образцы таких полосок (электрофореграммы) являются типичными для генотипа и не зависят от условий произрастания пшеницы. Идентификация (качественное определение наличия или отсутствия примеси муки из мягкой пшеницы)

осуществляется по наличию или отсутствию специфических полос в анализируемых образцах и сопоставлению с полосами эталонного спектра (с заведомо установленным содержанием только муки из твердой пшеницы).

2. Определение наличия муки из мягкой пшеницы методом выделения пальмитата-ситостерола.

Метод определения основан на различной растворимости пальмитата-ситостерола в ацетоне при различных температурах. По наличию осадка судят о наличии в пробе муки из мягкой пшеницы. При отсутствии осадка макаронные изделия изготовлены из муки из твердой пшеницы или с примесью муки из мягкой пшеницы не более 10%.

Для количественного определения муки из мягкой пшеницы применяют гравиметрический или колориметрический методы, использующие специфическую для стеролов реакцию Либермана–Бурхарда. В зависимости от количества пальмитата-ситостерола в анализируемых образцах наблюдается более или менее интенсивная изумрудно-зеленая окраска. В случае если продукт содержит муку из одной твердой пшеницы, жидкость оказывается неокрашенной.

3. Определение наличия муки из мягкой пшеницы тестовым комплектом BioKits PQC (экспресс-метод).

Метод основан на обнаружении глиаина из генома D мягкой пшеницы, который отсутствует у твердой пшеницы. В тестовом комплекте используют моноклональное меченое пероксидазой антитело для связи с глиадином мягкой пшеницы.

Метод определения наличия яичных продуктов основан на фотометрическом определении фосфорного ангидрида лецитина, затем по содержанию фосфорного ангидрида в пересчете на сухое вещество по таблице Веллавекья определяют количество яичных продуктов в 1 кг макаронных изделий. Метод позволяет определить содержание фосфорного ангидрида в диапазоне от 0,02% до 0,30%.

Макаронные изделия «яичные» должны иметь ограничения по массе яиц в пересчете на 1 кг муки – не менее 200 г или по содержанию яичного порошка – не менее 25 г.

Сущность метода определения наличия фосфорных солей в макаронных изделиях заключается в образовании ярко окрашенных комплексных соединений фосфора с молибдатом аммония. При наличии в макаронных изделиях фосфорных солей образуются фосфорно-молибдено-ванадиевые комплексы, окрашивающие раствор в интенсивно-желтый цвет.

Практическое занятие

Цель: ознакомление с критериями и видами идентификации макаронных изделий, овладение навыками выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.
2. ГОСТ 31743-2012 «Изделия макаронные. Общие технические условия». М.: Стандартинформ, 2013.
3. ГОСТ 31750-2012 «Изделия макаронные. Методы идентификации». М.: Стандартинформ, 2013.
4. ГОСТ 8.579-2002 ГСИ. Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте. М.: ИПК «Издательство стандартов», 2004.
5. Посуда, оборудование, реактивы (приведены в конкретном задании).
6. Образцы макаронных изделий, упаковки/маркировки макаронных изделий.

Задание 1. Определение в макаронных изделиях наличия красителей методом экстракции.

Сущность метода основана на экстракции красителя из макаронных изделий с последующим окрашиванием шерстяной нити.

Посуда, оборудование, реактивы: весы лабораторные с допускаемой погрешностью взвешивания $\pm 0,1$ г; чашки выпарительные фарфоровые; лабораторная мельница; баня водяная; часы; спирт этиловый; вода дистиллированная; кислота винно-каменная; эфир диэтиловый; нить белая шерстяная; бумага фильтровальная.

Проведение анализа.

Около 200–250 г макаронных изделий измельчают на лабораторной мельнице и из измельченной пробы отбирают пробу для анализа массой 10 г. Пробу для анализа заливают 50 см³ 50%-ного этилового спирта и нагревают при тщательном перемешивании в течение 30 мин. на водяной бане при температуре 60°C. Затем раствор отфильтровывают, из него отбирают 30 см³ фильтрата и добавляют 1 см³ винно-каменной кислоты. В полученный раствор на 2–3 мин. опускают белую шерстяную обезжиренную нить. Шерстяную нить обезжиривают непосредственно перед проведением анализа. Для обезжиривания ее выдерживают в течение 10 мин. в диэтиловом эфире, отжимают, промокают с помощью филь-

травальной бумаги и промывают этиловым спиртом. По истечении указанного времени нить промывают под струей воды, высушивают и после проведения анализа сравнивают ее цвет с контрольным цветом обезжиренной нити. Окрашивание нити характеризует наличие в макаронных изделиях красителя.

Задание 2. Определение в макаронных изделиях наличия соевой муки.

Сущность метода основана на качественной реакции фермента уреазы, присутствующего в соевой муке, с мочевиной. Метод позволяет определить наличие 0,5% соевой муки.

Посуда, оборудование, реактивы: весы лабораторные общего назначения с допустимой погрешностью взвешивания $\pm 0,05$ г; мешалка вихревая; камера холодильная, обеспечивающая поддержание температуры от 5°C до 10°C ; баня водяная; часы механические с сигнальным устройством; пипетка вместимостью 5 см^3 ; пробирка с пробкой; колбы мерные плоскодонные вместимостью 100 и 1000 см^3 ; воронка стеклянная; фарфоровая чашка; 20%-ный водный раствор карбамида; 1%-ный спиртовой раствор фенолфталеина; вода дистиллированная; спирт этиловый; измельченная проба макаронных изделий.

Проведение анализа.

Пробу для анализа массой $(0,50 \pm 0,01)$ г помещают в пробирку с хорошо подогнанной пробкой. Добавляют 5 см^3 20%-ного водного раствора карбамида, и пять капель 1%-ного спиртового раствора фенолфталеина. Пробирку плотно закрывают пробкой и перемешивают на мешалке, после чего нагревают на водяной бане при температуре 40°C . Если в макаронных изделиях присутствует соевая мука, то через 15 мин. содержимое пробирки окрасится в светло-розовый цвет, а через 30 мин. окраска станет интенсивно-розовой.

Задание 3. Определение в макаронных изделиях наличия кукурузной муки.

Сущность метода состоит в качественном определении наличия в макаронных изделиях зеина – белка, типичного для кукурузной муки.

Посуда, оборудование, реактивы: весы лабораторные с допускаемой погрешностью взвешивания $\pm 0,1$ г; баня водяная; часы механические с сигнальным устройством; термометр спиртовой стеклянный лабораторный с диапазоном измерения от 0°C до 100°C ; пипетка вместимостью 0,5, 2, и 5 см^3 ; цилиндр мерный вместимостью 20 см^3 ; стакан лабораторный

стеклянный; стекло часовое; воронка стеклянная; пробирка стеклянная; ступка с пестиком фарфоровые; спирт этиловый; раствор гидроксида натрия молярной концентрации 1 моль/дм; сульфат меди 5%-ный водный раствор; уголь активированный; бумага фильтровальная; измельченная проба макаронных изделий.

Проведение анализа.

Пробу для анализа массой $(6,0 \pm 0,1)$ г переносят в стакан, добавляют 20 см^3 95%-ного этилового спирта. Накрывают стакан часовым стеклом и нагревают на водяной бане при $73^\circ\text{C} - 75^\circ\text{C}$ в течение 1 ч. Оставляют в покое на 30 мин., после чего фильтруют через плотный фильтр. В пробирку отбирают 5 см^3 фильтрата, добавляют 2 см^3 раствора гидроксида натрия молярной концентрации 1 моль/дм³ и $0,4 \text{ см}^3$ 5%-ного раствора сульфата меди. Содержимое пробирки встряхивают. Затем пробирку помещают на 15 мин. на водяную баню при $73^\circ\text{C} - 75^\circ\text{C}$, после чего охлаждают и добавляют 0,2 г активированного угля для обесцвечивания. Пробирку встряхивают вручную в течение 30 с., оставляют в покое на 30 мин. и фильтруют через складчатый фильтр. При наличии в макаронных изделиях кукурузной муки фильтрат будет окрашен в интенсивно-лиловый цвет.

Задание 4. Решите следующую ситуацию («кейс-стади»):

В минимаркет г. Владикавказа на реализацию поступила партия макаронных изделий производства ОАО «Шебекино» (Белгородская область, г. Шебекино) группы А, высший сорт. Изделия расфасованы в полипропиленовый пакет по 450 г. При проверке фактическая масса нетто составила 438–445 г.

При оценке качества макаронных изделий в лаборатории установлено: изделия представляют собой короткую прямую трубку с косым срезом с размером поперечного сечения 5,0 мм, без постороннего вкуса и запаха, цвет однотонный с желтоватым оттенком. Влажность изделий – 12,4%, кислотность – 3,0 град., массовая доля золы в пересчете на сухое вещество – 1,1%, сухое вещество, перешедшее в варочную воду – 5,46%, сохранность формы сваренных изделий – 100%.

Содержание задания:

1. Проведите ассортиментную (видовую) идентификацию для установления соответствия наименования макаронных изделий требованиям ГОСТ 31743-2012 «Изделия макаронные. Общие технические условия».

2. Проведите количественную идентификацию на соответствие массы нетто требованиям ГОСТ 8.579-2002.

3. Проведите качественную идентификацию и установите сорт макаронных изделий.

4. Используя ГОСТ 31750-2012 «Изделия макаронные. Методы идентификации», назовите методы качественной идентификации для установления подлинности образцов макаронных изделий.

5. Дайте общее заключение по результатам проведенной идентификации макаронных изделий.

4.2. Идентификация и обнаружение фальсификации меда

Краткие теоретические сведения

Мёд – это сладкий продукт переработки медоносными пчелами нектара или пади. Мед обладает высокими питательными, лечебно-профилактическими и бактерицидными свойствами.

По технологическому признаку (способу получения и переработки) различают мед:

- *сотовый* (мед в естественной упаковке, залитый пчелами в шестигранные ячейки и запечатанный восковыми крышками);
- *центрифугированный* (жидкий и закристаллизовавшийся мед, извлеченный из сотов при помощи медогонки);
- *прессовый* (получаемый прессованием сотов при умеренном нагревании или без него и содержащий повышенное количество воска и воскоподобных веществ) и *дренированный* (мед, полученный дренированием незапечатанных сотов без личинок).

По ботаническому происхождению натуральный мед подразделяют на цветочный (монофлерный и полифлерный), падевый, естественная смесь цветочного и падевого.

Цветочный мед получается в результате сбора и переработки пчелами нектаров и пыльцы. Мед, собранный преимущественно с одного растения-нектароноса, называют *монофлерным*. Такой мед носит название того растения, с которого собран нектар (липовый, гречишный, акациевый и другие). Мед, собранный с цветков нескольких видов растений, называют *полифлерным* (луговой, степной, таежный, лесной и другие).

Падевый мед получается в результате переработки пчелами пади (сладкой жидкости, которую выделяют насекомые – червецы, тля) и медвяной росы (сладкий сок, выступающий на листьях или хвое под влия-

нием резкой смены температур). Различают падевый мед с лиственных деревьев и хвойных. Отличается от цветочного присутствием пыльцы только ветроопыляемых растений, цветом от янтарно-желтого до темно-бурого или даже черного. Консистенция – вязкая, тягучая, липкая.

Смешанный мед может быть сборным или падевым в зависимости от преобладающего источника, из которого он получен.

При проведении экспертизы подлинности меда могут возникать следующие цели исследования:

- идентификация вида меда по ботаническому происхождению;
- идентификация меда по способу получения и переработки;
- способы фальсификации меда методы их обнаружения.

Ассортиментная фальсификация меда может достигаться за счет подмены: одного монофлерного меда другим, монофлерного меда полимонофлерным, цветочного меда падевым. Идентифицировать подмену одного монофлерного меда другим или полифлерным можно по следующим физико-химическим показателям: составу сахаров, аминокислот, ароматических веществ и по пыльцевому составу.

Идентификация меда начинается с установления натуральности или фальсификации меда путем тщательного определения органолептических и физико-химических показателей. При этом особое внимание обращают на вкус и аромат меда, его цвет, консистенцию. Отмечают и устанавливают наличие цветочной пыльцы, примесей и признаков брожения, последовательно определяют наличие в меде механических примесей (песка, опилок, мела, погибших пчел или частей их тел, личинок куколок, кусочков воска и т. д.), примесей муки или крахмала, наличие добавок (крахмальной патоки, сахарного сиропа). Мутноватость натурального меда обусловлена наличием в нем азотистых, минеральных веществ, декстринов, а непрозрачность – наличием закристаллизованных сахаров.

Определение аромата, вкуса и консистенции меда.

Аромат и вкус меда определяют после его предварительного нагревания до 30–40°C. Мед обладает специфическим приятным ароматом, который зависит от нектароноса, наличия примесей в меде, длительности и условий его хранения, а также его нагревания и фальсификации. Аромат меда исчезает при брожении, длительном и интенсивном нагревании, при добавлении искусственного инвертированного сахара, патоки и т. д., а также при кормлении пчел сахарным сиропом.

Для натурального меда характерно раздражающее действие на слизистую оболочку полости рта, глотки различной интенсивности полифенольными соединениями, перешедшими в мед с нектаром. Это послевкусие может усиливаться уже после проглатывания меда. Чем меньше проявляется это послевкусие, тем больше вероятность, что мед фальсифицирован сахарозой.

Консистенцию (вязкость) определяют погружением шпателя в мед, имеющий температуру 20°C, а затем шпатель извлекают и оценивают характер стекания меда:

– жидкий мед – на шпателе небольшое количество меда, который стекает мелкими частыми каплями. Жидкая консистенция характерна для бело-акациевого, клеверного, кипрейного меда и при содержании воды более 21 %;

– вязкий мед – на шпателе значительное количество меда, стекающего крупными редкими вытянутыми каплями. Вязкая консистенция присуща большинству видов цветочного меда;

– очень вязкий мед – на шпателе значительное количество меда, который при стекании образует длинные тяжи. Очень вязкая консистенция характерна для падевого меда и цветочного в процессе кристаллизации;

– плотная консистенция – шпатель погружается в мед под давлением.

Квалиметрическая фальсификация меда может происходить за счет: добавления воды, введения различных сахаров, крахмала, чужеродных добавок, ароматизаторов.

Количественная фальсификация меда – это обман потребителя за счет значительных отклонений массы или объема, превышающих предельно-допустимые нормы отклонений. Определяется при помощи измерительных методов.

Информационная фальсификация пчелиного меда – это обман потребителя с помощью неточной или искаженной информации о товаре. Этот вид фальсификации осуществляется путем искажения информации в товарно-сопроводительных документах, маркировке и рекламе. К информационной фальсификации также относится подделка декларации о соответствии, ветеринарного свидетельства, таможенных документов, штрихового кода.

Практическое занятие

Цель: ознакомление с критериями и видами идентификации меда, овладение навыками выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.
2. ГОСТ Р 54644-2011 Мед натуральный. Технические условия. М.: Стандартинформ, 2012.
3. ГОСТ 32168-2013 Мед. Метод определения падевого меда. М.: Стандартинформ, 2013.
4. Посуда, оборудование, реактивы (приведены в конкретном задании).
5. Образцы меда, упаковки/маркировки меда.

Задание 1. Определение наличия примесей в меде.

Сущность метода. Механические примеси в зависимости от их удельного веса будут плавать в растворе либо находиться на дне или на поверхности.

Проведение анализа.

В техническом стакане емкостью 50 или 100 см³ взвешивают 20 г меда и приливают 60 см³ дистиллированной воды. Мед растворяют, перемешивая стеклянной палочкой, и отмечают наличие или отсутствие механических примесей (опилок и других сыпучих веществ). Полученный раствор меда служит для определения примеси муки, крахмала, крахмальной патоки и сахарного сиропа.

Задание 2. Определение примеси муки или крахмала; определение примеси мела.

Сущность метода основана на качественных реакциях на различные примеси. Муку, крахмал или мел добавляют в мед для создания видимости кристаллизации, что характеризует его натуральность.

Посуда, оборудование, реактивы: стеклянные пробирки; раствор йода или раствор Люголя; уксусная кислота.

Проведение анализа. В стеклянную пробирку помещают 3–4 мл раствора меда и добавляют несколько капель 5%-ной настойки йода. При наличии примеси муки или крахмала раствор окрашивается в синий цвет.

К 1 мл раствора меда (соотношение 1:2) прибавляют 1 мл разбавленной уксусной кислоты (10%-ной). При наличии мела в растворе появляются пузырьки углекислого газа.

Задание 3. Определение примеси крахмальной патоки.

Сущность метода основана на качественной реакции на декстрины при взаимодействии раствора меда с 96%-ным этиловым спиртом.

Посуда, оборудование, реактивы: стеклянные пробирки; 96%-ный этиловый спирт.

Проведение анализа.

В стеклянную пробирку помещают 3–4 мл раствора меда, приливают 1 мл 96%-ного этилового спирта, смесь взбалтывают. При наличии крахмальной патоки раствор становится молочно-белым и в отстое образуется прозрачная полужидкая масса (декстрин).

При отсутствии примеси раствор остается прозрачным и только в месте соприкосновения слоев меда и спирта имеется едва заметная муть, исчезающая при взбалтывании.

Задание 4. Определение примеси сахарного сиропа.

Сущность метода основана на качественной реакции на моносахариды (содержание в меде моносахаридов менее 70% свидетельствует о фальсификации продукта).

Посуда, оборудование, реактивы: стеклянные пробирки; раствор азотно-кислого серебра.

Проведение анализа.

В стеклянную пробирку помещают 3–4 мл раствора меда и добавляют несколько капель раствора азотно-кислого серебра (ляписа). При наличии примеси образуется белый осадок хлористого серебра.

Задание 5. Определение примеси падевого меда в цветочном.

Сущность метода основана на качественных реакциях на падевое происхождение меда (появление белой мути).

Посуда, оборудование, реактивы: стеклянные пробирки; спирт-ректификат; 25%-ный раствор уксусно-кислого свинца; вода дистиллированная; водяная баня.

Проведение анализа:

1) к 1 мл раствора меда (соотношение 1:2) прибавляют 10 мл спирта-ректификата. При наличии пади в растворе образуется молочно-белая муть, и может появляться белый осадок (легкое помутнение не принимается во внимание). К гречишному меду не применяется;

2) в пробирку наливают 2 мл водного раствора меда в соотношении 1:1, добавляют 2 мл воды и 5 капель 25%-ного раствора уксусно-кислого свинца, тщательно перемешивают и ставят в водяную баню при темпе-

ратуре 80–100°С на 3 мин. Появление мути свидетельствует о падевом происхождении меда.

Задание 6. Определение зрелости меда и фальсификации разбавлением водой.

Одним из способов фальсификации меда является откачка незрелого меда. Зрелый мед хранится очень долго, незрелый – только на холоде. В любом меде есть споры дрожжей, находящиеся в состоянии покоя. Но в незрелом меде вследствие избытка влаги в тепле дрожжи активизируются, и начинается брожение. Сначала усиливается аромат меда, затем образуются пузырьки газа, появляется легкий алкогольный и, наконец, – кислый запах. Забродить может и зрелый мед, если его хранить в открытой посуде при высокой влажности и комнатной температуре.

Одним из показателей зрелости меда является его водность, то есть процентное содержание в нем влаги. Водность меда обратно пропорциональна вязкости. Вязкость (зрелость) меда можно определить следующим образом: зачерпнув ложкой мед, необходимо быстро вращать ее вокруг своей оси. Если мед наматывается сплошной лентой – мед зрелый. Стекать с ложки хороший мед должен примерно через 4 секунды и последняя капля должна оторваться упруго, подпрыгнув к ложке.

Если мед быстро стекает с ложки непрерывной струей – влажность выше нормы.

Задание 7. Решите следующие ситуации («кейс-стади»)

Ситуация 1.

В соответствии с заданиями 1–6 проведите идентификацию образцов меда различных производителей. Заключение оформите в виде таблицы 4.1.

Таблица 4.1

Результаты идентификации образцов меда

Наименование образца/ Производитель	Метод идентификации	Результат идентификации	Вид фальсификации (при выявлении)

Ситуация 2.

На таможенную границу Российской Федерации поступила партия меда, код по ТН ВЭД: 0409 – Мед натуральный. В товаросопроводительных документах было указано: Мед натуральный горный разнотравный. При проведении идентификации меда было выявлено следующее: темно-коричневый цвет, естественный, слабо выраженный аромат, вкус сладкий с горьковатым привкусом, вязкая консистенция, при добавлении к пробе спирта в исследуемом образце появилась молочно-белая муть и осадок.

Дайте общее заключение по результатам проведенной идентификации меда.

4.3. Идентификация и обнаружение фальсификации соков

Краткие теоретические сведения

В соответствии с Техническим регламентом на соковую продукцию из фруктов и овощей, сок – жидкий пищевой продукт, который несброжен, способен к брожению, получен из съедобных частей доброкачественных, спелых, свежих или сохраненных свежими либо высушенных фруктов и (или) овощей путем физического воздействия на эти съедобные части и в котором в соответствии с особенностями способа его получения сохранены характерные для сока из одноименных фруктов и (или) овощей пищевая ценность, физико-химические и органолептические свойства. Сок может быть осветленным. В сок могут быть добавлены концентрированные натуральные ароматобразующие фруктовые вещества и (или) концентрированные натуральные ароматобразующие овощные вещества, фруктовая и (или) овощная мякоть, и (или) фруктовое и (или) овощное пюре (в том числе концентрированное – для восстановленного сока), и (или) клетки цитрусовых фруктов, произведенные из одноименных фруктов и (или) овощей путем физического воздействия на них.

Смешанный сок производят путем смешивания двух и более различных соков или соков и фруктовых и (или) овощных пюре. Консервирование сока может быть осуществлено только с использованием физических способов, за исключением обработки ионизирующим излучением.

