

К ВОПРОСУ ИДЕНТИФИКАЦИИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В статье рассматриваются виды, критерии и методы идентификации непродовольственных товаров в связи с активной интеграцией Республики Беларусь в мировой рынок.

The article discusses the types, criteria and methods of identification of non-food products in connection with the active integration of the Republic of Belarus into the world market.

Ключевые слова: идентификация; товар; торговля; потребление; рынок.

Key words: identification; product; trade; consumption; market.

Идентификация широко применяется в науке и в различных областях деятельности. Объектами идентификации могут быть события, факты, информация, материальные объекты, процессы, услуги и другие объекты. В условиях рыночной экономики ее важным объектом становится товар, в идентификации которого раньше не было необходимости. Увеличение на рынке числа фальсифицированных товаров, их незаконное производство и перемещение через таможенную границу, и ряд других причин вызвало практическую необходимость проведения работ по идентификации. Однако отсутствие методологических разработок по вопросам идентификации потребительских товаров, нечеткий понятийный аппарат, неразработанность процедур, затрудняет проведение идентификации, с которой должна начинаться любая оценочная работа, проводимая с товаром (сертификация, контроль качества, оценка потребительских свойств и т. д.) [1].

Идентификация начала активно применяться в таможенной экспертизе и при сертификации. Поэтому нами предпринята попытка анализа и обобщения теоретических разработок и законодательных документов по разным сферам деятельности с целью определения понятийного аппарата и выработки методологии идентификации потребительских товаров.

В законодательных и нормативных документах, научной и учебной литературе определение понятия «идентификация» за последнее десятилетие менялось, и до сих пор этот термин трактуют по-разному.

Понятие «идентификация» в зависимости от целей ее проведения изменялось, однако чаще всего давалось понимание этой процедуры, ограниченное определенными рамками. Так, в Правилах по проведению сертификации, дано следующее определение: «Идентификация продукции – процедура, посредством которой устанавливается тождественность представленной на сертификацию продукции ее наименованию и другим характерным признакам, позволяющим однозначно соотнести сертифицируемую продукцию с выданным на нее сертификатом соответствия». В этом определении на первый план выступает подтверждение подлинности продукции, проявляющееся через ее соответствие сертификату, а не через требования технических нормативных правовых актов (ТНПА) и соответствия другим признакам, определяющим эту продукцию. Поэтому такое определение не может отразить сущности идентификации. Кроме того, ее проводят не только для целей сертификации, но и при других видах оценочной деятельности.

Под идентификацией в таможенной деятельности понимается «форма таможенного контроля, осуществляемого путем наложения пломб, печатей, нанесения цифровой, буквенной и иной маркировки, идентификационных знаков, проставления штампов, взятия проб и образцов, описания товаров и транспортных средств, составления чертежей, изображений, фотографий,

иллюстраций, использования товаросопроводительной и иной документации и других идентификационных средств». Такое определение не отражает сущности идентификации, в нем смешаны способы организации прослеживаемости товара (пломбы, печати и др.) и средства идентификации (фотографии, документы и др.).

Поэтому на основе анализа научной литературы, законодательных информативных документов считаем возможным дать следующее определение: «Идентификация продукции (товаров) – деятельность по установлению соответствия (тождества) конкретного товара образцу, товаросопроводительным документам, нормативным и техническим требованиям, а также принадлежности группе однородных товаров».

Практика показывает, что идентификацию проводят на всех стадиях жизненного цикла товара. Каждая стадия товародвижения характеризуется определенной сферой деятельности и субъектами, т. е. лицами осуществляющими идентификацию (таблица). При перемещении товаров через таможенную границу идентификацию проводят при различных видах экспертиз: технологической (идентификация сырья и готовой продукции при переработке на таможенной территории), классификационной (определение кода ТНПА ВЭД), товароведной (установление принадлежности товаров к однородной группе, наименованию и др.) [1]. Такую идентификацию проводят специалисты таможи, в случае необходимости инспекторы и специалисты таможенных лабораторий с проведением соответствующих исследований.

