Криворучко Н.В., Нікітенко С.В.

Харківський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр
Міністерства внутрішніх справ України

ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ПАРФУМЕРНИХ ТОВАРІВ

Анотація. У статті досліджено особливості товарознавчої експертизи парфумерних товарів. Визначено специфіку класифікації цієї групи товарів та структуру її категорій в державних класифікаторах. Вивчено види товарознавчих експертиз парфумерних товарів, серед яких ідентифікаційна, кількісна, вартісна та експертиза справжності. З'ясовано особливості проведення ідентифікаційної експертизи, критерії належності виробів до різних категорій. Визначено роль дефектів тари та упакування парфумерних товарів в товарознавчій експертизі, поділ на критичні та допустимі дефекти. Розглянуто методологію товарознавчої експертизи цієї групи товарів, з'ясовано цілі та особливості кожного з них. Визначено важливість чинника суб'єктивності у процесі її проведення. З'ясовано критерії перевірки контрафактності виробів. Визначено ознаки підробки парфумерних товарів та види фальсифікації товару, серед яких асортиментна, кількісна, вартісна, інформаційна та якісна.

Ключові слова: парфумерні товари, товарознавча експертиза, ідентифікація, фальсифікація, контрафакт.

Kryvoruchko Natalya, Nikitenko Stanislav

Kharkiv Scientific Research Forensic
Center of the MIA of Ukraine

FEATURES OF COMMODITY EXPERTISE OF PERFUME PRODUCTS

Summary. The article examines the features of commodity expertise of perfume products. The specifics of the classification of this group of goods and the structure of its categories in state classifiers are determined, namely in the state classifier DC 016-2010, the Ukrainian classification of goods of foreign economic activity, and the Unified purchasing dictionary DC 021:2015. The features of conducting an identification examination, criteria for belonging of products to different categories are clarified. The role of defects in packaging and packaging of perfume products in commodity expertise, division into critical and permissible defects, is determined. The methodology of commodity expertise of this group of goods is considered, the goals and features of each of them are clarified. The importance of the subjectivity factor in the process of its implementation is determined. The requirements and stereotypical features of bottles in which perfume products are produced, the specifics of their transportation, are studied. The features of quantitative expertise of this group of products are clarified. The nature of the cost expert examination was clarified. The specifics of conducting an expert examination of authenticity in the context of general commodity expertise of perfume products are studied. The criteria for checking the counterfeiting of products, the importance of having an analog product (sample product) and the possibility of conducting an expert examination in its absence are clarified. The permissibility of determining falsification during the identification examination is determined. We found out the categories of products that most often become objects of forgery. Signs of forgery of perfume products are determined, namely: the absence of accompanying documents of the manufacturer or supplier of the product, information about the expiration date, composition of products, as well as without documents confirming the safety of the product for the life and health of the consumer. The types of falsification of goods, including assortment, quantitative, cost, informational and qualitative, were found out.

Keywords: perfume products, commodity expertise, identification, falsification, counterfeit.

Постановка проблеми. Споживчі товари в сучасній моделі світового ринку займають провідне місце. Серед них найбільшого поширення набуває продукція особистого використання, зокрема, засоби особистої гігієни та косметичні засоби, зокрема, парфумерні. Проблема товарознавчої експертизи парфумерних виробів є однією з найгостріших, оскільки саме ця косметична продукція на ринку представлена великою кількістю підробок. Експертиза парфумерних товарів є досить складним процесом через специфіку виробництва товарів цієї категорії та географії її виготовлення і торгівлі у світі. Необхідністю дослідження особливостей товарознавчої експертизи парфумерних товарів зумовлено написання цієї статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблематики товарознавчої експертизи займалися вітчизняні та іноземні нау-

