

**Чала Ю. В.**

*к.е.н., доц.,*

**Кокотіна О. В.**

*студентка,*

**Матвійчук В. С.**

*студентка,*

*ДВНЗ «Українська академія банківської справи  
Національного банку України»*

## **ПРОБЛЕМИ ТА МЕХАНІЗМИ БОРОТЬБИ З ПІДРОБКАМИ ТОВАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ**

*В статті розглянуто механізм захисту споживачів від підробленої продукції на міжнародному ринку. Визначено та обґрунтовано основні засади функціонування державних органів, що регулюють питання боротьби з контрафактною продукцією на національних ринках.*

*Ключові слова: підробки, контрафактна продукція, державний контроль, торгова марка.*

Постановка проблеми. Проблема боротьби з контрафактною та фальсифікованою продукцією – сьогодні одна з найгостріших у світі. Обороти від її нелегального виробництва і використання непорівнянні з оборотами від торгівлі наркотиками та зброї, а також доходами від видобутку нафти. Всесвітньовідома Коко Шанель говорила: «Підробки – це вищий ступінь визнання і захоплення». Але сьогодні з нею згодні далеко не всі дизайнери, бо майже 90% одягу класу люкс, яка продається у всьому світі, – це підробка.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню проблеми підробки товарної продукції присвятили свої роботи незначна кількість

вчених: Е. Аронсон, І. Шенонз, В. Ларсон, К. Ларгері, Ю. М. Святоська, О. В. Ніколаєв, О.М. Коробіцина. Російський вчений-аналітик Ніколаєв О.В. в своїй праці «Як захистити товар від підробки» проаналізував можливі механізми захисту споживачів на ринку за допомогою спеціалізованих методів виокремлення з великої кількості товарів оригіналу [4]. Ерік Аронсон, американський маркетолог, описував механізм захисту покупців від масовості контрафактної продукції, та досліджував законодавче підкріплення даного питання [1]. Коробіцина О. М., головний редактор міжнародних публікацій «АІФ», в статті «Половина товарів, що ми купуємо – підробки» проаналізувала долю кожного виду товарів, що користується попитом у виробників контрафакту [3].

Постановка завдання. Мета статті полягає в дослідженні проблематики збільшення об'ємів контрафактної продукції та аналіз механізмів захисту продукції виробниками. Аналіз законодавчої бази, що регулює дане питання в світі.

Виклад основного матеріалу. З активним розвитком ринкової кон'юнктури та зростання конкуренції між товаровиробниками, виникла ідея вироблення продукції нижчої якості та за низьку ціну. Таким процесам сприяли як виробники так і споживачі. Проблеми стосувалися безпосередньо відомих брендів, емблеми яких виявилось не так важко підробити. Якщо люди перестануть купувати подібні товари, ринок підробок зникне сам.

В 1994 році у Франції був прийнятий закон «la Loi Longuet», що припускає штрафні санкції за покупку або володіння контрафактним товаром. У відповідності з цим законом був заснований Національний комітет по боротьбі з підробками.

У Японії державні органи працюють з Радою з стратегіям у сфері інтелектуальної власності, який знаходиться в безпосередньому

підпорядкуванні прем'єр-міністра країни. В останні роки значно зросла кількість випадків використання підроблених деталей у військовій електроніці: від збройових систем до апаратури самозахисту літаків. Саме через таку напружену ситуацію доцільно виявити органи, які регулюють питання виявлення та регулювання процесів боротьби з підробками в світі (табл. 1). Як з'ясувалося, в переважній більшості випадків підроблені деталі сумнівної якості привозиться в США з Китаю.

Таблиця 1

Органи по боротьбі з підробками в світі

Країна	Орган регулювання
США	Комітет по захисту інтелектуальної власності
Китай	Комітет з боротьби з контрафактною продукцією
Японія	Рада із стратегіями в сфері інтелектуальної власності
Україна	Український альянс по боротьбі з підробками та піратством (УАПП)

Джерело [9]

Парфуми і шампуні, ноутбуки та плеєри, шоколад і мінеральна вода, годинники та автомобільні запчастини – сьогодні навряд чи можна знайти хоч один товар, який не намагалися б підробити. Річний обсяг продажів контрафактної продукції у світі оцінюється в більше ніж 600 млрд. дол. США, компаніям-виробникам наноситься чималого збитку (рисунок 1).

