

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ



Кунділовська Т. А.

СЛОВНИК
з дисципліни «ТОВАРОЗНАВСТВО»
для здобувачів вищої освіти 2 курсу
усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня освіти
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

ОДЕСА
ОНЕУ
2024

УДК 339.1:658.6(038)

Укладач:

Кунділовська Т. А. – канд. техн. наук, доцент

Рецензенти:

Обнявко О. В. – канд. екон. наук, доцент (зовнішній рецензент)

Захарчук В. Г. – канд. техн. наук, доцент

Шикіна О. В. – канд. екон. наук, доцент

Коректор: за самокоректурою

Словник : довідкове видання / Т. А. Кунділовська. Одеса: ОНЕУ, ротапринт, 2024. 56 с.

Довідкове видання з дисципліни «Товарознавство» для здобувачів вищої освіти 2 курсу усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня освіти за освітньо-професійною програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа».

УДК 339.1:658.6(038)

Рекомендовано до друку

Радою факультету міжнародної економіки

Протокол №1 від 10 вересня 2024 р.

© Кунділовська Т. А., 2024

© Одеський національний економічний університет, 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ТЕРМІНОЛОГІЯ.....	5
А.....	5
Б.....	7
В.....	8
Г.....	11
Д.....	12
Е.....	14
З.....	15
І.....	16
К.....	17
Л.....	19
М.....	19
Н.....	22
О.....	24
П.....	27
Р.....	31
С.....	31
Т.....	36
У.....	40
Ф.....	41
Х.....	41
Ц.....	43
Ш.....	43
Я.....	44
АБЕТКОВИЙ ПОКАЖЧИК ТЕРМІНІВ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54

ВСТУП

Дисципліна «Товарознавство» є обов'язковою компонентою циклу професійної підготовки бакалаврів за освітньо-професійною програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Метою вивчення дисципліни «Товарознавство» є формування системи базових знань щодо споживних властивостей товарів; чинників формування якості та безпечності товарів; умов зберігання якості та кількості товарів під час товароруху; закономірностей формування асортименту товарів та його структури; набуття практичних навичок застосування окремих методів товарознавства для кваліфікованого проведення системного аналізу споживних властивостей товарів. Володіння фаховою термінологією є однією із умов набуття загальних та фахових компетентностей та досягнення програмних результатів навчання здобувачів вищої освіти, сприятиме результативному та ефективному вивченню дисципліни, набуттю комунікативних навичок у професійному середовищі.

Словник з дисципліни «Товарознавство» відображає поняттєво-термінологічний апарат товарознавства, охоплює ключові категорії і поняття, що стосуються товарознавчої діяльності та оцінки споживних властивостей, безпечності та якості продовольчих та непродовольчих товарів.

Мета довідкового видання «Словник» – допомогти здобувачам освіти самостійно оволодіти програмним матеріалом з освітньої компоненти «Товарознавство», засвоїти термінологію, навчитись правильно вживати терміни і термінологічні сполуки. Видання є актуальним для забезпечення навчального процесу, допоможе здобувачам вищої освіти у засвоєнні лекційного матеріалу та буде корисним для підготовки з питань, що розглядалися під час лекцій та тих, які були винесені для самостійного опрацювання.

Перевагою довідкового видання є те, що наведені терміни, визначення, словесні конструкції надані відповідно до термінологічних норм, які регламентовані національною законодавчою та нормативною документацією, а також міжнародною стандартизацією, та забезпечують наукову, навчальну, виробничу діяльність.

Крім того, словник стане в нагоді практикуючим фахівцям з організації діяльності в сфері готельного і ресторанного бізнесу.

ТЕРМІНОЛОГІЯ

А

Агресивною вважається підприємницька практика, яка фактично містить елементи примусу, докучання або неналежного впливу та істотно впливає чи може вплинути на свободу вибору або поведінку споживача стосовно придбання продукції.

Агропродовольчий ринок – суб'єкт господарювання, що створює належні умови для реалізації (оптової реалізації) сільськогосподарської продукції, в тому числі харчових продуктів, на спеціально оснащених та відведених місцях відповідно до закону.

Акредитована лабораторія – лабораторія будь-якої форми власності, що акредитована Національним органом України з акредитації та/або іноземним органом з акредитації, який є повним членом ІЛАС – Міжнародної організації із співробітництва в галузі акредитації лабораторій, відповідно до стандартів ISO/IEC 17025, ДСТУ ISO 17025 або інших стандартів, якими їх замінено.

Аналіз ризику – процес, що складається з трьох взаємопов'язаних компонентів: оцінка ризику, управління ризиком та повідомлення про ризик.

Антиоксидант – речовина, що подовжує термін зберігання харчових продуктів шляхом захисту їх від псування, зумовленого окисленням (наприклад, прогірклість жирів і зміна кольору).

Арбітражне дослідження – лабораторні дослідження (випробування), що проводяться на вимогу особи, яка оскаржує результати попереднього лабораторного дослідження (випробування).

Ароматизатори – продукти, за винятком тих, що мають виключно солодкий, кислий чи солоний смак, які не вживаються окремо та додаються до харчових продуктів з метою надання їм аромату та/або смаку, або модифікації аромату та/або смаку і можуть містити харчові продукти та/або ароматизатори, та/або харчові добавки. До ароматизаторів належать ароматичні речовини, ароматичні препарати, термічно оброблені ароматизатори, ароматизатори копильні, попередники аромату, а також інші ароматизатори та їх суміші, що не підпадають під зазначені категорії.

Ароматична речовина – певна хімічна речовина, що надає аромат (ароматизує):

- шляхом здійснення відповідних фізичних процесів (у тому числі дистиляції та екстрагування розчинника) або за допомогою ензиматичних чи мікробіологічних процесів у матеріалах рослинного чи тваринного походження, які беруться в сирому вигляді або після переробки в цілях споживання

людиною із застосуванням традиційних способів приготування харчових продуктів (у тому числі обезводнення, висушування та ферментації);

- шляхом хімічного синтезу або виділення хімічними способами, причому цей ароматизатор за хімічними властивостями є ідентичним природній субстанції, що міститься в цій речовині рослинного чи тваринного походження, як зазначено в абзаці дев'ятому цієї статті;

- шляхом хімічного синтезу, але цей ароматизатор за хімічними властивостями не є ідентичним природній субстанції, що міститься в цій речовині рослинного чи тваринного походження.

Ароматичний препарат – продукт, який не є ароматичною речовиною, концентрований чи неконцентрований, який має ароматичні властивості та який отримують шляхом здійснення відповідних фізичних процесів (у тому числі дистиляції та екстрагування розчинника) або за допомогою ензиматичних чи мікробіологічних процесів з матеріалів рослинного чи тваринного походження, які беруться в сирому вигляді або після переробки в цілях споживання людиною із застосуванням традиційних способів приготування харчових продуктів (у тому числі обезводнення, висушування та ферментації).

Асортимент товарів – це певний комплекс номенклатурних груп (типів, марок, моделей) товарів, який користується динамічним попитом на ринку і створює передумови успішного функціонування компанії в тривалій перспективі.

Асортимент за ступенем задоволення споживачів:

- а) раціональний – набір товарів, який забезпечує достатній ступінь задоволення потреб споживачів набором необхідних товарів, можливістю придбати товари в одному місці, достатністю глибини і широти асортименту;

- б) оптимальний – набір товарів, який задовольняє реальні потреби споживачів із максимально корисним ефектом для нього при раціональних витратах на їх придбання та споживання.

Асортиментна політика — це стратегічне формування асортименту товарів, яке відповідає потребам цільової аудиторії та завданням компанії. Для успішної асортиментної політики необхідно враховувати такі принципи: аналіз попиту, конкурентний аналіз, формування категорій товарів.

Асортиментна політика торговельного підприємства – це цілеспрямована діяльність у сфері товарного забезпечення ринку, що базується на довготерміновому плануванні та регулюванні, спрямована на задоволення попиту споживачів із урахуванням оптимізації номенклатури товарів та забезпечення рентабельності усієї діяльності.

Асортиментний мінімум – перелік груп, підгруп, видів і різновидів товарів із зазначенням їхньої кількості, складеним із урахуванням типу та

профілю торговельного підприємства і затвердженим за встановленим порядком.

Аудит – систематичне та незалежне вивчення певної дії з метою визначення того, чи відповідає така діяльність та пов'язані з нею результати запланованим заходам і чи запроваджені такі заходи результативно та у спосіб, який дозволяє досягти поставленої мети.

Б

Барвник – речовина, що додає або відновлює колір харчового продукту та включає природні компоненти харчових продуктів і натуральну сировину, що зазвичай не споживається як харчовий продукт та не використовується як інгредієнт харчових продуктів.

Безпека продукції – відсутність будь-якого ризику для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього природного середовища при звичайних умовах використання, зберігання, транспортування, виготовлення і утилізації продукції.

Безпечний харчовий продукт – харчовий продукт, який не справляє шкідливого впливу на здоров'я людини та є придатним для споживання.

Безпечність харчового продукту – стан харчового продукту, що є результатом діяльності з виробництва та обігу, яка здійснюється з дотриманням вимог, встановлених санітарними заходами та/або технічними регламентами, та забезпечує впевненість у тому, що харчовий продукт не завдає шкоди здоров'ю людини (споживача), якщо він спожитий за призначенням.

Безпечна нехарчова продукція – будь-яка продукція, яка за звичайних або обґрунтовано передбачуваних умов використання (у тому числі щодо строку служби та за необхідності введення в експлуатацію вимог стосовно встановлення і технічного обслуговування) не становить жодного ризику чи становить лише мінімальні ризики, зумовлені використанням такої продукції, які вважаються прийнятними і не створюють загрози суспільним інтересам, з урахуванням:

- характеристик продукції, у тому числі її складу, упаковки, вимог щодо встановлення і технічного обслуговування;
- впливу продукції на іншу продукцію, якщо вона буде використовуватися разом з нею;
- попереджень, що містяться на етикетці продукції, в інструкції з її використання та знищення, а також в іншій інформації стосовно продукції;
- застережень щодо споживання чи використання продукції певними категоріями населення (дітьми, вагітними жінками, людьми похилого віку тощо).

В

Валідація – перевірка і представлення об'єктивних доказів того, що план виконання дій будь-якого виду, у тому числі визначений законодавчим актом, стандартом, методикою проведення досліджень (випробувань), дає змогу з високою вірогідністю досягти поставленої мети.

Введення продукції в обіг – дії суб'єкта господарювання, спрямовані на виготовлення або ввезення на митну територію України продукції з подальшою самостійною або опосередкованою реалізацією на території України; перше надання продукції на ринку України.

Ведення споживача в оману – повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на намір цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, послуг цього суб'єкта господарювання.

Ветеринарні документи – міжнародний ветеринарний сертифікат, ветеринарне свідоцтво, ветеринарна картка та довідки, видані державними інспекторами ветеринарної медицини або уповноваженими лікарями ветеринарної медицини, що підтверджують ветеринарно-санітарний стан харчових продуктів, підконтрольних ветеринарній службі.

Ветеринарно-санітарний стан – підтвердження ветеринарним інспектором додержання ветеринарно-санітарних вимог на потужностях (об'єктах), підконтрольних ветеринарній службі.

Ветеринарно-санітарні вимоги – будь-які заходи, спрямовані на захист життя і здоров'я тварин, а також на захист здоров'я людини від спільних з тваринами захворювань (зоонозів), включаючи всі відповідні закони, накази, постанови, зводи правил, вимоги та процедури, зокрема протиепізоотичні заходи, критерії безпеки кінцевого продукту, методи переробки та виробництва, процедури тестування, інспектування, сертифікації та ухвалення, карантинні заходи, положення щодо відповідних статистичних методів, процедур відбору зразків та методів оцінки ризику, пов'язані з виробництвом та обігом харчових продуктів, підконтрольних ветеринарній службі.

Вивчення якості товару – дослідження закономірностей виявлення споживних властивостей товару відповідно до його призначення у певних умовах обігу, споживання або експлуатації.

Визначення вимог до товару – товарознавча діяльність, яка полягає у вивченні та виявленні об'єктивних якісних і кількісних характеристик товару в сферах обігу і споживання.

Визначення градації якості товару – процес встановлення рівня якості товару внаслідок порівняння дійсного значення одного або декількох показників якості товару із базовим (нормативним, еталонним) значенням. Визначення градації якості товару передбачає ідентифікацію того, чи він стандартний (якщо товар стандартний, тоді встановлюють вид його сортності (природна або товарна)), а також чи товар бракований. Якщо нестандартний товар бракований, то він може бути ліквідним, умовно придатним до використання і непридатним для використання. Непридатний для використання товар належить до відходів, що вимагає виявлення ознак їхньої ліквідності. У процесі товарознавчої експертизи важливо встановити безпечність неліквідних відходів, для того щоб аргументувати прийняття рішення про поводження з ними.