ковці, серед яких М. П. Зрезарцев, В. П. Параніч, А. Ф. Шепелев та ін. Т. П. Писаренко з'ясовував особливості застосування органолептичних і фізикохімічних методів досліджень для експертизи автентичності парфумерних товарів, О. В. Вотченікова вивчала особливості оцінки рівня якості парфумерних товарів, а С. А. Вилкова з'ясовувала науково-практичні основи експертизи парфумерних товарів як частини категорії споживачьких товарів загалом.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Тема особливостей товарознавчої експертизи парфумерних товарів все ще потребує вивчення, оскільки важливим є визначення актуального стану галузі, визначення проблемних питань. Це необхідно для створення науково-методичної бази для здійснення модернізації методології, засобів та заходів товарознавчої експертизи цієї групи товарів.

Виклад основного матеріалу. Парфумерна продукція відповідно до державного класифікатора ДК 016-2010 знаходиться в категорії 20 «Речовини хімічні та хімічні продукти» під кодом 20.42.11 «Парфуми та туалетна вода». Вона містить окремі позиції 20.42.11-50.00 «Парфуми» та 20.42.11-70.00 «Вода туалетна». Ці групи товарів в Українській класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності мають коди 3303 00 10 00 та 3303 00 90 00 відповідно [1.]. У Єдиному закупівельному словнику ДК 021:2015 парфумерна продукція знаходиться у категорії 33710000-0 «Парфуми, засоби гігієни та презервативи» під кодом 33711100-8 «Туалетна вода». Ця група товарів також поділяється на підгрупи: 33711110-1 «Дезодоранти»; 33711120-4 «Антиперспіранти»; 33711130-7 «Одеколони»; 33711140-0 «Парфуми» 33711150-3 «Трояндова вода» [2].

Т. Крюк провела аналіз зміни вимог до виготовлення парфумерних товарів відповідно до державних стандартів, які застосовувались у різний час. Відповідно до її дослідження модернізація вимог до виробництва парфумерних товарів відбувається в напрямку їх спрощення і, як наслідок, здешевшення, але також і зниження показників стійкості запаху та його характеру. Водночас розширення та актуалізація термінології, введення термінів-відповідників іншими мовами та оновлення вимог до технології виробництва і сировини позитивно вплинуло як на якість товарів, так і процес проведення їх товарознавчої експертизи [4, с. 155].

Вітчизняний ринок парфумерних товарів складається з продукції вітчизняного та іноземного виробництва. Відповідно до номенклатури основоположних характеристик товару товарознавчі експертизи поділяють на ідентифікаційну, кількісну, вартісну та експертизу справжності. Експертиза якості (ідентифікаційна) є найбільш різноманітною за формами, методами та питаннями, поставленими перед експертом. Найбільш частим є питання про визначення причини виникнення дефекту товару. Дослідження товару відбувається із застосуванням таких методів як: органолептичний, експертний, інструментальний. Показники товару мають відповідати базовим стандартам та технічній документації кожної окремої партії. Особливість експертизи цієї групи товарів полягає в тому, що базові їх характеристики перевіряються за допомогою органолептичного та експертного методів, які за своєю природою є досить суб'єктивними та залежать від рівня розвитку органів чуття експертів та їх досвіду. Метою їх застосування є визначення зовнішнього вигляду тари та упакування (за наявності), правильності і якості маркування і т. д. Інструментальні методи застосовують для з'ясування фізико-хімічного складу виробу (відсоткового співвідношення духмянних речовин, води, спирту та ін. складників, міцності спирту, температури помутніння тощо).

Колір та аромат товару має відповідати ознакам, характерним для речовин, які є складовими товару та рецептурі, за якою продукт було виготовлено. Загальними для парфумерних товарів є критерії ідентифікації, відповідно до яких існують:

- Духи. Містять 20-30% духмянних речовин високої якості (як правило, ефірні олії та синте-

тичні речовини) й спирт, міцністю більш як 90%. Стійкість запаху середньої ноти 7-8 годин.

- Одеколон. 3-5% духмянних речовин, спирт міцністю 70-80%.

