



НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

Жернова П.Є.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Обов'язковою умовою просування товару є упевненість споживача в достовірності. Це дуже важливо для покупця, який хоче користуватися саме вашим товаром. Якщо споживач купує контрафактний товар, страждає і він, і виробник, оскільки це представляє загрозу для його іміджу.

На жаль, ідентифікувати товар я можу тільки по упаковці і етикетці, а щоб спробувати напій, мені треба його купити, принести додому, заварити – здійснити комплекс дій. А чи вистачить у мене сил і часу, щоб піти замінити продукт? Тому такі важливі ознаки достовірності. Сьогодні багато виробників дійсно розуміють це і застосовують захисні технології, але, на жаль, часто нескоординовано.

Захист – поняття комплексне. Універсальна захисна система повинна містити зрозумілі ознаки достовірності для відкритого звернення в неконтрольованому, контрольованому і експертному просторі. Конкретні технології можуть використовуватися, але головна складова – інформаційна. Це може бути штрих-код, магнітна смуга, RFID, фарба, що прочитується комп'ютером, – тобто будь-яка інформація, яка дозволить прив'язати вас до інформаційного простору, до бази даних, коли ви дійсно можете перевірити інформацію через пошукову систему в Інтернеті.

Ми розглядаємо три рівні звернення товарів: неконтрольоване оточення, контрольоване оточення і експертний рівень. До неконтрольованого оточення відносяться споживачі, що не мають спеціальних знань, навичок, приладів для перевірки. Контрольоване оточення – це дилери, оптові склади, магазини, де працюють люди, що вже знають товар, мають навички по його використанню, а також первинні знання, і мають в розпорядженні прилади контролю. Третій рівень – експертний: робота йде за фактом порушення, що відбулося. Якщо ви розробляєте етикетку з використанням ознак достовірності, захисні технології першого рівня обов'язково повинні мати відкритий характер. Інформація має бути в рекламі, на етикетці, або в інших доступних для споживача місцях, щоб він міг перевірити те, що ви робите для його безпеки. Хоча, на нашу думку, перевірка є завданням продавців, правоохоронних органів і інших контрольних і наглядових органів, а не споживача. В той же час споживач повинен мати можливість самостійно перевірити достовірність продукції.

Якщо споживач не може встановити достовірність товару, захисна технологія не має сенсу. Якщо не працює другий рівень – торгові мережі, склади тощо – тим більше. Торгова мережа продає і оригінальні продукти, і фальсифіковані, а відсутність інформації на першому і другому рівнях звернення не дозволяє вилучити контрафактний продукт з обороту. Щоб зробити застосування методів захисту «прозорішим», необхідно використати уніфіковану систему, яка буде відома як мережам, що торгують, так і споживачам.



Саме тому необхідність у виборі або в удосконаленні комплексу поліграфічного захисту для окремого виробу стоїть особливо гостро. Найбільш успішним підходом в протидії фальсифікації є не просто кількісне збільшення захисних ознак, але впровадження комплексних рішень, що дозволяють розробити якісний захищений від підробок поліграфічний продукт. Надійність захисного комплексу забезпечується не досконалістю окремо взятого захисту, а збалансованим набором усебічних видів захисту, що зважає на специфіку, призначення і умови звернення продукту.

Таким чином, комплексний підхід до захисту поліграфічного виробу (етикетки, упаковки тощо) базується на застосуванні певної кількості різнопланових за технологією видів захисту. Для автоматизації такого підходу може бути створена інформаційна система, яка стане у пригоді дизайнеру поліграфічної етикетки, створивши перелік необхідних захисних поліграфічних технологій саме для даного продукту.

Для забезпечення різноплановості технологій пропонується вдосконалення класифікації видів захисту. А. Коншин [1] і М. Шарифуллін [2] виділяють п'ять груп з точки зору технолога (захист на стадії дизайну, захист за рахунок спеціальних технологій друку, захист за рахунок використання спеціальної друкарської основи, захист за рахунок використання спеціальної фарби, захист за рахунок обробки продукції). Проте ця класифікація не акцентує відмінності між захистом одного рівня, як сукупності захисних методів і технологій, що вирішують однотипну захисну задачу з порівнянною мірою ефективності залежно від реальних умов звернення реального продукту.

Андрій Крилов в серії статей «Таблиця Менделєєва» для захищеної поліграфії» [3] продемонстрував формування таблицю видів поліграфічного захисту, розподілених по рядах в порядку зростання

Подальшим розвитком цієї ідеї може стати формалізація розподілу технологій поліграфічного захисту по технологічних рядах з урахуванням міри надійності захисту [4].

Розглянута й уточнена класифікація може бути використана як обмеження в задачі лінійного програмування пошуку оптимального складу комплексного поліграфічного захисту. Мета такого обмеження – запобігти застосуванню однотипних видів захисту, максимально ускладнюючи можливість фальсифікування продукції, але знижуючи при цьому відсоток збільшення собівартості етикетки.

1. Коншин А.А. Защита полиграфической продукции от фальсификации. – М.: ООО «Синус», 1999. – 160 с.

2. Шарифуллин М. Защита прежде всего. – Журнал Publish, №7, 2000.

3. Андрей Крылов «Таблиця Менделєєва» для защищенной полиграфии. [текст]. – Компьюарт №11, 2008. – С.30-32. №12, 2008. – С.30-32.

4. Жернова П.Є., Бізюк А.В. Класифікація технологій поліграфічного захисту з урахуванням технологічних рядів. – Сборник научных трудов «Вестник НТУ «ХПИ» : Нові рішення в сучасних технологіях №68, 2012. – С.145-147.