



POLTAVA UNIVERSITY OF  
ECONOMICS AND TRADE



# АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

МАТЕРІАЛИ

VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

*(м. Полтава, 4-5 квітня 2019 року)*



Полтава  
2019

**Міністерство освіти і науки України  
Центральна спілка споживчих товариств України  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ  
ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ**

**МАТЕРІАЛИ**

**VI міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції**

*(м. Полтава, 4–5 квітня 2019 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2019**

### Програмний комітет

**О. О. Нестуля**, голова комітету, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).

### Члени програмного комітету

**Е. Б. Аймагамбетов**, д. е. н., професор, ректор Карагандинського економічного університету;

**С. М. Лебедєва**, д. е. н., професор, ректор Білоруського торгово-економічного університету споживчої кооперації;

**А. А. Мазаракі**, д. е. н., професор, ректор Київського національного торговельно-економічного університету;

**Л. А. Шавга**, д. е. н., професор, ректор Кооперативно-торгового університету Молдови;

**Х. Н. Факєров**, д. е. н., професор, ректор Таджикиського державного університету комерції.

### Організаційний комітет

**С. В. Гаркуша**, голова комітету, д. т. н., доцент, проректор з наукової роботи ПУЕТ;

**Г. О. Бірта**, заступник голови комітету, к. с.-г. н., професор, завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи (ТБЕМС) ПУЕТ;

**Г. М. Кожушко**, д. т. н., професор, професор кафедри ТБЕМС ПУЕТ;

**Т. В. Сахно**, д. х. н., с. н. с., професор кафедри ТБЕМС ПУЕТ;

**Х. З. Махмудов**, д. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії (ПДАА);

**А. С. Ткаченко**, к. т. н., декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу, доцент кафедри ТБЕМС ПУЕТ;

**С. А. о. Багіров**, к. т. н., доцент, доцент кафедри електромеханіки та електрообладнання Азербайджанського технічного університету;

**С. Е. Мороз**, к. пед. н., доцент кафедри підприємництва і права ПДАА;

**О. В. Калашник**, к. т. н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права ПДАА;

**О. С. Кальян**, к. ю. н., доцент, професор кафедри підприємництва і права ПДАА;

**Ю. Г. Бургу**, к. с.-г. н., доцент, доцент кафедри ТБЕМС ПУЕТ;

**Л. М. Губа**, к. т. н., доцент, доцент кафедри ТБЕМС ПУЕТ;

**О. О. Горячова**, к. т. н., доцент, доцент кафедри ТБЕМС ПУЕТ;

**О. В. Кириченко**, ст. викладач кафедри ТБЕМС ПУЕТ;

**З. П. Рачинська**, ст. викладач кафедри ТБЕМС ПУЕТ.

**Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів** : матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (4–5 квітня 2019 року). – Полтава : ПУЕТ, 2019. – 403 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., рос., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-344-7

У матеріалах конференції розглядаються теоретичні й методологічні засади проведення експертизи товарів, ідентифікація та фальсифікація товарів, експертні дослідження харчових продуктів і нехарчової продукції як інструмент впливу на безпечність і засіб захисту прав споживачів, формування професійних компетентностей під час підготовки фахівців із підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

УДК 658.62-047.37

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.*

*За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і  
торгівлі», 2019

ISBN 978-966-184-344-7

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ**

**А. С. Мохненко,**  
завідувач кафедри фінансів, обліку та підприємництва, д.е.н., професор  
Херсонський державний університет, Україна, м. Херсон

Сучасний стан формування і функціонування ринку продовольчих товарів в Україні має свої особливості. В умовах спаду виробництва вітчизняних товарів і появи на ринку значної кількості товарів іноземного виробництва, виникає необхідність об'єктивного оцінювання споживних властивостей та якості товарів, їх відповідності нормативним документам.

Одна із найважливіших споживних характеристик товару є його оригінальність. Оригінальність будь-якого товару характеризується певною сукупністю специфічних властивостей, завдяки яким один товар відрізняється від іншого. При цьому цілком зрозуміло, що всі однорідні товари завжди мають оригінальний (затверджений, базовий) зразок, на основі якого готується і затверджується проектно-технічна документація, а потім цей зразок тиражується. Таким чином, оригінальний зразок – це еталон (стандарт) для усіх інших товарів цього виду, які виробляються [1].

Процес, за яким встановлюються характерні специфічні властивості того чи іншого товару, називається експертизою оригінальності товару. Основна мета цього процесу: на основі характерних показників відрізнити оригінальний (дійсний) товар від його підробки.