- Духмяні води. 1-3% духмяної композиції, міцність спирту до 70%.

Парфумерні товари випускають в фасованому вигляді – тарі – основним призначенням якої є захист продукту від зовнішніх чинників (світла, повітря, вологи, сторонніх запахів), які можуть призвести до зміни властивостей парфумерного виробу чи його випаровування. Як правило, товари цієї групи випускають у флаконах об'ємом від 5 до 350 мл. Власне парфуми випускають, переважно, в тарі до 60 мл включно. Інколи парфумерні товари випускають в комплектах або наборах з виробами інших груп. У цьому випадку їх упакування, етикетки та тара оформлюють в єдиному стилі. Транспортування товарів цієї групи відбувається усіма видами транспорту за умови дотримання норм перевезення, які діють на відповідному транспорті.

Специфіка цієї групи товарів зумовлює визначну роль флаконів, оскільки вони часто є естетичним показником якості. При цьому тара часто може містити критичні чи допустимі дефекти, які впливають лише на естетичний вигляд. До допустимих дефектів у певних випадках можуть відносити: нерівномірну товщину стінок флакона, незначні пошкодження (наприклад подряпини або задирки), дрібні бульбашки на флаконі, матовість текстури. Критичними ушкодженнями є тріщини, відколи, відкриті флакони, пошкодження, що унеможливають герметизацію тари, тощо [5, с. 25; 6, с. 287–289].

Експертиза кількості проводиться при незалежній оцінці кількості товару в партії під час його приймання та відвантаження та для визначення відповідності маси та обсягу фасованих товарів технічній документації чи еталону. Вартісна експертиза полягає в незалежній оцінці вартості (ціни) товару. Часто така експертиза позиціюється як оціночна. Ідентифікаційна експертиза проводиться з метою визначення відповідності характеристик товару характеристикам, властивим даному виду, типу, найменуванню.

Експертиза справжності проводиться з метою виявлення факту справжності, тотожності товару або його фальсифікації по виробнику, якості, торговій марці і т. д. Факт фальсифікації товару у формі підробки може бути виявлений при ідентифікації товарів, тому дослідження щодо з'ясування фальсифікації спочатку були предметом ідентифікаційної експертизи. Однак практика експертної діяльності показала, що така експертиза повинна бути виділена в окремий вид експертиз – експертизу справжності, метою якої є: виявлення фальсифікованих товарів; визначення ознак контрафактності; захист споживача від недобросовісного виробника, постачальника і продавця.

Таким чином, експертиза справжності зазвичай проводиться за наявності товару-аналога. У цьому випадку процедура її проведення аналогічна процедурі проведення ідентифікаційної експертизи. Однак часто зразок-аналог відсутній. Тоді основним завданням експерта є необхідність виявлення показників автентичності для груп однорідних або конкретних товарів [4, с. 155–158].

Фальсифікація парфумерних товарів визначається як підробка, підміна в процесі виготовлення продукції певної якості іншої, менш цінної, що не відповідає своєму призначенню. Експертиза парфумерних товарів необхідна для виявлення підробок, як правило, парфумерії вищої цінової категорії. Нерідко з'являються вироби з фірмовою назвою, проте вони можуть мати неприємний запах і навіть бути шкідливими для здоров'я людини. Високий відсоток бракування парфумерно-косметичних виробів пояснюється тим, що керівники торгових підприємств закуповують продукцію за низькою ціною без товарно-супровідних документів виробника або постачальника товару, інформації про термін придатності, склад виробів, а також без документів, що підтверджують безпечність товару для життя і здоров'я споживача. При цьому вироби містять назви відомих торгових марок на етикетках чи тарі, що є прямою ознакою контрафактності продукції [3, с. 114–115].