Виконавець – суб'єкт господарювання, який виконує роботи або надає послуги.

Використання за призначенням – використання товару згідно з вимогами нормативних документів, інструкції та інформації організації виробника.

Використання не за призначенням – використання товару в умовах або для цілей, не передбачених організацією-виробником, але зумовлених звичною поведінкою споживача.

Вилучення харчового продукту – заходи, спрямовані на запобігання розповсюдженню, демонстрації чи пропонуванню небезпечного харчового продукту споживачам.

Вимога – потреба або очікування, зафіксовані, загально передбачувані та/або обов'язкові; традиція, звичай, загальноприйнята практика або сукупність критеріїв, викладених у документі, які повинні бути виконаними й відхилення від яких заборонено, якщо проголошено дотримання документа.

Вимоги до якості товару – це вираження певних потреб через переведення їх у набір кількісно або якісно встановлених норм щодо характеристик товару для забезпечення можливості перевірки при використанні за призначенням.

Виробник – суб'єкт господарювання, який: виробляє товар або заявляє про себе як про виробника товару чи про виготовлення такого товару на замовлення, розміщуючи на товарі та/або на упаковці чи супровідних документах, що разом з товаром передаються споживачеві, своє найменування (ім'я), торговельну марку або інший елемент, який ідентифікує такого суб'єкта господарювання; або імпортує товар.

Вилучення продукції з обігу – будь-який захід, спрямований на запобігання появі продукції на ринку України, що знаходиться в ланцюгу постачання продукції.

Виробництво – діяльність, пов'язана з виробництвом об'єктів санітарних заходів, у тому числі всі стадії технологічного процесу, а саме первинне виробництво, підготовка, змішування та пов'язані з цим процедури, обробка, наповнення, пакування, переробка, відновлення та інші зміни стану об'єкта.

Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи щодо безпечності харчових продуктів – документ установленної форми, в якому на підставі результатів аналізу ризику та перевірки (розширеного контролю), наданих виробником або постачальником зразка харчового продукту, допоміжних засобів та матеріалів для виробництва та обігу харчових продуктів, його виробничої технології і технологічного обладнання, що використовується при його виробництві, визначається перелік санітарних заходів та технічних регламентів, яких повинен дотримуватися виробник і постачальник для забезпечення безпечності харчового продукту.

Відкликання – будь-який захід, спрямований на забезпечення повернення продукції, яка вже була надана споживачу (користувачу).

Відкликання харчового продукту – заходи, спрямовані на повернення небезпечного харчового продукту, який продано або передано споживачу, або який є доступним споживачу.

Відновлення продукції – надання продукції, що була у вжитку, властивостей нової з метою її повторного надання на ринку України.

Відповідні міжнародні організації – Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), Комісія з Кодексу Аліментаріус, Міжнародне епізоотичне бюро (МЕБ) та інші міжнародні організації, якими розробляються рекомендації, інструкції, стандарти, інші документи, що стосуються захисту здоров'я та життя людей від ризиків, пов'язаних із вживанням харчових продуктів, а також інших окремих показників якості харчових продуктів.

Відходи – нормовані передреалізаційні втрати маси, що утворюються під час підготовки товарів до продажу.

Відходи ліквідні – відходи, які можна реалізувати за більш низькою ціною або піддати переробленню (наприклад, виникають при зачистці від штофу вагового вершкового масла, відділенні шкір, кісток у м'ясокопченостей, зачистці голови та плавців у риб тощо);

Відходи неліквідні – відходи, що не підлягають реалізації:

а) виникають за рахунок перев'язувальних та пакувальних матеріалів, видалення тари, рідин-заливок, відбракування екземплярів із критичними

дефектами – гниттям, пліснявою (пакувальні матеріали для сирів, перев'язувальні матеріали для ковбасних виробів тощо);

б) розкрихтування товарів під час розділення на частини (рублення м'яса, нарізка сирів, м'ясокопченостей тощо), або при транспортуванні, зберіганні, зважуванні (кондитерські вироби, макарони, сухарі, халва тощо);

в) відділення від основної маси товару його складових компонентів (обсипаного цукру, глазури з кондитерських виробів, бульйонів від варених ковбас, сирної сироватки від сирів, парафіну від сирних головок тощо).

Відчуття – суб'єктивна реакція, що є результатом стимулювання органів чуття.

Вказівки щодо використання – інформація, передбачена для користувача виробником продукції чи послуги, що містить усі необхідні положення стосовно дій, які треба виконати для безпечного та ефективного користування продукцією чи послугою.

Властивість товару – об'єктивна особливість, яка може виявлятися під час створення, експлуатації, споживання товару:

а) проста – характеризується однією особливістю (смак, жирність, термін придатності);

б) складна – комплекс особливостей, які проявляються у сукупності (поживна цінність, надійність, безвідмовність).

Вода морська чиста – природна, штучна або очищена морська вода, яка не містить забруднюючих мікроорганізмів або токсичного морського планктону в кількостях, здатних прямо або опосередковано вплинути на придатність харчових продуктів.

Вода питна – харчовий продукт, придатний для споживання людиною.

Вода чиста – вода морська чиста або вода прісна, яка відповідає показникам безпечності води морської чистої.

Вологоутримуючий агент – речовина, що запобігає висиханню харчового продукту шляхом нейтралізації впливу атмосферного повітря з низькою вологістю або сприяє розчиненню порошкоподібної субстанції у водному середовищі.

Г

Гарантійний строк – строк, протягом якого виробник (продавець, виконавець або будь-яка третя особа) бере на себе зобов'язання про здійснення безоплатного ремонту або заміни відповідної продукції у зв'язку з введенням її в обіг.

Гарантії забезпечення безпеки продукції (товарів) – виробник повинен забезпечити, щоб продукція за звичайних умов її використання, зберігання і

транспортування була безпечною для життя, здоров'я споживача та навколишнього природного середовища, а також не завдавала шкоди майну споживача.

Гармонізація асортименту – кількісні та якісні зміни стану сукупності товарів, які відображають ступінь наближення реального асортименту до оптимального. Властивість сукупності товарів різних груп, яка характеризує ступінь їхньої близькості щодо забезпечення раціонального товаропросування, реалізації та використання товарів.

Гігієнічні вимоги – заходи та умови, що необхідні для управління небезпечними факторами і забезпечення придатності харчових продуктів для споживання людиною з урахуванням їх використання згідно з призначенням;

Глютен – білкова фракція пшениці, жита, ячменю, вівса або їх гібридних видів та похідних із них, що може спричиняти непереносимість у людей, які її споживають, нерозчинна у воді та 0,5-молярному розчині хлориду натрію.

Д

Дата «вжити до» – граничний термін (календарна дата) споживання харчових продуктів, які через свої мікробіологічні властивості є швидкопсувними, визначена оператором ринку харчових продуктів, відповідальним за інформацію про харчовий продукт, після спливу якої харчовий продукт може вважатися небезпечним для здоров'я людини.

Дегустатор – випробувач, кваліфікований випробувач або експерт, який оцінює органолептичні властивості харчового продукту винятково куштуванням.

Дегустація – випробування або оцінка якості харчового продукту органолептично за допомогою органів відчуття.

Державний ринковий нагляд – діяльність органів ринкового нагляду з метою забезпечення відповідності продукції встановленим вимогам, а також забезпечення відсутності загроз суспільним інтересам.

Держпродспоживслужба – Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України та який реалізує державну політику у галузі ветеринарної медицини, сферах безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, карантину та захисту рослин, ідентифікації та реєстрації тварин, санітарного законодавства, санітарного та епідемічного благополуччя населення (крім виконання функцій з реалізації державної політики у сфері епідеміологічного нагляду (спостереження) та у сфері гігієни праці та функцій із здійснення дозиметричного контролю робочих місць і доз опромінення

працівників), з контролю за цінами, попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення, метрологічного нагляду, ринкового нагляду в межах сфери своєї відповідальності, насінництва та розсадництва (в частині сертифікації насіння і садивного матеріалу), реєстрації та обліку машин в агропромисловому комплексі, державного нагляду (контролю) у сфері агропромислового комплексу, державного нагляду (контролю) у сферах охорони прав на сорти рослин, насінництва та розсадництва, державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів і рекламу в цій сфері, за якістю зерна та продуктів його переробки, державного нагляду (контролю) за додержанням заходів біологічної і генетичної безпеки щодо сільськогосподарських рослин під час створення, дослідження та практичного використання генетично модифікованого організму у відкритих системах на підприємствах, в установах та організаціях агропромислового комплексу незалежно від їх підпорядкування і форми власності, здійснення радіаційного контролю за рівнем радіоактивного забруднення сільськогосподарської продукції і продуктів харчування.

Дефект – окрема невідповідність товару до встановлених вимог.

Дефект значний – дефект, який істотно впливає на використання продукції за призначенням, проте не є критичним.

Дієтична добавка – харчовий продукт, що споживається у невеликих визначених кількостях додатково до звичайного харчового раціону, який є концентрованим джерелом поживних речовин, у тому числі білків, жирів, вуглеводів, вітамінів, мінеральних речовин (цей перелік не є виключним), і виготовлений у вигляді таблеток, капсул, драже, порошків, рідин або інших формах.

Договір – усний чи письмовий правочин між споживачем і продавцем (виконавцем) про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких реалізується продукція. Підтвердження вчинення усного правочину оформляється квитанцією, товарним чи касовим чеком, квитком, талоном або іншими документами.

Договір, укладений на відстані, – договір, укладений продавцем (виконавцем) із споживачем за допомогою засобів дистанційного зв'язку.

Договір, укладений поза торговельними або офісними приміщеннями, – договір, укладений із споживачем особисто в місці, іншому ніж торговельні або офісні приміщення продавця.

Допоміжний матеріал для переробки – будь-який матеріал, за винятком матеріалів, з яких виготовлено обладнання та інвентар, які не споживаються у їжу самі по собі, а використовуються під час виробництва або переробки харчового продукту або його складових для досягнення певної виробничої

мети, результатом чого є присутність залишків або формування похідних речовин у кінцевому харчовому продукті.

Дослідження якості – виявлення залежності якісних показників від різноманітних чинників: умов зберігання, технології, якості сировини, особливостей пакування.

Е

Експерт – особа, яка завдяки своїм знанням і досвіду має достатню компетенцію, що дає змогу їй, за потреби, висловлювати самостійне вірогідне судження.

Експерт-випробувач – відібраний випробувач, який має чудову гостроту відчуттів, натренований у використанні сенсорної методології та здатний надійно виконувати сенсорне досліджування різних продуктів.

Експертний метод оцінки якості товару – метод, при якому значення показників якості товару визначають на основі рішення, яке приймають кваліфіковані експерти.

Експертний метод дослідження якості товару – метод, який передбачає проведення товарознавчої експертизи, тобто дослідження якості, кількості товару відповідно до умов нормативних документів, умов договору з поданням мотивованого об'єктивного висновку.

Експлуатація товару – використання споживачем непродуктивних товарів за визначенням згідно з правилами експлуатації.

Експлуатаційний дозвіл – документ дозвільного характеру, що видається територіальним органом компетентного органу операторів ринку за результатами інспектування його потужності та посвідчує право оператора ринку здійснювати визначену діяльність з виробництва та/або зберігання харчових продуктів тваринного походження.

Електронне повідомлення – інформація, надана споживачу через телекомунікаційні мережі, яка може бути у будь-який спосіб відтворена або збережена споживачем в електронному вигляді.

Ергономічні вимоги до товару – вимоги, які визначаються антропометричними, фізіологічними, психофізіологічними, психологічними особливостями людини та зумовлюють зручність і комфорт під час споживання товару.

Еталон (стандарт) – речовина, відмінна від тестованого продукту, яка використовується для визначення характеристик і ступеня певної властивості.

Еталон товару – зразок товару для порівняння з аналогічними за призначенням та виглядом екземплярами.

Етикетка (стікер) – бирка, напис, позначка, графічне або інше зображення, написане, надруковане, нанесене з використанням трафарету, марковане, витиснене або відбите на упаковці чи додане до упаковки або тари, в якій знаходиться харчовий продукт.

3

Забезпечення безпечності продукції – комплекс заходів, що вживаються виробниками, розповсюджувачами, органами державного ринкового нагляду з метою забезпечення відповідності продукції, що введена в обіг на ринку України, загальній вимозі щодо безпечності нехарчової продукції.

Забруднення – наявність або поява небезпечного фактора в харчовому продукті.

Забруднююча речовина – будь-яка біологічна речовина, в тому числі організми, мікроорганізми та їх частини, або хімічна речовина, стороння домішка чи інша речовина, що ненавмисно потрапила до харчового продукту і становить загрозу безпечності харчового продукту.