Причини, які можуть привести до появи підробок, можна поділити на три групи:

1. Незнання або непорозуміння робітників підприємства, що безпосередньо зайняті виробництвом товарів.
2. Недосконалість технологічних рішень або низький рівень інженерно-технічного персоналу.
3. Корисливі цілі.

Незалежно від того, які чинники викликали появу підробленого товару, такий товар відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів» не може вважатися стандартним і не може реалізовуватися споживачам. Це фальсифікований товар.

Фальсифікація (від лат. falsifico – підробляю) – дія, спрямована на обман покупця чи споживача шляхом підробки об'єкта купівлі-продажу з корисливою метою.

Фальсифікація товарів, як правило, спрямована на погіршення їх споживних властивостей або зменшення кількості товару при збереженні характерних, але несуттєвих для його використання за призначенням властивостей.

Фальсифікація харчових продуктів найчастіше відбувається шляхом надання їм окремих, типових ознак, наприклад, зовнішнього вигляду при

загальному погіршенні або втраті інших найбільш вагомих властивостей. Наприклад, енергетичної цінності, безпеки тощо.

Поняття «фальсифіковані товари» іноді плутають з поняттями «товари-замінники (сурогати, імітатори) і «дефектні товари». Це не випадково, тому що замінники і дефектні товари широко використовуються з метою фальсифікації, при цьому покупцю чи споживачу навмисне не надається необхідна інформація.

Замінники і дефектні товари не відносяться до фальсифікованих, якщо на маркуванні або в товарно-супровідних документах зазначено їхнє справжнє найменування, а ціна відповідає їх якості і походженню. Об'єкти фальсифікації є ті ж самі, що й при ідентифікації. При фальсифікації підrobці піддається, як правило, одна чи більше характеристик товару.

Це дозволяє виділити декілька видів фальсифікації:

Асортиментна фальсифікація – підrobка, що здійснюється шляхом повної або часткової заміни товару його замінником іншого виду або найменування зі збереженням подібності однієї або декількох ознак.

Фальсифікація якості – підrobка оригінальних товарів за допомогою харчових або нехарчових добавок, або порушення рецептур для поліпшення органолептичних властивостей при зберіганні або втраті інших споживних властивостей. До фальсифікації якості належить також заміна товару вищої градації якості нижчою (пересортування).

Фальсифікація кількості товару – це обман споживача за рахунок значних відхилень параметрів товару (маси, обсягу, довжини і т. ін.), що перевищують гранично припустимі норми. На практиці цей вид фальсифікації називають недовагою або обміром.

Вартісна фальсифікація – це обман споживача шляхом реалізації низькоякісних товарів за цінами високоякісних чи товарів з меншими кількісними характеристиками за ціною товарів з більшими кількісними характеристиками.

Інформаційна фальсифікація – це обман споживача за допомогою неточної чи перекошеної інформації про товар.

Технологічна фальсифікація – підrobка товарів у процесі технологічного циклу виробництва.

Перед-реалізаційна фальсифікація – підrobка товарів при підготовці їх до продажу або у процесі реалізації. Прикладом може слугувати реалізація маргарину замість вершкового масла, заміна етикеток на низько-цінних консервах етикетками з найменуванням високо-цінних, реалізація м'яса низьких категорій і сортів за ціною більш високих. Для цього застосовують уже зазначені раніше способи фальсифікації (використання замінників, добавок, дефектної продукції, недоважування, тощо).

Для припинення незаконної діяльності фальсифікаторів необхідно розробити комплекс заходів запобіжного і карного характеру.

Запобіжні заходи можуть бути соціальними та адміністративними, їхня

мета – профілактика правопорушень, пов'язаних з обманом споживачів за допомогою різних видів фальсифікації товарів.

Запобіжні соціальні заходи засновані на підготовці висококваліфікованих компетентних фахівців-товарознавців, експертів, підвищенні їхнього інформаційного забезпечення, що є дієвим засобом щодо запобігання надходження в торгівлю, громадське харчування а в остаточному підсумку і споживачу фальсифікованих товарів.

До профілактичних адміністративних заходів належить створення органів незалежної експертизи, що дозволить проводити ідентифікацію товарів завжди, коли у покупця товару з'являється сумнів у його асортиментній належності і якості.

#### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Малигіна В. Д. Основи експертизи продовольчих товарів / В. Д. Малигіна. – К.: Кондор, 2009. – 296 с.
2. Мохненко А. С. Економічна сутність конкуренції і конкурентоспроможності / А. С. Мохненко // Таврійський науковий вісник. – Херсон, 2010. – № 68. – С. 165-171.

