

## Секция 12

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРОВЕДЕНИЯ И ЭКСПЕРТИЗЫ

*Г.М. Власова, канд. техн. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

## ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕДУРЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ТОВАРОВ

В законодательных и нормативных документах, научной и учебной литературе определение понятия «идентификация» за последнее десятилетие менялось, до сих пор этот термин трактуют по-разному. Применительно к области товароведной экспертизы идентификация продукции (товаров) может рассматриваться как деятельность по установлению соответствия конкретного товара образцу, информации в товаросопроводительных документах нормативным и техническим требованиям, а также принадлежности к группе однородных товаров.

Практика показывает, что идентификацию проводят на всех стадиях жизненного цикла товара. Каждая стадия товародвижения характеризуется определенной сферой деятельности и субъектами.

В настоящее время более детально разработана процедура идентификации на стадии сертификации товаров. Она проводится со следующими целями: подтверждение соответствия конкретной продукции образцу или описанию, представленному заявителем, принадлежности продукции к классификационной группировке (код ОКП, код ТН ВЭД), принадлежности к данной партии, марке, типу и т.д., соответствия назначению и основным характеристикам, определяющим принадлежность к группе однородной продукции.

В торговой практике важной является идентификационная экспертиза на соответствие сертификату соответствия. По правилам заполнения бланка сертификата соответствия в нем должны быть указаны основные идентификационные характеристики: наименование, название, фирма-изготовитель, объем или масса фасовки, классификационный код товара (ОКП или ТН ВЭД), нормативный документ, содержащий требования к товару. В случае если проводилась сертификация партии, в сертификате дополнительно указывают дату изготовления и размер партии. Все указанные характеристики являются критериями идентификации, поэтому идентификационная экспертиза товара на соответствие сертификату в основном не представляет сложности, однако для ее проведения необходимо располагать такими средствами, как нормативные документы, классификаторы продукции, а также образец товара.

Последовательность идентификационной экспертизы остается неизменной, а содержание (объем) работ определяется целью идентифи-

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-

□□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.

249