Заінтересований торговий партнер – держава та інший суб'єкт міжнародного права, що є учасником багатосторонніх та/або двосторонніх угод, учасником яких є також Україна, які регулюють застосування санітарних заходів, а також член відповідних міжнародних організацій, до яких входить Україна.

Заклад ресторанного господарства – ресторан, бар, кафе, їдальня, закусочна, піцерія, кулінарія, кіоск чи інший заклад незалежно від територіальних ознак (місця) провадження господарської діяльності з громадського харчування та ступеня доступності харчування будь-яким особам.

Засоби дистанційного зв'язку – телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані.

Зберігання – етап технологічного циклу товароруку від випуску готової продукції до споживання або утилізації, мета якого – забезпечення стабільності похідних властивостей або їх зміна з мінімальними втратами протягом обумовленого терміну. Умови зберігання – сукупність зовнішніх впливів довкілля, які обумовлені режимом зберігання та розміщенням товарів. Режим зберігання – це система заходів, спрямованих на уповільнення хімічних, фізичних, біохімічних процесів, мікробіологічних та біологічних процесів, що можуть призвести до зниження загальної якості та втрати маси товару.

Зразок-еталон – установлений показник (одного чи кількох властивостей або якого-небудь продукту), стосовно якого оцінюють зразки.

I

Ідентифікація – процедура підтвердження відповідності органолептичних, біологічних, фізичних, хімічних, фізико-хімічних властивостей, специфічних для даного виду товару, тим властивостям, які зазначаються при етикетуванні цього товару, а також процедура підтвердження загально визнаної назви даного виду товару, торговельної марки та комерційного найменування.

Ідентифікація асортиментна – встановлення відповідності товару його належності до певної асортиментної групи.

Ідентифікація споживча – проводиться з метою встановлення можливостей використання товару відповідно до його функціональних властивостей.

Ідентифікація якості (кваліметрична) – встановлення відповідності якості товару вимогам, передбаченим нормативною документацією.

Імпортер – будь-яка фізична чи юридична особа – резидент України, яка вводить в обіг на ринку України продукцію походженням з іншої країни.

Інгредієнт – будь-яка речовина або продукт, включаючи харчові добавки, ароматизатори та харчові ензими, та будь-які складові складного інгредієнта, що використовуються під час виробництва або приготування харчового продукту і залишаються в готовому продукті, навіть у зміненій формі. Залишки ветеринарних препаратів та пестицидів не вважаються інгредієнтом.

Інспектування – перевірка продукції, процесу, послуги чи установки або їх проекту та визначення їх відповідності конкретним вимогам або, на основі професійного судження, загальним вимогам.

Інформація – відомості в будь-якій формі й вигляді та збережені на будь-яких носіях (у тому числі листування, книги, помітки, ілюстрації (карти, діаграми, органіграми, малюнки, схеми тощо), фотографії, голограми, кіно-, відео-, мікрофільми, звукові записи, бази даних комп'ютерних систем або повне чи часткове відтворення їх елементів), пояснення осіб та будь-які інші публічно оголошені чи документовані відомості.

Інформація про товар – відомості про товар, пред'явлені в документальній або зображувальній формі, що містять інформацію про місце і час його виготовлення, ціни, правила поводження і догляду за ним, способу вживання товару, термін придатності і найменування виробника.

Інформації про харчовий продукт – важливий спосіб інформування споживачів про характеристики харчового продукту, зокрема про його категорію, характерні ознаки, властивості, склад, кількість, термін придатності, країну походження або місце походження, спосіб виготовлення або виробництва харчового продукту (з використанням маркування, супровідних

документів, сучасних засобів дистанційного зв'язку або усних повідомлень). Основною метою є забезпечення належної поінформованості споживачів щодо харчових продуктів, які вони споживають. Уможливлення здійснення споживачами свідомого вибору, виходячи з їхніх особливостей здоров'я, вподобань, економічного рівня, є надзвичайно важливим як для забезпечення ефективної конкуренції, так і для підвищення рівня благополуччя споживачів.

Інформація, що вводить в оману, – це відомості, які:

- містять неповні, неточні або неправдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору;
- містять неповні, неточні або неправдиві дані про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання;
- приписують повноваження та права, яких не мають, або відносини, в яких не перебувають;
- містять посилання на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, яких фактично не було на день поширення інформації.

Історія безпечного споживання – дані про споживання харчового продукту чи інгредієнта як елементу звичайного раціону населення країни або частини країни, що не містить даних про негативний вплив такого продукту або інгредієнта на здоров'я людей.

Істотний недолік – недолік, який робить неможливим чинне допустимим використання товару відповідно до його цільового призначення, виник з вини виробника (продавця, виконавця), після його усунення проявляється знову з незалежних від споживача причин і при цьому наділений хоча б однією з нижче наведених ознак:

- а) він взагалі не може бути усунутий;
- б) його усунення потребує понад чотирнадцять календарних днів;
- в) він робить товар суттєво іншим, ніж передбачено договором.

К

Категорія якості товару – градація якості продукції певного виду, встановлена під час державної атестації.

Кваліметрія – наука, яка вивчає методи кількісної оцінки якості товарів; розробляє конкретні методики і математичне забезпечення кількісної оцінки якості конкретних груп і окремих товарів.

Кінцевий споживач – споживач, який використовує харчовий продукт виключно для власного споживання.

Класифікація – це розподіл будь-яких об'єктів за спільними, найбільш характерними та суттєвими ознаками з утворенням певної системи класів даної сукупності. Така система супідрядних понять (класів об'єкту) будь-якої галузі знання може бути представлена у вигляді схем або таблиць, що дозволяє виявити зв'язки між цими поняттями або класами об'єктів, а також орієнтуватись в їх різноманітності. Класифікація в сучасних умовах повинна відповідати вимогам:

а) забезпечувати гнучкість, тобто при необхідності давати можливість включати в перелік продукції нові найменування й передбачати зміни в номенклатурі чи асортименті товарів;

б) гарантувати повноту охоплення всіх видів продукції чи товару;

в) забезпечувати раціональне кодування товарів;

г) сприяти дослідженню властивостей товарів.

Класифікаційна ознака товару – об'єктивна особливість товару, що її вибирають як основу для впорядковування розподілу товарів за незалежними один від одного підрозділами або в логічній послідовності й підпорядкованості.

Кодування товарів – це присвоєння товарам умовних позначень у вигляді цифрового, буквено-цифрового та штрихового коду з метою їх ідентифікації.

Компетентний орган – центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері безпечності та окремих показників якості харчових продуктів.

Компонент – сукупність інгредієнта (інгредієнтів) та речовини (речовин).

Консистенція – складна властивість харчових продуктів, враження про які одержують за допомогою дотикових відчуттів, що виникають у момент зіткнення із продуктом.

Контрафактні товари – це товари, що містять об'єкти права інтелектуальної власності, ввезення яких на митну територію України або вивезення з цієї території призводить до порушення прав власника, що захищаються відповідно до чинного законодавства України та міжнародних договорів України, укладених в установленому законом порядку.

Контроль – можливість однієї чи декількох юридичних та/або фізичних осіб чинити вирішальний вплив на господарську діяльність суб'єкта господарювання чи його частини, який здійснюється безпосередньо або через інших осіб.

Контроль якості – це встановлення відповідності якості конкретної партії товару вимогам нормативних документів.

Контролювання якості – група операцій (програмування, координування, виконання), намічена для досліджування або покращання якості та встановлення продукції на більш економічний рівень, який потрібен для спожиткового задоволення.

Корекція – дія, яка визначається та здійснюється з метою усунення виявленої невідповідності, у тому числі поводження з небезпечними харчовими продуктами, спрямоване на недопущення їх споживання людиною.

Коригувальна дія – дія, що визначається та здійснюється з метою усунення причини виявленої невідповідності.

Користувач – фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для потреб, пов'язаних із здійсненням господарської діяльності, або для забезпечення виконання обов'язків найманим працівником, чи юридична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію.

Країна походження – це країна, в якій товар вирощений, повністю вироблений або піддавався достатній переробці чи обробці.

Критерій якості – певна властивість або характеристика, вибрана серед інших, щоб оцінювати загальну якість продукту.

Купівельна інформація – інформація, яка може допомогти зробити обізнаний вибір перед придбанням продукції чи послуги.

Л

Ланцюг постачання продукції – послідовність суб'єктів господарювання, які забезпечують постачання продукції від виробника до споживача (користувача), охоплює рух товарів, дані про вантажні операції, пов'язані з цим процеси та ряд динамічних чинників.

Логотип – літера (знак) або літери, що означають повне або скорочене найменування підприємства, марки виробу чи групи виробів; найчастіше входить до складу торгової марки.

М

Максимальна межа залишків (максимально допустимий рівень залишків) – максимально допустимий вміст у харчових продуктах певної речовини, включаючи пестициди, ветеринарні препарати, кормові добавки, залишки допоміжного матеріалу для переробки та іншу хімічну чи біологічну речовину, яка свідомо застосовується та/або вимагається технологією вирощування, зберігання, транспортування, виробництва харчових продуктів і їх залишки, включаючи похідні такої речовини, такі як продукти конверсії,

обміну речовин, реакції, що мають токсикологічне значення і є небезпечними для організму людини у разі перевищення їх максимально допустимого вмісту в харчових продуктах, що споживаються людьми.

Максимально допустимий рівень – максимальний допустимий вміст (концентрація) забруднюючої речовини у харчовому продукті, який є допустимим для такого продукту.

Малі потужності – потужності, які постачають харчові продукти кінцевому споживачу, мають не більше ніж десять осіб робочого персоналу, займають площу не більше ніж 400 кв. м, або потужності, які не постачають харчові продукти кінцевому споживачу та мають не більше ніж п'ять осіб робочого персоналу.

Маніпуляційні знаки – набір знаків, спільно використовуваних для маркування транспортних паковань в ланцюзі фізичного розподілу під час транспортування відповідно до інструкцій з поводження.

Маса бруutto – маса упаковки разом із продукцією.

Маса нетто – маса продукції в одиниці пакування.

Маркування – слова, описи, знаки для товарів і послуг (торговельні марки), графічні зображення або символи, що стосуються харчових продуктів, які розміщуються на будь-якій упаковці, етикетці (стікері), кольєретці, а за відсутності упаковки, у документі або повідомленні, що супроводжують харчовий продукт або посилаються на нього.

Мета товарознавства – вивчення теоретичних положень, які властиві всім товарам, незалежно від їх класів, підкласів, груп; набуття навичок застосування окремих методів товарознавства та визначення основних характеристик товарів, які зумовлюють їхню споживну цінність, а також їхні зміни на всіх етапах товароруку.

Мета асортиментної політики – залежить від місії, загальної стратегії та тактики підприємства і полягає в управлінні асортиментом для досягнення його цілей різного спрямування і характеру.

Метод – сукупність прийомів чи операцій практичного або теоретичного пізнання, дослідження явищ природи або суспільного життя, підпорядкованих вирішенню конкретного завдання, що забезпечує досягнення поставленої мети:

а) теоретичні методи базуються на мисленні та діях з метою пізнання та / або дослідження дійсності;

б) емпіричні методи дослідження засновані на досвіді або на спостереженнях (вимірювальний, реєстраційний, органолептичний, соціологічний, моніторинг);

в) практичні методи – використовуються або враховуються товаровознавцями в професійній діяльності для забезпечення раціонального товароруку. Частина практичних методів одночасно є і емпіричними.

Метод аналізу – розподіл об'єкту, що досліджується, на складові елементи, виділення його окремих ознак, властивостей. Товар характеризується сукупністю фізичних, хімічних, фізико-хімічних, анатомо-морфологічних властивостей.

Метод порівняння – заснований на виділенні ознак порівняння та встановленні спільності та відмінності між товарами. При порівнянні продовольчих і непродовольчих товарів загальна ознака – призначення для купівлі-продажу, відмінності – функціональне призначення, сировина, виробник тощо.

Метод синтезу – поєднання складових елементів об'єкту в єдину систему. Товарознавча характеристика будь-якого товару є результатом синтезу різних його властивостей.

Метод прогнозування – базується на дослідженні перспектив змін певних процесів. За його допомогою здійснюється прогнозування якості та її зміни під час зберігання товарів в залежності від умов і термінів.

Метод планування – заснований на розробці коротко- та довгострокових планів та проектів. Застосовується при управлінні асортиментом товарів, закупівлею та розміщенні на зберігання товарів, визначенні періодичності реалізації товарних партій.

Метод моделювання – заснований на побудові моделей та перенесенні інформації за аналогією від моделі до прототипу. Наприклад, дані про хімічний склад харчового продукту можна перенести на продукт того ж виду. Передбачає рішення ситуаційних задач, які імітують умови виробничої професійної діяльності, в ділових іграх.