Области применения и субъекты идентификации товаров в сфере обращения

Область применения	Сфера деятельности	Субъект
Перемещение через таможенную границу	Таможенная экспертиза	Специалист таможи, инспектор, специалист таможенной лаборатории
Выход товара на рынок	Сертификация продукции	Эксперт по сертификации
Торговля	Формирование ассортимента	Товаровед
	Контроль качества	Товаровед
	Экспертиза, оценка качества	Товаровед-эксперт
	Государственный контроль (надзор)	Инспектор
Торговля	Реализация или покупка (выбор товара)	Потребитель
Потребление	Защита прав потребителей	Товаровед-эксперт
Примечание – Собственная разработка авторов на основе источника [2].		

Данные, приведенные в таблице, показывают, что практически все участники рыночных отношений от изготовителя до потребителя могут выступать в качестве субъектов идентификации. Следует отметить различие субъектов по компетентности. Так, компетентность товаровед-эксперта с большим стажем работы по специальности достаточно высока, а покупатель, как определено в Законе «О защите прав потребителей», не обязан иметь специальные знания, т. е. обладать компетентностью. Его познания, чаще всего, ограничены житейским опытом, рекламой, статьями для потребителей. Потребитель товара, выбирая его при покупке, в сущности, проводит его идентификацию на соответствие собственных требований или требований друзей при выборе подарка. Кроме того, субъекты различаются по объективности, например, независимый эксперт, более объективен, чем товаровед – работник магазина.

Таким образом, идентификацию проводят специалисты и эксперты различных областей деятельности. Если идентификацию проводит эксперт, то это чаще всего исследование с выдачей мотивированного заключения. Именно заключение по результатам идентификации продукции рекомендовано оформлять по ГОСТ Р 51293-99. Следовательно, такая деятельность эксперта, в которой идентификация является доминирующей, основной целью экспертизы, определяет ее вид – идентификационная. При сертификации продукции идентификационную экспертизу проводит эксперт. Отрицательные результаты такой экспертизы приводят к отрицательному решению эксперта по заявке на сертификацию продукции. Например, если продукция фальсифицирована или образец не из той партии, которая заявлена на сертификацию и т. п. Следует отметить, что необходимость дальнейшего проведения любой экспертизы отпадает при отрицательном результате ее первоначального этапа – идентификации. Учитывая важность такой экспертизы в таможенной деятельности, идентификационная экспертиза выделена в отдельный вид экспертиз.

Результатами идентификации в этом случае являются протоколы, выводы и т. д.

Идентификационная экспертиза отличается от идентификации субъектами, документальным оформлением и методами (ограниченным их числом у специалиста).

Идентификационная деятельность, направленная на решение практических задач путем исследования причинности и установления тождества объектов по их характеристикам и информации об объекте, должна основываться на принципах и располагать определенными процедурами, критериями, методами. Так, процедуры идентификации для экспертов по сертификации продукции должны быть разработаны и описаны в Правилах по сертификации однородной продукции (по закону «О техническом регулировании» – в технических регламентах). Но пока в Правилах эти процедуры подробно не описаны, а результаты идентификации предлагаются оформлять в виде протокола без выводов.

Для товароведения представляет интерес исследования криминалистов в части определения групповой (видовой) принадлежности, хотя, как указывалось выше, предметом криминалистической идентификации является индивидуально определенный объект. Поэтому нами проведен анализ основных принципов криминалистической идентификации и оценена их пригодность при проведении идентификации потребительских товаров. Правильное разрешение вопроса об идентичности возможно только при условии соблюдения ряда принципов, которые будут рассмотрены ниже.

Одним из основных принципов идентификации является разграничение сходства и тождества сравниваемых объектов. Ряд объектов, будучи индивидуальными, могут быть очень сходными, т. е. совпадать по ряду своих свойств с другими объектами. Однако полное тождество при этом может отсутствовать, и это необходимо четко отличать при идентификации. В толковом словаре русского языка слово «идентичный» трактуется как «тождественный, полностью совпадающий» [3]. Смешение сходства и тождества в практическом исследовании приводит к ошибочному отождествлению, т. е. ошибочным результатам идентификации.

Строгое разделение объектов, участвующих в процессе идентификации, на идентифицируемые и идентифицирующие также следует отнести к основным принципам идентификации. Идентифицируемые объекты – исследуемые товары, отождествление которых составляет задачу идентификации. Объекты, применяемые для решения задачи, называют идентифицирующими. Среди них выделяют сравниваемые образцы, т. е. объекты, специально изготовленные или подобранные для целей идентификации, например, стандартные образцы, аналоги, образцы-эталоны. Таковыми могут быть образцы – эталоны бытовой химии и т. п.

