ИНФОРМИРОВАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ О РЕЗУЛЬТАТАХ РАБОТЫ ПО КОНТРОЛЮ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

**Фальсификация пищевых продуктов. Её виды.**

В широком смысле фальсификация может рассматриваться как действия, направленные на ухудшение потребительских свойств продукции или уменьшение её количества при сохранении наиболее характерных, но несуществующих для её использования свойств. Фальсификация пищевых продуктов чаще всего производится путём придания им отдельных наиболее типичных признаков, например? внешнего вида при общем ухудшении остальных наиболее значимых свойств пищевой ценности.

**Закон РФ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»** устанавливает определение фальсифицированных пищевых продуктов: «фальсифицированные пищевые продукты, материалы и изделия, умышленно изменённые (подделанные) или имеющие скрытые свойства и качество, информация о которых является заведомо неполной или недостоверной». Согласно этому определению основным признаком фальсификации является преднамеренность подделки или умышленное сокрытие информации о свойствах продукции, которые неочевидны для покупателя. Фальсификация продукции с правовой стороны является разновидностью торгового обмана, мошенничества. Наиболее часто фальсификации подвергаются пищевые продукты, стоимость которых достаточно велика, а реализация подделки сулит мошенникам достаточно высокую прибыль. Это в первую очередь, вино - водочные изделия, спирт, пиво, а также деликатесы.

**Виды фальсификации:** при фальсификации обычно подвергается подделке одна или несколько характеристик продукции, что позволяет выделить несколько видов фальсификации:

* **Ассортиментная (видовая),** когда фальсификация подделка осуществляется путём полной или частичной замены продукции её заменителями другого вида или наименования с сохранением сходства одного или нескольких признаков, а также заменой продукта имитатором. При ассортиментной фальсификации наиболее часто используют воду (для жидких продуктов), а также другие имитаторы натурального продукта, схожие по наиболее характерным признакам. Вода - наиболее распространённый заменитель жидких продуктов (коньяк, пиво, розовое и красное вино, квас, безалкогольные напитки и т.д.). Исследования показали, что при добавлении в соки и вина 10% воды дегустаторы не заметили фальсификации. При добавлении 20% воды примерно треть дегустаторов высказала сомнения по поводу качества и лишь при 50% разбавления большинство дегустаторов указало водянистость вкуса.
* **Качественная фальсификация:** подделка продукции с помощью пищевых и непищевых добавок для улучшения органолептических свойств при сохранении или утрате других потребительских свойств или замена продукта высшей градации качества низшей. Качественной фальсификацией считается применение разрешённых и неразрешённых добавок, непредусмотренных рецептурой, с целью введения в заблуждение потребителя относительно истинных потребительских свойств продукта. Это подкрашивание или ароматизация продукта, не предусмотрена технологией предназначенной данному продукту. Примером, могут служить безалкогольные напитки с частичной или полной заменой сахара подсластителями, с использованием синтетических красителей и ароматизаторов, которые не предусмотрены рецептурой.
* **Количественная фальсификация**: это обман потребителя за счёт значительных отклонений параметров продукции (массы, объёма, длины и т.д.), превышающих предельно допустимые нормы отклонений. Это недовес или обмер. Способы и средства этой фальсификации основаны на неточных измерениях с грубыми погрешностями всегда в сторону уменьшения размеров продукта или измеряемого объекта. Для этого чаще всего используют фальшивые средства измерения или неточные технические устройства, без поверочных клейм и свидетельств.
* **Информационная фальсификация:** обман потребителя с помощью неточной или искажённой информации о продукции. Осуществляется путём искажения информации в документах, маркировке и рекламе. При фальсификации информации часто искажаются данные о наименовании продукта, фирме-изготовителе, количестве. Один из видов информационной фальсификации с помощью упаковки. Упаковка – составная часть продукции, определяющая её внешний вид. Однако привлекательная по внешнему виду упаковка может придать неповторимый вид и служить для целей идентификации продукции потребителем, в результате сокращаются потребительские предпочтения. Привлекательная по внешнему виду упаковка, имитирует продукт высокого качества, хотя содержание оказывается подделкой под высококачественную продукцию того же наименования. Здесь фальсифицируют не только маркировку и упаковку, но и сопроводительные документы, причём наиболее часто подделывают накладные и сертификаты.
* **Стоимостная фальсификация:** обман потребителя путём реализации низкокачественной продукции по ценам высококачественной или меньших размерных характеристик по цене товаров больших размеров. Этот вид самый распространённый, т.к. совмещается со всеми другими видами фальсификации. Более того, именно стоимостная фальсификация является главной целью обмана потребителей, помогая получить незаконную прибыль путём незаконного повышения цен. В условиях рыночной экономики, одной из характерных черт которой являются нерегулируемые цены, стоимостная фальсификация применятся либо для продажи низкокачественной или даже опасной продукции, либо ценовой конкуренции, в частности для воздания потребительских предпочтений с помощью понижения цен.

п/санитарного врача филиала ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Рязанской области в Шиловском районе» Надежда КОЛДАЕВА