Методи класифікації товарів:

а) ієрархічний метод класифікації – послідовний розподіл великої кількості об'єктів на підлеглі класифікаційні угруповання. Забезпечує можливість виділення спільності та подібності ознак об'єктів на одному і різних ступенях, висока інформаційна насиченість;

б) фасетний метод класифікації – це паралельний розподіл великої кількості об'єктів на незалежні класифікаційні угруповання по одній із ознак в кожній групі. Перевагою є гнучкість системи, зручність використання, можливість обмеження кількості ознак без втрати достатності охоплення об'єктів

Методичні настанови – настанови щодо виконання загальних гігієнічних вимог, а також інших вимог, що визначені законодавством про

безпечність та окремі показники якості харчових продуктів, розроблені об'єднаннями операторів ринку та затверджені відповідним органом державної влади.

Міжнародні стандарти, інструкції та рекомендації – стандарти, інструкції, рекомендації та документи іншого типу, що розроблені та затверджені відповідними міжнародними організаціями.

Мінімальний термін придатності харчового продукту – дата, до настання якої характеристики харчового продукту залишаються незмінними у межах, визначених оператором ринку харчових продуктів, відповідальним за інформацію про такий харчовий продукт, за умови його зберігання відповідно до вимог, встановлених таким оператором ринку.

Місія товарознавства – вирішення нагальних проблем реалізації права споживачів на безпечність та якість товарів, робіт та послуг; дотримання пріоритету інтересів споживачів над інтересами будь-яких корпоративних угруповань.

Місце походження – місце, звідки походить харчовий продукт, яке не є країною походження. Найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів у маркуванні не є назвою країни походження або місця походження харчового продукту відповідно до цього Закону.

Н

Найменування місць походження товарів – позначення, що містять сучасну або історичну назву певного географічного об'єкта (країни, місцевості, населеного пункту тощо) або похідну від нього назву стосовно товарів, специфічні якості яких зумовлені людським і (або) природними факторами, характерними для цього географічного об'єкта.

Належна якість товару, роботи або послуги – властивість продукції, яка відповідає вимогам, встановленим для цієї категорії продукції у нормативно-правових актах і нормативних документах, та умовам договору із споживачем.

Належний рівень захисту здоров'я людей – рівень захисту, що вважається достатнім під час здійснення санітарних заходів для захисту здоров'я та життя людей від шкідливого впливу, щодо якого розробляються такі санітарні заходи, зокрема прийнятний рівень ризику від настання шкідливого впливу;

Небезпечний чинник у харчовому продукті – будь-який хімічний, фізичний, біологічний чинник харчового продукту або його стан, що може спричинити шкідливий вплив на здоров'я людини. До небезпечних чинників

харчових продуктів відносять алергени. Небезпечні чинники в кормах можуть бути перенесені до харчового продукту через споживання корму твариною, і таким чином мати потенційну можливість зашкодити здоров'ю людини. Для пакувальних матеріалів, мийних засобів доречні небезпечні чинники – це ті, які можуть бути безпосередньо чи опосередковано перенесені до харчового продукту через використання за призначеністю відповідних продуктів, і таким чином мати потенційну можливість зашкодити здоров'ю людини.

Небезпечний харчовий продукт – харчовий продукт, що є шкідливим для здоров'я та/або непридатним для споживання.

Під час встановлення небезпечності харчового продукту враховуються:

- звичайні умови використання харчового продукту споживачем, кожна стадія його виробництва, переробки та обігу;
- інформація про харчовий продукт, надана споживачеві, зокрема шляхом зазначення у маркуванні, та інша загальнодоступна споживачеві інформація про уникнення негативних для здоров'я наслідків, пов'язаних з харчовим продуктом чи категорією харчових продуктів.

Небезпечна нехарчова продукція – будь-яка продукція, що не відповідає визначенню терміну «безпечна нехарчова продукція», зазначеному у цій статті.

Недолік – будь-яка невідповідність продукції вимогам нормативно-правових актів і нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до неї, а також інформації про продукцію, наданій виробником (виконавцем, продавцем).

Неперероблений харчовий продукт – харчовий продукт, який не піддавався переробці, крім поділу на частини, розрізання, виділення кісток, рублення, ламання, зняття шкіри, чищення, тримінгу, зняття шкарлупи або іншої оболонки, охолодження, замороження та розмороження.

Неправильно маркований харчовий продукт – харчовий продукт, маркування якого не відповідає вимогам законодавства.

Непридатний харчовий продукт – харчовий продукт, який містить сторонні речовини та/або предмети, пошкоджений в інший спосіб та/або зіпсований у результаті механічних, та/або хімічних, та/або мікробних факторів. Непридатний продукт, у разі споживання за призначенням за звичайних умов такого споживання, не має шкідливого впливу на здоров'я людини.

Нечесна підприємницька практика – будь-яка підприємницька діяльність або бездіяльність, що суперечить правилам, торговим та іншим чесним звичаям та впливає або може вплинути на економічну поведінку споживача щодо продукції.

Новітній харчовий продукт чи інгредієнт – харчовий продукт чи інгредієнт, який суттєво відрізняється від звичайних харчових продуктів або інгредієнтів, що присутні на ринку, який повинен бути оцінений з точки зору його впливу на здоров'я споживача.

Номенклатура споживних властивостей і показників якості товарів – сукупність властивостей і показників, що зумовлюють задоволення реальних чи очікуваних потреб.

Нормативний документ – документ, який установлює правила, загальні принципи чи характеристики різних видів діяльності або їх результатів. Цей термін охоплює такі поняття як «стандарт», «кодекс ustalеної практики» та «технічні умови».

О

Об'єкти санітарних заходів – харчові продукти, допоміжні матеріали для переробки, предмети та матеріали, що контактують з харчовими продуктами.

Об'єкт товарознавства – товари як продукти праці для задоволення потреб споживача та методи їх теоретичного і практичного пізнання; .

Обіг – реалізація та/або зберігання харчових продуктів для цілей реалізації, включаючи пропонування до реалізації та/або іншої форми передачі, реалізації, розповсюдження або будь-яку іншу форму передачі незалежно від її здійснення на платній чи безоплатній основі. Дії, пов'язані з направленням на переробку (зміну призначеного використання), вилучення та/або відкликання, та/або утилізацію харчових продуктів, не вважаються обігом.

Обладнання та інвентар – устаткування, машини, кухонні прилади, кухонна техніка, столові прилади, інструменти та інші засоби, поверхні яких безпосередньо контактують з харчовим продуктом під час його виробництва та обігу.

Одиниця товару – окремий екземпляр штучного товару або визначена у встановленому порядку певна кількість нештучного або штучного товару, закупленого, відвантаженого або отриманого одночасно по одному товаросупровідному документу.

Одиниця упаковки – будь-яка упаковка, включаючи обгортку, незалежно від матеріалу і форми, яка частково або повністю покриває харчовий продукт, для його постачання як окремої одиниці (контейнер може містити кілька упаковок). Одиницею упаковки не вважається одиниця (частина) продукту, ізольована від іншої частини пакувальним матеріалом з технологічною метою (запобігання злипанню, заморожуванню, перемішуванню

частин продукції між собою), а також пакування, яке є елементом сервірування у закладах громадського харчування.

Окремі показники якості харчового продукту – показники та/або властивості харчового продукту, що застосовуються для виконання одного або кількох завдань:

- відокремлення традиційного харчового продукту від інших харчових продуктів;
- встановлення вимог до продуктів для дитячого харчування, для харчових продуктів для спеціальних медичних цілей, а також для харчових продуктів, які є повною заміною звичайних харчових продуктів для контролю ваги;
- інформування споживачів про властивості харчового продукту, в тому числі шляхом його маркування.

Оператор ринку харчових продуктів (далі – оператор ринку) – суб'єкт господарювання, який провадить діяльність з метою або без мети отримання прибутку та в управлінні якого перебувають потужності, на яких здійснюється первинне виробництво, виробництво, реалізація та/або обіг харчових продуктів та/або інших об'єктів санітарних заходів (крім матеріалів, що контактують з харчовими продуктами), і який відповідає за виконання вимог цього Закону та законодавства про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів. До операторів ринку належать фізичні особи, якщо вони провадять діяльність з метою або без мети отримання прибутку та займаються виробництвом та/або обігом харчових продуктів або інших об'єктів санітарних заходів. Оператором ринку також вважається агропродовольчий ринок.

Описова назва – назва, що описує харчовий продукт, яка дає змогу споживачам дізнатися про категорію харчового продукту та вирізнити його серед інших подібних харчових продуктів.

Органолептичний – стосовний властивості продукту за сприйняттями органів чуття.

Органолептичний метод оцінки якості товару – метод, що ґрунтується на використанні інформації, яку отримують за допомогою органів чуття людини (зору, смаку, запаху, слуху і дотику). Цей метод не включає використання технічних засобів (лупи, мікроскопів), які підвищують результативність дослідження якості.

Основне поле видимості – зона на упаковці, яку найбільш імовірно бачить споживач при першому погляді на харчовий продукт під час здійснення покупки. Наведення у цій зоні основних характеристик, категорії харчового продукту, знака для товарів і послуг дає споживачу можливість ідентифікувати

харчовий продукт. У разі якщо на упаковці є кілька ідентичних основних полів видимості, основним полем видимості є те, яке обрав оператор ринку харчових продуктів, відповідальний за інформацію про харчовий продукт.

Основний інгредієнт – інгредієнт або інгредієнти харчового продукту, вміст яких у продукті перевищує 50 відсотків або які споживач зазвичай асоціює з назвою даного харчового продукту, для яких вимагається кількісне зазначення.

Офісне приміщення – будь-яке приміщення (будівля тощо), в якому знаходиться суб'єкт господарювання або його філія, або його структурний підрозділ, або представництво.

Офіційна назва – назва харчового продукту, встановлена нормативно-правовим актом або, за його відсутності, національним стандартом, під якою цей харчовий продукт пропонується до реалізації кінцевим споживачам або закладам громадського харчування.

Оцінка відповідності – процес доведення того, що визначені вимоги, які стосуються продукції, були виконані.

Оцінка ризику – науково обґрунтований процес, який включає ідентифікацію небезпечного фактора, характеристику небезпечного фактора, оцінку його впливу, характеристику ризику.

Оцінка якості – сукупність операцій за вибором номенклатури показників, встановленню їх дійсних значень та порівняння із базовими показниками. Етапи оцінки якості товарів:

а) вибір номенклатури споживних властивостей товарів та їхніх визначальних показників. Основні критерії вибору: етап життєвого циклу товару (приймання сировини, виробництво, зберігання, реалізація); потреби, які здатний задовольнити товар;

б) встановлення дійсних значень показників якості шляхом кількісних та якісних вимірювань;

в) порівняння дійсних значень вимірюваного показника із базовим – встановлюється відповідність або невідповідність вимогам нормативної документації та еталонам, встановлюються градації, класи, товарні гатунки, марки товару.

II

Пакування – поміщення одного або кількох первинно запакованих харчових продуктів в іншу упаковку (контейнер).

Параметри безпечності – науково обґрунтовані та затверджені центральним органом виконавчої влади, що формує та забезпечує реалізацію

державної політики у сфері охорони здоров'я, параметри, включаючи максимальні межі залишків, максимальні рівні, допустимі добові дози, рівні включень, недотримання яких у харчових продуктах може призвести до шкідливого впливу на здоров'я людини.

Партія – будь-яка визначена оператором ринку кількість харчового продукту з однаковою назвою та властивостями, який вироблений за визначений цим оператором період часу за однакових умов виробництва на одній і тій самій потужності.

Партія вантажна – вантаж, прийнятий до перевезення від одного відправника на адресу одного або декількох отримувачів по одній або декількох накладних.

Первинна продукція – продукція первинного виробництва, яка включає продукти рослинного походження, продукцію тваринництва, рибальства, мисливства.

Первинне виробництво – виробництво та вирощування продукції, у тому числі збір врожаю, доїння, розведення тварин до моменту забою, полювання на тварин, рибальство та збір врожаю диких рослин.

Первинне пакування – пакування харчових продуктів у будь-яку обгортку або упаковку (контейнер), що безпосередньо контактує з харчовим продуктом.

Перевага – виявлення емоційного стану або реакції випробувача, які дають змогу йому переконатися, що цей продукт краще одного або кількох інших.

Переробка – будь-який процес, що істотно змінює первинний харчовий продукт, у тому числі нагрівання, коптіння, консервування, дозрівання, сушіння, маринування, екстракція, екструзія, або комбінація зазначених процесів.