Задача установления критериев и проведение исследований по ним состоит в определении и сравнении свойств (показателей) исследуемых объектов. Также можно отметить, что наиболее существенной стороной критерия идентификации является его вариационность, в то время как свойства (показатели) – относительно устойчивые стороны объекта. Критерии идентификации зависят от условий, объектов, их взаимодействия, цели идентификации и этим определяется их выбор.

Представляется необходимым более подробно остановиться на рассмотрении таких понятий, как «критерий» и «показатель» идентификации, так как в товароведении эти понятия часто отождествляют.

Термин «критерий» означает «мерило оценки, суждений», а «показатель – данные, по которым можно судить о развитии или состоянии чего-либо», т. е. качественная или количественная характеристика свойства товара [5]. С учетом приведенного ранее определения идентификации можно дать понятию «критерий» следующее определение: «Критерий идентификации – признак конкретного товара, пригодный для установления его соответствия (тождества) образцу, требованиям нормативных, технических документов, а также товаросопроводительным документам и (или) группе однородных товаров».

Критерии идентификации можно разделить на две группы: общие, характерные для всех товаров, и специфические, которые свойственны конкретному товару. Их выбор определяется, прежде всего, целью идентификации. К общим критериям (существенным признакам) можно отнести такие, по которым, чаще всего, устанавливают соответствие независимо от группы товаров: наименование, название, фирма-изготовитель, функциональное назначение. По этим критериям идентификацию проводят практически всегда. Существуют также и специфические критерии, которые применяют только при идентификации ряда товаров: например, половозрастная адресованность определяется при идентификации игрушек, одежды, обуви, иногда косметики.

Термины «критерий» и «показатель идентификации» имеют существенные различия и, прежде всего, по значимости. При проведении процедуры идентификации первыми определяют

критерии, выбор которых обоснован целью и видом товара, имеющимися средствами идентификации, к которым следует относить товаросопроводительные и нормативные документы (НД), образцы-сравнения и т. д.

Перечень показателей идентификации определяется выбранными критериями, т. е. показатели являются вторичными. Следовательно, при идентификации критерии определяют набор (перечень) показателей идентификации.

Требования к критериям не определены в каких-либо нормативных документах, а требования к показателям и методы их определения установлены стандартами, ТУ и другими ТНПА на продукцию. При этом некоторые критерии – наименование, назначение товара – можно идентифицировать путем использования нескольких показателей идентификации. Например, для идентификации косметики по критерию «наименование» (шампуни, гели для душа и пены для ванн) необходимо определить, как минимум, два показателя: содержание поверхностно-активных веществ (ПАВ) и пенообразующая способность. Таким образом, показатели используют для установления (или отсутствия) тождества по ряду наиболее важных критериев идентификации.

Третье отличие критериев от показателей заключается в методах их определения. Для определения ряда критериев идентификации применяют аналитический метод (анализ документов), экспертный (визуальный осмотр упаковки и маркировки, опробование – например, пробное мытье рук мылом), иногда могут применять экспресс-методы. При этом важное значение имеет опыт эксперта. Для определения показателей идентификации применяют только органолептические и измерительные методы, характеристика которых, как правило, определена в НД на продукцию или на методы определения.

Таким образом, считаем возможным, дать следующее определение понятия: «Показатель идентификации – характеристика товара, требования к которой установлены в нормативных или технических документах, пригодная для сравнения и разрешения вопроса о тождестве».

При выборе показателей идентификации и методов для их определения придерживаются принципов достоверности, достаточности, объективности и оптимальности (экономичности). Для этого из комплекса свойств, присущих товару выбирают только те показатели (свойства), которые необходимы и в то же время достаточны для подтверждения тождества. При этом первоначально при идентификации используют более простые и доступные методы – органолептические, экспресс-методы, а затем более сложные – измерительные, экспертные.

Последовательность проведения идентификации показывает, что в соответствии с целью, и в зависимости от вида продукции, первоначально определяют критерии идентификации, затем выбирают средства, которые можно применить для идентификации выбранных критериев (нормативные и товаросопроводительные документы). При этом важное значение отводится тем документам, в которых определены нормы показателей, пригодные для идентификации, и методы их определения.

Идентификация товаров различается не только по области применения, но и по видам. В зависимости от цели и характера выделяют такие виды идентификации, как ассортиментная, качественная и партионная.