Соки в зависимости от способов их производства и обработки фруктов и (или) овощей бывают следующих видов:

– сок прямого отжима – сок, произведенный путем механической обработки непосредственно свежих или сохраненных свежими фруктов и (или) овощей;

– свежотжатый сок – сок прямого отжима, произведенный из свежих или сохраненных свежими фруктов и (или) овощей в присутствии потребителей и не подвергавшийся консервированию;

– восстановленный сок – сок, произведенный из концентрированного сока или концентрированного сока и сока прямого отжима и питьевой воды. Восстановленный томатный сок может быть произведен также путем восстановления концентрированных томатной пасты и (или) томатного пюре;

– концентрированный сок – сок, произведенный путем физического удаления из сока прямого отжима части содержащейся в нем воды в целях увеличения содержания растворимых сухих веществ не менее чем в два раза по отношению к исходному соку прямого отжима. При производстве концентрированного сока может быть применен процесс экстракции сухих веществ из измельченных фруктов и (или) овощей той же партии, из которых предварительно был отделен сок, посредством питьевой воды при условии, что продукт данной экстракции добавляется в исходный сок до этапа концентрирования внутри одного поточного технологического процесса. В концентрированный сок могут быть добавлены концентрированные натуральные ароматообразующие вещества, произведенные из одноименного сока либо из одноименных фруктов или овощей;

– диффузионный сок – сок, который произведен путем извлечения с помощью питьевой воды экстрактивных веществ из свежих фруктов и (или) овощей либо высушенных фруктов и (или) овощей одного вида, сок из которых не может быть получен путем их механической обработки. Диффузионный сок может быть подвергнут концентрированию, а затем восстановлению. Содержание растворимых сухих веществ в диффузионном соке должно быть не ниже уровня, установленного для одноименного восстановленного сока.

Соки, в зависимости от технологии изготовления, подразделяют на:

- соки прямого отжима;
- соки прямого отжима осветленные;
- соки прямого отжима с мякотью.

Соки прямого отжима изготавливают из:

- одного вида фруктов;

– двух и более видов фруктов (смешанными).

В соки могут быть добавлены фруктовое пюре, мякоть, клетки цитрусовых фруктов и другие компоненты.

Соки с мякотью могут изготавливаться гомогенизированными.

Соки могут изготавливаться:

– стерилизованными;

– пастеризованными.

Соки могут изготавливаться обогащенными. Для изготовления обогащенных соков используют пищевые и/или биологически активные вещества.

По органолептическим показателям соки должны соответствовать следующим требованиям.

Внешний вид.

Сок прямого отжима: однородная непрозрачная жидкость с равномерно распределенной тонко измельченной мякотью или без нее. Допускается осадок на дне упаковки. Допускается наличие цветного маслянистого кольца на поверхности соков и/или наличие темного кольца – для соков из темноокрашенных фруктов.

Сок прямого отжима осветленный: прозрачная жидкость, стабильная в процессе хранения.

Сок прямого отжима с мякотью: однородная текучая жидкость с равномерно распределенной мякотью фруктов по всей массе сока.

Допускаются:

– единичные точечные вкрапления кожицы темного цвета – для соков из темноокрашенных фруктов;

– незначительное расслаивание и небольшой осадок частиц мякоти или клеток цитрусовых фруктов на дне упаковки, а в вишневом и сливовом соках – оседание мякоти;

– наличие камедистых (твердых) частиц мякоти в соках из груш и айвы;

– наличие цветного маслянистого кольца на поверхности соков и/или наличие темного кольца – для соков из темноокрашенных фруктов. Допускается легкая опалесценция.

Вкус и аромат. Натуральные, хорошо выраженные, свойственные использованным фруктам, прошедшим тепловую обработку. Для соков, изготовленных из цитрусовых, допускается горечь и привкус эфирных масел.

Для обогащенных соков допускается привкус и запах вносимых биологически активных веществ. Не допускаются посторонние привкус и запах.

Цвет. Однородный по всей массе, свойственный цвету фруктов, из которых изготовлен сок. Допускаются более темные оттенки в соках из светлоокрашенных фруктов и незначительное обесцвечивание соков из темноокрашенных фруктов.

Идентификация соков и соковой продукции – это установление тождественности характеристик (свойств) соков и соковой продукции с ее существенными признаками.

К существенным признакам соков и соковой продукции относятся: количественные и качественные органолептические и физико-химические показатели, их характеристики и нормы, характеристики пищевой ценности, отличительные критерии наименований, технологических процессов производства, рисков и используемого сырья, информация о продукте и его составе, содержащиеся в нормативных правовых актах Российской Федерации, национальных и международных стандартах, сводах правил, стандартах организаций, правилах и методах исследований (испытаний) и измерений.

Результат идентификации соков и соковой продукции: подтверждение или не подтверждение заявленного наименования (подлинности) соков или соковой продукции, включающее подтверждение соответствия или установление несоответствия информации о продукте требованиям, предъявляемым к маркировке продукции.

Ассортиментная фальсификация соков – это подделка, которая осуществляется путем полной замены его заменителями, вида или наименования с сохранением сходства одного или нескольких признаков.

При ассортиментной идентификации устанавливают соответствие органолептических свойств заявленному наименованию и составу.

Квалиметрическая фальсификация соков. При квалиметрической идентификации определяют массовую долю сухих веществ и кислотность, подтверждают достоверность информации о составе сырья путем исследований на наличие красителей, консервантов, подсластителей. Для этих целей используют качественные реакции и различные инструментальные методы.

Количественная фальсификация достигается путем недолива и заключается в установлении номинальной вместимости тары, полноты налива

и достоверности информации о количественных характеристиках. Определяется при помощи измерительных методов.

Информационная фальсификация соков – это обман потребителя с помощью неточной или искаженной информации о товаре. Этот вид фальсификации осуществляется путем искажения информации в товарно-сопроводительных документах, маркировке и рекламе. Присваивание сокам наименований, вводящих потребителей в заблуждение относительно их природы, состава и происхождения, является основным способом информационной фальсификации. Часто в наименования соков включают названия продуктов, которые не входят в их состав. Для усиления ассоциативного эффекта восприятия на этикетке приводят изображения этих продуктов (свежих плодов, ягод, пряно-ароматических растений). Другим способом информационной фальсификации является приписывание сокам особых свойств (оздоравливающих, лечебных и других), которыми он не обладает.

Практическое занятие

Цель: ознакомление с критериями и видами идентификации соков, овладение навыками выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.
2. ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей».
3. ГОСТ 32101-2013 Консервы. Продукция соковая. Соки фруктовые прямого отжима. Общие технические условия. М.: Стандартинформ, 2014.
4. ГОСТ 8.579-2002 ГСИ. Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте. М.: ИПК «Издательство стандартов», 2004.
5. ГОСТ Р 53137-2008 Соки и соковая продукция. Идентификация. Общие положения. М.: Стандартинформ, 2009.
6. ГОСТ 31717-2012 Соки и соковая продукция. Идентификация. Определение аскорбиновой кислоты ферментативным методом. М.: Стандартинформ, 2013.
7. Посуда, оборудование, реактивы (приведены в конкретном задании).
8. Образцы соков, упаковки/маркировки соков.

Задание 1. Обнаружения фальсификации сока введением синтетических красителей.

Сущность метода. Природные красители (растительные пигменты) меняют цвет при изменении рН (кислотности) среды. Большинство синтетических красителей, используемых для подкрашивания пищевых продуктов, таким свойством не обладают. Цвет красноокрашенного сока определяют антоциановые красители, которые в щелочной среде при рН от 6 до 8 меняют цвет на грязно-синий, при рН, равном 9, – на грязно-зеленый, а при повышении рН до 10 окраска становится грязно-желтой.

Посуда, оборудование, реактивы: химические стаканы; 0,1 н. раствор щелочи; электрическая плитка.

Проведение анализа. Налить небольшое количество (5–10 мл) сока красного цвета в 2 прозрачных химических стаканчика. В один из стаканчиков добавить раствор щелочи в объеме, превышающем объем напитка. Сравнить цвет напитка в этом стаканчике с цветом напитка, в который щелочь не добавлялась. Если окраска изменилась (стала грязно-синей

или грязно-зеленой), в напитке содержатся естественные красители, в противном случае – синтетические.

Для обнаружения красителей в соке желтого или оранжевого цвета, испытуемый образец с раствором щелочи следует подогреть. Если окраска изменилась, в напитке содержатся естественные красители, в противном случае – синтетические.

Задание 2. Определение аскорбиновой кислоты в соках.

Сущность метода: Аскорбиновая кислота (витамин С) и другие редуцирующие вещества ($x-H_2$) восстанавливают бромид 3-(4,5-диметилтиазол-2-ил)-2,5-дифенил-2Н-тетразолия (МТТ) в присутствии переносчика электронов феназинметосульфата (ФМС) при рН 3,5 до комплекса МТТ-формазана.

Посуда, оборудование, реактивы: гидроокись калия; поливинилпирролидон; фосфорнокислый однозамещенный 2-водный натрий; лимонная кислота моногидрат; аскорбиновая кислота; феназинметосульфат; аскорбатоксидаза; метафосфорная кислота; дистиллированная вода; спектрофотометр; иономер или рН-метр; пипетки; колбы мерные; стаканы; цилиндры; лабораторная воронка; часы лабораторные; электроплитка; термометр жидкостный стеклянный; весы лабораторные; бумага фильтровальная; водяной или воздушный термостат.

Проведение анализа.

Приготовление растворов реактивов проводят в соответствии с ГОСТ 31717-2012.

Подготовка пробы. Концентрированные соки и пюре перед определением восстанавливают согласно нормативным документам свежей дистиллированной водой до содержания растворимых сухих веществ согласно нормативным документам для соответствующего вида продукции. С помощью раствора гидроокиси калия (10 моль/дм^3) проводят корректировку рН пробы до значения 3,5–4,0. В зависимости от количества аскорбиновой кислоты пробу разбавляют дистиллированной водой или раствором мета-фосфорной кислоты (15 г/дм^3). Пробу, содержащую мутную взвесь, после разбавления фильтруют через бумажный складчатый фильтр. Для определения аскорбиновой кислоты используют визуально прозрачный слабоокрашенный фильтрат в количестве $0,100 \text{ см}^3$. Ферментативное определение аскорбиновой кислоты в пробе проводят по схеме дозирования и смешивания реактивов, приведенной в ГОСТ 31717-2012.

Задание 3. Решите следующую ситуацию («кейс-стади»):

Изучите ст. 4–5 ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей» и ГОСТ 32101-2013 «Консервы. Продукция соковая. Соки фруктовые прямого отжима. Общие технические условия».

По условию ситуационной задачи проведите качественную идентификацию партии виноградного сока с целью установления фальсификации.

На оптовую базу поступил сок виноградный осветленный в количестве 500 ящиков, по 20 бутылок каждый. Сок расфасован в стеклянные бутылки вместимостью 0,5 дм³. На упаковке указано, что продукт предназначен для питания детей дошкольного возраста старше 3-х лет и школьного возраста. При оценке качества сока установлено: сок представляет собой прозрачную жидкость, слегка опалесцирующую, с хорошо выраженным вкусом и ароматом, массовая доля растворимых сухих веществ – 16,5%, массовая доля титруемых кислот в пересчете на яблочную кислоту – 1,6%; массовая концентрация 5-оксиметилфурфурола – 28 мг/дм³.

4.4. Идентификация и обнаружение фальсификации масложировых товаров

Краткие теоретические сведения

Пищевые жиры – необходимая составная часть сбалансированного рациона питания человека, роль жиров в организме человека очень значима – это важнейший строительный материал для клеточных мембран.

Масложировая продукция – масла растительные и продукция, изготавливаемая на основе растительных или растительных и животных масел и жиров (включая жиры рыб и морских млекопитающих), с добавлением или без добавления воды, пищевых добавок и других ингредиентов.

Пищевая масложировая продукция – масложировая продукция, предназначенная для употребления в пищу или применения в различных отраслях пищевой промышленности.

Масло растительное (смесь глицеридов жирных кислот и сопутствующих им веществ, извлекаемая из масличного сырья и содержащая не менее 99% жира).

Масло растительное нерафинированное – масло растительное, очищенное от мелкой и крупной взвеси, не прошедшее очистку по полному или частичному циклу стадий рафинации.

Масло растительное вымороженное – масло растительное, очищенное от взвеси и подвергнутое процессу низкотемпературного удаления восковых веществ.

Масло растительное гидратированное – масло растительное, очищенное от фосфоросодержащих веществ.

Масло растительное рафинированное – масло растительное, прошедшее очистку по полному или частичному циклу стадий рафинации.

Масло растительное рафинированное дезодорированное – масло растительное рафинированное, прошедшее процесс дезодорации.

Маргарин – эмульсионный жировой продукт с массовой долей жира не менее 20%, состоящий из немодифицированных и (или) модифицированных растительных масел с (или без) животными жирами, с (или без) жирами рыб и морских млекопитающих, воды с добавлением или без добавления молока и (или) продуктов его переработки, пищевых добавок и других пищевых ингредиентов.

Твердый маргарин – маргарин, имеющий пластичную плотную консистенцию и сохраняющий свою форму при температуре $20 \pm 2^\circ\text{C}$.

Мягкий маргарин – маргарин, имеющий пластичную мягкую консистенцию при температуре $10 \pm 2^\circ\text{C}$.

Жидкий маргарин – маргарин, имеющий жидкую консистенцию и сохраняющий свойства однородной эмульсии при температурах, предусмотренных для жидкого маргарина конкретного назначения.

Спред – эмульсионный жировой продукт с массовой долей общего жира не менее 39%, имеющий пластичную консистенцию, с температурой плавления жировой фазы не выше 36°C , изготавливаемый из молочного жира и (или) сливок и (или) сливочного масла и немодифицированных и (или) модифицированных растительных масел или только из немодифицированных и (или) модифицированных растительных масел с добавлением или без добавления пищевых добавок и других пищевых ингредиентов.

Спред растительно-сливочный – спред с массовой долей молочного жира в составе жировой фазы от 15 до 50%;

Спред растительно-жировой – спред, жировая фаза которого состоит из немодифицированных и (или) модифицированных растительных масел с добавлением или без добавления молочного жира (менее 15%).

Идентификация масложировой продукции (процессов) – процедура отнесения пищевой продукции (процессов) к объектам технического регулирования технического регламента.

Идентификация масложировой продукции проводится по ее наименованию и (или) ее признакам, изложенным в определении такой продукции в действующем техническом регламенте визуальным и (или) органолептическим, и (или) аналитическими методами.

Идентификация масложировой продукции проводится одним и (или) несколькими из следующих методов:

– по наименованию – путем сравнения наименования и назначения масложировой продукции, указанных в маркировке на потребительской упаковке и/или в товаросопроводительном документе, с наименованием, указанным в определении вида масложировой продукции;

– визуальным методом – путем сравнения внешнего вида масложировой продукции с признаками, указанными в нормативных документах. Органолептические показатели значимы при определении сырьевой принадлежности и вида масложировых товаров.

Физические показатели: показатель преломления, плотность, вязкость, температура застывания.

Из чисел, определяемых в жирах и растительных маслах, значимыми для экспертизы являются число омыления, йодное число, числа Рейхерта-Мейссля и Поленске.

Ассортиментная фальсификация. Наиболее часто в настоящее время встречается ассортиментная фальсификация и пересортица растительных масел (для нерафинированных и гидратированных масел), а также спредов и маргаринов. При ассортиментной фальсификации осуществляется частичная или полная замена более ценных видов масел (подсолнечного, кукурузного, оливкового и других) менее ценными видами (рапсовым, соевым, хлопковым и другими), а также дорогих сортов масла – дешевыми. Часто для снижения себестоимости оливкового масла к нему подмешивают другие виды масел, которые обладают тем же триглицеридным составом. Распространенной является также технологическая фальсификация оливкового масла, при которой масло первого прессования (отжима) заменяется другими, менее ценными фракциями.

Качественная фальсификация масложировых товаров может достигаться следующими способами: нарушение технологии производства; нарушение рецептурного состава; нарушение технологии очистки.

Количественная фальсификация масложировых товаров (обвес, обмер) – это обман потребителя за счет значительных отклонений параметров (массы, объема), превышающих предельно допустимые нормы

отклонений. Например, масса нетто бутылки с растительным маслом меньше, чем написано на самой упаковке. Выявить такую фальсификацию достаточно просто, измерив предварительно массу нетто бутылки с растительным маслом или объем поверенными средствами измерения массы, объема.

Информационная фальсификация масложировых товаров – это обман потребителя с помощью неточной или искаженной информации о товаре. Этот вид фальсификации осуществляется путем искажения информации в товарно-сопроводительных документах, маркировке и рекламе.

Практическое занятие

Цель: ознакомление с критериями и видами идентификации отдельных групп масложировых товаров, овладение навыками выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.

2. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции».

3. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию» (с изменениями на 23 апреля 2015 года).

4. ГОСТ 8.579- 2002 ГСИ. Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте. М.: ИПК Издательство стандартов, 2004.

5. Посуда, оборудование, реактивы (приведены в конкретном задании).

6. Образцы масложировых продуктов, упаковки/маркировки масложировых продуктов.

Задание 1. Качественная реакция для обнаружения фальсификации оливковых масел.

Посуда, оборудование, реактивы: азотная кислота; химические стаканы; холодильная камера.

1. Элаидиновая проба.

Сущность метода. Подлинность оливкового масла проверяют элаидиновой пробой. В основе этой пробы лежит превращение остатков олеиновой кислоты (цис-изомера), входящих в состав триглицеридов оливкового масла в большом количестве, в геометрический изомер (транс-изомер) – в остатки элаидиновой кислоты. Как элаидиновая кислота, так и ее триглицериды являются твердыми телами.

Проведение анализа.

На испытуемый образец действуют азотной кислотой, встряхивают и оставляют на сутки. Если испытуемое масло является оливковым, оно превращается в твердую массу.

2. Температурный тест-контроль натуральности оливковых масел.

Сущность метода. Оливковое масло не следует хранить при низких температурах. Если подвергнуть оливковое масло воздействию низких

температур, обнаруживается помутнение масла. Это является одной из качественных реакций на натуральность оливкового масла.

Проведение анализа.

Образец оливкового масла поместить в холодильную камеру, при этом образуется белая муть и выпадает осадок, а при помещении масла в условия комнатной температуры, высококачественное оливковое масло приобретает первоначальную прозрачную консистенцию.

Задание 2. Качественная реакция на хлопковое масло.

Сущность метода основана на восстановлении азотно-кислого серебра и обнаруживает в смеси наличие даже 5% хлопкового масла.

Посуда, оборудование, реактивы: химические стаканы; электрическая плитка; 90% спирт; раствор азотно-кислого серебра.

Проведение анализа.

5 мл жирных кислот, выделенных из испытуемого масла, растворяют в 15 мл 90%-ного спирта, прибавляют 2 мл 3%-ного водного раствора азотно-кислого серебра и смесь кипятят в течение 1–3 мин. Жирные растворы хлопкового масла окрашиваются в темный цвет восстановленным металлическим серебром.

Задание 3. Качественная реакция на кунжутное масло.

Сущность метода основана на реакции масла с раствором сахарозы в соляной кислоте.

Посуда, оборудование, реактивы: химические стаканы; соляная кислота плотностью 1,19.

Проведение анализа.

0,1 г тонко растертого сахара растворяют в 10 мл соляной кислоты. К этому раствору приливают 20 мл исследуемого масла и сильно взбалтывают. При наличии кунжутного масла получается красная окраска.

Задание 4. Качественная реакция на масла крестоцветных.

Сущность метода. Рапсовое, рыжиковое, горчичное и другие масла крестоцветных распознают путем открытия серы, которую они содержат.

Посуда, оборудование, реактивы: электрическая плитка; фильтровальная бумага; уксуснокислый свинец; 10%-ный раствор NaOH.

Проведение анализа.

25–30 г исследуемого масла нагревать в течение нескольких минут с 20 мл 10% раствора NaOH. Мыльный раствор отфильтровать через бумажный фильтр. Предварительно смоченная уксуснокислым свинцом фильтровальная бумага чернеет при нанесении нескольких капель

исследуемого масла, содержащего рапсовое или другое масла из семян растений семейства крестоцветных, вследствие образования сернистого свинца.

Задание 5. Качественная реакция на жиры морских животных и рыб.

Сущность метода. Наличие жиров морских животных и рыб, содержащихся в масложировых товарах в незначительном количестве, или в полимеризованном или гидролизованном виде определяется качественной реакцией с бромным раствором.

Посуда, оборудование, реактивы: электрическая плитка; аналитические весы; хлороформ; ледяная уксусная кислота; бромный раствор.

Проведение анализа.

Отвесить 5 мл исследуемого образца на аналитических весах, расплавить на плитке и охладить до комнатной температуры; растворить в 10 мл хлороформа и 1,5 мл ледяной уксусной кислоты, и прибавить 2,5 мл бромного раствора. Жиры рыб и морских животных дают при этом быстро исчезающую розовую окраску, а по истечении 1 мин. появляется зеленая окраска, которая держится довольно долго. Растительные и животные жиры при такой обработке дают желтую или красновато-желтую окраску.

Задание 6. Определение йодного числа.

Сущность метода. Йодное число является важнейшим показателем при идентификации жиров. Йодным числом называют количество йода, присоединившегося в определенных условиях к 100 г жира или жирных кислот. Оно характеризует степень ненасыщенности жира, его чистоту и натуральность.

Посуда, оборудование, реактивы: аналитические весы; водяная баня; колбы с притертой пробкой; спирт; 0,2 н. спиртовой раствора йода; дистиллированная вода; 0,1 н. раствор гипосульфита натрия; раствор крахмала.

Проведение анализа.

В предварительно высушенную колбу берут навеску 0,2–0,25 г масложирового товара и растворяют в 10 мл спирта, нагревая на водяной бане при 50–60°C. Раствор охлаждают до комнатной температуры, добавляют точно 20 мл 0,2 н. спиртового раствора йода и 200 мл дистиллированной воды, подогретой до 25–30°C. Колбу закрывают притертой пробкой, энергично встряхивают и оставляют в темноте на 5 мин.; после выдержки

избыток йода быстро оттитровывают 0,1 н. раствором гипосульфита до получения желто-соломенного цвета. Затем, добавив несколько капель крахмала, раствор оттитровывают до исчезновения окраски. Титрование должно длиться не более 2–3 мин. В аналогичных условиях проводят контрольный опыт.

Расчет:

Йодное число (X) в граммах йода на 100 г испытуемого жира вычисляют по формуле:

$$X = \frac{(V - V_1) \cdot K \cdot 0,01269 \cdot 100}{m}$$

где V – количество 0,1 н. раствора гипосульфита, израсходованного в контрольном опыте, мл;

V_1 – количество 0,1 н. раствора гипосульфита, израсходованного на титрование в основном опыте, мл;

K – поправка к титру 0,1 н. раствора гипосульфита;

0,001269 – количество йода, эквивалентное 1 мл 0,1 н. раствора гипосульфита, г;

m – навеска исследуемого продукта, г.

Показатели йодных чисел для различных видов жиров представлены в приложении Ж.