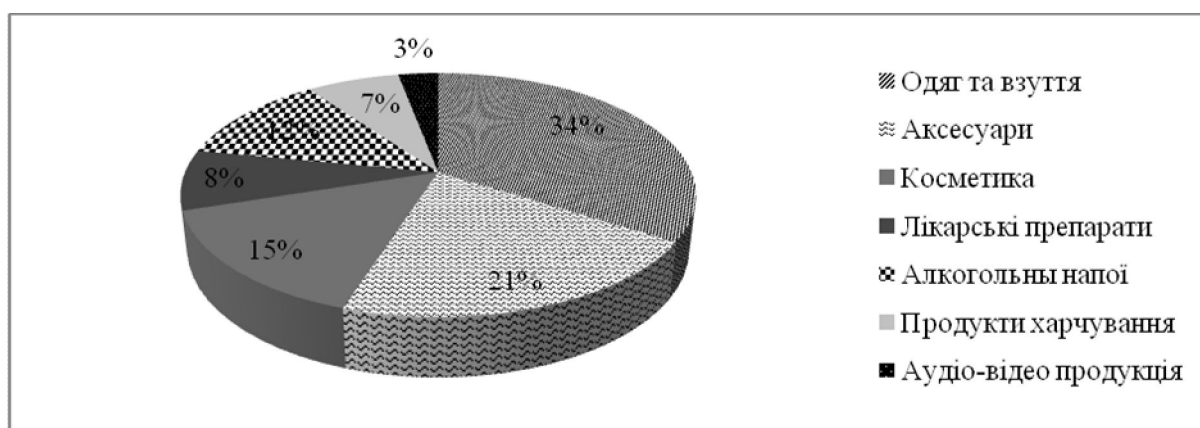


Рис. 1. Доля видів контрафактної продукції в 2012 році, % [1]

У грудні минулого року в Китаї почали продавати контрафактний варіант телефону iPhone 5, і поки шанувальники марки Apple задовольняються лише короткими заявами про те, яким буде новий айфон, китайці вже користуються власною моделлю. Журнал Forbes вибрав 8 речей, які підробляють найчастіше (табл. 2).

Таблиця 2

Топ-8 речей, які підроблюють найчастіше, за методологією Forbes

Найменування товару	Ціна		Довідкові дані
	Оригінал	Підробка	
Банкнота 50 €	-	-	€50 займає 43,5% [2]
Продукція Сочі-2014	Від 550 гривень	Від 150 грн. за футболки	102000 шт. підробленої продукції [5]
Запальнички Zippo	Від 14,95 дол. США	Від 2 дол. США	Найбільше підроблених запальничок, виготовлені на заводах Китаю [4].
Сумки Louis Vuitton	Від 650 дол. США	Від 100 дол. США	1% продукції не є контрафактним [3]
Взуття UGG	Від 120 дол. США	Від 40 дол. США	Найбільша партія «сірого» товару вилучена у Китаї.
Годинники Rolex	Від 4000 дол. США	Від 10 дол. США	Найбільше виготовлено на підпільних заводах Південно-Східної Азії
Парфуми Chanel № 5	Від 95 дол. США за 75 мл.	Від 12 дол. США	Chanel № 5 також займає одне з перших місць за кількістю підробок [5].
Сир Emmentaler	8 дол США за 225 г	Від 2 дол. США	Емменталь є одним з найбільш знаменитих сирів [1].

Джерело [5]

Лідерами з підробок у світі залишаються протягом багатьох років Туреччина і Китай. У Туреччині продовжують рости обсяги виробництва контрафакту продукції і підробки товарів. Особливо це стосується текстильної продукції, предметів розкоші, фармацевтичних препаратів.

Міжнародна торгова палата оцінює вартість контрафактної продукції, яка була імпортована з Туреччини, або вироблена в країні в суму близько 13 млрд. дол. США, це до 2013 р. Проте слід визнати, що беззаперечним лідером в цій області є Китай, де оборот контрафактної продукції складає більше 550 млрд. дол. США [3].

Що стосується постановки проблеми в Україні, то час від часу в українських засобах масової інформації говорять про проблему підробної продукції на українському ринку [2]. 75% продукції на українському ринку не відповідає вимогам нормативних документів. Відвідавши будь-який ринок нашої країни можна побачити безліч підробок в будь-якому вигляді. На сьогоднішній день контрафактом в Україні є 35% продукції відомих іноземних брендів [2]. Головним органом, що займається врегулювання даного питання в країні є Український альянс по боротьбі з підробками та піратством (УАПІ), але ринки контрафактної продукції на вітчизняних ринках невпинно зростають.

Отже, держава має посилити контроль над поширенням підробок та встановити жорсткіше покарання за торгівлю фальсифікатом. Як показує європейський досвід у цій сфері, добра політична воля здатна подолати підробки навіть за наявності недосконалої законодавчої бази [3].

Головним чином для українців підробляють парфуми, одяг, алкогольні напої, а також продукти харчування. Але з невідомих причин це не може змусити учасників ринку захищати свої права на інтелектуальну власність своїх торгових марок.

Для того щоб відрізнити підробку від оригіналу пропонуємо наступні кроки:

- аналіз офіційного сайту виробника для співставлення ціни та деталей оригінальної продукції;

- речі від брендового виробника супроводжуються серійним номером та сертифікатами, які обов'язково мають бути в наявності в торгових точках;

- охайність товарної одиниці (текстура матеріалу, шви, лейби, якість);

- пакування. Брендіві речі зазвичай поставляються з умовами індивідуального пакування кожної одиниці в фірмову обгортку;

– місце продажу. Недовіра до стихійних ринків, оформлення торгової точки (продукція розміщена згідно колекції або торгових марок).