Повідомлення про ризик – обмін інформацією і висновками протягом усього процесу аналізу ризику щодо небезпечних факторів і ризиків, факторів, пов'язаних з ризиком і усвідомленням ризику, між спеціалістами з оцінки ризику, особами, що здійснюють управління ризиком, споживачами, операторами ринку та іншими заінтересованими сторонами.

Подія – це фаза (початкова або кінцева) процесу скінченної чи нескінченно великої тривалості або процес нескінченно малої (нехтовно малої або нульової) тривалості. Подія відбиває перехід кількісних змін в якісні, тобто «стрибок» з одного стану в інший за нескінченно малий (нехтовно малий) проміжок часу.

Поживна речовина – одна з речовин (білки, вуглеводи, жири, харчові волокна, натрій, вітаміни, мінеральні речовини) та будь-які речовини, що є компонентами або належать до будь-якої із зазначених речовин.

Показник якості товару – кількісна характеристика однієї чи кількох властивостей, що визначає якість товару:

- а) одиничний – характеризує одну властивість (цілісність композиції, стійкість запаху парфумів);
- б) комплексний – характеризує декілька властивостей (зовнішній вигляд);
- в) інтегральний – характеризує відношення сумарного корисного ефекту від споживання (експлуатації) товару до сумарних витрат на його виготовлення, споживання (експлуатацію);
- г) базовий – прийнятий за еталон при порівнянні показників якості;
- д) визначальний – має вирішальне значення під час оцінки якості товару (смак і запах харчових продуктів, масова частка жиру в молочних продуктах);
- е) регламентований – встановлений нормативною документацією.

Поле видимості – сукупність поверхонь упаковки, інформацію з яких можливо прочитати з однієї точки огляду.

Порівняльне тестування – дослідження групи товарів або послуг з аналогічними властивостями, але різних марок і виробників, здійснюване з метою створення освітнього матеріалу для споживачів. Правовою базою проведення порівняльного тестування в Україні є Закон України «Про захист прав споживачів», ст. 25 «Права громадських організацій споживачів (об'єднань споживачів)». Цей вид досліджень дозволяє організаторам тестування отримати достовірну інформацію про справжній стан безпеки та якості продукції, широке висвітлення якої, в свою чергу, допомагає споживачам краще орієнтуватися на ринку і робити усвідомлений вибір.

Послуга – діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб.

Потреби – це об'єктивна властивість підтримання життєдіяльності, функціонування та розвитку людини, колективу, суспільства в цілому. Потреби відбивають внутрішні спонукальні мотиви діяльності людей і утворюють складну систему, яку можна структурувати за різними критеріями:

- а) біологічні потреби, зумовлені існуванням та розвитком людини як біологічної істоти (їжа, одяг, житло тощо);
- б) соціальні потреби, зумовлені соціальною (суспільною) природою людини (спілкування, суспільне визнання, самореалізація);
- в) духовні потреби (творчість, самовдосконалення, самовираження).

Постачання продукції – будь-які операції, що здійснюються згідно з договорами купівлі-продажу, міни, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу права власності на такі товари за компенсацію незалежно від строків її надання, а також операції з безоплатної поставки товарів (результатів робіт) та операції з передачі майна орендодавцем (лізингодавцем) на баланс орендаря (лізингоотримувача) згідно з договорами фінансової оренди (лізингу) або поставки майна згідно з будь-якими іншими договорами, умови яких передбачають відстрочення оплати та передачу права власності на таке майно не пізніше дати останнього платежу.

Потужності – споруди або комплекс споруд, приміщення, будівлі, обладнання та інші засоби, включаючи транспортні засоби, а також територія, що використовуються у виробництві та/або обігу об'єктів санітарних заходів.

Предмет товарознавства – споживна вартість (цінність) товарів, закономірності її прояву і збереження.

Призначення – це здатність товарів задовольняти фізіологічні й соціальні потреби, а також потреби в їх систематизації. Це одна із визначальних властивостей товарів. Якщо товар не задовольняє споживача за призначенням, то інші властивості втрачають для нього привабливість. Залежно від потреб, що задовольняються, властивості призначення поділяють на підгрупи:

а) функціональне призначення (головні властивості, які відображають спроможність товару виконувати його основну функцію);

б) соціальне призначення (здатність властивостей товару задовольняти особисті та соціально необхідні потреби населення, що є підставою для виробництва, споживання і збуту цього товару);

в) класифікаційне призначення (здатність деяких властивостей слугувати класифікаційними ознаками: хімічний склад продукту, потужність двигуна автомобіля, витрати палива, вантажопідйомність);

г) універсальне призначення (здатність властивостей і показників задовольняти різноманітні потреби).

Принципи подання купівельної інформації:

- інформація має бути доступною, достовірною, сучасною та зрозумілою;
- інформацію споживачеві подають завжди мовою, яку він розуміє;
- специфічна термінологія щодо продукції має бути зрозумілою;
- вживання термінології та мови має бути недвозначним;
- ефективними засобами подання інформації для споживача можуть бути рисунки, діаграми, символи, шкали й таблиці, але їх зміст повинен бути недвозначним;

- інформація для споживача має чітко відрізнятись від інформації, що рекламує продукцію (товар).

Природні втрати – втрати товарів, які виникають за нормальних умов їх транспортування, зберігання і реалізації. Природні втрати нормовано за видами харчових продуктів. Норми кількісних природних втрат харчових продуктів встановлено у зв'язку із:

- а) усиханням харчових продуктів (внаслідок випаровування вологи);
- б) розпорошенням та розтрушуванням харчових продуктів (під час транспортування нефасованих сипких товарів);
- в) роздрібненням харчових продуктів (у разі розрубання заморожених товарів);
- г) витіканням харчових продуктів (всмоктуванням жирів у пакування);
- д) розливанням харчових продуктів (під час перекачування рідин);
- е) «диханням» харчових продуктів (свіжі овочі та фрукти стосовно пори року).

Програма-передумова – основні умови та види діяльності, які є необхідними для підтримання гігієнічних умов на всіх етапах ланцюга виготовлення харчових продуктів.

Продавець – суб'єкт господарювання, який згідно з договором реалізує споживачеві товари або пропонує їх до реалізації.

Продукт – їстівна чи неїстівна речовина, спроможна бути предметом сенсорного дослідження (*приклад:* харчові продукти, косметичні продукти, текстильні продукти).

Продукти рослинного походження – гриби, ягоди, овочі, фрукти та інші харчові продукти рослинного походження, призначені для споживання людиною.

Продукція – будь-які виріб (товар), робота чи послуга, що виготовляються, виконуються чи надаються для задоволення суспільних потреб.

Прожитковий мінімум – це вартісна оцінка споживчого кошика, що містить мінімальні набори продуктів харчування, непродовольчих товарів та послуг, необхідних для збереження здоров'я людини і забезпечення його життєдіяльності.

Простежуваність – можливість ідентифікувати оператора ринку, час, місце, предмет та інші умови поставки (продажу або передачі), достатні для встановлення походження харчових продуктів, тварин, призначених для виготовлення харчових продуктів, матеріалів, що контактують з харчовими продуктами, або речовин, що призначені для включення, або очікується, що

вони будуть включені в харчові продукти, на всіх стадіях виробництва, переробки та обігу.

Процес – це найширше поняття (категорія), що відбиває найзагальніші та найсуттєвіші ознаки позамовної дійсності, пов'язані зі змінюванням або змінням стану предметів (речей, осіб). Процес скінченної тривалості має три фази: початкова подія, дія і кінцева подія.

Р

Ранжування – випробування, в якому серію зразків розміщено у порядку інтенсивності чи ступеня певної властивості. Це випробування порядкове і в ньому не визначають величину розходжень.

Реалізація – діяльність суб'єктів господарювання з продажу товарів (робіт, послуг).

Ризик – можливість виникнення шкідливого впливу на здоров'я людини та ступінь цього впливу, що походить з небезпечного (небезпечних) фактора (факторів) у харчовому продукті.

Ринок товару (товарний ринок) – сфера обороту товару (взаємозамінних товарів), на який протягом певного часу і в межах певної території є попит і пропозиція.

Рівень включень – максимально допустима кількість (вміст) речовини або інгредієнта, яка може бути в харчовому продукті або додаватися до нього.

Рівень якості – відносна характеристика якості товару, яку отримують, порівнюючи значення показників якості оцінюваного товару з базовими (еталонними) значеннями відповідних показників.

Робота – діяльність виконавця, результатом якої є виготовлення товару або зміна його властивостей за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб.

Розбірливість – характеристика фізичного вигляду інформації, що визначає візуальну доступність інформації широкому загалу, яка зумовлюється низкою визначених цим Законом елементів, зокрема розміром шрифту, інтервалом між літерами та рядками, шириною шрифту, кольором шрифту, гарнітурою, співвідношенням ширини і висоти літер, поверхнею матеріалу та контрастом між надрукованим об'єктом і фоном.

Рухомі та /або тимчасові потужності – тимчасові споруди, рухомі транспортні засоби, призначені для торгівлі.

С

Санітарний або фітосанітарний захід – будь-який захід, що проводиться з метою:

- захисту життя або здоров'я тварин чи рослин від ризиків, що виникають внаслідок проникнення, укорінення чи поширення шкідливих організмів, хвороб, організмів, які є носіями хвороб, а також хвороботворних організмів;
- захисту життя або здоров'я людей та/або тварин від ризиків, що виникають від добавок, забруднюючих речовин, токсинів або хвороботворних організмів, які містяться у харчових продуктах або кормах;
- захисту життя або здоров'я людини від ризиків, що виникають внаслідок хвороб, які переносяться тваринами, рослинами або продукцією, що виробляється з них, або внаслідок проникнення, укорінення чи поширення шкідливих організмів;
- уникнення або обмеження іншої шкоди, що заподіюється внаслідок проникнення, укорінення чи поширення шкідливих організмів.

Санітарні або фітосанітарні заходи, зокрема, включають усі нормативно-правові акти, які стосуються питань забезпечення безпечності харчових продуктів, здоров'я тварин і карантину рослин; виробничі процеси та способи виробництва; процедури випробувань, інспекції та ухвалення; карантинні режими, включаючи відповідні вимоги щодо перевезення тварин чи рослин або щодо матеріалів, необхідних для їх виживання під час перевезення; положення щодо відповідних статистичних методів, процедур відбору зразків та методів аналізу ризику; вимоги щодо пакування та маркування, які безпосередньо стосуються безпечності харчових продуктів.

Сенсорний аналіз товарів – це результат комплексного процесу, який включає сприймання органами чуттів та подальшу інтерпретацію отриманої інформації нервовою системою людини.

Сенсорне досліджування – оцінювання органолептичних властивостей харчового продукту (зовнішній вигляд, смак, запах, консистенція) за допомогою органів чуття людини.

Середнє значення поживної речовини – значення, що найкраще визначає вміст поживної речовини у харчовому продукті, враховуючи сезонні коливання, динаміку споживання та інші чинники, які можуть зумовити коливання фактичного значення цього показника.

Серйозний ризик – будь-яка загроза суспільним інтересам, що потребує оперативного втручання державних органів, у тому числі така, наслідки якої не виявляються негайно.

Система аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках НАССР (Hazard Analysis Critical Control Points) – запобіжна система, спрямована на гарантування безпеки харчових продуктів, шляхом ідентифікації, аналізу потенційно небезпечних чинників до і під час їхнього

виникнення у процесі виробництва харчової продукції, та негайного застосування коригувальних дій. Вона покликана запобігти негативному впливу споживання харчових продуктів на здоров'я людей. Одне із завдань застосування цієї системи – зменшити кількість випадків інфекційних захворювань і отруєнь харчовими продуктами.

Система управління безпечністю харчової продукції – система, яка включає ключові елементи, що дозволяють забезпечити безпечність харчової продукції на всіх етапах життєвого циклу до стадії кінцевого споживання харчової продукції у їжу: інтерактивний обмін інформацією, системний менеджмент, програми обов'язкових передумов, принципи НАССР.

Система управління якістю – постійне поліпшення якості та надійності процесу при мінімалізації часу від моменту отримання замовлення до його виконання, мінімізації витрат від браку і мінімізації необхідних площ.

Система швидкого оповіщення про непродуктовані товари, що створюють серйозний ризик RAPEX (Rapid Alert System for non-food products posing a serious risk) – функціонує на рівні ЄС з метою оперативного обміну інформацією між державами-членами ЄС та Єврокомісією у разі виявлення продукції, яка становить серйозну небезпеку. Система RAPEX охоплює нехарчову споживчу та професійну продукцію.

Система швидкого оповіщення про безпеку харчових продуктів та кормів RASFF (Rapid Alert System for Food and Feed, RASFF) – це інструмент для обміну інформацією, який допомагає країнам ЄС діяти швидше та скоординовано у відповідь на загрозу здоров'я, спричинену харчовою продукцією або кормом.

Складний інгредієнт – інгредієнт, що складається більше ніж з одного інгредієнта.