Задание 7. Решите следующие ситуации («кейс-стади»):

Ситуация 1.

В соответствии с заданиями 1–6 проведите идентификацию образцов масложировых товаров. Заключение оформите в виде таблицы 4.2.

Таблица 4.2

Результаты идентификации масложировых товаров

Наименование образца/ Производитель	Метод идентификации	Результат идентификации	Вид фальсификации (при выявлении)

Ситуация 2.

Изучите ст. 5 ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию».

По условию ситуационной задачи проведите идентификацию партии оливкового масла с целью установления фальсификации.

На таможенную границу Российской Федерации поступила партия оливкового масла, на маркировке было указано следующее: масло нерафинированное высшего качества, масло первого прессования (отжима) – Extra virgin olive oil. При проведении идентификации сотрудниками таможенных органов было выявлено следующее: масло прозрачное, в проходящем и отраженном свете не отмечено визуально обнаруживаемых частиц, цвет – однородный яркий соломенный, аромат спелых оливок, вкус уравновешенный мягкий, без посторонних, кислотное число – 1,9 миллиграмм гидроокиси калия на грамм, перекисное число – 18 мэкв/кг.

Ситуация 3.

На маркировке жирового продукта указано следующее: спред сливочно-растительный. При определении его качества было выявлено следующее: вкус и запах – кисло-сливочный; консистенция – плотная, однородная; цвет – светло-желтый; содержание жира – 45%. Дайте заключение по результатам идентификации жирового продукта.

Ситуация 4.

При определении качества спреда растительно-сливочного было обнаружено следующее: вкус и запах – сладко-сливочный; консистенция – плотная, однородная; цвет – светло-желтый, однородный по всей массе; содержание жира – 40%; кислотность жировой фазы – 1,7 градуса Кеттстофера. Дайте заключение по результатам идентификации жирового продукта.

4.5. Идентификация и обнаружение фальсификации молочных товаров

Краткие теоретические сведения

В соответствии с Техническим регламентом на безопасность молока и молочной продукции, *молочная продукция* – продукты переработки молока, включающие в себя молочный продукт, молочный составной продукт, молокосодержащий продукт, побочный продукт переработки молока, продукция детского питания на молочной основе, адаптированные или частично адаптированные начальные или последующие молочные смеси (в том числе сухие), сухие кисло-молочные смеси, молочные напитки (в том числе сухие) для питания детей раннего возраста, молочные каши,

готовые к употреблению, и молочные каши сухие (восстанавливаемые до готовности в домашних условиях питьевой водой) для питания детей раннего возраста.

Молоко – продукт нормальной физиологической секреции молочных желез сельскохозяйственных животных, полученный от одного или нескольких животных в период лактации при одном и более доениях, без каких-либо добавлений к этому продукту или извлечений каких-либо веществ из него.

Молокосодержащий продукт – пищевой продукт, произведенный из молока и (или) его составных частей и (или) молочных продуктов и (или) побочных продуктов переработки молока и немолочных компонентов, по технологии, предусматривающей возможность замещения молочного жира в количестве не более 50% от жировой фазы исключительно заменителем молочного жира и допускающей использование белка немолочного происхождения не в целях замены молочного белка, с массовой долей сухих веществ молока в сухих веществах готового продукта не менее 20%.

Молочная плазма – коллоидная система белков молока, молочного сахара (лактозы), минеральных веществ, ферментов и витаминов в водной фазе.

Нормализованное молоко – сырье для производства продуктов переработки молока, в котором массовые доли молочного жира и молочного белка и (или) сухих обезжиренных веществ молока либо их соотношения приведены в соответствие с показателями стандарта или технического документа изготовителя, в соответствии с которым производится продукт переработки молока.

Обезжиренное молоко – сырье для производства продуктов переработки молока с массовой долей молочного жира менее 0,5%, полученное в результате отделения молочного жира от молока.

Обогащенное молоко – сырье или питьевое молоко, в которое для повышения пищевой ценности продукта по сравнению с естественным (исходным) содержанием введены дополнительно, отдельно или в комплексе молочный белок, витамины, микро- и макроэлементы, пищевые волокна, полиненасыщенные жирные кислоты, фосфолипиды, пребиотики;

Пастеризованное, стерилизованное, ультрапастеризованное, ультравысокотемпературно обработанное молоко – молоко, подвергнутое термической обработке в целях соблюдения установленных требований технического регламента к микробиологическим показателям безопасности.

Питьевое молоко – молоко цельное, обезжиренное, нормализованное, обогащенное – молочный продукт с массовой долей молочного жира менее 10%, подвергнутый термической обработке, как минимум пастеризации, без добавления сухих молочных продуктов и воды, расфасованный в потребительскую тару.

Сырое молоко – молоко, не подвергавшееся термической обработке при температуре более 40°C или обработке, в результате которой изменяются его составные части.

Сырое обезжиренное молоко – обезжиренное молоко, не подвергавшееся термической обработке при температуре более 45°C, полученное в результате отделения молочного жира от молока.

Масло из коровьего молока – молочный продукт или молочный составной продукт на эмульсионной жировой основе, преобладающей составной частью которой является молочный жир, который произведен из коровьего молока, молочных продуктов и (или) побочных продуктов переработки молока путем отделения от них жировой фазы и равномерного распределения в ней молочной плазмы.

Масляная паста – молочный продукт или молочный составной продукт на эмульсионной жировой основе, в котором массовая доля жира составляет от 39 до 49% включительно и который произведен из коровьего молока, молочных продуктов и (или) побочных продуктов переработки молока путем использования стабилизаторов с добавлением или без добавления немолочных компонентов не в целях замены составных частей молока.

Сливочное масло – масло из коровьего молока, в котором массовая доля жира составляет не менее 50%.

Сливочно-растительный спред – молокосодержащий продукт на эмульсионной жировой основе, в котором массовая доля общего жира составляет от 39 до 95% и массовая доля молочного жира в жировой фазе – от 50 до 95%.

Фальсификация натурального и питьевого молока может осуществляться добавлением воды, обезжиренного молока, нейтрализующих веществ, под снятием сливок.

Химический состав и физико-химические свойства натурального коровьего молока могут изменяться преднамеренно (фальсифицироваться) с датчиками молока. В результате фальсификации естественный состав молока изменяется, и количество питательных веществ в нем уменьшается.

Ассортиментная идентификация осуществляется в первую очередь по органолептическим и физико-химическим показателям. Для целей этой идентификации применяются общие для всей группы критерии и специфичные для каждой подгруппы или вида товаров.

К общим органолептическим показателям относят внешний вид, консистенцию, вкус и запах, а к общим физико-химическим – массовую долю жира и его жирнокислотный состав.

Внешний вид большинства подгрупп молочных товаров оценивают по цвету. Он у молока – белый с различными оттенками (желтоватым, кремоватым, сероватым, голубоватым). Консистенция молочных продуктов разных подгрупп и видов может быть жидкой, полужидкой или мажеобразной, твердой пластичной и упругой, порошкообразной. При этом консистенция используется только для ассортиментной идентификации подгрупп и видов молочных товаров.

Для *марочной идентификации* указанный показатель применяется редко, так как различий в консистенции у молочных товаров одного вида, но разных наименований и торговых марок одного вида практически не наблюдается.

Несоответствие консистенции чаще всего является результатом *квалиметрической фальсификации*, но может иметь место и для ассортиментной фальсификации отдельных видов молочных товаров. Так, жидкая консистенция высокожирной сметаны – один из признаков ее пониженной жирности, а следовательно, и недопустимости отнесения к указанному подвиду.

Вкус и запах относятся к наиболее значимым, но не самым достоверным для идентификации показателям. Это объясняется тем, что потребительная ценность молочных товаров во многом обусловлена этим комплексным показателем. Однако именно его чаще всего и имитируют с помощью пищевых добавок, в том числе ароматизаторов, идентичных натуральным. Поэтому вкус и запах служат одним из первичных критериев, с помощью которых возможно выявить явные несоответствия свойственных для определенного вида товаров вкуса и запаха.

Указанный показатель применим для видовой, а в отдельных случаях и марочной, но не для групповой идентификации, поскольку вкус и запах молочных товаров одной подгруппы могут существенно отличаться.

Вкус и запах не всегда позволяют выявить и фальсификацию путем частичной замены молочного жира рафинированным растительным мас-

лом, а молочного белка – соевым. Поэтому наряду с определением этого показателя органолептическим методом целесообразно исследовать и жирнокислотный состав жира.

Качественная фальсификация молока осуществляется следующими способами: разбавление водой; пониженное содержание жира; добавление чужеродных компонентов; раскисление прокисшего молока.

Для производства молочных продуктов наиболее нежелательным является разбавление молока водой, добавление нейтрализующих (сода, аммиака) и консервирующих (формальдегида, пероксида водорода) веществ. При разбавлении молока водой снижаются кислотность, плотность, массовая доля сухих веществ, в том числе жиров, белков, СОМО. Молоко плохо свертывается сычужным ферментом, снижается выход молочных продуктов, увеличиваются потери. При подозрении на фальсификацию водой натуральность молока можно установить косвенным путем по плотности или температуре замерзания. Считают, что плотность молока понижается примерно на 0,003 на каждые 10 % добавленной воды.

Количественная фальсификация молочных товаров (недолив, недорез, обмер) – это обман потребителя за счет значительных отклонений параметров товара (объема), превышающих предельно допустимые нормы отклонений. Выявить такую фальсификацию достаточно просто, измерив предварительно объем поверенными средствами измерения объема.

Информационная фальсификация осуществляется путем искажения информации в товарно-сопроводительных документах, маркировке и рекламе. При фальсификации о молочных товарах довольно часто искажаются или указываются неточно следующие данные: наименование товара, фирма-изготовитель товара, количество товара, вводимые пищевые добавки.

Практическое занятие

Цель: ознакомление с критериями и видами идентификации молочных товаров, овладение навыками выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.
2. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013. «О безопасности молока и молочной продукции».
3. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию» (с изменениями на 23 апреля 2015 года).
4. ГОСТ 32261-2013 Масло сливочное. Технические условия. М.: Стандартиформ, 2015.
5. ГОСТ Р 52100-2003 Спреды и смеси топленые. Общие технические условия. М.: Госстандарт, 2003.
6. Посуда, оборудование, реактивы (приведены в конкретном задании).
7. Образцы, молочных товаров упаковки/маркировки продуктов.

Задание 1. Определение фальсификации молока разбавлением водой.

Сущность метода основана на взаимодействии молока со спиртом, с образованием хлопьев, чем больше в молоке воды, тем больше времени требуется для появления хлопьев.

Посуда, оборудование, реактивы: чашки Петри, спирт.

Проведение анализа.

Смешать молоко и спирт в соотношении 1:2, взбалтывать некоторое время и быстро вылить на чашку Петри. Если молоко не разбавлено водой, то через 5–7 секунд в жидкости появятся хлопья, если же хлопья появятся через больший промежуток времени, то молоко разбавлено водой.

Задание 2. Определение фальсификации молока крахмалом или мукой.

Сущность метода: мука и крахмал имеют большую плотность, чем вода, и поэтому будут выпадать в осадок, а при кипячении осадка образовывать клейстер.

Посуда, оборудование, реактивы: раствор йода; пробирки стеклянные.

Проведение анализа.

В пробирку отмеривают 5 мл исследуемого молока и 3 мл раствора йода, хорошо перемешивают. Появление синей окраски свидетельствует о присутствии муки или крахмала.

Задание 3. Определение фальсификации молока содой.

Сущность метода: метод основан на изменении окраски розоловой кислоты или бромтимолового синего в щелочной среде.

Посуда, оборудование, реактивы: розоловая кислота; пробирки стеклянные; бромтимоловый синий.

Проведение анализа:

1) в пробирку наливают несколько капель розоловой кислоты и наблюдают окраску в поверхностном слое жидкости. При наличии соды этот слой становится малиново-красным, при отсутствии – желтым;

2) в пробирку наливают 5 мл молока, по стенке добавляют 7–8 капель раствора бромтимолового синего. Не встряхивая, через 10 минут наблюдают за изменением окраски: если она желтая – сода отсутствует, любые оттенки зеленого свидетельствуют о присутствии соды.

Задание 4. Идентификация состава масложировых товаров по числам Рейхерта-Мейссля и Поленске.

Числа Рейхерта-Мейссля и Поленске отражают наличие в жире низкомолекулярных предельных жирных кислот. Эти показатели у различных жиров неодинаковы, что связано, прежде всего, с природой жира, его химическим составом. Для большинства жиров эти числа невелики, обычно меньше единицы; исключение составляют коровье, кокосовое и пальмоядровое масла. Коровье масло характеризуется относительно большим содержанием растворимых, а кокосовое и пальмоядровое – нерастворимых в воде летучих жирных кислот (таблица 4.3).

Таблица 4.3

Значение чисел для отдельных видов жиров

Виды масел	Число Рейхерта-Мейссля	Число Поленске
Коровье	21–36	1,5–3,5
Кокосовое	6–8,5	17–18
Пальмоядровое	4–7	8,5–11

Эти показатели используют при установлении природы и возможной фальсификации указанных жиров, так как примесь других жиров приводит к изменению Числа Рейхерта-Мейссля и Поленске. Окисление жиров, связанное с накоплением низкомолекулярных жирных кислот, приводит к повышению этих показателей.

Сущность метода состоит в омылении жира, выделении свободных жирных кислот и последовательной отгонке летучих растворимых и нерастворимых в воде жирных кислот. Числа Рейхерта-Мейссля и Поленске определяют последовательно при обработке одной навески жира.

Посуда, оборудование, реактивы: круглодонные колбы; химические весы; газовые горелки; сухой бумажный фильтр; перегонный аппарат; 90%-ный спирт; глицерин; 50%-ный водный раствора NaOH; слабый раствор серной кислоты; 0,1 н. раствор щелочи; фенолфталеин.

Проведение анализа.

Определение числа Рейхерта-Мейссля:

– в круглодонную колбу (емкостью 300 мл) на технико-химических весах отвешивают (с точностью до 0,01 г) 5 г исследуемого жира;

– прибавляют 20 г глицерина и 2 мл 50%-ного водного раствора NaOH;

– жир в колбе нагревают на открытом огне газового пламени при непрерывном помешивании содержимого колбы. Омыление считают законченным, когда из смеси испарится вода и образовавшееся мыло станет прозрачным;

– омыленную массу охлаждают до 80–90°C и приливают 90 мл свежeproкипяченной воды (если мыльный раствор прозрачен – омыление жира прошло полностью). В случае образования мутного раствора работу следует начать снова;

– к теплому мыльному раствору для его разложения приливают 50 мл слабой серной кислоты, вносят измельченную пемзу или капилляры и соединяют колбу с холодильником отгонного аппарата;

– содержимое колбы нагревают и после отгона 110 мл дистиллята нагревание прекращают;

– дистиллят фильтруют через сухой бумажный фильтр, отмеривают 100 мл фильтрата и титруют 0,1 н. раствором щелочи при индикаторе фенолфталеине до появления устойчивой розовой окраски;

– количество миллилитров щелочи, израсходованное на титрование, умножают на 1,1 и получают число Рейхерта-Мейссля.

Определения числа Поленске:

– для определения количество нерастворимых кислот освобождают от растворимых, промывая водой (тремякратно по 15 мл) перегонный аппарат, приемный цилиндр для дистиллята в колбу, в которую фильтровали дистиллят при определении числа Рейхерта-Мейссля;

– промывные воды пропускают через фильтр, использованный для фильтрования растворимых кислот, с тем, чтобы собрать на фильтре частично содержащиеся в воде нерастворимые кислоты;

– для количественного определения нерастворимых кислот воронку с фильтром помещают в чистую сухую колбу, ставят под холодильник отгонного аппарата и все части перегонного аппарата промывают 90%-ным спиртом (троекратно по 15 мл), который растворяет нерастворимые в воде жирные кислоты.

– спиртовой фильтрат титруют 0,1 н. раствором щелочи до розовой окраски и получают число Поленске.

Задание 5. Решите следующие ситуации («кейс-стади»):

Ситуация 1.

В соответствии с заданиями 1–4 проведите идентификацию образцов молочных товаров. Заключение оформите в виде таблицы 4.4.

Таблица 4.4

Результаты идентификации молочных товаров

Наименование образца/ Производитель	Метод идентификации	Результат идентификации	Вид фальсификации (при выявлении)

Ситуация 2.

К товароведу в магазине «Гастроном» обратилась покупательница Семенова И. В., спрашивая, в чем разница между пастеризованным и стерилизованным молоком и почему в купленном ею молоке пастеризованном ООО «Молочная река» плавают белые хлопья и можно ли вернуть потраченные деньги?

Из экспертной организация «Бюро экспертиз», по наряду № 1, вызывается эксперт в «Гастроном», с целью экспертной оценки на соответствие ФЗ Технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции»(ТР ТС 033/2013)по жирности и кислотности молока пастеризованного 3,5% жирности, производитель ОАО «Молочная река» в количестве 5 ящиков по 25 упаковочных единиц (массой 1 л). В результате исследования пробы 10% от общего количества упаковочных единиц, экспертом установлена жирность продукта 3,5%, кислотность

34°Т; обнаружено 3 упаковочных единиц, деформированных по боковому шву.

Содержание задания.

На рабочем листе ответить на вопросы покупательницы.

1. Химический состав и пищевая ценность молока пастеризованного/стерилизованного?
2. В чем отличия этих видов питьевого молока?
3. Органолептические свойства молока пастеризованного?
4. Что представляют собой белые хлопья в пастеризованном молоке, причина возникновения?
5. Виды упаковки, применяемые для молока питьевого пастеризованного?

Ситуация 3.

На оптовый склад города Владикавказа поступила партия сливочного масла массой 600 кг. Масло, фасованное монолитом, уложено в ящики из гофрированного картона массой нетто 20 кг.

На обе торцевые стороны картонного ящика с маслом нанесена маркировка путем наклеивания этикетки. Содержание информации, нанесенной на этикетку, соответствовало требованиям ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». В частности, на этикетке было указано: масло традиционное, сладко-сливочное, несоленое, высший сорт, ГОСТ 32261-2013. При приемке сливочного масла по качеству установлено: упаковка правильная, маркировка четкая; вкус невыраженный сливочный, излишне выраженный привкус пастеризации; консистенция недостаточно плотная и пластичная, поверхность на срезе матовая с наличием мелких капелек влаги; слабослоистая; цвет характерный для сливочного масла светло-желтый, однородный по всей массе. Определение химических показателей в лаборатории дало следующие результаты: термоустойчивость – 0,72; массовая доля влаги – 17,8%; массовая доля жира – 80,2%; титруемая кислотность молочной плазмы – 25,6°Т.

Содержание задания.

1. На какие товарные сорта подразделяется сливочное масло? Проведите качественную идентификацию сливочного масла и установите его товарный сорт.
2. Проведите ассортиментную идентификацию сливочного масла для установления его вида.
3. Сделайте общее заключение о возможной фальсификации партии сливочного масла.

4.6. Идентификация и обнаружение фальсификации парфюмерно-косметических товаров

Краткие теоретические сведения

Парфюмерно-косметическая продукция (ПКП) – вещество или смеси веществ, предназначенные для нанесения непосредственно на внешний покров человека (кожу, волосяной покров, ногти, губы и наружные половые органы) или на зубы и слизистую оболочку полости рта с единственной или главной целью их очищения, изменения их внешнего вида, придания приятного запаха, и/или коррекции запаха тела, и/или защиты, и/или сохранения в хорошем состоянии, и/или ухода за ними.

Признаками, характеризующими парфюмерно-косметическую продукцию, являются:

- способ применения продукции – парфюмерно-косметическая продукция предназначена исключительно для наружного нанесения на определенные части человеческого тела;

- место нанесения продукции – парфюмерно-косметическая продукция наносится на кожу, волосы, ногти, губы, зубы, слизистую оболочку полости рта и наружные половые органы;

- цели применения продукции (по отдельности или в любой комбинации) – очищение и/или изменение внешнего вида кожи, волос, ногтей, губ, зубов, слизистой оболочки полости рта и наружных половых органов без нарушения их целостности, придание им приятного запаха и/или коррекция запаха, поддержание их в нормальном функциональном состоянии.

Идентификация парфюмерно-косметической продукции в целях применения действующего технического регламента ТС проводится по документации. В качестве документации могут быть использованы технические документы, и/или договоры поставки, и/или спецификации, и/или этикетки, и/или аннотации и другие документы, характеризующие продукцию.

Безопасность парфюмерно-косметической продукции - совокупность свойств и характеристик парфюмерно-косметической продукции, которые обеспечивают отсутствие вредного воздействия парфюмерно-косметической продукции на потребителя при ее использовании в соответствии с назначением и способом применения в течение срока годности.

Срок годности – период, по истечении которого парфюмерно-косметическая продукция считается непригодной для использования по назначению. Срок годности устанавливается изготовителем продукции в тех-

нических документах. В течение срока годности продукции изготовитель обязан гарантировать соответствие продукции требованиям безопасности для жизни и здоровья потребителя и сохранение ее потребительских свойств при соблюдении условий хранения.

Стандартные условия хранения парфюмерно-косметической продукции:

- температура хранения для жидких изделий – не ниже 5°C и не выше 25°C;
- для туалетного твердого мыла – не ниже минус 5°C;
- для остальной парфюмерно-косметической продукции – не ниже 0°C и не выше 25°C, отсутствие непосредственного воздействия солнечного света.

Безопасность парфюмерно-косметической продукции обеспечивается совокупностью требований:

- 1) к составу;
- 2) к физико-химическим показателям;
- 3) к микробиологическим показателям;
- 4) к содержанию токсичных элементов;
- 5) к токсикологическим показателям;
- 6) к клиническим (клинико-лабораторным) показателям;
- 7) к производству;
- 8) к потребительской таре;
- 9) к маркировке продукции.

Идентификационная экспертиза парфюмерно-косметических товаров проводится с целью установления соответствия определенному перечню признаков, приведенному в нормативно-технической документации. Для достижения этой цели могут ставиться следующие задачи:

- к какой ассортиментной (видовой) группе относится данный товар;
- установление страны и фирмы-изготовителя косметической продукции;
- определение класса (группы парфюмерных товаров);
- определение массовой доли композиции в парфюмерных жидкостях;
- определение прозрачности, стойкости запаха;
- установление основного (функционального) назначения косметической продукции;
- установление химического состава косметической продукции;
- является ли товар безопасным.