### **ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И КЛАССИФИКАЦИИ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ СУДЕБНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ**

**О. А. Недашковская,**

старший судебный эксперт

Житомирский научно-исследовательский экспертно-криминалистический  
центра МВД Украины, Украина, г. Житомир

Парфюмерно-косметические товары являются неординарным продуктом, который удовлетворяет специфические потребности в уходе, гигиене, лечении и даже репрезентирует социальный статус человека. Рынок косметической продукции является одним из самых перспективных среди непродовольственных товаров, объем которых все возрастает, появляются инновации, требующие не только особого внимания при проведении экспертизы, но и соответствующей подготовки и квалификации эксперта, способного выбирать и применять адекватные методики работы. Обусловленные этим практические проблемы и определяют актуальность темы.

Современный этап развития информационного общества, цифровизация и соответствующие технологии в разработке и производстве парфюмерно-косметической продукции становится переходным между традиционным и инновационным подходами, синергия между косметологией и фармакологией привела к формированию космецевтики. Термин *космецевтика* еще в 1961 г. использовал Р. Рид, который работал в компании по разработке косметических продуктов [11]. Однако концепция космецевтики получила развитие

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ ИДЕНТИФИКАЦИОННЫХ СВЯЗЕЙ В СУДОПРОИЗВОДСТВЕ	
И. Н. Буц.....	50
АНАЛІЗ УМОВ СТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ КАТЕГОРІЇ ЗАХИЩЕНОГО ГЕОГРАФІЧНОГО ЗАЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ІГРИСТИХ ВИН	
К. С. Гарбажій, Є. Б. Суворов.....	53
ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЧАЙНО-ГІБРИДНИХ ТРОЯНД	
Г. І. Голодюк, Н. М. Гургула.....	57
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА ВИЯВЛЕННЯ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ МАСЛА ВЕРШКОВОГО	
О. І. Гирка, М. П. Бодак.....	60
КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ ФАЛЬСИФІКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
Т. А. Заніна, А. П. Копитько, О. В. Мануленко.....	64
ВИДИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ПАРФУМЕРНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
О. О. Іщик.....	68
АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОВБАС ВАРЕНИХ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА	
О. В. Калашник, Л. В. Кожара.....	70
ЩОДО КЛАСИФІКАЦІЇ ПЛАСТИВЦІВ ВІВСЯНИХ	
О. В. Калашник, Д. Г. Лисак, О. Д. Калашник.....	73
ПРОБЛЕМА ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ	
Ю. В. Капітанова, Л. С. Крючко.....	76
ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ І ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ГОРІЛКИ	
О. І. Клепа.....	78
ФАЛЬСИФІКАЦІЯ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ	
Х. І. Ковальчук, М. С. Главацька, М. І. Катрук.....	81
ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ КРУП	
Х. І. Ковальчук, М. Ю. Зарукіна, О. В. Боровик.....	83
ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ТА НЕЗАКОННЕ ВИРОБНИЦТВО АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ	
Ю. В. Кравченко, Л. С. Крючко.....	86
РОЗРОБКА СИСТЕМИ ДЕСКРИПТОРІВ ДЛЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ	
Т. А. Кунділовська, І. М. Соколовська.....	90
ВІРТУАЛЬНИЙ ПРИСТРІЙ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ОВОЧІВНИЦТВА	
О. В. Лиса, І.-М. В. Мідик.....	95
СОСТАВ ЖИДКОГО МЫЛА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ	
К. И. Локтева, Е. С. Игнатик.....	97
ФАЛЬСИФІКАЦІЯ НАРУЧНИХ ГОДИННИКІВ СВІТОВИХ БРЕНДІВ	
Н. Б. Марчук, Л. В. Андрієвська.....	101
ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ВЗУТТЯ ПРИ ПРОВЕДЕННІ СУДОВОЇ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ З УРАХУВАННЯМ НОВИХ ТРЕНДІВ	
Г. В. Маслій, І. П. Сівчук.....	104
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ	
А. С. Мохненко.....	108
ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И КЛАССИФИКАЦИИ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ	

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ  
ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

**МАТЕРІАЛИ**

VI міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції

*(м. Полтава, 4–5 квітня 2019 року)*

Головний редактор *М. П. Гречук*  
Оригінал-макет *О. В. Кириченко*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 46,8  
Зам. № 051/1537.

Надруковано

Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ),  
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ((0532) 50-24-81

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3827 від 08.07.2010 р.