Споживання – це процес, при якому товари або послуги використовуються споживачами для задоволення власних потреб та бажань. Споживання вимірюється, виходячи з вартості товарів та послуг, використаних повністю або частково за певний період часу, чи з вартості товарів та послуг, куплених або придбаних будь-яким іншим шляхом для цілей споживання. Споживання – кінцева фаза суспільного відтворення, на якій товари та послуги використовують для задоволення потреб.

Споживання виробниче – витрачання та використовування ресурсів для вироблення певної продукції.

Споживання індивідуальне (особисте) – процес, за якого споживачі використовують товари або послуги для задоволення власних потреб і бажань. Вимірюють, виходячи з вартості товарів і послуг, використаних повністю або

частково за певний період часу, чи з вартості товарів та послуг, куплених або придбаних будь-яким іншим шляхом для цілей споживання.

Споживання суспільне – спільне споживання членами суспільства державних послуг щодо оборони країни, її убезпечування, захисту довкілля тощо.

Споживацька поведінка – сукупність ознак і показників, які характеризують дії споживача.

Споживацьке право – сукупність законодавчих норм і правил, спрямованих на захист інтересів споживачів.

Споживацькі переваги – ступені, різні значущості, ранги або категорії, які споживач визначає для різних можливих варіантів і засобів задоволення власних потреб.

Споживацькі можливості – це можливості, які має споживач.

Споживчі можливості – це здатність споживати.

Споживні можливості – це здатність бути спожитим.

Спожиткові можливості – це ресурси, здатності об'єкта, пов'язані зі спожитком.

Споживач – громадянин, який придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб.

Споживчий кошик – розрахунковий набір, асортимент товарів, що характеризує типовий рівень і структуру місячного (річного) споживання людини чи сім'ї.

Споживчі товари (послуги) – товари (послуги), що використовуються населенням для особистого або загальносімейного споживання. У КІСЦ (Класифікація індивідуального споживання за цілями) витрати домогосподарств згруповано за цілями споживання, а саме: на товари короткострокового користування, товари довгострокового користування, товари середньострокового користування та послуги.

Споживні властивості товарів – комплекс властивостей товарів, які обумовлюють корисність і здатність товарів задовольняти потреби споживача, виявляються у процесі споживання та визначають ефективність використання та включає:

а) властивості соціального призначення – характеризують відповідність товарів соціальним потребам, суспільну значущість для різних груп споживачів;

б) функціональні – обумовлюють використання товарів за призначенням, характеризують здатність товарів задовольняти потреби (матеріальні і духовні) споживачів;

в) експлуатаційні – характеризують поведінку товару в процесі експлуатації (надійність, довговічність, ремонтпридатність, строк служби, термін придатності);

г) ергономічні – характеризують зручність і комфорт експлуатації товарів (гігієнічні, антропометричні, психологічні, психолого-фізіологічні);

д) естетичні – виявляють суспільну цінність та соціально-культурну значущість задовольняти естетичні потреби споживачів;

е) екологічні властивості товарів – визначають рівень шкідливості, який здійснюють товари на довкілля при їх експлуатації та споживанні.

Стадії виробництва та обігу харчових продуктів – будь-які стадії, у тому числі виробництво, зберігання, транспортування, реалізація або постачання харчових продуктів кінцевому споживачу.

Стан – це сукупність наявних у певний момент часу значень характеристик предмета (речі, особи).

Стандарт – документ, розроблений на основі консенсусу та затверджений уповноваженою організацією, який встановлює правила, інструкції або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, включаючи продукцію, процеси або послуги, дотримання яких є обов'язковим. Стандарт не містить вимог щодо безпечності харчових продуктів, встановлених санітарними нормами, та може містити або цілком стосуватись вимог щодо позначення, упаковки, маркування та етикетування продукту чи процесу, а також вимог до термінології, яка вживається щодо процесу, продукту чи послуги.

Створений наноматеріал – будь-який матеріал, виготовлений з певною метою, розмір якого за одним чи кількома вимірами становить 100 нанометрів чи менше, або який складається з окремих дискретних функціональних частин, всередині або на поверхні, багато з яких мають розмір за одним чи кількома вимірами 100 нанометрів чи менше, у тому числі структури, скупчення, сукупності, які мають розмір понад 100 нанометрів, але при цьому зберігають властивості, характерні для нанодіапазону (від 1 до 100 нанометрів):

а) властивості, що стосуються великих поверхонь наноматеріалів, та/або

б) специфічні фізико-хімічні властивості, що відрізняються від тих, які такі матеріали мають в іншій (не нано-) формі.

Строк дії – проміжок часу, упродовж якого нормативний документ є чинним, починаючи від дати його введення згідно з рішенням відповідального органу до моменту його скасування чи зміни.

Строк придатності – строк, визначений нормативно-правовими актами, нормативними документами, умовами договору, протягом якого у разі дотримання відповідних умов зберігання та/або експлуатації чи споживання

продукції її якісні показники і показники безпеки повинні відповідати вимогам нормативно-правових актів, нормативних документів та умовам договору. Зі спливом строку придатності товар вважають непридатним за призначенням.

Строк гарантійний – строк, протягом якого продавець гарантує якість товару.

Строк служби – календарний строк використання продукції за призначенням, починаючи від введення в обіг чи після ремонту, протягом якого виробник (виконавець) гарантує її безпеку та несе відповідальність за істотні недоліки, що виникли з його вини.

Ступінь ризику – рівень небезпеки (загрози) суспільним інтересам, що становить або може становити продукція.

Суспільні інтереси – безпека життя та здоров'я людей, безпечні умови праці, захист прав споживачів (користувачів), захист довкілля.

Т

Термін – певний момент у часі, з настанням якого пов'язана дія чи подія, яка має юридичне значення. Термін визначають календарною датою або вказівкою на подію, яка має неминуче настати.

Термін дії – дата, до якої нормативний документ є чинним, починаючи від дати його введення згідно з рішенням відповідального органу до моменту його скасування чи зміни.

Технічний регламент – нормативно-правовий акт, затверджений рішенням Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, спільними або окремими рішеннями європейських законодавчих органів – Європейської Комісії, Європейської Ради, Європейського Парламенту, у якому визначено характеристики продукції або пов'язані з нею процеси чи способи виробництва, а також вимоги до послуг, включаючи відповідні положення, дотримання яких є обов'язковим. Технічний регламент може також містити вимоги до термінології, позначок, пакування, маркування чи етикетування, які застосовуються до певної продукції, процесу чи способу виробництва. Технічний регламент не містить санітарні заходи. У разі відсутності технічного регламенту щодо певного об'єкта регулювання, затвердженого рішенням Верховної Ради України або Кабінету Міністрів України, застосовується, за наявності, технічний регламент Європейського Союзу.

Технічно складні побутові товари – непродовольчі товари широкого вжитку (прилади, машини, устаткування та інші), які складаються з вузлів, блоків, комплектуючих виробів, відповідають вимогам нормативних документів, мають технічні характеристики, супроводжуються експлуатаційними документами і на які встановлено гарантійний строк.

Технічні умови – документ, затверджений оператором ринку, в якому визначені технічні вимоги до харчових продуктів та/або процесів їх виробництва.

Типологія – метод наукового пізнання, основу якого становить наукова систематизація чогось за спільними ознаками. Типологія застосовується для упорядкування опису і пояснення різнорідних множин об'єктів. Вона ґрунтується на виявленні подібностей і відмінностей між об'єктами, пошуку подібних способів ідентифікації, побудові системи технологічного опису.

Типологія споживачів – відображає статеві-вікові, анатомічні, антропометричні, фізіологічні, соціально-психологічні та ін. особливості, а також види природних і соціальних умов життєдіяльності, види діяльності, рівень кваліфікації, рівень доходів, ціннісні орієнтири людей, тощо.

Тип споживання – визначається типом потреб, що задовольняються, з урахуванням їх місця в ієрархічній структурі системи потреб:

а) утилітарний – предмети споживання сприймаються як засоби підтримання і збереження життя;

б) пасивний – споживач звертає увагу на соціальні властивості предметів, але не надає їм особливого значення;

в) престижний – споживач шукає в предметі споживання ті соціальні можливості, які задовольнили б його потребу відчувати себе соціально значущим у референтному середовищі;

г) перетворювальний – споживач, який орієнтуючись на престижність товарів, разом з тим враховує і підкреслює власну неповторну індивідуальність, свої смаки і прагнення, реалізує набуті знання;

д) творчий тип – реалізуються інтелектуальні творчі потреби, самовираження і самоутвердження.

Товар – будь-який предмет господарського обороту, в тому числі продукція, роботи, послуги, права інтелектуальної власності, інші немайнові права, документи, що підтверджують зобов'язання та права (зокрема цінні папери), які призначені для продажу (оплатній передачі).

Товари широкого вжитку – товари, призначені для споживання (індивідуального, суспільного чи виробничого).

Товари короткострокового користування – це товари одноразового використання. До товарів короткострокового користування, в першу чергу, належать продукти харчування та напої, фармацевтична продукція, товари для підтримки чистоти – мило, пральний порошок, а також інші побутові товари – фільтри, паперові скатертини, серветки, кухонні рушники тощо. Крім того, до товарів короткострокового користування віднесені мазут, вугілля тощо, які можуть зберігатися нескінченно довго й у фізичному розумінні є товарами

довгострокового зберігання, але для цілей споживання можуть бути використані тільки один раз.

Товари довгострокового користування – це товари багаторазового або безперервного використання, які мають досить високу вартість. До товарів довгострокового користування належать такі категорії товарів:

- меблі, предмети обстановки та килими;
- велика побутова техніка, інструменти та обладнання;
- медичні прилади та обладнання;
- автомобілі, мотоцикли;
- обладнання для прийому, запису та відтворення звуку і зображення, оптичні прилади, телефонне обладнання;
- предмети довготривалого користування для відпочинку поза домом та для відпочинку в приміщенні, музичні інструменти. Витрати на придбання житла не відносяться до споживчих витрат і розглядаються як накопичення капіталу.

Товари середньострокового користування – це товари, термін служби яких значно коротший за товари довгострокового користування (хоча може перевищувати один рік), а їхня вартість – значно нижча. До товарів середньострокового користування належать такі категорії товарів:

- одяг, взуття та домашній текстиль;
- невеликі електричні побутові прилади;
- вироби зі скла, столовий посуд і предмети домашнього вжитку;
- невеликі інструменти та різне приладдя;
- запасні частини до транспортних засобів;
- носії для запису зображення і звуку;
- ігри, іграшки та товари для хобі;
- товари для подорожей та інші особисті речі;
- знаряддя для спорту, туризму і відпочинку на відкритому повітрі;
- книжки.

Товарна номенклатура – це систематизований перелік усіх асортиментних груп товарів і товарних одиниць, що пропонуються виробником для реалізації.

Товарні запаси – засоби виробництва і товари широкого вжитку, які перебувають у сфері обігу у вигляді готової продукції на складах підприємств-виготовлювачів, на оптових торгових базах, на підприємствах роздрібною торгівлі та на шляху від однієї з перелічених ланок до іншої. За призначенням товарні запаси поділяють на поточні (товари, якими забезпечують щоденну торгівлю), сезонні (створювані на певний період року) та спеціальні.

Товарний знак – це позначення, яке дає можливість розрізнити товари і послуги, які виробляються або надаються одним підприємством, від товарів або послуг інших підприємств. Товарним знаком можуть бути слова, букви, числа, рисунки, зображення, логотипи, етикетки або їхні поєднання, які використовуються для розпізнавання товарів і послуг. Товарний знак – це торгова марка, що пройшла реєстрацію в законодавчому порядку.

Товарний ринок – сфера обороту товару (взаємозамінних товарів), на який протягом певного часу і в межах певної території є попит і пропозиція.

Товарознавство – наукова дисципліна, яка системно вивчає товари на всіх етапах життєвого циклу, методи пізнання їхньої споживної вартості (цінності), закономірності формування асортименту та вимог до якості для забезпечення ефективності їх виробництва, обігу та споживання.

Товарознавча експертиза – сукупність організаційно-правових, економічних, технічних заходів, спрямованих на одержання інтегрованої оцінки на підставі аналітичного вивчення та експериментального дослідження, що пов'язані з інформаційною, кількісною, якісною, вартісною оцінкою товару протягом його життєвого циклу та результати яких оформлюються у вигляді експертного висновку

Товарорух – це система, яка охоплює рух товару від виробника до споживача; підсистемами цієї системи є зберігання, транспортування, розвантажування, реалізація товару. Протягом товароруху товар знаходиться під впливом різноманітних чинників (зовнішніх та внутрішніх), дія яких може призвести до значного зниження якості й маси товару або до повної втрати ним споживної цінності. Чинники середовища, що впливають на зміни споживних властивостей товарів в процесі товароруху:

а) внутрішні чинники: хімічний склад товару; наявність в продуктах каталізаторів біохімічних та хімічних реакцій – ферментів; склад мікрофлори; конструкція товару; фізичні властивості матеріалів;

б) зовнішні чинники, що залежать від умов зберігання, транспортування товарів: температура і відносна вологість повітря; газовий склад та наявність механічних об'єктів у повітрі; інтенсивність руху повітря – вентилявання; освітленість; сила тиску повітря; механічна дія різної сили, інтенсивності, періодичності; гризуни, шкідники, мікроорганізми, наявність яких визначає санітарно-гігієнічний стан приміщень.