На сьогодні наукові та дослідницькі центри розробляють ряд технологій для ефективного захисту товарів на міжнародних ринках. Відносно недавно вчені з IBM запатентували технологію нанозображень. Даний спосіб передбачає розпорошення по поверхні документа нанорозмірних флуоресціюючих точок з полістиролу і світяться різними кольорами (червоний, зелений і синій) [4].

Також розроблено системи контролю справжності товару RFID в якій знаходиться мітка, що представляє собою тонку етикетку з нанесеними на неї антеною і чіпом, з можливістю безконтактного читання і запису інформації, причому мітка може бути захована всередину товару або упаковки. Підробити мітку неможливо [3].

В кожній країні світу існують центри розробок захисних елементів для кожного виду продукції. Частіше за все такі інноваційні дослідницькі центри знаходяться поряд з технопарками. Що стосується сучасних брендів, то відомі компанії, продукція яких підроблюється найчастіше мають в своїх підрозділах відділи з методології захисту від підробок. Елементи розробок та їх суть найчастіше відображені в інформаційних довідниках на офіційних сайтах виробників.

Висновки. Виходячи з проведеного дослідження можемо зробити висновок, що проблема підробок товарної продукції є актуальною на сьогодні, але потребує суттєвого аналізу та розробки. Лідируючі позиції з виробництва контрафакту займає Китай і незважаючи на створення органів, щодо регулювання даної проблематики, виникає необхідність проаналізувати її діяльність на предмет ефективності. Відомі бренди намагаються самостійно впоратися з цією проблемою, але наведені в дослідженні дані демонструють негативні тенденції в цьому напрямі. Для впровадження запропонованого нами механізму необхідно раціонально

проаналізувати сутність вибору кожного споживача окремо, адже купуючи підробку ми порушуємо права інтелектуальної власності, фінансуємо організовану злочинність, сприяємо зростанню безробіття в світі, і в кінці-кінців створюємо загрозу власному здоров'ю. Кожна людина, купуючи підробку оцінює всі за і проти та добровільно або несвідомо йде на такий крок. Неefективність національної законодавчої бази з регулювання даної проблематики підкладає під сумнів діяльність державних органів та не захищає ринки від нарощування об'ємів підробленої товарної продукції.

«Слідувати моді – смішно, не слідувати – нерозумно» (Коко Шанель). Необхідно бути більш обачними, адже ми знаходимося в соціумі, який має на увазі не тільки культуру поведінки, але й культуру зовнішнього вигляду.

### **Список використаної літератури**

1. Аронсон Э. Борьба с подделками. [Електронний ресурс] // Режим доступу: // [evolution.skf.com/ru/%](http://evolution.skf.com/ru/%)
2. Кононенко О. Проблеми контрафактної продукції України. Український центр проблем стандартизації, сертифікації та якості. [Електронний ресурс] – Режим доступу: // [www.ukrndnc.org.ua/index.php?Itemid=42&id=18&option=com\\_content&sectionid=5&task=category](http://www.ukrndnc.org.ua/index.php?Itemid=42&id=18&option=com_content&sectionid=5&task=category)
3. Biannual information on euro banknote counterfeiting .European Central Bank. [Електронний ресурс] Режим доступу: // [www.ecb.int/press/pr/date/2011/html/pr110117.en.html](http://www.ecb.int/press/pr/date/2011/html/pr110117.en.html)
4. Database. LV. [Електронний ресурс] – Режим доступу: // [www.louisvuitton.com/front/#/dispatch](http://www.louisvuitton.com/front/#/dispatch)
5. RFID technology system. [Електронний ресурс] – Режим доступу: // [www.rfidjournal.com/](http://www.rfidjournal.com/)

**ЧАЛАЯ Ю. В., КОКОТИНА О. В., МАТВИЙЧУК В. С. ПРОБЛЕМЫ И МЕХАНИЗМЫ БОРЬБЫ С ПОДДЕЛКАМИ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ**

*В статье рассмотрен механизм защиты потребителей от поддельной продукции на международном рынке. Определены и обоснованы основные принципы функционирования государственных органов, регулирующих вопросы борьбы с контрафактной продукцией на национальных рынках.*

**Ключевые слова:** подделки, контрафактная продукция, государственный контроль, торговая марка.

**CHALA Y. V., KOKOTINA O. V., MATVIYCHUK V. S. PROBLEMS AND MECHANISMS OF AGAINST THE COUNTERFEITING OF COMMODITY PRODUCTS IN INTERNATIONAL MARKETING**

*In the article is considered the mechanism of protecting consumers from fake products in the international market. Determined and grounded basic principles of functioning of government agencies which regulate issue of enforcement of counterfeit products in national markets.*

**Keywords:** fake, counterfeit products, government control, the brand name.