

кации. Практически всегда идентификацию начинают с изучения и анализа маркировки и товаросопроводительной документации. Для различных видов идентификации выбирают необходимые общие и специфические критерии и по ним проводят идентификацию. На первом этапе идентификации могут быть определены почти все критерии, однако окончательное суждение об их тождестве и достаточности может быть сделано только на заключительном этапе. Важным является осмотр упаковки или потребительской тары и самого товара. При этом проверяют соответствие товара по упаковке, что может стать косвенным подтверждением тождества товара. Далее в соответствии с особенностями товара и выбранными критериями проводят выбор показателей идентификации и методов их определения.

Сравнительные исследования проводят при наличии идентифицирующего образца или путем сравнения результатов испытаний с данными нормативных, технических и других документов. На этапе документального оформления делают вывод о тождестве и оформляют соответствующие документы.

Таким образом, независимо от целей проведения идентификационной экспертизы и ее объектов (в данном случае товаров) общий порядок, включающий выбор критериев, показателей и методов, раздельное исследование объектов, сравнительное исследование и оценку результатов (вывод о тождестве), остается постоянным.

*А.Н. Зоткина, ассистент  
БГЭУ (Минск)*

## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ФАЛЬСИФИКАЦИИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

Проблема поддельных товаров на потребительском рынке не является новой. Область распространения различных подделок во всем мире весьма широка и простирается от производства низкокачественных пищевых продуктов до изготовления дешевых нестандартных комплектующих в электронной промышленности. Именно необходимость противодействия индустрии контрафакта определяет востребованность специфического бизнеса по созданию и развитию технологий, защищающих легального производителя от подделок.

Так как проблема защиты товаров от подделки существует уже давно, за рубежом предложены различные методы ее решения. Наиболее распространены полиграфические методы, связанные либо с изготовлением специфической упаковки товара, либо с нанесением специальных знаков и меток, сложных в изготовлении. Рассмотрим основные из них.

1. Нанесение на товар маркирующего защитного кода, покрытого непрозрачным стираемым слоем. После приобретения товара покупатель может стереть непрозрачный слой, набрать один из телефонных номеров или интернет-адрес службы контроля и передать индивидуаль-

ный код изделия. В службе контроля сверяют принятый код с базой данных и дают ответ о подлинности изделия. Основными недостатками такого способа являются отсутствие у покупателя возможности проверить подлинность товара при покупке, неудобство визуального считывания защитного кода.

2. Нанесение метки RFID (Radio Frequency Identification), разработанной компанией Aero Solutions. Данная технология объединяет преимущества методов радиочастотной идентификации и сетей связи (в том числе сотовой) нового поколения для организации массовой системы удостоверения подлинности товаров. Каждая такая метка обладает уникальным номером-идентификатором, задаваемым при производстве. Чтение информации, записанной в метках, происходит дистанционно с помощью специального устройства-контроллера и приемопередающей антенны. Для чтения метки нет необходимости помещать ее на поверхность товара, она может находиться внутри упаковки товара, гарантируя тем самым невозможность ее подмены другой меткой без вскрытия упаковки. Такой метод довольно прогрессивен, однако требует больших материальных затрат и специального оборудования.

3. Электронная цифровая подпись (ЭЦП). На каждую единицу товара наносится специальный защитный знак, имеющий поле для записи контрольно-учетной информации в виде двухмерного штрихового кода и буквенно-цифровой форме. Электронная цифровая подпись формируется по стандартному алгоритму с использованием секретного ключа маркировщика, является уникальной и гарантирует целостность контрольно-учетной информации от подделки. Попытки изменить хотя бы один бит в контрольно-учетной информации или в ЭЦП будут выявлены при проверке. Такая защита хорошо себя зарекомендовала, так как довольно широко используется для идентификации информации в электронном документообороте.

4. Водяные знаки. Они формируются за счет изменения толщины бумаги, хорошо видны на просвет и имеют слегка размытые, нечеткие контуры. Бумага с водяными знаками используется при производстве акцизных и специальных марок, которые наклеиваются на упаковку облагаемых акцизами изделий.

5. Нанесение голографического знака (ГТЗ). Его использование создает такие условия, при которых изготовление подделки становится экономически невыгодным и юридически опасным. Так, например, создание полного цикла производства голограмм потребует только финансовых затрат не менее 500 тыс. дол. США. Для производителя продукции, использующего собственный ГТЗ, дополнительные затраты на его изготовление быстро окупятся. Это один из наиболее распространенных и эффективных методов защиты.