Идентификационная экспертиза *ассортиментной (видовой)* принадлежности – это установление принадлежности парфюмерно-косметических товаров к определенному виду, группе и наименованию.

Качественная идентификация парфюмерно-косметических товаров проводится органолептическими и физико-химическими методами.

При *количественной* идентификации устанавливается вместимость и количество изделия в упаковочной единице.

Информационная идентификация – установление соответствия упаковки и тары, маркировки и товарно-сопроводительной документации косметической продукции требованиям нормативной документации и образцу-эталону.

Практическое занятие

Цель: ознакомление с критериями и видами идентификации парфюмерно-косметических товаров, овладение навыками выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.
2. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011. «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».
3. ГОСТ 32117-2013 Продукция парфюмерно-косметическая. Информация для потребителя. Общие требования.
4. ГОСТ Р 51578-2000 Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия.
5. Образцы упаковки/маркировки парфюмерно-косметических товаров.

Задание. Решите следующие ситуации («кейс-стади»):

Ситуация 1.

Гражданка Топалова Д. А. приобрела в магазине крем для лица. Придя домой, после вечернего душа она использовала крем по назначению в соответствии с показаниями к применению. Через 30 мин. она почувствовала себя плохо и через 2 часа была госпитализирована с диагнозом «острая аллергическая реакция на метотрексат».

Выписавшись из больницы, гр. Топалова Д. А. стала требовать у производителя возмещения морального ущерба и вреда, причиненного здоровью, так как на упаковке приобретенного ей крема, соединение, на которое у неё аллергия, указано не было. Производитель отказывает ей в ее требованиях, ссылаясь на то, что ее реакция на данное вещество очень редкая и сугубо индивидуальная, этого они предусмотреть, по их словам, не могли. Сделайте обоснованное заключение.

Ситуация 2.

Покупательница Селезнева А. М. во время весенней акции в магазине «Парфюмер» купила парфюмерную воду «Гуччи» (Gucci) со скидкой 40%. Придя домой, она внимательно осмотрела упаковку. Толстый целлофан плотно облегал коробку, шов целлофановой упаковки сзади картонной коробки был с неровностями шириной около 6 мм. При вскрытии картонной упаковки картон коробки был сероватого оттенка. Флакон внутри коробки «болтался» и гремел при потряхивании, надписи на флакончике были нечеткими. Все это насторожило гражданку Селезневу и она

сдала купленную ею парфюмерную воду на экспертизу. В лаборатории были проведены исследования органолептических и физико-химических показателей парфюмерной продукции и получены следующие результаты: внешний вид – прозрачная жидкость с свойственным для данной парфюмерной продукции цветом и запахом. Стойкость запаха – 45 часов; отсутствие помутнения при температуре +3°C; объемная доля этилового спирта - 75 % об.; сумма массовых долей душистых веществ – 6,4%. Показатели безопасности соответствовали требованиям ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».

Сделайте заключение по результатам идентификации продукции для возможного выявления фальсификации парфюмерной воды.

Ситуация 3.

Проведите идентификацию образцов маркировки/упаковки парфюмерно-косметических товаров, в соответствии с Техническим регламентом Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции». Заключение оформите в виде таблицы 4.6.

Таблица 4.6

Результаты идентификации парфюмерно-косметических товаров

Наименование образца	Способ применения	Результат идентификации

4.7. Идентификация и обнаружение фальсификации текстильных, швейных и трикотажных товаров

Краткие теоретические сведения

В условиях развитой конкуренции наблюдается достаточно широкий ассортимент текстильных, швейных и трикотажных товаров различных товаропроизводителей и торговых марок. Это, в свою очередь, предопределяет необходимость проведения идентификационной экспертизы и установления подлинности этих товаров.

Текстильные товары – это материалы и изделия, получаемые из текстильных волокон по различным технологиям: ткачеством, вязанием, плетением, свойлачиванием, склеиванием, которые в отечественном товароведении и материаловедении относят соответственно к текстильным, трикотажным, швейным товарам. При классификации изделий,

включенных в данный раздел, необходимо в основном определить следующие характеристики: вид текстильных волокон, из которых изготовлен текстильный материал; количественные доли содержания волокон в материале; способ изготовления материала; отдельные количественные параметры материала.

Ткань чистошерстяная – ткань, в которой кондиционная массовая доля шерстяного волокна должна быть не менее 95%.

Ткань шерстяная – ткань, в которой кондиционная массовая доля шерстяного волокна должна быть не менее 70%.

Ткань полушерстяная – ткань, в которой кондиционная массовая доля шерстяного волокна должна быть не менее 20%.

Ткань хлопчатобумажная – ткань, вырабатываемая из пряжи, содержащей 100% хлопкового волокна или хлопкового волокна с вложением не более 10% вискозного или вискозного высокомолекулярного волокна.

Ткань смешанная – ткань, вырабатываемая из пряжи, содержащей хлопковое волокно с вложением не более 50% химических волокон или нитей.

Ткань меланжевая – ткань, вырабатываемая из пряжи, изготовленной из волокон, окрашенных в различные цвета.

При идентификации текстильных и трикотажных товаров, готовой одежды и некоторых других изделий практически всегда возникает необходимость определения волокнистого состава материалов, то есть видов и количественных соотношений текстильных волокон, использованных для выработки данного материала. При идентификации с помощью экспрессных органолептических методов могут быть определены виды волокон и нитей в текстильных изделиях; количественное соотношение волокон в изделии.

Идентификацию текстильных изделий осуществляют органолептическим, физико-химическим и экспресс-методами. Идентификационная экспертиза способа изготовления текстильных материалов проводится органолептическим методом с помощью лупы и путем вытягивания нитей (волокон) с продольной и поперечной сторон образца иглой.

Швейное изделие – это изделие, изготовленное в результате швейного процесса.

Одежда – это совокупность изделий, надеваемых на тело человека, предназначенных для предохранения человека от внешних воздействий и выполняющих утилитарные и эстетические функции.

Трикотажное изделие – это изделие, изготовленное в результате швейного процесса или изготовленное путем вязания из пряжи на машинах или вручную.

Трикотаж (вязаное полотно) представляет собой гибкий прочный материал, в котором текстильные нити, изогнутые в процессе вязания, имеют сложное пространственное расположение; основным элементарным звеном является петля.

Нетканое полотно представляет собой текстильное полотно, изготовленное из одного или нескольких слоев текстильных материалов, элементы структуры которых скреплены различными способами (механическим, физико-химическим, комбинированным).

Плетеное изделие представляет собой шнур-сутаж, образуемый из двух прядей крученых хлопчатобумажных нитей (пряжи), которые оплетаются комплексными вискозными нитями так, что посередине шнура между прядями получается углубление.

Вязанотканые полотна состоят из полосок ткани, между которыми располагаются петельные столбики, образованные нитями утка и соединяющие полоски ткани в единое полотно.

Идентификация швейных товаров – это установление соответствия наименования изделия, волокнистого состава материала, размера, сорта, штрих кода, цвета с информацией указанной на маркировке.

Идентификационная экспертиза швейных товаров проводится с целью установления соответствия определенному перечню признаков, приведенному в нормативно-технической документации. Для достижения этой цели могут ставиться следующие вопросы и задачи:

- к какой ассортиментной группе относится данный товар;
- к какому виду относится данный товар;
- к какому сорту относится данный товар;
- определение линейных размеров швейных товаров;
- установление волокнистого состава основного или подкладочного материала (для детской одежды);
- установление страны-изготовителя или фирмы;
- установление соответствия данного товара качественным характеристикам;
- является ли данный товар безопасным.

Идентификацию швейных товаров осуществляют органолептическим, измерительным и физико-химическим методами.

Практическое занятие

Цель: ознакомление с критериями и видами идентификации текстильных, швейных и трикотажных товаров, овладение навыками выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.
2. ГОСТ 29298-2005 Ткани хлопчатобумажные и смешанные бытовые. Общие технические условия. М.: Стандартинформ, 2006.
3. ГОСТ 28000-2004 Ткани одежные чистошерстяные, шерстяные и полушерстяные. Общие технические условия. М.: Стандартинформ, 2006.
4. Посуда, оборудование, реактивы (приведены в конкретном задании).
5. Образцы товаров; упаковки/маркировки текстильных, швейных и трикотажных товаров.

Задание 1. Определение характера горения тканей разного сырьевого состава.

Сущность метода пробы на горение основана на распознавании запаха ткани, который позволяет быстро определить принадлежность исследуемого волокна к целлюлозным, белковым или синтетическим волокнам. При исследовании пробы на горение следует концентрировать внимание на характере горения, виде и запахе остатка.

Посуда, оборудование, реактивы: коллекция образцов тканей разного волокнистого состава, пинцеты, горелки.

Проведение анализа. Для исследования необходимо взять небольшое количество волокна из пряжи, скрутить его жгутиком и с помощью пинцета поднести к пламени горелки. При сжигании волокна фиксируется:

1. Поведение волокна при поднесении к пламени – плавится, скручивается, усаживается или нет и т. д.
2. Поведение в пламени: горит быстро, медленно, не горит, а размягчается и плавится, горит со вспышками, образуется белый дым, коптящее пламя.
3. Поведение при удалении из пламени: не горит, горит без плавления, горит с плавлением, горит медленно и затухает и т. д.
4. Вид остатка: пепел, спекшийся шарик, который раздавливается между пальцами или нет, твердость и форма шарика, цвет пепла или шарика и т. д.

5. Запах при сгорании: жженого рога, жженой бумаги, уксусной кислоты, без запаха.

По результатам проведенных исследований заполнить таблицу 4.7.

Таблица 4.7

Исследование характера горения различных волокон

Наименование волокон	При поднесении к пламени	В пламени горелки	При вынесении из пламени	Запах при горении	Характер золы
Целлюлозные волокна (хлопок, лен, вискозное или медноаммиачное волокно)					
Искусственные волокна (ацетатное или триацетатное)					
Белковые волокна (шелк, шерсть)					
Полиамидное волокно (капрон)					
Полиэфирное волокно (лавсан или полиэстер)					

В приложении И приведены сводные данные о характере горения различных волокон.

Задание 2. Определение капиллярности и впитываемости тканей разного сырьевого состава.

Сущность метода основана на исследовании особенностей гигиенических свойств тканей разного сырьевого состава.

Посуда, оборудование, реактивы: коллекция образцов тканей разного волокнистого состава, штатив, емкость, прибор для оценки капиллярности тканей, раствор эозина.

Проведение анализа.

1. Из ткани вырезают полоску длиной 30 см и шириной 5 см. Один конец ее прикрепляют к лапке штатива, другой опускают в емкость диаметром не менее 10 см с раствором, например, эозина (2:1000), или другого красящего вещества. Через 45 минут замеряют высоту, на которую поднялся раствор. Высота подъема (в см) характеризует степень капиллярности ткани.

Примерный вид прибора для определения капиллярности тканей представлен на рисунке 4.1.

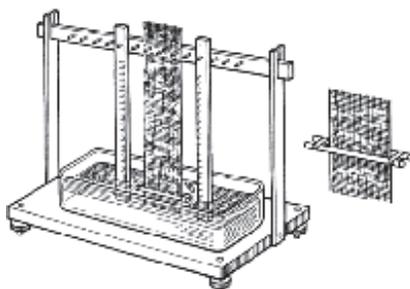


Рис. 4.1. Прибор для оценки капиллярности тканей

2. Тест на впитываемость тканей разного сырьевого состава. Эксперимент на определение уровня впитываемости ткани заключается в оценке промежутка времени, за который капля воды на поверхности ткани полностью впитается в волокна. Тест проводится, например, для хлопкосодержащих, льняных тканей и синтетических тканей.

Например, тест может дать следующие результаты:

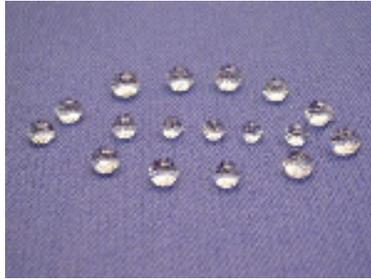
- лен (100%) – мгновенная впитываемость (менее 1 секунды);
- лен с синтетическими добавками (95% лен 5% полиэстер) – 3 минуты;
- бязь (100% хлопок) – 30 секунд;
- поликоттон (80% хлопок 20% полиэстер) – 7 минут;
- сорочечная ткань (35% хлопок 65% полиэстер) – более 10 минут. Внешний вид капель воды на поверхности хлопкосодержащих тканей представлен на рисунке 4.2.

Результаты исследования капиллярности и впитываемости тканей занесите в таблицу 4.8.

Таблица 4.8

Результаты исследования капиллярности и впитываемости тканей

Образец ткани	Капиллярность (см за 45 мин.)	Впитываемость (секунды или минуты)
100% лен		
Лен с синтетическими добавками		
100% хлопок		
Хлопок с синтетическими добавками		
100% синтетика		



80% хлопка+20% полиэстера



35% хлопка+65% полиэстера



100% хлопка

Рис. 4.2. Капли воды на поверхности хлопкосодержащих тканей

Сделайте вывод о надежности использованных методов для определения гигиенических свойств тканей.

5. ОСНОВЫ ЗАЩИТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОТ ФАЛЬСИФИЦИРОВАННОЙ И КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ

Краткие теоретические сведения

С проблемой контрафактной и фальсифицированной продукции Россия столкнулась еще в начале 90-х годов, когда вместе с пришедшим товарным изобилием в нашу страну хлынул поток всевозможных подделок под «фирму».

Термины «контрафактная» и «фальсифицированная» продукция употребляются одновременно и зачастую воспринимаются как синонимы, но с юридической точки зрения это два самостоятельных понятия и абсолютно не являются равнозначными по своим правовым значениям.

Контрафакция (лат. *contrafactio*, франц. *contrefaction* – подделка) – это незаконное использование отдельными организациями (фирмами) известных на рынке товарных фирменных знаков, с целью извлечения доходов от производства и реализации товаров, сходных с товарами известных фирм-производителей в целях недобросовестной конкуренции и введения в заблуждение покупателя (приобретателя), ведение «дела» под чужим именем, незаконное использование чужого патента при изготовлении и продаже товаров. В законодательстве многих стран используется термин «контрафакция», и данный вид деятельности преследуется по закону этой страны.

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.

Понятия «контрафакт» и «фальсификация» имеют различия с правовой точки зрения: под первым понимается нарушение интеллектуальных

прав, а под вторым – нарушение технологии производства. Из этого следует, что контрафактная продукция одновременно будет являться и фальсифицированной, а фальсифицированная продукция может не являться контрафактной.

Понятие контрафактной продукции впервые законодательно было определено в ст. 4 Закона РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», согласно которому «товары, этикетки, упаковки этих товаров, на которых незаконно используется товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными».

Законом РФ от 9 июля 1993 г. № 5351-1 «Об авторском праве и смежных правах» к категории контрафактных отнесены также экземпляры произведений и фонограммы, изготовление или распространение которых влечет за собой нарушение авторских и смежных прав, а также экземпляры охраняемых в Российской Федерации в соответствии с законом об авторском праве произведений и фонограмм, импортируемые без согласия обладателей авторских и смежных прав в Российскую Федерацию из государства, в котором эти произведения и фонограммы никогда не охранялись или перестали охраняться.

Контрафакт может представлять форму незаконного использования товарных знаков, т. е. «заимствование» чужих брендов, и форму нарушения авторских прав в виде незаконного тиражирования книг, программных продуктов, аудио- и видеозаписей.

Контрафакт включает в себя качественно разнородные элементы, в разной степени затрагивающие интересы потребителей и правообладателей и предполагающие различные меры борьбы.

Подделка – это продукция, выпущенная с неправомочным размещением на ней поддельных фирменных знаков в целях введения потребителей в заблуждение. Качество и цена контрафактной продукции могут варьироваться как в сторону повышения, так и в сторону понижения, но неизменным остается незаконное использование товарного знака, принадлежащего тому или иному правообладателю.

Подделки чаще поражают рынки повседневных, массовых товаров, где легко затеряться среди изобилия продуктов и множества компаний. Поддельвают тот продукт, который уже завоевал рынок и имеет высокую лояльность потребителей. Самые известные бренды содержат наибольший соблазн для контрафактного дублирования.

Индикаторами контрафакта является цена, качество и место реализации. Каналами сбыта контрафактной продукции являются открытые рынки, Интернет-магазины, уличная торговля с рук, маленькие магазинчики, киоски, ярмарки, аптеки и магазины, не входящие в состав сетей и расположенные в отдаленных районах.

При этом география реализации контрафакта может быть различной: подделки одних брендов сосредоточены в дальних регионах, других – представлены в столице. В первом случае минимизируют риск, во втором – максимизируют оборот, ориентируясь на города с высоким уровнем потребления.

При высоком качестве контрафакта обычно устанавливается сопоставимая цена. Высокая цена служит косвенным доказательством оригинальности продукта. При этом даже продавцы контрафакта, не говоря уже о потребителях, могут не догадываться о его природе.

В производстве подделок участвуют разные типы предприятий:

1) легальные производства, имеющие контракты с правообладателями на производство продукции. Контракт заключается на определенное время или на определенный объем выпуска. Скажем, правообладатель решил заменить часть импорта продукцией местного производства. Однако своих заводов у него нет. В этой ситуации заключается договор с местным производителем, чьи технические параметры устраивают правообладателя. При этом правообладатель предоставляет необходимую документацию (лекала, рецептуру и т. д.), помогает отладить технологический процесс, обучает рабочих, поставляет сырье и материалы, контролирует качество. Так производится оригинальная продукция, по праву маркированная товарным знаком правообладателя. Подделки начинаются за рамками этого процесса. Например, в ночное время или после окончания срока контракта предприятие продолжает производить продукцию, нанося на нее тот же товарный знак;

2) легальные производства, не имеющие контрактных отношений с правообладателями, но обладающие технологическими возможностями для выпуска сопоставимой по качеству продукции. Распространяется такая продукция зачастую через те же каналы, что и оригинальная. В этой ситуации позиция потребителя солидарна с законом: осуждение однозначное и безусловное, поскольку речь идет об обмане без выигрыша в цене;

3) легальные и нелегальные предприятия, производящие грубые подделки под известный бренд. В зависимости от технологических требова-

ний такие производства используют самые разные объекты – от гаражей и подвалов до заводов и фабрик;

4) легальные и нелегальные предприятия, незаконно использующие не товарный знак, а его патентную составляющую. Речь идет о производстве с нарушением патентного права, но без нарушения Закона о товарных знаках. Иными словами, на основе незаконного использования патента создается новый оригинальный продукт, приближенный к «первоисточнику». В случае с лекарствами полностью воспроизводится состав запатентованного основного вещества, но создается новый препарат. Этот вариант слабо распространен ввиду скромной выгоды, ведь брендовая составляющая продвижения товара оказывается невостребованной;

5) легальные и нелегальные предприятия, незаконно придающие законченный товарный вид импорту оригинального или поддельного товара. Предприятия сами не производят, но упаковывают, фасуют, собирают продукт, выдавая его за оригинальный. Качество может варьироваться в зависимости от источника поставок. Пример тому – упаковка в подпольных цехах ввозимых из-за рубежа таблеток;

Товар-имитатор – продукция, выпущенная с копированием или стилизованным заимствованием отдельных элементов товарных фирменных знаков. Иными словами, делается другой продукт, но очень похожий по названию и внешнему оформлению на известный бренд, что может ввести потребителя в заблуждение. На языке юристов это называется «сходством до степени смешения». Например, есть лаки для волос «Taff» и «Taft», а наряду со знаменитой маркой «Nivea» можно встретить косметическую продукцию товарного знака «Livea» с характерным синим фоном и белыми буквами.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) совместно с Бюро по интеллектуальной собственности Евросоюза в мае 2016 года подготовили специальный доклад по обороту контрафактных товаров во всем мире. Было опубликовано происхождение товаров, которые подделываются чаще других. Основная доля контрафактных товаров приходится на имитацию американской продукции (около 20%). На втором месте расположились товары из Италии (15%), третье место поделили швейцарские и французские продукты (по 12%). Далее аналитики приводят перечень стран, товары которых часто копируются: Япония, Германия, Великобритания, Люксембург, Финляндия, Испания, Бельгия. При этом рейтинг контрафакта возглавляет поддельная обувь.

Контрафактная продукция была обнаружена в существенных масштабах в таких жизненно важных областях как лекарственные средства, детские товары, игрушки и питание для новорожденных, автозапчасти, медицинская техника.

Аналитики ОЭСР, проанализировав контрафакт как международное экономическое явление, пришли к следующим выводам:

- \$500 млрд – такова оценка экспертов ОЭСР годового оборота поддельной продукции в мировом масштабе;

- 2,5% приходится на контрафактные товары в структуре глобального импорта;

- 5% импортных товаров, поступающих в Евросоюз, являются подделками или «пиратской» продукцией.

Рейтинг стран, которые являются лидерами по производству и экспорту контрафактной продукции, возглавляет Китай. На долю этой страны приходится 63,2% мирового фейка, второе место занимает Турция (3,3%), далее следует Сингапур (1,9%). Эксперты также назвали Индию, Таиланд, ОАЭ, Марокко, Египет и Пакистан как страны-экспортеры контрафакта в глобальном масштабе.

В настоящее время и в России проблема фальсификации и контрафакта приобрела национальные масштабы и ставит под угрозу экономическую безопасность государства. Несмотря на пристальное внимание к проблеме контрафактной продукции Президента РФ, правительства и представителей бизнеса, ситуация на российском рынке с контрафактной продукцией из года в год не улучшается. В последнее время участились случаи правонарушения в сфере интеллектуальной собственности. В большей степени это обусловлено торговлей контрафактной продукцией, последствия которой могут отрицательно влиять на развитие экономики нашей страны.

За 9 месяцев 2015 года таможенными органами России возбуждено 728 дел об административных правонарушениях, предметами правонарушений которых являлись объекты интеллектуальной собственности. Количество выявленных контрафактных товаров в январе – сентябре 2015 года составило 13,2 млн единиц (в 2014 году – 9,5 млн единиц).

Производство, незаконное перемещение на таможенную территорию РФ, реализация контрафактной продукции, по мнению специалистов таможенной службы РФ, составляет значительную часть российского теневого рынка, который, по оценкам экспертов, достигает около 30–40%

объема ВВП. Большая часть контрафактной продукции поступает на территорию России из стран Юго-Восточной Азии, Китая, Таиланда.

Доли контрафакта сильно варьируют в зависимости от товарных категорий. К сфере господствующего и массового распространения относятся такие пользующиеся устойчивым спросом и массовые товары, как CD-диски, одежда и обувь, алкогольная и табачная продукция, лекарственные средства и парфюмерия.