Товаросупровідні документи – це документи, які містять необхідну й достатню інформацію для ідентифікації товарних партій упродовж усього шляху їхнього руху. Залежно від характеристик товару розрізняють такі види товаросупровідних документів: кількісні, якісні, розрахункові та комплексні.

Торговельне приміщення – майновий комплекс, який займає окрему споруду (офісне приміщення) або який розміщено у спеціально призначеній та обладнаній для торгівлі споруді, де суб'єкт господарювання здійснює діяльність з реалізації товару.

Традиційний харчовий продукт – харчовий продукт з особливими характеристиками, що чітко відрізняють його від інших продуктів цього ж виду у результаті використання традиційних інгредієнтів та/або внаслідок традиційного складу, та/або використання традиційної технології виробництва/переробки. Традиційним харчовим продуктом є той, що використовується в практиці та/або відповідає специфікаціям, що існували останні 30 років до моменту визначення того, чи підпадає харчовий продукт під категорію традиційних. Зміни у пакуванні та маркуванні, які не змінюють особливі характеристики традиційного продукту, не впливають на його визначення як традиційного.

У

Упаковка – технічний засіб чи комплекс засобів з розміщенням у ньому товаром, який забезпечує захист товару від пошкоджень та втрат у процесі транспортування, зберігання та продажу, а довілля – від забруднень. Носіями інформації на упаковці є назва товару і його виробника, штриховий код, інструкція з експлуатації, маніпуляційні знаки, екомаркування, реклама інших товарів того самого виробника або реклама продукції іншого постачальника.

Управління (керування) асортиментом – діяльність, яка направлена на досягнення вимог раціонального асортименту. Основними етапами є: встановлення вимог до раціональності асортименту; визначення асортиментної політики організації; формування асортименту товарів.

Управління ризиком – процес вибору альтернативних рішень на підставі результатів оцінки ризику та у разі необхідності вибору і впровадження відповідних засобів управління (контролю), включаючи коригувальні заходи.

Управління якістю продукції – скоординована діяльність, яка полягає у керуванні та контролі організації в тому, що стосується якості; заходи, які застосовуються під час розробки, виробництва та споживання з метою формування, забезпечення та підтримання певного рівня якості продукції. Відповідно до ДСТУ ISO 9001-2015, управління якістю визначається як діяльність і техніка оперативного характеру з метою забезпечити відповідність вимогам, що стосуються якості продукції

Ф

Фальсифікація (від лат. falsificatio – підроблення) – дія, спрямована на обман споживача підробленням товарів з метою наживи.

Фальсифікація асортиментна – повна чи часткова заміна товару товарами іншого сорту, виду або найменування, при умові збереженості частини ідентифікаційних характеристик.

Фальсифікація якісна – це імітація товарів за допомогою харчових або нехарчових добавок, для поліпшення зовнішніх характеристик, в результаті чого інші споживні властивості втрачаються, що призводить до зниження гатунку товару.

Фальсифікована продукція – продукція, виготовлена з порушенням технології або неправомірним використанням знака для товарів та послуг, чи копіюванням форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а так само неправомірним відтворенням товару іншої особи.

Фасований харчовий продукт – будь-яка представлена кінцевому споживачеві та закладам громадського харчування окрема одиниця, що складається з харчового продукту та упаковки, в яку вміщено цей продукт до того, як його пропонувати для продажу, незалежно від того, повністю чи частково упаковка покриває харчовий продукт, але в будь-якому разі таким чином, щоб її вміст не можна було змінити, не відкривши або не пошкодивши при цьому упаковки. Зазначений термін не поширюється на харчові продукти, що упаковуються в місцях продажу, у тому числі на прохання споживача (нефасовані харчові продукти).

Формування асортименту товарів – діяльність по складанню набору товарів, який дозволяє задовольнити реальні потреби споживача (або ті, що прогножуються), а також досягнути мети, яка визначається керівництвом організації.

Формування якості товару – встановлення, підтримання суспільно необхідного рівня якості товару на всіх етапах виробництва і надходження до споживача.

Х

Харчова добавка – речовина, яка зазвичай не вважається харчовим продуктом або його складником, але додається до харчового продукту з технологічною метою в процесі виробництва та у результаті стає невід’ємною частиною продукту (термін не включає забруднюючі речовини, пестициди або речовини, додані до харчових продуктів для поліпшення їх поживних властивостей).

Харчовий продукт – речовина або продукт (неперероблений, частково перероблений або перероблений), призначені для споживання людиною. До харчових продуктів належать напої (в тому числі вода питна), жувальна гумка та будь-яка інша речовина, що спеціально включена до харчового продукту під час виробництва, підготовки або обробки. Він не включає корми; тварин, які не призначені для споживання людиною живими; рослини (до збору врожаю); лікарські засоби; косметичні продукти; тютюн і тютюнові вироби; наркотичні і психотропні речовини; залишки та забруднюючі речовини.

Харчовий продукт для спеціальних медичних цілей – спеціально розроблений та виготовлений продукт, який споживається під наглядом лікаря. Цей продукт призначений для часткової або повної заміни звичайного раціону харчування пацієнтів з обмеженою, ослабленою або порушеною здатністю приймати, перетравлювати, засвоювати звичайні харчові продукти або певні поживні речовини, що містяться в них, або їх метаболіти. Харчові продукти для спеціальних медичних цілей також можуть призначатися для повного або часткового годування пацієнтів з іншими визначеними лікарями потребами, які неможливо задовольнити шляхом модифікації звичайного раціону харчування.

Харчовий продукт для контролю ваги – спеціально розроблений та виготовлений харчовий продукт, призначений для вживання під час дотримання низькокалорійного раціону харчування для зменшення ваги, який при вживанні згідно з інструкцією оператора ринку заміняє щоденний раціон харчування.

Харчовий продукт тваринного походження – молоко, м'ясо, риба, молюски і ракоподібні, у тому числі свіжі, охолоджені або заморожені, яйця, мед, їх похідні та інші продукти, виготовлені з частин тварин, окремих їх органів та/або тканин, призначені для споживання людиною.

Харчовий ензим – продукт, отриманий з рослин, тварин або мікроорганізмів, або продуктів з них, включаючи продукт, отриманий у процесі ферментації з використанням мікроорганізмів, що має у складі один або кілька ензимів, здатних каталізувати характерні біохімічні реакції, та доданий до харчового продукту для технологічного призначення на будь-якому етапі виробництва, переробки, приготування, обробки, пакування, транспортування або зберігання харчових продуктів.

Харчові волокна – вуглеводні полімери з трьома або більше мономерними ланками, які не перетравлюються і не всмоктуються в організмі людини, що поділяються на такі категорії:

а) їстівні вуглеводні полімери, які природно містяться у харчових продуктах, що споживаються людиною;

б) їстівні вуглеводні полімери, одержані з харчової сировини фізичними, ферментативними або хімічними засобами, які характеризуються науково доведеною сприятливою фізіологічною дією;

в) їстівні синтетичні вуглеводні полімери, які характеризуються науково доведеною сприятливою фізіологічною дією.

Харчовий ланцюг – послідовність стадій і певних операцій виготовлення, оброблювання, розподіляння, зберігання харчових та їхніх інгредієнтів і користування ними, починаючи з первинного виробництва та до споживання. Відносять виробництво кормів для тварин, які дають харчові продукти, та для тварин, призначених для вироблення харчових продуктів. Харчовий ланцюг охоплює також виробництво матеріалів, які за своєю призначеністю контактуватимуть з харчовими продуктами або сировиною.

Ц

Цілі асортиментної політики – задоволення запитів споживачів; залучення нових покупців; освоєння нових ринків; завантаження виробничих потужностей; оптимальне використання технологічних знань і досвіду підприємства; зниження витрат, пов'язаних із структурою асортименту; збільшення оборотності виробничих запасів; забезпечення оптимального прибутку.

Ш

Шкідливий харчовий продукт – небезпечний для здоров'я споживача харчовий продукт. Під час встановлення шкідливості харчового продукту для здоров'я враховуються:

- можливий короткостроковий чи довгостроковий вплив харчового продукту на здоров'я людини, яка його споживає, та на майбутні покоління;
- можливий накопичувальний ефект токсичності;
- особлива чутливість організму окремої категорії споживачів, якщо харчовий продукт призначений для цієї категорії споживачів.

Штриховий код (штрих-код) – графічна інформація, яка наноситься на поверхню, маркування або упаковку товарів, зручна для зчитування технічними засобами. Найчастіше трапляються штрих-коди у вигляді смуг різної товщини, які містять ідентифікатори товарів. Також існують штрихові коди, складені з крапок, квадратів та інших геометричних фігур, які призначені для розпізнавання різними пристроями (сканерами штрих-кодів, застосунками у смартфонах, тощо) та подальшої обробки кодів в інформаційних системах. Вони застосовуються в роздрібній торгівлі для ідентифікації товарів, на квитках та інших документах, автомобілях, у наукових дослідженнях тощо.

Я

Якісні втрати товарів під час товароруху – втрати, обумовлені мікробіологічними, біологічними, біохімічними, хімічними, фізичними та фізико-хімічними процесами. Зіпсовану продукцію списують на основі складених актів відповідальними працівниками торгівельних підприємств та підприємств-постачальників. Якісні втрати списують не по нормам, а за актами, тому їх називають актованими.

Якість – сукупність властивостей і характеристик продукту чи послуги, що дають змогу задовольнити виявлені та передбачувані потреби.

Якість товару – сукупність споживних властивостей товару, які визначають його безпечність, функціональність, надійність, довговічність, ергономічність, естетичність, екологічність, соціальну значущість та забезпечують здатність задовольняти потреби споживача.

Якість харчового продукту – ступінь досконалості властивостей та характерних ознак харчового продукту, які здатні задовольнити потреби (вимоги) та побажання тих, хто споживає або використовує цей харчовий продукт; сукупність характеристик харчового продукту, які визначають ступінь його здатності забезпечувати стабільність складу і корисних властивостей цього продукту протягом терміну придатності.

АБЕТКОВИЙ ПОКАЖЧИК ТЕРМІНІВ

А

Агресивна підприємницька практика, 5
Агропродовольчий ринок, 5
Акредитована лабораторія,
Аналіз ризику, 5
Антиоксидант, 5
Арбітражне дослідження, 5
Ароматизатори, 5
Ароматична речовина, 5
Ароматичний препарат, 6
Асортимент товарів, 6
Асортимент за ступенем задоволення споживачів, 6
Асортиментна політика, 6
Асортиментна політика торговельного підприємства, 6
Асортиментний мінімум, 6
Аудит, 7

Б

Барвник, 7
Безпека продукції, 7
Безпечний харчовий продукт, 7
Безпечність харчового продукту, 7
Безпечна нехарчова продукція, 7

В

Валідація, 8
Введення продукції в обіг, 8
Ведення споживача в оману, 8
Ветеринарні документи, 8
Ветеринарно-санітарний стан
Ветеринарно-санітарні вимоги
Вивчення якості товару, 8
Визначення вимог до товару, 9
Визначення градації якості товару, 9
Виконавець, 9
Використання за призначенням, 9
Використання не за призначенням, 9
Вилучення харчового продукту, 9
Вимога, 9

Вимоги до якості товару, 9
 Виробник, 9
 Вилучення продукції з обігу, 10
 Виробництво, 10
 Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи щодо безпечності харчових продуктів, 10
 Відкликання, 10
 Відкликання харчового продукту, 10
 Відновлення продукції, 10
 Відповідні міжнародні організації, 10
 Відходи, 10
 Відходи ліквідні, 10
 Відходи неліквідні, 10
 Відчуття, 11
 Вказівки щодо використання, 11
 Властивість товару, 11
 Вода морська чиста, 11
 Вода питна, 11
 Вода чиста, 11
 Вологоутримуючий агент, 11

Г

Гарантійний строк, 11
 Гарантії забезпечення безпеки продукції (товарів), 12
 Гармонізація асортименту, 12
 Гігієнічні вимоги, 12
 Глютен, 12