А. В. Орлов виділяє кілька видів фальсифікації: асортиментна – зміна найменування товару або віднесення до іншої асортиментної групи; кількісна фальсифікація – обман споживача за кількістю вмісту в упакованні цього товару; вартісна – завищення цін, які не відповідають якості продукції; інформаційна – неправдива інформація про косметичні засоби; якісна – під-

міна основної сировини дешевшою, відмінною за своїми ознаками [5, с. 27].

Висновки. Товарознавча експертиза парфумерних товарів є досить складним процесом, який залежить від ряду факторів. Перш за все варто зазначити, що чинні українські класифікатори та стандарти чітко визначають різні категорії парфумерних товарів та критерії їх визначення. Водночас методологія експертизи є досить гнучкою. Оскільки засновується на органолептичних та експертних методах, а тому сильно залежить від професійних якостей та досвіду експертів.

Товарознавча експертиза парфумерних товарів складається з комплексу досліджень, серед яких: ідентифікаційна, кількісна, вартісна і експертиза справжності. В експертизі парфумерних виробів важливішою, порівняно з іншими групами товарів, є оцінка якості та стану тари в якій випускають вироби.

Водночас товарознавчі дослідження парфумерних товарів є важливими через часті випадки їх підробки у різний спосіб. Визначення контрафактності продукції є однією з основних причин призначення товарознавчої експертизи. Зважаючи на постійне вдосконалення технології підробки парфумерних товарів її необхідно систематично досліджувати для модернізації методів та засобів виявлення фальсифікату.

Список літератури:

1. Державний класифікатор продукції та послуг ДК 016-2010. URL: <https://dkpp.rv.ua/index.php?level=20> (дата звернення: 01.03.2021).
2. Єдиний закупівельний словник ДК 021:2015. URL: <https://dk21.dovidnyk.info/index.php?rozd=3371> (дата звернення: 01.03.2021).
3. Зієдова Л. Б. Експертиза по качеству парфюмерно-косметических товаров. *Наука и техника. Мировые исследования*. 2020. С. 110–116.
4. Крюк Т. Ідентифікація парфумерних рідинних виробів. *Товари і ринки. Удосконалення споживчих властивостей непродовольчих товарів*. 2013. № 2. С. 154–161.
5. Орлов А. В. Идентификация и фальсификация парфюмерно-косметических товаров в таможенной экспертизе. *Поиск*. 2019. № 2(11). С. 24–28.
6. Тітова Ю. С. Особливості експертизи парфумованих товарів. *Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів*. 2020. С. 287–290.

References:

1. Derzhavnyi klasyfikator produktov ta posluh DK 016-2010 [State classifier of products and services DC 016-2010]. URL: <https://dkpp.rv.ua/index.php?level=20.41.31> (accessed 01 March 2021).
2. Iedynyi zakupivelnii slovnyk DK 021:2015 [Unified purchasing dictionary DC 021:2015]. URL: <https://dk21.dovidnyk.info/index.php?rozd=3371> (accessed 01 March 2021).
3. Ziyodova L.B. (2020) Jekspertiza po kachestvu parfjumerno-kosmeticheskikh tovarov [Expertise on the quality of perfumery and cosmetic products]. *Nauka i tehnika. mirove issledovaniya*, pp. 110–116.
4. Orlov A.V. (2019) Identifikacija i fal'sifikacija parfjumerno-kosmeticheskikh tovarov v tamozhennoj jekspertize [Identification and falsification of perfume and cosmetic products in the customs examination]. *Poisk*, no. 2(11), pp. 24–28.
5. Kriuk T. (2013) Identyfikatsiia parfumernykh ridynnykh vyrobiv [Identification of perfume liquid products]. *Tovary i rynky. Udoshkonalennia spozhyvykh vlastyvostei neprodovolchyykh tovariv*, no. 2, pp. 154–161.
6. Titova Yu.S. (2020) Osoblyvosti ekspertyzy parfumovanykh tovariv [Features of examination of perfumed goods]. *Aktualni problemy teorii i praktyky ekspertyzy tovariv*, pp. 287–290.