Так, по информации специалистов по защите от подделок, которые специализируются на табачном рынке, за последние 3 года объем продаж контрафактных табачных изделий в России увеличился в 12 раз, в натуральном выражении объемы реализации поддельных сигарет выросли в 80 раз. В то же время в 2015 году объем продаж контрафактных табачных изделий на территории Евросоюза составил в натуральном выражении 53 млрд штук. Каждая десятая сигарета, купленная европейцем, является контрафактной. Данный результат учитывает контрабандную продукцию, изготовленную внутри ЕС, а также контрафактный товар, ввезенный нелегально из не входящих в Евросоюз стран, и, собственно, подделки сигарет. Государственная казна европейских стран недополучила 11,3 млрд евро в виде неуплаченных таможенных взносов и акцизов. Франция занимает первое место среди европейских стран по потреблению контрафактной табачной продукции (9,01 млрд штук в 2015 году). Далее по нисходящему рейтингу следует Польша (6,98 млрд штук), Великобритания (6,69 млрд штук), Германия (5,70 млрд штук), Италия (4,60 млрд штук). Эти пять стран потребляют 62% от общего объема нелегальных сигарет в ЕС.

Лидерами по экспорту контрафактных табачных изделий в страны Евросоюза была признаны Беларусь; Украина, Россия и Алжир также являются крупными поставщиками контрафактных табачных изделий в страны Евросоюза.

Ущерб, нанесенный экономике РФ за 2015 год из-за контрафакта и неурегулированности в алкогольной отрасли, оценен в 200 млрд рублей.

Эксперты по защите от контрафакта подсчитали, что глобальный рынок подделок текстильных товаров ежегодно показывает прирост на 11–14%. Фейковая одежда и аксессуары составляют 63% от всей нелегальной продукции.

Хит-парад наиболее подделываемых модных брендов выглядит следующим образом: «Шанель» (Chanel); «Луи Вуиттон» (Louis Vuitton); «Барберри» (Burberry); «Гермес» (Hermès); «Дольче и Габбана» (Dol-

ce&Gabbana); «Кристиан Лабутен» (Christian Louboutin); «АГГ» (UGG); «Гуччи» (Gucci); «Ролекс» (Rolex); «Найк» (Nike).

По мнению экспертов Ассоциации индустрии детских товаров, не менее 40% детских товаров являются опасным для здоровья контрафактом, а в некоторых продуктовых категориях доля подделок может составлять и все 50%. Правоохранительные органы подтверждают, что ситуация носит острый характер: с начала 2016 года полиция возбудила 17 уголовных дел в московском регионе по факту продажи несанкционированной продукции для детей.

Преступники подделывают чаще всего продукцию брендов, хорошо известных на рынке детских товаров. Товары, импортированные на территорию России незаконно или произведенные подпольно, не проходят сертификацию качества, и, как правило, содержат вредные для здоровья элементы: формальдегид, кадмий, свинец, ртуть, метанол, фенол.

Проверка и выявление контрафакта – одна из главных проблем современного бизнеса. Именно поэтому все большее значение в мире придается защите интеллектуальной собственности и защите от подделок.

Существуют технологии защиты товаров от подделок: нанесение штрих-кодов, QR-кодов, голограмм. Одним из новейших и при этом простых методов являются технологии удаленной идентификации продукции. В настоящее время есть интерактивные системы распознавания подлинности, позволяющие отличить подделку за считанные минуты. Таковую защиту от контрафакта предлагает компания «Авента-Инфо», разработчик системы бренд-контроля DAT.

Система основана на маркировке каждой единицы товара и/или их упаковки DAT-кодами, скрытыми от прочтения до момента покупки защитным слоем, элементами упаковки, крышкой и прочими (приложение К).

Интегрировать уникальный DAT-код на товар можно различными способами, в том числе: в формате стикера на упаковку, на этикетку, на саму продукцию, внутри упаковки (под крышкой, дополнительным вкладышем).

Промаркированные товары попадают в торговые точки. Каждый код уникален и может быть проверен один раз. Покупатель вскрывает защитный слой стикера или элемент упаковки, находит DAT-код и проверяет подлинность товара по смс на короткий номер 3888 или через сайт. Каждый код уникален и может быть проверен один раз. Товар подлинный, если код введен впервые и зарегистрирован в Системе DAT. Товар под-

дельный, если код в Системе не найден или проверяется более одного раза. В случае если введенный код не подтверждает подлинность продукции, покупатель в ответном сообщении получает номер телефона горячей линии 8 (800) 100-3888 (звонки по РФ бесплатно). По телефону операторы контакт-центра проконсультируют о дальнейших действиях и порядке возврата товара в магазин.

Системой бренд-контроля DAT защищено 160 млн товаров. Производитель получает оперативный инструмент выявления подделок и оценки объема контрафактного товара, поступающего на рынок под его брендом, а покупатель может обезопасить себя от поддельных товаров.

Например, отдельные алкогольные производители вооружают потребителя системой бренд-контроля DAT, интегрируя на бутылку код системы (приложение К). Такая защита от контрафакта нанесена на водках «Честная», «Наркомовская норма», «Национальный презент», «Чижик», «Platinum» и др.

Действенной мерой является внесение товарного знака в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности. Так производители прикроют канал поступления на территорию страны серого импорта.

Вопросы защиты интеллектуальных прав с помощью таможенных органов с 1 июля 2010 года регулируются Таможенным кодексом Таможенного союза (далее – ТК ТС) и принятым в его рамках Федеральным законом от 21 ноября 2010 года № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации».

Действенной мерой является внесение товарного знака в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности. Так производители прикроют канал поступления на территорию страны серого импорта.

Решение основной проблемы – ввоз/вывоз контрафактной продукции – во многом зависит от эффективности деятельности таможенных органов, контролирующих перемещение контрафактной продукции через таможенную границу.

Таможенные органы принимают следующие меры по защите объектов интеллектуальной собственности:

- внесение сведений об объектах интеллектуальной собственности в таможенный реестр (ст. 330 ТК ТС);
- приостановление выпуска товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности (ст. 331 ТК ТС);

– предоставление информации, которая может понадобиться правообладателю (его представителю), декларанту о товарах, в отношении которых принято решение о приостановлении выпуска.

Меры по приостановлению выпуска товаров, принимаемые таможенными органами, направлены на содействие правообладателю в защите его прав и законных интересов.

Кроме того, в целях выявления, пресечения распространения на территории Российской Федерации контрафактной продукции таможенные органы взаимодействуют с органами внутренних дел и территориальными органами Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзора).

Маркировка товаров как средство информации о товаре и способ борьбы с контрафактной продукцией.

Главным назначением маркировки является идентификация товара и доведение основных сведений о товаре до потребителей.

Маркировка – это любые слова, обозначения, торговые марки, фирменные знаки, иллюстрированный материал или символы, относящиеся к товару и размещенные на упаковке, документах, уведомлениях, этикетках, сопровождающих данный товар.

Выделяют следующие функции маркировки товаров:

– информационная функция – доведение до потребителей и других субъектов всех необходимых сведений о товаре;

– идентифицирующая функция – доведение до потребителей, продавцов, экспертов и контролирующих органов информации, позволяющей идентифицировать товары – установить их соответствие действующим законам, техническим регламентам, национальным стандартам, договорам по ассортиментной принадлежности, качеству и безопасности;

– эмоциональная и мотивационная функции – воздействие маркировки товара на психоэмоциональное состояние потребителей для удовлетворения эстетических потребностей, а также мотивации покупки.

Товар маркируют текстом, краткой аннотацией, условным обозначением, рисунком и др. Различают производственную маркировку и торговую.

Производственная маркировка может быть выполнена на ярлыках, вкладышах, этикетках и др. *Торговая маркировка* выполняется на ценниках, кассовых чеках, упаковочных пакетах и др. Производственная маркировка может содержать условные обозначения или информационные знаки, которые требуют специальной расшифровки.

Для пищевых продуктов отечественного и зарубежного производства, фасованных в потребительскую тару и реализуемых на территории Российской Федерации в оптовой и розничной торговле, установлены общие требования к информации для потребителя в Законе РФ «О защите прав потребителей» и ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». На единой таможенной территории Таможенного союза единые обязательные для применения и исполнения требования к пищевой продукции в части ее маркировки установлены в ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».

Для большинства видов продовольственных товаров информация для потребителей должна содержать следующие обязательные сведения:

- наименование продукта и его сорт (при наличии);
- наименование и местонахождение изготовителя (юридический адрес, включая страну, и при несовпадении с юридическим адресом адрес(а) производств(а)) и организации в Российской Федерации, уполномоченной изготовителем на принятие претензий от потребителей на ее территории (при наличии);
- товарный знак изготовителя (при наличии);
- массу нетто, или объем, или количество продукта;
- состав продукта, за исключением продуктов, состоящих из одного ингредиента (в порядке уменьшения массовой доли ингредиентов), в том числе содержание пищевых добавок, биологически активных добавок к пище, ароматизаторов, пищевых продуктов нетрадиционного состава с включением не свойственных им компонентов белковой природы, облученных ионизирующим излучением;
- информацию о наличии в продукте компонентов, полученных и применением генно-инженерно-модифицированных организмов, в случае, если их содержание составляет более 0,9%;
- пищевую ценность, включающую калорийность или энергетическую ценность, содержание белков, жиров, углеводов, витаминов, макро- и микроэлементов, в случае, если их значение в 100 г (мл, см³) пищевого продукта составляет не менее 2%, а для минеральных веществ и витаминов – не менее 5% от рекомендуемого суточного потребления;
- назначение и условия применения для продуктов детского питания, продуктов диетического питания и биологически активных добавок;
- рекомендации по приготовлению готовых блюд для концентратов и полуфабрикатов пищевых продуктов;

– условия хранения для продуктов, требующих специальных условий хранения (пониженной температуры, определенных влажности окружающего воздуха и светового режима и других); срок годности (хранения, реализации);

– дату изготовления и упаковывания (для алкогольных и безалкогольных напитков, минеральных вод, пива, уксуса указывают дату розлива, которая является одновременно датой изготовления и датой упаковывания; для яиц – дату сортировки, которая одновременно является датой изготовления);

– обозначение документа, в соответствии с которым изготовлен и может быть идентифицирован продукт (для импортных продуктов допускается не указывать);

– информацию о подтверждении соответствия пищевых продуктов (знак обращения на рынке и/или наименование технического регламента, знак соответствия).

Для многих групп (видов) продовольственных товаров существуют некоторые особенности маркирования.

Особенности маркировки консервов в жестяной таре. На крышку и (или) донышко консервов в жестяной таре наносят методом рельефного маркирования или несмываемой краской условные обозначения, несущие определенную информацию. Необходимость такой маркировки обусловлена возможностью отклеивания этикетки в результате объективных причин – использования некачественных клеевых составов, перепада температур при хранении и (или) транспортировании, приводящего к образованию конденсата влаги и уменьшению прочности сцепления клеевого покрытия, а также субъективных причин – фальсификации консервов путем переклеивания этикеток с целью искажения информации об ассортиментной принадлежности и получения незаконной прибыли за счет реализации товара по более высокой цене (например, на банки с морской капустой может быть наклеена этикетка «Горбуша натуральная в собственном соку», учитывая, что материал упаковки не позволяет рассмотреть ее содержимое). Но даже при утрате (или переклеивании) этикетки наличие условных обозначений позволяет определить вид сырья, из которого изготовлены консервы, изготовителя и срок годности (дату изготовления) продукции, т. е. наиболее важную информацию о консервированной продукции.

Наносят условные обозначения в два или три ряда на площади, ограниченной первым кольцом жесткости («бомбажным» кольцом) – рельефным кольцом самого маленького диаметра.

В первом ряду указывают дату изготовления продукта (или дату окончания срока годности): число – две цифры, месяц – две цифры, год – две последние цифры.

Во втором ряду указывают ассортиментный номер консервов – от одного до трех знаков (ассортиментный номер может состоять из цифр и букв), позволяющий по специальным ассортиментным перечням установить вид консервов. Для мясных консервов высшего сорта к ассортиментному номеру добавляют букву «В». В этом же ряду указывают номер предприятия-изготовителя – от одного до трех знаков (цифры и буквы). При обозначении ассортиментного знака и номера предприятия-изготовителя одним или двумя знаками перед ними оставляют пропуск соответственно в два или один знак.

Иногда первый и второй ряд по составу информации могут меняться местами (например, у молочных консервов).

В третьем ряду (или в начале первого ряда) указывают индекс системы, в ведении которой находится предприятие-изготовитель (буквы Р – рыбная промышленность, А – мясная, М – молочная, К – плодоовощное хозяйство, ЦС – потребительская кооперация и др.), и номер смены (может отсутствовать, если предприятие работает в одну смену). По индексу системы иногда можно определить и группу консервов (мясные, рыбные, плодоовощные, молочные), если индекс промышленности совпадает с видом консервов, однако этот критерий нельзя считать надежным, так как предприятия разных систем могут выпускать консервы разных групп (например, индекс КП могут иметь и мясные, и плодоовощные консервы). Чаще всего индекс системы предшествует номеру предприятия-изготовителя, если информация наносится в два ряда.

При маркировании *плодоовощных консервов* в первом ряду указывают ассортиментный номер и номер смены (бригады), во втором – дату изготовления, а в третьем – индекс отрасли и номер предприятия-изготовителя.

На банках с *икрой осетровых рыб* маркировка имеет ряд отличительных особенностей: вместо числа в дате изготовления ставится номер декады (1, 2, 3), вместо номера предприятия – номер, присвоенный мастеру, – одна или две цифры. Ассортиментный знак, номер смены и индекс рыбной промышленности не ставится.

Банки с *икрой лососевых рыб* отличаются заменой ассортиментного знака словом «икра», которое размещается по второму ряду. Все остальные сведения размещаются в первом (дата изготовления) и третьем ряду (номер завода, номер смены, индекс системы).

Ветеринарная и товароведная маркировка мяса. Мясо и субпродукты всех видов сельскохозяйственных и диких животных подлежат обязательному *клеймению ветеринарными клеймами и штампами.*

Ветеринарное клеймо овальной формы подтверждает, что ветеринарно-санитарная экспертиза мяса и мясопродуктов проведена в полном объеме и продукт выпускается для продовольственных целей без ограничений. Ветеринарное клеймо овальной формы имеет в центре три пары цифр: первая из них обозначает порядковый номер республики в составе Российской Федерации, края, области, Москвы, Санкт-Петербурга, вторая – порядковый номер района (города), третья – порядковый номер учреждения, организации, предприятия. В верхней части клейма находится надпись «Российская Федерация», а в нижней – «Госветнадзор». Клеймение мяса и мясопродуктов овальным клеймом проводят ветеринарные врачи и ветеринарные фельдшеры, прошедшие аттестацию и получившие официальное разрешение госветинспектора района (города).

Мясо, полученное от животных, прошедших предубойный и послеубойный осмотр и убитых в хозяйствах, благополучных по карантинным заболеваниям, клеймится ветеринарным клеймом прямоугольной формы, которое не дает права на реализацию мяса без проведения ветсанэкспертизы в полном объеме. Ветеринарное клеймо прямоугольной формы имеет сверху надпись «Ветслужба», в центре «Предварительный осмотр», а внизу три пары цифр (как в овальном клейме).

Условно годное мясо (использование которого для пищевых целей допускается после обезвреживания) клеймится штампами, в центре которых обозначен вид обезвреживания мяса, сверху – надпись «Ветслужба», внизу три пары цифр. Условно годное мясо не поступает в реализацию. На таком мясе овальное ветеринарное клеймо не ставится.

Товароведную маркировку мяса проводят при наличии клейма или штампа Государственной ветеринарной службы. Форма товароведного клейма указывает на категорию мяса.

Говядину, говядину молодняка, телятину, баранину, козлятину первой категории маркируют круглым клеймом, второй категории – квадратным клеймом, тощее – треугольным. На полутушах быков внутри клейма ста-

вят оттиск буквы «Б». На тушах (полутушах) телят внутри клейма ставят оттиск буквы «Т»; на тушах ягнят – буквы «Я».

Штамп буквы «М» ставят справа от клейма упитанности (говядина от молодняка), у козлятины – штамп буквы «К». На полутушах (тушах) всех видов мяса (кроме кроликов) с дефектами технологической обработки справа от клейма ставят штамп букв «ПП».

Свинину в зависимости от категории маркируют: первой категории – круглым клеймом, второй – квадратным, третьей – овальным, четвертой – треугольным, не соответствующую требованиям по упитанности – ромбовидным клеймом. К тушкам поросят (к задней ножке) шпагатом привязывают фанерную бирку с круглым клеймом со штампом буквы «М» внутри.

Для идентификации отдельных характеристик товара используют условные обозначения – *информационные знаки* (пиктограммы, символы). Их преимуществами по сравнению с текстовой информацией являются: краткость, выразительность, быстрая узнаваемость. В зависимости от вида передаваемой информации информационные знаки подразделяют на следующие группы: товарные, знаки соответствия, экологические, компонентные, размерные, эксплуатационные, манипуляционные, предупредительные.

Товарные знаки – это обозначения, позволяющие отличить товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров других юридических или физических лиц. Право на товарный знак охраняется законом (4-й раздел Гражданского кодекса РФ). На зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство, которое удостоверяет его приоритет и исключительное право владельца.

Знаки соответствия – это обозначения, которые наносятся на товар и (или) упаковку для подтверждения соответствия товара требованиям нормативных и/или технических документов. Знаки соответствия классифицируются на международные, региональные и национальные.

Экологические знаки подразделяют на 3 группы в зависимости от вида передаваемой информации:

- 1) знаки, информирующие об экологической чистоте товара или его органической природе;
- 2) знаки, информирующие об утилизации или переработке упаковки без ущерба для окружающей среды;
- 3) знаки, информирующие об опасности продукции для окружающей среды.

Компонентные знаки указывают на присутствие или отсутствие в составе товара какого-либо компонента (сырьевого ингредиента). К наиболее часто встречающимся компонентным знакам относятся знаки на упаковках пищевых продуктов, обозначаемые литерой «Е» и трех- или четырехзначным цифровым кодом, который указывает на наличие в составе продукта конкретной пищевой добавки, классифицированной в Европейской системе нумерации пищевых добавок.

Другими примерами являются знаки «Не содержит ГМО», «Не содержит холестерина».

Размерные знаки – знаки, предназначенные для обозначения конкретных физических величин, определяющих количественную характеристику товара. Наиболее часто для обозначения массы нетто применяется размерный знак «Е» (от *англ.* exactly, *нем.* exakt – точно, ровно, одинаково), объема – знак V.

Эксплуатационные знаки – информируют о правилах эксплуатации, способах ухода, монтажа и наладки потребительских товаров. Используют при маркировке одежды, половых покрытий и др.

Манипуляционные знаки предназначены для передачи информации о способах обращения с товарами. Чаще всего их наносят на транспортную упаковку, и они обеспечивают правильные условия транспортирования, хранения, проведения погрузочно-разгрузочных работ.

Предупредительные знаки предназначены для обеспечения безопасности потребителя и окружающей среды при эксплуатации потенциально опасных товаров путем предупреждения об опасности или указания на действия по предупреждению опасности. Каждому виду предупредительных знаков соответствует определенный символ, состоящий:

из литеры «R» – для знаков, предупреждающих об опасности, или

литеры «S» – для знаков, сообщающих о действиях по предупреждению опасности, и двухзначного кода, указывающего на вид опасности.

Например, R24 – «вызывает ожоги».

Практическое занятие

Цель: изучение и использование особенностей маркировки потребительских товаров как способа борьбы с контрафактной продукцией; изучение информационных знаков, предназначенных для идентификации отдельных характеристик и обеспечения подлинности товаров.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.

2. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями).

3. ТР ТС 009/2011 Технический регламент Таможенного союза «О безопасности парфюмерно- косметической продукции».

4. ТР ТС 022/2011 Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки».

5. ТР ТС 023/2011 Технический регламент Таможенного союза «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей».

6. ТР ТС 024/2011 Технический регламент Таможенного союза «Технический регламент на масложировую продукцию».

7. ТР ТС 033/2013 Технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции».

8. ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» (с Изменением № 1);

9. ГОСТ 14192-2003 «Маркировка грузов».

10. ГОСТ 19433-88 «Грузы опасные. Классификация и маркировка».

11. ГОСТ Р ИСО 14024-2000 «Экологическая маркировка типа I. Этикетки и декларации экологические».

12. ГОСТ Р ИСО 14021-2000 «Экологическая маркировка типа II. Этикетки и декларации экологические».

Задание 1. Требования к маркировке продовольственных товаров.

Изучите требования к маркировке продовольственных товаров, установленные в нормативно-правовых документах [1, 2, 4, 8] материального обеспечения практического занятия. Установите общность и специфические требования к информации для потребителя. Результаты оформите в виде схемы.

Задание 2. Информация для потребителей. Изучите информацию для потребителей на упаковке продовольственного товара (упаковку выдает преподаватель). Установите полноту и правильность нанесения обяза-

тельной информации, наличие дополнительной информации, информационных знаков и их назначение. Сделайте заключение о соответствии (несоответствии) информации для потребителей на исследованной упаковке установленным требованиям. При обнаружении несоответствий укажите их. Результаты оформите в виде таблицы 5.1 по следующей форме.

Таблица 5.1

Результаты анализа информации для потребителей

Вид информации	Наличие и содержание информации
наименование продукции	
сорт	
наименование и местонахождение изготовителя	

Задание 3. Расшифруйте условные обозначения, нанесенные методом рельефного маркирования на крышку (доньшко) консервных банок, приведенные в таблице 5.2.

Установите видовую принадлежность консервов, считая, что индекс системы соответствует виду вырабатываемой продукции.

Таблица 5.2

Результаты анализа маркировки консервных банок

Номер варианта	Маркировка на крышке (доньшке)	Расшифрованная информация
1	220312 ИКРА 10 1 Р	
2	0096 130912 К42	
3	151211 192133 2Р	
4	100812 101ВА12	
5	М42776 281012	

Задание 4. Зарисуйте и расшифруйте приведенные ниже ветеринарную маркировку мяса (рис. 5.1) и товароведные клейма и штампы (рис. 5.2). Напротив каждого клейма (штампа) дайте соответствующий комментарий.