Ассортиментная идентификация – установление соответствия товара его ассортиментной характеристике, обуславливающей предъявляемые к нему требования. Этот вид идентификации применяется для подтверждения соответствия товара его наименованию, назначению, типу, марки, виду и т. п. Практически этот вид идентификации применяют во всех областях деятельности. Одним из результатов ассортиментной идентификации может быть выявление несоответствия товара, которое определяется как фальсификация. Поэтому роль ассортиментной идентификации особенно важна, когда на рынке появляются подделки.

Качественная идентификация – установление соответствия конкретного товара требованиям качества, предусмотренным нормативной и технической документацией. Этот вид идентификации позволяет выявить наличие существенных, допустимых и недопустимых дефектов, а также соответствие товарному сорту, виду, названию, указанному на маркировке и в сопроводительных документах. При этой идентификации устанавливают градации качества продукции. Если стандартная продукция подразделяется на сорта, то устанавливают соответствие товарному сорту, указанному на маркировке или в сопроводительных документах.

В группе непродовольственных товаров только часть их подразделяют на сорта: швейные, трикотажные товары, ткани. В косметической продукции определены группы для мыла туалетного на жировой основе (ординарное, экстра, детское, нейтральное). Иногда качественные характеристики определяются маркой, номером, классом и др. Однако на большую часть

непродовольственных товаров градации качества не установлены, в этом случае качественную идентификацию проводят по соответствию наименованию.

Партионная идентификация – установление принадлежности конкретного товара или его части (объединенной пробы, среднего образца и др.) конкретной товарной партии. Чаще всего критериями, по которым определяется принадлежность конкретного товара партии, являются вид упаковки, объем (масса) фасовки, изготовитель, номер партии, данные маркировки, номер товаросопроводительной накладной, дата изготовления и отгрузки. Часть этой информации должна указываться в сертификатах соответствия, особенно выдаваемых на партию продукции. Очевидна целесообразность введения способов кодирования для партионной идентификации, так как качество товаров может существенно отличаться по партиям.

В связи с тем, что большую часть товаров сейчас продают в фасованном виде, считаем необходимым выделить в отдельный вид идентификацию количества фасованного товара в упаковке. Количественная идентификация – установление соответствия фасованных товаров требованиям нормативных документов относительно объема заполнения упаковки. В странах ЕЭС контроль за количеством товара в упаковках осуществляется на государственном уровне уже около двух десятилетий. Однако в ряде стандартов и технических условиях отсутствовали единые требования к количеству фасованных товаров в упаковках (ФТУ), предъявляемые как к упакованным единицам, так и к партиям ФТУ. Так как основным определяющим признаком фасованного товара в упаковке является указание на упаковке номинального количества товаров, то к ФТУ относят большинство косметических товаров. При этом в обращение вводится не общее количество продукции, содержащейся во всех одинаковых упаковках, а количество упаковочных единиц с указанием номинального количества. Следовательно, ФТУ является не продуктом, содержащимся в упаковке, а упаковочной единицей, т. е. изделием, созданным в результате соединения продукции с упаковкой.

Следовательно, в идентификации потребительских товаров в настоящее время можно выделить четыре вида: ассортиментную, качественную, партионную и количественную. Идентификация конкретного товара может проводиться по одному или нескольким видам, что определяется целью ее проведения.

При идентификационной экспертизе косметических товаров решаются следующие задачи: установление ассортиментной группы и наименования косметической продукции; установление страны и фирмы-изготовителя; установления основного (функционального) назначения; установление массы и объема товара; установление химического состава; установление соответствия требованиям безопасности; установление даты выпуска; установление соответствия косметических товаров требованиям стандартов.

Список использованной литературы

1. **Соложенцев, В. А.** Экспертиза в таможенном деле / В. А. Соложенцев, А. В. Нестеров. – Новосибирск : Наука, 2012. – 136 с.
2. **Вилкова, С. А.** Идентификация потребительских товаров / С. А. Вилкова. – Энгельс : РИИЦ ПКИ, 2002. – 107 с.
3. **Ожегов, С. И.** Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 1997. – 944 с.
4. **Криминалистика** / под ред. Н. П. Яблокова. – М. : Юрист, 2012. – 365 с.
5. **Чечеткина, Н. М.** Товарная экспертиза : учеб. пособие / Н. М. Чечеткина, Т. И. Путилина, В. В. Горбунева. – Ростов н/Д : Феникс, 2015.