Д

Дата «вжити до», 12
 Дегустатор, 12
 Дегустація, 12
 Державний ринковий нагляд, 12
 Держпродспоживслужба, 12
 Дефект, 13
 Дефект значний, 13
 Дієтична добавка, 13
 Договір, 13
 Договір, укладений на відстані, 13
 Договір, укладений поза торговельними або офісними приміщеннями, 13
 Допоміжний матеріал для переробки, 13

Дослідження якості, 14

Е

Експерт, 14

Експерт-випробувач, 14

Експертний метод оцінки якості товару, 14

Експертний метод дослідження якості товару, 14

Експлуатація товару, 14

Експлуатаційний дозвіл, 14

Електронне повідомлення, 14

Ергономічні вимоги до товару, 14

Еталон (стандарт), 14

Еталон товару, 14

Етикетка, 15

З

Забезпечення безпечності продукції, 15

Забруднення, 15

Забруднююча речовина, 15

Заінтересований торговий партнер, 15

Заклад ресторанного господарства, 15

Засоби дистанційного зв'язку, 15

Зберігання, 15

Зразок-еталон, 15

І

Ідентифікація, 16

Ідентифікація асортиментна, 16

Ідентифікація споживча, 16

Ідентифікація якості (кваліметрична), 16

Імпорттер, 16

Інгредієнт, 16

Інспектування, 16

Інформація, 16

Інформація про товар, 16

Інформація про харчовий продукт, 16

Інформація, що вводить в оману, 17

Історія безпечного споживання, 17

Істотний недолік, 17

К

Категорія якості товару, 17

Кваліметрія, 17

Кінцевий споживач, 18
 Класифікація, 18
 Класифікаційна ознака товару, 18
 Кодування товарів, 18
 Компетентний орган, 18
 Компонент, 18
 Консистенція, 18
 Контрафактні товари, 18
 Контроль, 18
 Контроль якості, 18
 Контролювання якості, 19
 Корекція, 19
 Коригувальна дія, 19
 Користувач, 19
 Країна походження, 19
 Критерій якості, 19
 Купівельна інформація, 19

Л

Ланцюг постачання продукції, 19
 Логотип, 19

М

Максимальна межа залишків, 19
 Максимально допустимий рівень, 20
 Малі потужності, 20
 Маніпуляційні знаки, 20
 Маса брутто, 20
 Маса нетто, 20
 Маркування, 20
 Мета товарознавства, 20
 Мета асортиментної політики, 20
 Метод, 20
 Метод аналізу, 21
 Метод порівняння, 21
 Метод синтезу, 21
 Метод прогнозування, 21
 Метод планування, 21
 Метод моделювання, 21
 Методи класифікації товарів, 21
 Методичні настанови, 21

Міжнародні стандарти, інструкції та рекомендації, 22
 Мінімальний термін придатності харчового продукту, 22
 Місія товарознавства, 22
 Місце походження, 22

Н

Найменування місць походження товарів, 22
 Належна якість товару, роботи або послуги, 22
 Належний рівень захисту здоров'я людей, 22
 Небезпечний чинник у харчовому продукті, 22
 Небезпечний харчовий продукт, 23
 Небезпечна нехарчова продукція, 23
 Недолік, 23
 Неперероблений харчовий продукт, 23
 Неправильно маркований харчовий продукт, 23
 Непридатний харчовий продукт, 23
 Нечесна підприємницька практика, 23
 Новітній харчовий продукт чи інгредієнт, 24
 Номенклатура споживних властивостей і показників якості товарів, 24
 Нормативний документ, 24

О

Об'єкти санітарних заходів, 24
 Об'єкт товарознавства, 24
 Обіг, 24
 Обладнання та інвентар, 24
 Одиниця товару, 24
 Одиниця упаковки, 24
 Окремі показники якості харчового продукту, 25
 Оператор ринку харчових продуктів, 25
 Описова назва, 25
 Органолептичний, 25
 Органолептичний метод оцінки якості товару, 25
 Основне поле видимості, 25
 Основний інгредієнт, 26
 Офісне приміщення, 26
 Офіційна назва, 26
 Оцінка відповідності, 26
 Оцінка ризику, 26
 Оцінка якості, 26

П

Пакування, 26
 Параметри безпеки, 26
 Партія, 27
 Партія вантажна, 27
 Первинна продукція, 27
 Первинне виробництво, 27
 Первинне пакування, 27
 Перевага, 27
 Переробка, 27
 Повідомлення про ризик, 27
 Подія, 27
 Поживна речовина, 28
 Показник якості товару, 28
 Поле видимості, 28
 Порівняльне тестування, 28
 Послуга, 28
 Потреби, 28
 Постачання продукції, 29
 Потужності, 29
 Предмет товарознавства, 29
 Призначення, 29
 Принципи подання купівельної інформації, 29
 Природні втрати, 30
 Програма-передумова, 30
 Продавець, 30
 Продукт, 30
 Продукти рослинного походження, 30
 Продукція, 30
 Прожитковий мінімум, 30
 Простежуваність, 30
 Процес, 31

Р

Ранжування, 31
 Реалізація, 31
 Ризик, 31
 Ринок товару (товарний ринок), 31
 Рівень включень, 31
 Рівень якості, 31

Робота, 31

Розбірливість, 31

Рухомі та /або тимчасові потужності, 31

С

Санітарний або фітосанітарний захід, 31

Сенсорний аналіз товарів, 32

Сенсорне досліджування, 32

Середнє значення поживної речовини, 32

Серйозний ризик, 32

Система аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках НАССР, 32

Система управління безпечністю харчової продукції, 33

Система управління якістю, 33

Система швидкого оповіщення про непродуктовані товари, що створюють серйозний ризик RAPEX, 33

Система швидкого оповіщення про безпеку харчових продуктів та кормів RASFF, 33

Складний інгредієнт, 33

Споживання, 33

Споживання виробниче, 33

Споживання індивідуальне (особисте), 33

Споживання суспільне, 34

Споживацька поведінка, 34

Споживацьке право, 34

Споживацькі переваги, 34

Споживацькі можливості, 34

Споживчі можливості, 34

Споживні можливості, 34

Спожиткові можливості, 34

Споживач, 34

Споживчий кошик, 34

Споживчі товари (послуги), 34

Споживні властивості товарів, 34

Стадії виробництва та обігу харчових продуктів, 35

Стан, 35

Стандарт, 35

Створений наноматеріал, 35

Строк дії, 35

Строк придатності, 35

Строк гарантійний, 36
 Строк служби, 36
 Ступінь ризику, 36
 Суспільні інтереси, 36

Т

Термін, 36
 Термін дії, 36
 Технічний регламент, 36
 Технічно складні побутові товари, 36
 Технічні умови, 37
 Типологія, 37
 Типологія споживачів, 37
 Тип споживання, 37
 Товар, 37
 Товари широкого вжитку, 37
 Товари короткострокового користування, 37
 Товари довгострокового користування, 38
 Товари середньострокового користування, 38
 Товарна номенклатура, 38
 Товарні запаси, 38
 Товарний знак, 39
 Товарний ринок, 39
 Товарознавство, 39
 Товарознавча експертиза, 39
 Товарорух, 39
 Товаросупровідні документи, 39
 Торговельне приміщення, 40
 Традиційний харчовий продукт, 40

У

Упаковка, 40
 Управління (керування) асортиментом, 40
 Управління ризиком, 40
 Управління якістю продукції, 40

Ф

Фальсифікація, 41
 Фальсифікація асортиментна, 41
 Фальсифікація якісна, 41
 Фальсифікована продукція, 41
 Фасований харчовий продукт, 41

Формування асортименту товарів, 41

Формування якості товару, 41

Х

Харчова добавка, 41

Харчовий продукт, 42

Харчовий продукт для спеціальних медичних цілей, 42

Харчовий продукт для контролю ваги, 42

Харчовий продукт тваринного походження, 42

Харчовий ензим, 42

Харчові волокна, 42

Харчовий ланцюг, 43

Ц

Цілі асортиментної політики, 43

Ш

Шкідливий харчовий продукт, 43

Штриховий код (штрихкод), 43

Я

Якісні втрати товарів під час товароруху, 44

Якість, 44

Якість товару, 44

Якість харчового продукту, 44

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про захист прав споживачів: Закон України № 1023-XII. Редакція від 19.11.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.
2. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України № 771/97-ВР Редакція від 26.10.2023. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771/97-вр#Text..>
3. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів: Закон України № 2639-VIII. Редакція від 23.11.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text..>
4. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України № 236/96-ВР. Редакція від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр#Text..>
5. Про захист економічної конкуренції : Закон України № 2210-III, Редакція від 16.05.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text..>
6. Про загальну безпечність нехарчової продукції: Закон України № 2736-VI. Редакція від 26.10.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2736-17#Text..>
7. Про затвердження Класифікації індивідуального споживання за цілями (KICЦ) : Наказ Державного комітету статистики України від 29.12.2007 № 480. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0480202-07#Text>.
8. Товарознавство. Терміни та визначення: ДСТУ 3993-2000. Київ: Держстандарт, 2000. 24 с.
9. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга : ДСТУ ISO 22000:2007. Київ : Держспоживстандарт України, 2007. 36 с.
10. Інформація для споживачів щодо придбання товарів та послуг: Настанова (ISO/IEC Guide 14:2003, IDT) : ДСТУ –Н ISO/IEC Guide 14:2005. Київ: Держспоживстандарт, 2006. 14 с.
11. Дослідження сенсорне. Словник термінів (ISO 5492:1992, IDT) : ДСТУ ISO 5492:2006. Київ: Держспоживстандарт, 2006. 20 с.
12. Продукти сільськогосподарські харчові. Схема стандартного методу відбирання проб з партії : ДСТУ ISO 7002:2006. 26 с.
13. Мельник Т. Ю. Товарознавство : підручник (для студентів економічних спеціальностей). Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.
14. Товарознавство і торговельне підприємництво: навчальний посібник для студентів ВНЗ / А. А. Мазаракі та ін.; ред. А. А. Мазаракі;

Київський національний торговельно-економічний університет. Київ : КНТЕУ, 2014. 651 с.

15. Чорна Т. М. Теоретичні основи товарознавства. Ірпінь : Університет ДФС України, 2021. 598 с.

16. Загальне управління якістю : підручник / О. В. Нанка, Р. В. Антощенко, В. М. Кісь та ін. Харків: ХНТУСГ, 2019. 205 с.

17. Довідник товарознавця і споживача продовольчих товарів : навч. посібник / С. В. Князь, А. Г. Загородній, М. В. Римар та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. В. Князя. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. 796 с.

18. Гінзбург М. Д. Терміни *процес, дія, подія, стан* у мовознавстві та термінознавстві. *Термінологічний вісник*. 2011. № 1. С. 76-89.

19. Гінзбург М., Кириленко В. Як правильно вживати спільнокореневих прикметників споживацький, споживчий, споживний та спожитковий в українських нормативних документах? *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2012. № 3. С. 22- 25.

20. Крамарчук, С., & Крисько, Ж. (2022). Аспекти управління асортиментною політикою підприємства на сучасному етапі. *Цифрова економіка та економічна безпека*, (2 (02), 191-195. <https://doi.org/10.32782/dees.2-32//>.

21. Васюта В., Пузак В., Лашко І. Основні напрямки розвитку сучасного товарознавства. *Галицький економічний вісник*. № 1 (74). 2022. С. 152-157.

22. Чернега І. І., Уланчук В. С., Соколюк С. Ю., Жарун О. В. Розвиток товарознавства в сучасних умовах. *Актуальні питання у сучасній науці*. № 2(8). 2023. С. 60-69.

23. Язіна В. А., Вишнікіна О. В., Сабіров О. В. Сучасні тенденції розвитку товарознавства харчових продуктів. *Інфраструктура ринку*. Вип. 67. 2022. С. 167-170.

24. Міністерство економіки України. Інформація про небезпечну (нехарчову) продукцію. URL: <https://uvaga.gov.ua/uk/Main/Category/Category>.

25. RASFF – європейська система швидкого оповіщення про харчові продукти і корми. URL: <https://dpss.gov.ua/news/rasff-ieuropeiska-systema-shvydkoho-opovishchennia-pro-kharchovi-produkty-i-kormy#:~:text=>

26. Держпродспоживслужба – Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів. URL: <https://dpss.gov.ua/>.

Укладач:

Тетяна Анатоліївна Кунділовська

Словник: довідкове видання з дисципліни «Товарознавство» для здобувачів вищої освіти 2 курсу усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня освіти за освітньо-професійною програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Одеса : ОНЕУ, ротапринт, 2024. 56 с.

Підписано до друку «___» _____ 2024 р. Зам. ____

Формат паперу 60X84 1/16 обсяг 2,6 авт. арк.

Тираж ____ прим., ОНЕУ м. Одеса, 82, вул. Преображенська, 8