Рис. 5.1. Ветеринарная маркировка мяса



Рис. 5.2. Товароведные клейма и штампы

Задание 5. Изучите требования к маркировке парфюмерно-косметической продукции. Сравните маркировку на представленных образцах упаковки продукции (упаковку выдает преподаватель) с предъявляемыми требованиями. Результаты изучения маркировки оформите в виде таблицы 5.3. Сделайте заключение о соответствии (несоответствии) информации для потребителей на исследованной упаковке установленным требованиям. При обнаружении несоответствий укажите их.

Таблица 5.3

Результаты анализа маркировки парфюмерно-косметической продукции

Номер упаковки	Маркировка	Расшифрованная информация
1		
2		
3		
4		
5		

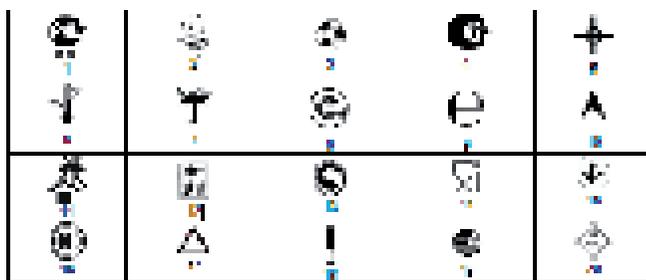
Задание 6. Познакомьтесь с логотипами и назначением информационных знаков, наносимых на упаковку потребительских товаров (приложение Л). Укажите групповую принадлежность и назначение информационных знаков, изображенных на карточке, выданной преподавателем (укажите вариант карточки, с которой работаете).

Например:

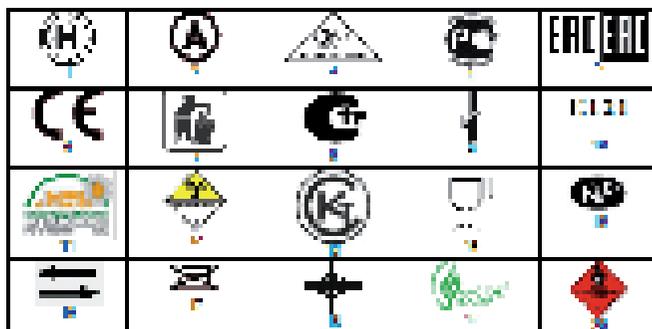
1 – знак соответствия – указывает на соответствие продукции требованиям национального стандарта, установленным в системе добровольной сертификации ГОСТ Р;

2 – экологический знак – указывает на возможность переработки и повторного использования упаковки... и т. д.

Вариант № 1



Вариант № 2



Вариант № 6

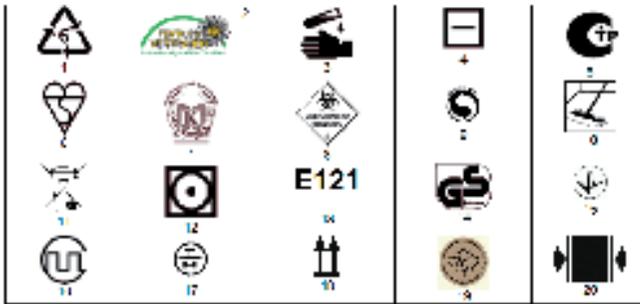
Вариант № 7

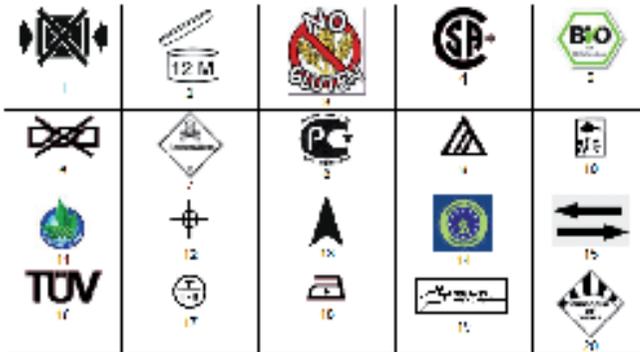
Вариант № 8

Вариант № 9



Вариант № 10



Задание 7. Найдите на упаковке, выданной преподавателем, информационные знаки. Укажите их групповую принадлежность и назначение.

Задание 8. Изучить основные положения о товарных знаках, используя Гражданский кодекс РФ (часть 4) § 2–3. Укажите следующие сведения о товарном знаке и наименование места происхождения товара: определение; виды; государственная регистрация и экспертиза; основание для отказа в государственной регистрации; исключительное право на товарный знак и на наименование места происхождения товара; знак охраны; срок действия, свидетельства об исключительном праве на товарный знак и на наименование места происхождения товара.

6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ФАЛЬСИФИКАЦИЮ И ПРОИЗВОДСТВО КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ

Краткие теоретические сведения

В целом следует отметить, что удовлетворение потребности населения в безопасных и качественных товарах – одна из актуальных социально-экономических задач, имеющая объективный и всеобщий характер, ибо некачественная продукция не только наносит ущерб национальной экономике, но и делает невозможным само существование государства в условиях мировой конкуренции. В экономической литературе справедливо отмечается, что основные битвы за лидерство в мире происходят сейчас не на полях сражений, а на мировом рынке, главное оружие в них – высокий технический уровень, качество товаров и услуг, определяющие их конкурентоспособность.

Нормативная база по предотвращению фальсификации прописана в ФЗ «О защите прав потребителей», ГК РФ и информационных стандартах потребителей. Российское законодательство предусматривает гражданскую, административную и уголовную ответственность за изготовление и реализацию фальсифицированных и контрафактных товаров.

Административная ответственность – влечет наложение штрафа с конфискацией предмета содержащего незаконное воспроизведение товарного знака.

Уголовная ответственность – наступает в случае неоднократного, незаконного использования товарного знака или в том случае, если использование товарного знака причинило крупный ущерб. Если чужой товарный знак использует организация или предприниматель, то это квалифицируется как незаконное использование товарного знака. Уголовная ответственность наступает в случае обмана потребителя или мошенничества, совершенных в крупных размерах.

Гражданская ответственность – ее несут физические лица за незаконное использование товарного знака.

Ст. 1515 и ст.1537 Гражданского кодекса РФ предусматривают ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара. Правообладатель вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров или удаления с контрафактных товаров незаконно используемых товарного знака, наименования места происхождения товара или сходных с ними до степени смешения обозначений. Правообладатель также вправе требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации:

- в размере от десяти тысяч до пяти миллионов рублей, определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения;

- в двукратном размере стоимости товаров, на которых незаконно размещены товарный знак или наименование места происхождения товара, или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака.

Кодексом РФ об административных правонарушениях предусмотрена ответственность граждан, должностных и юридических лиц в форме наложения административных штрафов, административного приостановления деятельности (с конфискацией товаров или без таковой) в зависимости от тяжести следующих правонарушений:

- за продажу товаров, выполнение работ либо оказание населению услуг ненадлежащего качества или с нарушением требований технических регламентов и санитарных правил (ст. 14.4);

- за продажу товаров, выполнение работ либо оказание услуг при отсутствии установленной информации (ст. 14.5);

- за обман потребителей (обмеривание, обвешивание, обсчет, введение в заблуждение относительно потребительских свойств, качества товара или иного, ст. 14.7);

- за нарушение иных прав потребителей (на получение необходимой и достоверной информации о реализуемом товаре (работе, услуге), об изготовителе, продавце, исполнителе и режиме их работы, ст. 14.8);

- за незаконное использование товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или сходных с ними обозначений (ст. 14.10);

– за использование этилового спирта, произведенного из непищевого сырья, и спиртосодержащей непищевой продукции для приготовления алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции (ст. 14.18);

«...Возникновение заболевания, отравления или смерти человека, наступившее в результате употребления некачественных и (или) опасных пищевых продуктов, влечет за собой уголовную ответственность в соответствии с законодательством РФ» (ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»).

Уголовная ответственность предусмотрена также за нарушение авторских и смежных прав (ст. 146), незаконное использование товарного знака (ст. 180), производство, хранение, перевозку либо сбыт товаров и продукции, выполнение работ или оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности (ст. 238), в случае, если указанные деяния совершены неоднократно и/или в значительном и крупном размере, и/или совершены группой лиц по предварительному сговору или организованной группой и/или повлекли по неосторожности причинение тяжкого вреда здоровью или смерть человека. Меры уголовной ответственности предусматривают наложение штрафов, ограничение или лишение свободы с конфискацией имущества или без таковой в зависимости от степени тяжести вреда.

В европейских странах предусмотрена ответственность не только производителей нелегальной продукции, но и ее приобретателей. Например, в Италии и Франции действуют законы об ответственности покупателя за приобретение контрафактной продукции, согласно которым покупка товара, подделанного под всемирно известные торговые марки, наказывается штрафом от 5 до 10 тыс. евро. Более того, провоз контрафакта через французскую таможенную границу частным лицом может привести не только к штрафу и конфискации товара, но и к лишению свободы сроком на три года.

Государственная и общественная защита прав потребителей

Государственный контроль и надзор за соблюдением законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей, осуществляются уполномоченным федеральным органом исполнительной власти по контролю (надзору) в области защиты прав потребителей (его территориальными органами), а также иными федеральными органами исполнительной вла-

сти (их территориальными органами), осуществляющими функции по контролю и надзору в области защиты прав потребителей и безопасности товаров (работ, услуг), в порядке, определяемом Правительством Российской Федерации.

Государственный контроль и надзор в области защиты прав потребителей предусматривают:

- проведение мероприятий, связанных с контролем, – проверка соблюдения изготовителями (исполнителями, продавцами, уполномоченными организациями или уполномоченными индивидуальными предпринимателями, импортерами) обязательных требований законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей, а также обязательных требований к товарам (работам, услугам);

- выдачу в пределах полномочий, предусмотренных законодательством Российской Федерации, предписаний изготовителям (исполнителям, продавцам, уполномоченным организациям или уполномоченным индивидуальным предпринимателям, импортерам) о прекращении нарушений прав потребителей, о необходимости соблюдения обязательных требований к товарам (работам, услугам);

- в установленном законодательством Российской Федерации порядке принятие мер по приостановлению производства и реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг), которые не соответствуют обязательным требованиям (в том числе с истекшим сроком годности), и товаров, на которые должен быть установлен, но не установлен срок годности, по отзыву с внутреннего рынка и (или) от потребителя или потребителей товаров (работ, услуг), которые не соответствуют обязательным требованиям, и информированию об этом потребителей;

- направление в орган, осуществляющий лицензирование соответствующего вида деятельности (лицензирующий орган), материалов о нарушении прав потребителей для рассмотрения вопросов о приостановлении действия или об аннулировании соответствующей лицензии в установленном законодательством Российской Федерации порядке;

- направление в органы прокуратуры, другие правоохранительные органы по подведомственности материалов для решения вопросов о возбуждении уголовных дел по признакам преступлений, связанных с нарушением установленных законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации прав потребителей;

– обращение в суд с заявлениями в защиту прав потребителей, законных интересов неопределенного круга потребителей, а также с заявлениями о ликвидации изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации, импортера) либо о прекращении деятельности индивидуального предпринимателя (уполномоченного индивидуального предпринимателя) за неоднократное или грубое нарушение установленных законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации прав потребителей.

За нарушение прав потребителей, установленных законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, продавец (исполнитель, изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) несет административную, уголовную или гражданско-правовую ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В целях защиты прав потребителей на территории муниципального образования органы местного самоуправления вправе:

- рассматривать жалобы потребителей, консультировать их по вопросам защиты прав потребителей;
- обращаться в суды в защиту прав потребителей (неопределенного круга потребителей).

При выявлении по жалобе потребителя товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества, а также опасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды незамедлительно извещать об этом федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг).

Национальная политика в сфере защиты прав потребителей заняла прочные позиции в социально-экономических преобразованиях, происходящих в Российской Федерации. Она осуществляется в тесной взаимосвязи с общим курсом экономических и правовых реформ, институциональными преобразованиями, развитием конкуренции, а также с учетом их влияния на экономическое положение граждан на потребительском рынке товаров, работ, услуг. Необходимо принимать во внимание глобализацию экономики, усиление интеграционных процессов, в том числе, и интеграцию России в европейское сообщество, тенденции в мировом потребительском движении.

Российскими экспертами Закон о защите прав потребителей признан самым грамотным (была проведена экспертная оценка всех законов России).

Практическое занятие

Цель: изучение нормативной базы по предотвращению попадания на отечественный рынок фальсифицированной и контрафактной продукции.

Материальное обеспечение:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.

2. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями).

Задание 1. Изучите главу IV Закона РФ «О защите прав потребителей». Изученный материал в виде ответов на вопросы оформите в таблице 6.1 по следующей форме.

Таблица 6.1

Ответственность за фальсификацию и производство контрафактной продукции

№ вопроса	Вопрос	Ответ	Обоснование

1. Кем осуществляется Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей?

2. Что включает в себя Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей?

3. Что обязан предоставить изготовитель (исполнитель, продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) по требованию органа государственного надзора, его должностных лиц в установленный ими срок?

4. Какую ответственность несет продавец (исполнитель, изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) за нарушение прав потребителей, установленных законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации?

5. Имеют ли право должностные лица органа государственного надзора проводить отбор проб и образцов товаров, предназначенных для реализации и реализуемых потребителям, для проведения их исследований, испытаний?

6. Имеют ли право должностные лица органа государственного надзора составлять протоколы об административных правонарушениях в области защиты прав потребителей, рассматривать дела об указанных административных правонарушениях и принимать меры по предотвращению таких нарушений?

7. Имеют ли право должностные лица органа государственного надзора направлять в уполномоченные органы материалы, связанные с нарушениями обязательных требований, для решения вопросов о возбуждении уголовных дел по признакам преступлений?

8. Как осуществляется защита прав потребителей органами местного самоуправления?

9. Могут ли граждане объединяться на добровольной основе в общественные объединения потребителей?

10. Укажите права общественных объединений потребителей (их ассоциации, союзы).

КАК ОТЛИЧИТЬ ПОДДЕЛКУ ... ОТ... (ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ)

Как отличить подделку сумки от настоящей.

Подделка сумок – это прибыльный подпольный бизнес, развернутый в мировом масштабе. Основное производство находится в Китае и Азии. Недобросовестные производители анализируют рынок сумок: какие модели и какие торговые марки выгоднее всего подделывать.

Оригинальные классические сумки Chanel, Hermès, Dolce&Gabbana, Gucci, Christian Louboutin, Alexander McQueen, Bottega Veneta, Donna Karan, Christian Dior, Louis Vuitton стоят в диапазоне от полутора тысячи евро до нескольких тысяч евро. Настоящие аксессуары авторства знаменитых Домов моды передают по наследству по женской линии.

Как отличить классическую сумку от подделки и на что обратить особое внимание.

Страна происхождения.

Сумки Chanel, Hermès, Dolce&Gabbana, Gucci, Christian Louboutin, Alexander McQueen, Bottega Veneta, Donna Karan, Christian Dior, Louis Vuitton и других торговых марок не производятся в Китае, официальное производство находится в двух странах – Италии и Франции. Под логотипом или на оборотной его стороне должна находиться пластинка с гравировкой MADE IN FRANCE или MADE IN ITALY, причем цвет пластинки должен быть согласован с цветом всей остальной фурнитуры (серебро или золото).

Швы.

Кривые швы и плотность стежков говорят о подделке сумки. Например, у оригинальной сумки Chanel должно быть не менее 10 стежков на каждые 2,5 см. Швы стеганой сумки (ромбы или квадраты) должны продолжаться на карманах сумки, задней части аксессуара без смещения и перерывов. Если при идентификации сумки было выявлено малейшее несовпадение швов «простежки», это фейк. Ромбы или квадраты стеганой

классической сумки Chanel должны быть ровной формы, любые интерпретации говорят о неблагородном происхождении товара.

Стикер с серийным номером.

Стикер с серийным номером прикреплен прямо к сумке голограммой, если при идентификации сумки стикер можно открепить без повреждения голограммы, имеет место фальсификация.

Фурнитура.

Вся фурнитура (цепочка, молнии, шурупы, замочек) всегда выдерживается в едином стиле. Подделку сумки выдаст некачественная фурнитура или дешевизна материалов, из которых она изготовлена.

Как отличить настоящие кроссовки от подделки.

Эксперты по защите от контрафакта различают три типа подделок.

Первый тип – обувь, которая была произведена на официальной фабрике спортивного бренда, но по каким-то причинам была забракована и соответственно в официальную розницу не пошла.

Второй тип – «качественные копии» или реплики известных моделей кроссовок.

Третий тип – подделки низкого качества.

Как отличить оригинальные кроссовки от брака или реплики, которые недобросовестные производители выдают за официальный качественный продукт?

Место продажи.

Спортивную обувь необходимо покупать только в фирменных магазинах бренда или в специализированных сетях товаров для спорта. Если приобретать спортивную обувь на вещевых рынках, онлайн торговых площадках или в социальных сетях, при выявлении фальсификации невозможно будет предъявить претензии продавцу. Даже при покупке спортивной обуви в крупных торговых центрах необходимо насторожиться, если в магазине вам предлагают самые популярные модели кроссовок во всех цветах радуги, и в наличии имеются все размеры.

Цена покупки.

По статистическим данным подделка (копия, реплика, бракованная обувь) обходится потребителю не менее 60–70% от стоимости оригинала. Но износостойкость у контрафактной обуви на 2 года ниже, чем у оригинальной модели, как утверждают профессионалы рынка. Через сезон обувь становится непригодной, и потребителю приходится тратить день-

ги на новую покупку. Также при продаже фальсифицированной обуви имеет место информационная фальсификация – продавцы убеждают покупателя, что продают оригинальный товар по низким ценам, так как не платят аренду или хотят распродать кроссовки, или достали обувь на фабрике по специальной цене.

Подошва.

При идентификации именно на эту часть обуви стоит обратить внимание, чтобы отличить кроссовки от подделки. Такие бренды, как Adidas, Nike, Reebok, Asics, New Balance производят исключительно высокотехнологичную обувь. Подошва не должна быть «пластмассовой», издавать едкий химический запах, быть негнущейся как доска или блестеть. Официальные производители делают подошву из композитных материалов, поэтому она становится матовой.

Идентификация информации.

На коробке и на самой обуви есть информация, с помощью которой можно идентифицировать настоящие кроссовки. Необходимо вбить номер модели в поисковик сети Интернет. Вы должны увидеть предложения поиска с картинкой модели кроссовок, которые совпадают с теми, что вы идентифицируете. Номер, название модели должны совпадать и на коробке, и на самой обуви. Сличите всю информацию, которую найдете на правом и левой ботинке: она должна быть идентичная.

Страна изготовления.

Торговые марки «Adidas», «Nike», «Reebok», «Asics» уже давно разместили свое производство в Китае. При идентификации вас должно насторожить, если вы увидите бирку со страной-производителем в Европе или США. Скорее всего, это фейк.

Как отличить игрушку от подделки.

Не менее 40% детских товаров являются опасным для здоровья контрафактом, а в некоторых продуктовых категориях для детей доля подделок может составлять и все 50%.

Товары, импортированные на территорию России незаконно или произведенные подпольно, не проходят государственной регистрации, и, как правило, содержат вредные для здоровья элементы: формальдегид, кадмий, свинец, ртуть, метанол, фенол.

Чем опасны контрафактные игрушки и товары по уходу за ребенком? Перечисленные выше вредные и ядовитые химические соединения могут

вызвать аллергические реакции, проблемы органов дыхания, раздражение слизистых оболочек организма, кашель, насморк, слезотечение, бронхит, отек легких. При проглатывании поддельных игрушек может возникнуть отравление и интоксикация, которая может привести к летальному исходу. Формальдегид и кадмий официально признаны канцерогенными веществами: длительный контакт с ними может вызвать онкологические заболевания.

Как проверить игрушку на подлинность, ведь большинство детских товаров не обладает защитой от контрафакта.

Цена.

Брендовые игрушки достаточно дороги по сравнению с китайскими подделками, но они безопасны для детского организма.

Место продажи.

Открытые вещевые рынки, несанкционированные места торговли, продажа с рук – это основные места продаж контрафактных товаров, в том числе и детских игрушек.

Бренд.

Некоторые родители намеренно покупают подделки игрушек из-за дешевизны. Однако подавляющее большинство подделок не долговечны и мало функциональны. Дети быстро ломают такие игрушки, и нужно идти за следующей покупкой. Брендые игрушки продуманы с функциональной точки зрения, а подделки только лишь имитируют внешний вид. Покупая контрафакт, потребитель рискует еще и тем, что игрушка вообще не будет работать, как заявлено в инструкции.

Химический запах.

Игрушка не должна издавать неприятного химического запаха. Если при идентификации игрушки отмечается неприятный химический запах – игрушка может быть токсичной и опасной для здоровья ребенка.

Упаковка.

Отличить оригинальную игрушку от подделки поможет также внимательный визуальный осмотр упаковки. Упаковка должна быть качественной, не мятой. Чем сложнее упаковка, тем выше вероятность того, что игрушка подлинная. Сама игрушка должна быть прочна, закреплена внутри упаковки.

Возрастные ограничения.

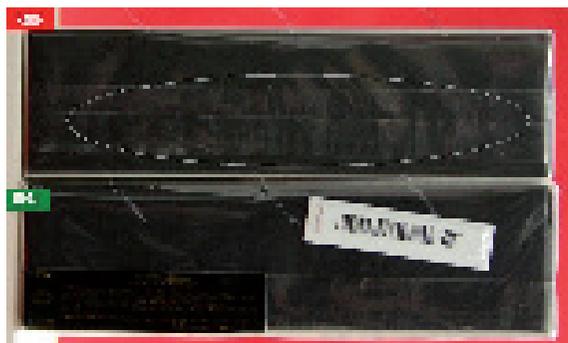
При идентификации игрушки необходимо обратить внимание на рекомендованный возраст ребенка для данной игрушки. Эта информация обязательна для маркировки детских товаров.

Как отличить настоящие духи от подделки.

Целлофановая упаковка.

Оригинальный парфюм должен быть упакован в не слишком плотный и толстый целлофан. Он плотно облегает коробку, нигде не морщит и не выпирает. Целлофан должен быть натянут таким образом, чтобы он «не ходил» по картонной коробке, создавая складки или деформации.

У оригинальных духов шов целлофановой упаковки на боку или сзади картонной коробки ровный. Его запечатывают термометодом (нагреванием), а не склеиванием, поэтому в оригинале он должен быть очень аккуратный и тонкий. Если при идентификации шов шириной более 5 мм, со следами клея или неровностями, – это подделка. Сверху и снизу целлофан обычно запечатан штампом прямоугольной (иногда круглой) формы.



На верхнем образце показана боковая часть коробки поддельного парфюма Chanel Allure Homme Sport. На образце показано, каким образом произведена спайка целлофана – его ширина и неровности указывают на подделку.

Следует отметить, что некоторые компании не целлофанируют свои изделия принципиально (Hugo Boss, некоторые позиции Shiseido, Davidoff, Clinique и некоторые другие).

Картонная упаковка.

Сам картон коробки для духов должен быть плотным, внутри обязательно белоснежным, без сероватого оттенка, типичного признака подделки. На фирменных коробках никогда нет наклеек, логотип печатают прямо на картоне.

При идентификации необходимо попробовать упаковку на ощупь. Солидные производители пользуются особыми сортами картона для каждого изделия, так что даже на ощупь можно определить грубую подделку.

Надписи на упаковке и дизайн.

Информация на упаковке должна совпадать с информацией на сайте производителя, так что её можно сверить прямо в магазине. Это касается места изготовления парфюма, состава, объема. Если на сайте производителя представлен аромат в бутылочках по 50 и 100 мл, а продавец предлагает другой объем флакона, – это подделка.



При идентификации также не должно быть «потекших», нечетких надписей, все мелкие букровки и штрих-коды должны быть напечатаны четко. Не должно быть «неправильной» цветопередачи или «поплывших» цветов (если это не предусмотрено дизайном).

Следует отметить, что на коробке может быть следующая информация о производителе – «Париж–Лондон–Нью–Йорк». Это – информационная фальсификация, бренды так никогда не пишут. Если речь идет о стране, указывается «MadeinItaly», а не просто «Italy».



Надписи на оригинальной коробке сделаны значительно более мелким шрифтом. Круглый «recycling» логотип в фейке сделан наоборот, чёрная стрелка должна быть сверху.

Официально поставляемые в Россию духи проходят сертификацию, и на них, согласно требованиям, обязательно должна быть этикетка на русском языке с указанием адреса производителя, срока годности, нормативного документа и штрих-кода.

Внутренняя упаковка.

Внутри коробки обычно находится вставленная «конструкция» из картона, которая не дает флакону «бегать» по коробке. У фальсифицированных духов внутренняя конструкция сделана из дешевого картона, поэтому при проведении идентификации необходимо потрясти коробку с духами. Флакон внутри не должен «болтаться» и греметь.



Флакон.

Собственно, по упаковке чаще всего можно определить только подделку очень низкого качества – так называемый «кустарный Китай» или «Эмираты». Заводские, профессионально сделанные подделки выполняются на высоком полиграфическом уровне. И отличить на взгляд подделку такого уровня сможет только профессионал.

Если при идентификации духов упаковка не вызвала подозрений, необходимо идентифицировать флакон. На оригинальном флаконе нет подтеков, неровностей стекла, дефектов отливки, изменений цвета, пузырьков в стекле. Для того чтобы сделать качественный флакон, нужно разместить заказ на крупном стекольном заводе, огромной партией (или изготавливать каждый флакончик вручную, что сразу поднимет его стоимость на нерентабельную для подделок высоту).



Следует отметить, что надписи на флакончике, нанесенные в кустарных условиях, обычно «скачут». Они могут быть полустертые, нечеткие, неровные.

Чем необычней форма флакона, тем труднее его подделать. Чтобы удостовериться в подлинности, необходимо сравнить флакон духов с флаконом тестера или изображением с официального сайта.

Цвет духов.

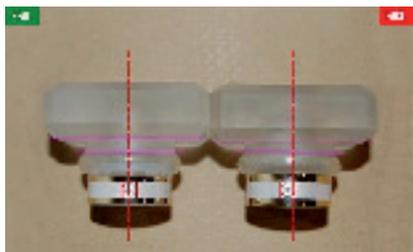
При идентификации духов необходимо оценить цвет самой жидкости. В основном цвет духов варьируется от палевого до темно-желтого. Иногда с помощью красителей достигаются зеленоватые, розоватые или сиреневые оттенки. Яркий «химический» цвет духов говорит о фальсификации.



На образце подделку справа выдает яркий химический цвет жидкости и толстая трубочка пульверизатор.

Крышка флакончика.

Этот на первый взгляд не самый главный аксессуар сразу выдает подделку. Во-первых, не самым важным его считают не только покупатели, но и изготовители подделок, и обращают на него меньше внимания при изготовлении.



Во-вторых, при изготовлении крышки каждый дизайнер использует особый сорт пластика, который обычно запатентован и является секретом не меньшим, чем парфюмерная композиция. В-третьих, при производстве крышек используется технология, обычно недоступная кустарным производителям. Поэтому крышечка у них получается какая-то «несолидная»: с неровностями, заусенцами, плохо прокрашенная и легковесная.



Пульверизатор.

Спрей у флакона должен быть аккуратным, плотно держаться на флаконе, и быть выполнен в общем дизайне. Металлический ободок под распылителем не должен прокручиваться свободно. При первой проверке несколько первых нажатий (обычно 2–3) могут быть без «пшика» – это нормально, выходит воздух, оставшийся в спрее при заводской сборке.

Серийный номер партии.

При идентификационной экспертизе обращайтесь внимание на серийный номер партии. Снизу на картонной коробке должен быть вытеснен (иногда нанесен принтером) серийный номер – это шифр из цифр и букв, который обязательно должен совпадать с шифром на флаконе.

Весь фирменный парфюм должен иметь номерной знак, нанесенный на дно флакона. Причем не приклеенную ко дну этикетку, а прямо на стекло.



Также при идентификации и выявлении фальсификации духов необходимо обратить внимание на следующее:

– содержимое флакона не может быть сделано и разлито по лицензии. Французские духи не могут быть сделаны в Польше и тем более в Ки-

тае. Парфюмерные бренды не выдают никаких лицензий на производство того, что продолжают выпускать сами;

– крупные известные бренды очень редко выпускают для продажи флаконы малого размера, которые называются «пробники». В ручках-спреях по 8, 9 и 15 мл настоящих парфюмов тоже не бывает, исключение – марка «Сальвадор Дали»;

– определить настоящие французские духи можно по информации на упаковке: часто на упаковке написано «parfume», хотя во Франции обходятся без последней «е» и пишут «parfum».

Литература

1. Гражданский кодекс РФ (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (с изменениями и дополнениями).
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями и дополнениями.
3. Закон РФ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 № 29-ФЗ (ред. от 13.07.2015).
4. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 № 55 (ред. от 22.06.2016) «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации».
5. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции». Принят решением Совета Евразийской экономической комиссии от 9 октября 2013 г. № 67.
6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков». Утвержден решением Комиссии Таможенного союза от 23 сентября 2011 г. № 797.
7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек». Утвержден решением Комиссии Таможенного союза от 23 сентября 2011 г. № 798.
8. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции». Утвержден решением Комиссии Таможенного союза от 23 сентября 2011 г. № 799.

9. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей». Утвержден решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 г. № 882).

10. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию». Утвержден решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 г. № 883 (с изменениями на 23 апреля 2015 года).

11. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». Утвержден решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 г. № 881.

12. ГОСТ 31457-2012. Мороженое молочное, сливочное и пломбир. Технические условия. М.: Стандартинформ, 2014.

13. ГОСТ 31743-2012 «Изделия макаронные. Общие технические условия». М.: Стандартинформ, 2013.

14. ГОСТ 31750-2012 «Изделия макаронные. Методы идентификации». М.: Стандартинформ, 2013.

15. ГОСТ 8.579-2002 ГСИ. Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте. М.: ИПК «Издательство стандартов», 2004.

16. ГОСТ Р 54644-2011 Мед натуральный. Технические условия. М.: Стандартинформ, 2012.

17. ГОСТ 32168-2013 Мед. Метод определения падевого меда. М.: Стандартинформ, 2013.

18. ГОСТ 32101-2013 Консервы. Продукция соковая. Соки фруктовые прямого отжима. Общие технические условия. М.: Стандартинформ, 2014.

19. ГОСТ 8.579- 2002 ГСИ. Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте. М.: ИПК «Издательство стандартов», 2004.

20. ГОСТ Р 53137-2008 Соки и соковая продукция. Идентификация. Общие положения. М.: Стандартинформ, 2009.

21. ГОСТ 31717-2012 Соки и соковая продукция. Идентификация. Определение аскорбиновой кислоты ферментативным методом. М.: Стандартинформ, 2013.

22. ГОСТ 8.579- 2002 ГСИ. Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте. М.: ИПК «Издательство стандартов», 2004.

23. ГОСТ 32261-2013 Масло сливочное. Технические условия. М.: Стандартиформ, 2015.
24. ГОСТ Р 52100-2003 Спреды и смеси топленые. Общие технические условия. М.: Госстандарт, 2003.
25. ГОСТ 29298-2005 Ткани хлопчатобумажные и смешанные бытовые. Общие технические условия. М.: Стандартиформ, 2006.
26. ГОСТ 28000-2004 Ткани одежные чистшерстяные, шерстяные и полушерстяные. Общие технические условия. М.: Стандартиформ, 2006.
27. ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» (с изменением № 1);
28. ГОСТ 14192-2003 «Маркировка грузов».
29. ГОСТ 19433-88 «Грузы опасные. Классификация и маркировка».
30. ГОСТ Р ИСО 14024-2000 «Экологическая маркировка типа I. Этикетки и декларации экологические».
31. ГОСТ Р ИСО 14021-2000 «Экологическая маркировка типа II. Этикетки и декларации экологические».
32. *Васильчикова Н. В.* Как потребителю защитить свои интересы. Рекомендации и примеры / Н. В. Васильчикова, М. А. Шевченко. М.: Омега-Л, 2009. 216 с.
33. *Горина И. Е.* Защита прав потребителей. Часто задаваемые вопросы. Образцы документов. М.: Юрайт-Издат, 2009. 202 с.
34. *Дашков Л. П.* Правила торговли и защита прав потребителей: правовое обеспечение / Л. П. Дашков, В. А. Козлов, Г. Н. Цыкоза, Ф. Р. Шахурин. М.: Дашков и К°, 2003. 324 с.
35. *Елисеева Л. Г.* Лабораторный практикум по дисциплине «Защита потребителей от фальсифицированной и контрафактной продукции» / Л. Г. Елисеева, М. А. Положишникова, Т. И. Чалых, Е. Л. Пехташева, Н. В. Умаленова. М.: Изд-во ФГБОУ ВПО «РЭУ имени Г. В. Плеханова», 2013. 77 с.
36. *Елисеева Л. Г.* Идентификационная и товарная экспертиза продуктов растительного происхождения / Л. Г. Елисеева, М. А. Положишникова, А. В. Рыжакова, Т. Н. Иванова. М.: ИНФРА-М, 2013. 523 с.
37. *Касторных М. С.* Товароведение и экспертиза качества пищевых жиров и молока и молочных продуктов / М. С. Касторных, В. А. Кузьмин, Ю. С. Пучков. М.: Дашков и Ко, 2009. 425 с.

38. *Криштафович В. И.* Товароведение и экспертиза продовольственных товаров. Лабораторный практикум. Гриф УМО МО РФ. М.: Дашков и К°, 2013. 592 с.

39. *Марочкина Ю. Н.* Защита прав потребителей при покупке товаров и услуг. М.: Омега-Л, 2007. 304 с.

40. *Николаева М. А., Положишникова М. А.* Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров. М.: ФОРУМ, 2009. 364 с.

41. *Чепурной И. П.* Защита прав потребителей. Виды и способы обмана покупателя при продаже продовольственных товаров. Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. 416 с.

42. *Чепурной И. П.* Идентификация и фальсификация продовольственных товаров: учебник. М.: Дашков и К°, 2006. 460 с.

Приложения

Приложение А

Перечень

товаров длительного пользования, в том числе комплектующих изделий (деталей, узлов, агрегатов), которые по истечении определенного периода могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинять вред его имуществу или окружающей среде и на которые изготовитель (исполнитель) обязан устанавливать срок службы

Наименование товаров	Коды классов ОК 005-93
<i>Товары для детей</i>	
Игрушки; коляски и велосипеды детские, узлы и детали к ним; видеоигры; персональные бытовые компьютеры детские	40, 45, 65, 96
<i>Товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях</i>	
Инструменты, приборы и аппараты медицинские; очки и линзы для коррекции зрения	94
<i>Оборудование и приборы для отопления и горячего водоснабжения, сантехника</i>	
Аппараты (печи) отопительные; котлы отопительные; водоподогреватели и колонки водогрейные; оборудование санитарно-техническое из металлов и полимеров, из фаянса, полуфарфора и фарфора; арматура и гарнитура санитарно-технические	49
<i>Предметы обстановки дома</i>	
Диваны, кушетки, тахты, кресла-кровати, диваны-кровати, матрасы, шкафы, мебельные гарнитуры, наборы мебельных изделий	56
<i>Хозяйственные товары</i>	
Электробытовые товары (кроме элементов и батарей первичных); станки металлорежущие и деревообрабатывающие бытовые; оборудование бытовое для обеззараживания, очистки и доочистки питьевой воды, насосы и компрессоры бытовые; аппаратура газовая бытовая, в том числе работающая на жидком и твердом видах топлива; емкости для хранения и транспортирования продуктов	14, 22, 33–35, 36, 38, 48, 51, 54, 83

<i>Культтовары</i>	
Бытовая радиоэлектронная аппаратура; бытовая вычислительная и множительная техника; музыкальные инструменты	40, 42, 65, 96
<i>Спортивные товары, прогулочные суда и плавсредства</i>	
Изделия спортивного назначения; прогулочные суда и плавсредства бытового назначения, агрегаты, узлы и детали к этим судам и плавсредствам	45,74, 96
<i>Технические средства для домашнего содержания животных и по уходу за растениями</i>	
Принадлежности для домашнего содержания рыб, птиц и зверей; средства малой механизации садово-огородные	47, 96

Приложение Б

Перечень

товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара

1. Автомобили, мотоциклы и другие виды мототехники, прицепы и номерные агрегаты к ним, кроме товаров, предназначенных для использования инвалидами, прогулочные суда и плавсредства.

2. Мебель.

3. Электробытовые приборы, используемые как предметы туалета и в медицинских целях (электробритвы, электрофены, электрощипцы для завивки волос, медицинские электрорефлекторы, электрогрелки, электробинты, электропледы, электроодеяла, электрофены-щеточки, электробигуди, электрические зубные щетки, электрические машинки для стрижки волос и иные приборы, имеющие соприкосновение со слизистой и кожными покровами).

4. Электробытовые приборы, используемые для термической обработки продуктов и приготовления пищи (бытовые печи СВЧ, электропечи, тостеры, электрокипяильники, электрочайники, электроподогреватели и другие товары).

5. Гражданское оружие, основные части гражданского и служебного огнестрельного оружия.

Перечень

непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации

1. Товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях (предметы санитарии и гигиены из металла, резины, текстиля и других материалов, инструменты, приборы и аппаратура медицинские, средства гигиены полости рта, линзы очковые, предметы по уходу за детьми), лекарственные препараты.

2. Предметы личной гигиены (зубные щетки, расчески, заколки, бигуди для волос, парики, шиньоны и другие аналогичные товары).

3. Парфюмерно-косметические товары.

4. Текстильные товары (хлопчатобумажные, льняные, шелковые, шерстяные и синтетические ткани, товары из нетканых материалов типа тканей – ленты, тесьма, кружево и другие); кабельная продукция (провода, шнуры, кабели); строительные и отделочные материалы (линолеум, пленка, ковровые покрытия и другие) и другие товары, отпускаемые на метраж.

5. Швейные и трикотажные изделия (изделия швейные и трикотажные бельевые, изделия чулочно-носочные).

6. Изделия и материалы, полностью или частично изготовленные из полимерных материалов и контактирующие с пищевыми продуктами (посуда и принадлежности столовые и кухонные, емкости и упаковочные материалы для хранения и транспортирования пищевых продуктов, в том числе для разового использования).

7. Товары бытовой химии, пестициды и агрохимикаты.

8. Мебель бытовая (мебельные гарнитуры и комплекты).

9. Ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, ограненные драгоценные камни.

10. Автомобили и мотовелотовары, прицепы и номерные агрегаты к ним; мобильные средства малой механизации сельскохозяйственных работ; прогулочные суда и иные плавсредства бытового назначения.

11. Технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки (станки металлорежущие и деревоо-

брабатывающие бытовые; электробытовые машины и приборы; бытовая радиоэлектронная аппаратура; бытовая вычислительная и множительная техника; фото- и киноаппаратура; телефонные аппараты и факсимильная аппаратура; электромузыкальные инструменты; игрушки электронные, бытовое газовое оборудование и устройства; часы наручные и карманные механические, электронно-механические и электронные, с двумя и более функциями).

12. Гражданское оружие, основные части гражданского и служебного огнестрельного оружия, патроны к нему.

13. Животные и растения.

14. Непериодические издания (книги, брошюры, альбомы, картографические и нотные издания, листовые изоиздания, календари, буклеты, издания, воспроизведенные на технических носителях информации).

Образцы претензий

Ситуация 1: приобретение товара ненадлежащего качества (при отсутствии кассового чека)

(название организации, ИП)

(местонахождение)

от _____

(ФИО),

проживающего по адресу:

ПРЕТЕНЗИЯ

В магазине «Продукты» 14 августа 2015 г., расположенном по адресу: г. Москва, ул. Пролетарская, д. 12а, мной была приобретена упаковка быстрозамороженных овощей «Гавайская смесь» стоимостью 54 (пятьдесят четыре) рубля. Срок годности до 05 ноября 2015 г. При вскрытии упаковки до истечения срока годности я обнаружил(а), что продукт ненадлежащего качества, так как был неприятный запах.

В связи с тем, что мне был продан товар ненадлежащего качества, на основании ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей» отказываюсь от исполнения договора купли-продажи и прошу вернуть мне уплаченную за товар денежную сумму в размере 54 (пятьдесят четыре) рубля.

Факт приобретения указанного продукта в вашем магазине может подтвердить _____ (ФИО), проживающий(ая) по адресу: _____, который(ая) был(а) вместе со мной в момент приобретения товара.

(дата)

(подпись с расшифровкой)

Ситуация 2: приобретение товара ненадлежащего качества, причинившего вред здоровью.

(название организации, ИП)

(местонахождение)

от _____

(ФИО),

проживающего по адресу:

ПРЕТЕНЗИЯ

В магазине «Рога и копыта» 15 сентября 2015 г., расположенном по адресу: Московская область, г. Чехов, ул.Чехова, д. 4, я купил(а) 1 килограмм фарша из свинины и говядины стоимостью 220 (двести двадцать) рублей. После приготовления из купленного фарша котлет и их употребления у всех членов моей семьи появились признаки отравления. Врач, приехавший по нашему вызову, сделал заключение, что отравление вызвано употреблением в пищу несвежего продукта. При продаже фарша мне не была предоставлена достоверная информация о продукте, что повлекло причинение вреда моему здоровью и здоровью членов моей семьи. Кроме того, считаю, что мне был продан товар ненадлежащего качества.

На основании ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей» отказываюсь от исполнения договора купли-продажи и прошу вернуть мне уплаченную за товар денежную сумму в размере 220 (двести двадцать) рублей. Кроме того, прошу возместить мне понесенные убытки в сумме 2000 (две тысячи) рублей, которые были потрачены на вызов врача и приобретение лекарств. На основании ст. 15 Закона РФ «О защите прав потребителей» прошу компенсировать мне также моральный вред в сумме 5000 (пять тысяч) рублей, который я понес (понесла), испытывая душевные переживания за здоровье моих родственников.

В случае вашего отказа урегулировать ситуацию мирным путем буду вынужден(а) обратиться в суд за защитой своих интересов с возложением на вас всех судебных расходов.

Приложение:

1. Копия кассового и товарного чека.
2. Копия медицинского заключения о состоянии здоровья.

(дата)

(подпись с расшифровкой)

Ситуация 3: приобретение товара ненадлежащего качества, требование возврата денег

_____)
(название организации, ИП)

_____)
(местонахождение)

от _____)
(ФИО),
проживающего по адресу:
_____)

ПРЕТЕНЗИЯ

25 января 2015 г. в магазине «Евросеть», расположенном по адресу: _____, мной был приобретен телефонный аппарат Nokia 3650 (серийный номер 55003678) стоимостью 7200 (семь тысяч двести) рублей. На телефонный аппарат установлен гарантийный срок – 12 месяцев. 09 сентября 2015 г. (т. е. в период гарантийного ремонта) указанный телефонный аппарат вышел из строя, а именно перестал передавать SMS-сообщения, очень быстро стала разряжаться батарея аккумулятора.

Считаю, что мне был продан товар ненадлежащего качества, в связи с чем на основании ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей» отказываюсь от исполнения договора купли-продажи и прошу вернуть мне уплаченную за телефонный аппарат денежную сумму в размере 7200 (семь тысяч двести) рублей.

Приложение:

1. Копия гарантийного талона.
2. Копия кассового и товарного чека.

_____)
(дата)

_____)
(подпись с расшифровкой)

Ситуация 4: приобретение товара, не подходящего по размеру (цвету, фасону и т. д.)

(название организации, ИП)

_____ (местонахождение)

от _____ (ФИО),
проживающего по адресу:

ЗАЯВЛЕНИЕ

17 октября 2015 г. я приобрел в Вашем магазине пальто мужское (размер 50, состав 100% шерсть, артикул 150876, цвет серый) стоимостью 12000 (двенадцать тысяч) рублей, что подтверждается кассовым чеком (указать, какими документами подтверждается приобретение).

После покупки я обнаружил, что пальто не подходит мне по _____ (размеру, фасону, расцветке, форме, габаритам или комплектации – указать, по каким критериям не подходит товар).

Товар не был в употреблении, сохранен товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки. Четырнадцатидневный срок с момента покупки еще не истек.

Прошу обменять не подошедшее мне пальто на аналогичное, имеющееся в продаже пальто (указать модель). При разнице в цене прошу произвести необходимый перерасчет.

Вариант: В связи с отсутствием в продаже подходящего товара прошу вернуть уплаченную за товар денежную сумму в размере _____ рублей в течение трех дней со дня возврата указанного пальто.

Кассовый чек, подтверждающий приобретение указанного костюма, прилагаю.

_____ (дата)

_____ (подпись с расшифровкой)

Ситуация 5: отказ от приобретенного неподходящего товара

_____ (название организации, ИП)

_____ (местонахождение)

от _____ (ФИО),
проживающего по адресу:

ПРЕТЕНЗИЯ

27 сентября 2015 г. в вашем магазине «Электроника», расположенном по адресу: _____, мной был приобретен модем для компьютера (производитель D-Link, серийный номер...) стоимостью 1800 (одна тысяча восемьсот) рублей. Однако при установке на мой компьютер модем оказался не подходящим для данного компьютера, вследствие чего модем не работает, возможность соединения с его помощью с другими компьютерами и глобальной сетью Интернет отсутствует. В соответствии с п. 2 ст. 25 Закона РФ «О защите прав потребителей» в случае, если аналогичный товар отсутствует в продаже на день обращения потребителя к продавцу, потребитель вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы. В вашем магазине подходящий для меня товар отсутствует, поэтому прошу вернуть уплаченную за модем сумму в размере 1800 (одна тысяча восемьсот) рублей.

Кассовый чек, подтверждающий покупку модема, прилагаю.

_____ (дата)

_____ (подпись с расшифровкой)

Ситуация 6: требование замены товара с перерасчетом цены.

(название организации, ИП)

(местонахождение)

от _____

(ФИО),
проживающего по адресу:

ПРЕТЕНЗИЯ

В вашем магазине 24 мая 2015 г. я купил(а) мобильный телефон Samsung. Через 4 месяца, во время гарантийного срока, он сломался. Я обратился (ась) в гарантийную мастерскую с просьбой устранить дефект. Из-за отсутствия необходимых деталей устранить дефект мастер не смог. Как мне стало известно, нужные детали в ближайший месяц в мастерскую не поступят. Таким образом, этот недостаток не может быть устранен без несоизмеримых затрат времени и относится к существенным, в связи с чем я имею право на замену телефона другой марки. В соответствии с п. 1 ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей»

ПРОШУ:

1. Заменить неисправный телефон на мобильный телефон Sony Ericsson с перерасчетом цены.
2. Рассмотреть мою претензию в течение 10 дней. При неисполнении указанных требований я буду вынужден(а) обратиться в суд. В исковом заявлении, помимо вышеизложенного, я буду просить суд взыскать с вашей организации компенсацию морального вреда, а также 50% суммы иска в доход государства.

Приложения:

1. Копия чека.
2. Копия гарантийного талона.
3. Копия акта осмотра телефона.

(дата)

(подпись с расшифровкой)

Ситуация 7: требование предоставления на время ремонта аналогичного товара

_____ (название организации, ИП)

_____ (местонахождение)

от _____ (ФИО),
проживающего по адресу:

ПРЕТЕНЗИЯ

22 ноября 2014 г. в магазине «Техносила», расположенном по адресу: _____, мной была приобретена стиральная машина Bosh (серийный номер 785-G) стоимостью 22 000 (двадцать две тысячи) рублей. На стиральную машину установлен гарантийный срок – 2 года. 23 марта 2015 года (т. е. в период гарантийного срока) указанная стиральная машина вышла из строя, а именно – перестала отжимать белье.

Считаю, что мне был продан товар ненадлежащего качества, в связи с чем на основании ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей»

ПРОШУ:

1. Отремонтировать указанный товар.
2. Безвозмездно предоставить мне на период ремонта аналогичный товар, обеспечив доставку за ваш счет.
3. Рассмотреть мою претензию в течение 5 дней. При неисполнении указанных требований я буду вынужден(а) обратиться в суд. В исковом заявлении, помимо вышеизложенного, я буду просить суд взыскать с вашей организации компенсацию морального вреда, а также 50% суммы иска в доход государства.

Приложение:

1. Копия гарантийного талона.
2. Копия кассового и товарного чека.

_____ (дата)

_____ (подпись с расшифровкой)

Ситуация 8: требование замены комплектующей части изделия

_____ (название организации, ИП)

_____ (местонахождение)

от _____ (ФИО),
проживающего по адресу:

ПРЕТЕНЗИЯ

25 февраля 2015 г. в магазине «Оргтехника», расположенном по адресу: _____, я приобрел(а) компьютер, состоящий из системного блока, монитора, клавиатуры и мыши. 27 апреля 2015 г. компьютер перестал включаться. Я обратился (ась) в сервисный центр, в котором мне было сделано заключение, что причиной поломки компьютера является механическое повреждение блока питания.

Блок питания является комплектующей частью системного блока. На системный блок установлена гарантия – три года. Следовательно, указанный срок гарантии распространяется и на каждую комплектующую часть системного блока. В связи с вышеизложенным и в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей» прошу обменять мне блок питания на аналогичный надлежащего качества.

Приложение:

1. Копия гарантийного талона.
2. Копия кассового и товарного чека.
3. Копия заключения сервисного центра.

_____ (дата)

_____ (подпись с расшифровкой)

Приложение Д

Директору ООО «Большая стирка»
Касьянову Ф. С.
г. Саратов, ул. Привокзальная, 4,
Иванова С. В.,
проживающего по адресу:
г. Саратов, ул. Пионерская, 13

ПРЕТЕНЗИЯ

1 октября 2015 г. мной, Ивановым Сергеем Васильевичем, в магазине «Большая стирка», расположенном по адресу: г. Саратов, Привокзальная площадь, 5, была приобретена стиральная машина «INDEZIT» за 18800 рублей. Дополнительно была оплачена доставка в размере 500 рублей.

Гарантийный срок, установленный изготовителем, составляет 2 года и истекает 1 октября 2017 г., что указано в гарантийном талоне, выданном при покупке.

11 декабря 2015 г. стиральная машина сломалась. Я обратился в авторизованный сервисный центр. По гарантии была заменена сливная трубка. Однако 15 декабря 2015 г. машина вновь вышла из строя. Я снова обратился в авторизованный сервисный центр, где определили, что опять повреждена та же деталь: сливная трубка. В связи с тем что на складе не было комплектующих деталей, замена трубки произведена не была. Эксплуатация стиральной машины в данный момент невозможна.

Таким образом, в стиральной машине выявился недостаток, проявляющийся неоднократно или проявляющийся вновь после его устранения, что соответствует данной в Законе РФ «О защите прав потребителей» характеристике существенного недостатка.

Пунктом 1 ст. 18 Закона РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» предусматривается, что потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, вправе потребовать расторжения договора купли-продажи. При этом потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества.

Пунктом 2 ст. 18 указанного Закона установлено, что указанное требование предъявляется потребителем продавцу.

В соответствии с п. 4 ст. 24 названного Закона при расторжении договора купли-продажи потребитель вправе требовать возмещения разницы между ценой товара, установленной договором, и ценой соответствующего товара на момент добровольного удовлетворения такого требования или, если требование добровольно не удовлетворено, на момент вынесения судом решения.

На основании изложенного и в соответствии со ст. 18, 24 Закона РФ «О защите прав потребителей»

ТРЕБУЮ:

1. Расторгнуть со мной договор купли-продажи и вернуть мне сумму в размере 18800 рублей (стоимость стиральной машины) и 500 рублей (стоимость доставки), т. е. всего 19300 рублей.

2. Возместить разницу между ценой приобретенной мной машины и ценой такой же стиральной машины на день удовлетворения моих требований, а в случае отсутствия такой же модели в продаже – ценой аналогичной модели.

В случае отказа в удовлетворении моих требований в добровольном порядке я вынужден буду обратиться в суд за защитой моих прав и законных интересов.

20 декабря 2015 г.

подпись

С. В. Иванов

**Как правильно
составить исковое заявление**

Администрация магазина «Большая стирка» отказала Вам в возмещении убытков, уведомив Вас об этом в письменной форме.

Отказ магазина обменять товар должен быть изложен в виде резолюции на вашем заявлении или в отдельном документе. При получении отказа немедленно идите в суд по месту вашего жительства или по месту нахождения магазина и подавайте исковое заявление.

Право разрешения конфликта через суд вам дано законом, и этим можно воспользоваться. Но в таком случае необходимо убедиться в соответствии ваших прав действующему законодательству, представить доказательства своей правоты и реальности ваших требований, собрать документы, подтверждающие нарушение ваших прав: товарный чек, паспорт на стиральную машину, копию заявления в магазин о замене вещи с недостатками, письмо-отказ магазина заменить стиральную машину (если оно имеется).

Необходимо продумать, кто может в качестве свидетелей подтвердить факты нарушения ваших прав.

Итак, вы решили пойти в суд.

В исковом заявлении должны быть указаны:

- наименование суда;
- фамилия, имя, отчество истца;
- полное наименование, юридический и фактический адрес ответчика;
- заголовок «исковое заявление»;
- содержание дела, по которому потребитель обращается в суд;
- доказательства, на которых он основывается;
- нормы права в подтверждение изложения потребителем проблемы;
- заголовок «прошу»;
- те требования, которые потребитель предъявляет ответчику;
- заголовок «приложения»;
- список прилагаемых к исковому заявлению документов, доказательств и т. п.;
- дата и подпись.

В исковом заявлении можно потребовать возмещения вреда (указывая конкретные суммы), в том числе и морального, а также расходов на экспертизу и адвоката.

Истцы в делах о защите прав потребителей освобождаются государством от уплаты государственной пошлины.

Иск обязательно составляется в трех экземплярах: для суда, для ответчика и для истца.

Иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены в суд по месту жительства или месту пребывания истца, либо по месту заключения или месту исполнения договора.

Ваше исковое заявление может быть таким:

В народный суд (района, города)
Истец:
(ваши ФИО, дом. адрес, телефон)
Ответчик:
(полное наименование
и юридический адрес магазина)

Исковое заявление о замене вещи с недостатками, о взыскании неустойки, о возмещении морального вреда

1 октября 2015 г. мной, Ивановым Сергеем Васильевичем, в магазине «Большая стирка», расположенном по адресу: г. Саратов, Привокзальная площадь, 5, была приобретена стиральная машина «INDEZIT» за 18800 рублей. Договор купли-продажи подтвержден товарным чеком. В период гарантийного срока стиральная машина дважды выходила из строя из-за поломки сливной трубки. В магазине мне отказались заменить стиральную машину в связи с (укажите причину, если она есть).

В соответствии с п. 1 ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель, которому продана вещь с недостатками, имеет право на замену ее на товар той же марки. Мне в моих законных требованиях было отказано.

Кроме того, магазин в установленные сроки не заменил мне стиральную машину и поэтому должен нести за это ответственность в размере 1% от стоимости холодильника за каждый день просрочки.

Поскольку магазин добровольно и немедленно не удовлетворил мои законные требования об обмене стиральной машины, а также причинил мне нравственное страдание тем, что работники магазина грубо разговаривали со мной, мне был нанесен моральный вред.

В связи с изложенным, руководствуясь ст. 13, 15, 18, 21, 23, 25 Закона РФ «О защите прав потребителей», прошу:

Обязать магазин «Большая стирка» заменить мне стиральную машину «INDEZIT» на доброкачественную стиральную машину той же марки.

Взыскать с ответчика в соответствии со ст. 21 Закона РФ «О защите прав потребителей» неустойку в размереруб.

Взыскать с ответчика моральный вред, причиненный мне законными действиями ответчика в размереруб. в соответствии со ст. 15 Закона.

Прошу взыскать судебные расходы в размере стоимости отправки заказного письма в сумме руб.

Всего прошу взыскать с ответчика рублей.

В соответствии со ст. 17 Закона РФ «О защите прав потребителей» прошу освободить меня от уплаты госпошлины.

Приложение:

Товарный чек или его копия.

Паспорт на изделие.

Копии заявлений в магазин о замене вещи с недостатками.

Письмо-отказ магазина заменить стиральную машину (если оно имеется).

Копия искового заявления для ответчика.

Уведомление о вручении с описью вложения заказного письма, а также почтовую квитанцию (если вы отправляли претензии по почте).

дата

подпись

Приложение Ж

*Показатели йодного числа
при идентификации масложировых товаров*

Наименование жира	Показатель йодного числа, % йода
<i>Растительные масла</i>	
Подсолнечное	119–145
Кукурузное	117–123
Соевое	124–133
Арахисовое	83–105
Горчичное	92–123
Оливковое	80–85
Рапсовое	94–106
Льняное	174–183
Конопляное	140–143
Хлопковое	103–116
Какао	34–38
Пальмовое	51–57
Пальмоядровое	12–16
Кокосовое	8–10
<i>Животные жиры</i>	
Говяжий	32–47
Бараний	31–46
Свиной	45–66
Спреды	50–60

*Справочный материал
для распознавания волокон по характеру горения*

Вид волокна	Характер горения	Характеристика остатка	Запах
Хлопковое	Загорается сразу, горит быстро, желтым пламенем, после вынесения из пламени тлеет, после горения выделяется белый дым	Серый, мягкий, ажурный, легко распадающийся пепел («воздушная зола»)	Жженой бумаги
Льняное	Загорается сразу, горит ярким пламенем, после вынесения из пламени горение продолжается, после горения выделяется белый дым	Серый, мягкий, ажурный, легко распадающийся пепел («воздушная зола»)	Жженой бумаги
Шерстяное	Горит медленно, малым пламенем, при поднесении к пламени усаживается, горит вешешками, при вынесении из пламени гаснет	Черный спекшийся остаток, хрупкий, но твердый, легко растирается в руках	Сильный запах жженого волоса, рога, пера
Шелковое	Горит медленно, малым пламенем, при поднесении к пламени усаживается, сгорает быстро, горит со слабым шипением, при вынесении из пламени гаснет	Черный спекшийся остаток, растирается в руках	Сильный запах жженого волоса, рога, пера
Вискозное	Загорается сразу, горит ярким пламенем, после вынесения горение продолжается, после горения выделяется белый дым	Серый пепел, легко растирается	Резкий запах жженой бумаги
Медноаммиачное	Загорается сразу, горит ярким пламенем, после вынесения горение продолжается, после горения выделяется белый дым	Серый пепел, легко растирается	Запах жженой бумаги
Ацетатное	Загорается не сразу, горит быстро, ярким пламенем с одновременным плавлением, вне пламени быстро затухает, после горения выделяется белый дым	Твердый, черный шарик	Кислый запах уксусной кислоты
Полиэфирное (лавсан)	Загорается не сразу, усаживается, горит желтым коптящим пламенем, после вынесения продолжает гореть. После горения выделяется черный дым с копотью	Жесткий шарик, не растирается	Отсутствует

Полиамидное (капрон)	Загорается не сразу, усаживается, горит голубоватым пламенем, после вынесения продолжает гореть	Жесткий шарик янтарного цвета, не растирается	Слабый запах сургуча или отсутствует
Полиакрилонитрильное (нитрон)	Загорается не сразу, усаживается, горит вспышками, после вынесения продолжает гореть. После горения выделяется черная копоть	Твердый остаток, растирается	Отсутствует
Полипропиленное	Загорается не сразу, усаживается, после вынесения продолжает гореть	Жесткий шарик, не растирается	Отсутствует

Приложение К

Система бренд-контроля DAT на бутылках алкогольной продукции



Как выглядит код проверки подлинности на этом товаре



EAC

е) знак соответствия Таможенного союза («Единый знак обращения на рынке»)

CE

ж) стандарт Европейского сообщества

Экологические знаки

Международные экологические знаки



а) Экознак (Европейский союз)



б) Экознак (Япония)



в) национальная программа экологической оценки и экомаркировки (Словакия)



г) французский экознак



д) «Экологический выбор» (Канада)



е) скандинавский белый лебедь Miljemarkt



ж) «Зеленая печать» – «Green Seal» (независимая экологическая организация потребителей)



з) «Blue Eco Angel» (Германия) – «Umweltzeichen» – «Голубой ангел»



и) «Экологический выбор» (Швеция) – Good Environmental Choice



к) знак соответствия Системы обязательной сертификации по экологическим требованиям



л) экологический знак Международного экологического фонда

Российские экологические знаки



Знаки, указывающие на органическое происхождение продукции



Украина



Евросоюз



Великобритания



BIO SUISSE

Швейцария



Франция



Голландия



Италия



Германия



Япония



США

Экологические знаки на упаковке



а) экознак для бумаги



б) знак для изделий, изготовленных из материалов, предназначенных для контакта с пищевыми продуктами



в) знак повторного или многоразового использования упаковки



г) знак для упаковки, частично или полностью произведенной из вторично переработанных соединений (с указанием их процентного содержания)



д) знак для перерабатываемых полимерных материалов



е) знак финансирования германской программы переработки отходов «EcoEmballage»



ж) «Следует выбросить в урну»



з) «Нельзя выбрасывать вместе с бытовым мусором»

Другие знаки, наносимые на упаковку, полученную из вторичного сырья или подлежащую вторичной переработке



Знак для маркировки продукции, свободной от хлорорганических соединений



Экологические знаки для текстильных и швейно-трикотажных изделий



Знаки, указывающие на экологическую опасность



знак для обозначения веществ, представляющих опасность для морской флоры и фауны, при их перевозке по водным путям



знак «Опасно для окружающей среды», используемый в рамках законодательства ЕС, регулирующего классификацию, упаковку и маркировку опасных веществ и препаратов

Компонентные знаки



К компонентным знакам также можно отнести индексы «Е» для обозначения вида пищевых добавок в соответствии с Европейской системой их классификации

Размерные знаки

☞ знак «масса нетто» – если рядом стоит цифра, обведенная в прямоугольную рамку, то знак указывает на «массу брутто», т. е. массу товара с упаковкой (чаще всего встречается на аэрозольной упаковке)

Эксплуатационные знаки

СТЕРИЛИЗОВАНО							
	Стерилизовано в автоклаве	Стерилизовано в автоклаве	Стерилизовано в автоклаве	Стерилизовано в автоклаве	Стерилизовано в автоклаве	Стерилизовано в автоклаве	Стерилизовано в автоклаве
<p>Цифры, обведенные в рамку, указывают на массу нетто. Если рядом с цифрой в рамке стоит буква «Е», то это означает, что масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта.</p>							
УПАКОВКА							
	Масса нетто	Масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта				Масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта	
СЕРТИФИКАЦИЯ							
	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р
<p>Цифры, обведенные в рамку, указывают на массу нетто. Если рядом с цифрой в рамке стоит буква «Е», то это означает, что масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта.</p>							
УПАКОВКА							
	Масса нетто	Масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта	Масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта	Масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта	Масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта	Масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта	Масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта
<p>Цифры, обведенные в рамку, указывают на массу нетто. Если рядом с цифрой в рамке стоит буква «Е», то это означает, что масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта.</p>							
ОТВАРИВАНИЕ							
	ВРЕМЯ ОТВАРИВАНИЯ	ВРЕМЯ ОТВАРИВАНИЯ	ВРЕМЯ ОТВАРИВАНИЯ	ВРЕМЯ ОТВАРИВАНИЯ	ВРЕМЯ ОТВАРИВАНИЯ	ВРЕМЯ ОТВАРИВАНИЯ	ВРЕМЯ ОТВАРИВАНИЯ
<p>Цифры, обведенные в рамку, указывают на массу нетто. Если рядом с цифрой в рамке стоит буква «Е», то это означает, что масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта.</p>							
СЕРТИФИКАЦИЯ							
	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р	СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТ Р
<p>Цифры, обведенные в рамку, указывают на массу нетто. Если рядом с цифрой в рамке стоит буква «Е», то это означает, что масса нетто указана в соответствии с требованиями стандарта.</p>							

*Эксплуатационные знаки
для парфюмерно-косметических товаров*



знак, указывающий на срок годности после вскрытия упаковки



знак указывает, что часть информации о товаре находится в сопроводительной документации

Манипуляционные знаки (знаки для маркировки грузов)



Хрупкое.
Осторожно



Беречь от сол-
нечных лучей



Беречь от
влаги



Беречь от из-
лучения



Ограничение
температуры



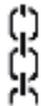
Скоропоря-
щийся груз



Герметичная
упаковка



Крюками не
брать



Место упа-
ковки



Здесь подни-
мать тележкой
запрещается



Верх



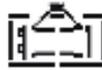
Центр тяже-
сти



Тропическая
упаковка



Штабелиро-
вать запреща-
ется



Поднимать не-
посредственно
за груз



Открывать
здесь



Защищать от
радиоактивных
источников



Не катить



Штабелиро-
вание огра-
ничено



Зажимать
здесь



Не зажимать



Предел по
количеству яру-
сов в штабеле



Вилочные по-
грузчики не
использовать



Заморожен-
ный продукт

Знаки для маркировки опасных грузов

<p>Класс 1 Взрывчатые вещества</p>  <p>Ассортимент Термоустойчивые Минералы Термоустойчивые</p>	<p>Класс 4 Легковоспламеняющиеся жидкости</p>  <p>Ассортимент Термоустойчивые Минералы</p>	<p>Класс 7 Радиоактивные материалы</p>  <p>Ассортимент Термоустойчивые Минералы Термоустойчивые Термоустойчивые</p>
<p>Класс 2 Газы</p>  <p>Ассортимент Термоустойчивые Минералы Минералы</p>	<p>Класс 3 Легковоспламеняющиеся жидкости</p>  <p>Ассортимент Термоустойчивые Минералы Термоустойчивые Термоустойчивые</p>	<p>Класс 5 Окисляющие жидкости</p>  <p>Ассортимент Термоустойчивые Минералы Термоустойчивые Термоустойчивые</p>
<p>Класс 6 Легковоспламеняющиеся жидкости</p>  <p>Ассортимент Термоустойчивые Минералы Термоустойчивые Термоустойчивые</p>	<p>Класс 8 Токсичные жидкости</p>  <p>Ассортимент Термоустойчивые Минералы Термоустойчивые Термоустойчивые</p>	<p>Класс 9 Токсичные жидкости</p>  <p>Ассортимент Термоустойчивые Минералы Термоустойчивые Термоустойчивые</p>

Учебное издание

Фатима Лентоевна Тедеева, Диана Дмитриевна Симеониди

**ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОТ ФАЛЬСИФИЦИРОВАННОЙ
И КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Редактор Л. Х. Тургиева
Компьютерная верстка Е. В. Осипова

Подписано в печать 31.05.2017. Лицензия ЛР № 020218.
Формат бумаги 60×84¹/₁₆. Бум. офс. Гарнитура шрифта «Times».
Печать на ризографе. Усл.п.л. 10,25. Уч.-изд.л.9,53.
Тираж 100 экз. Заказ № 17. С 11.

Издательско-полиграфический центр ФГБОУ ВО «СОГУ»
362025, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 46.