

УДК 339.5

МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОТИДІЇ КОНТРАФАКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

В. С. Дяченко

к.е.н., доцент кафедри кібербезпеки, ІТ та економіки
Київського університету інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія» (м. Київ).

ORCID-0000-0002-0055-9256

Н. П. Дяченко

к.н.держ.упр., доцент кафедри кібербезпеки, ІТ та економіки
Київського університету інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія» (м. Київ).

ORCID-0000-0002-4306-7665

MECHANISMS ENSURING OF THE EFFICIENCY OF THE COMBATING OF THE COUNTERFEITING ACTIVITIES

V. S. Diachenko

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Cybersecurity,
IT and Economics, Kyiv University of Intellectual Property and Law, National
University "Odesa Law Academy" (Kyiv).

ORCID-0000-0002-0055-9256

N. P. Diachenko

Candidate of Sciences in Public Administration, Associate Professor of the
Department of Cybersecurity, IT and Economics, Kyiv University of Intellectual
Property and Law, National University "Odesa Law Academy" (Kyiv).

ORCID-0000-0002-4306-7665

Анотація: Досліджено, що контрафактна діяльність, маючи глобальний характер, присутня у всіх країнах та є загальносвітовою проблемою. Виявлено,

що частка торгівлі контрафактною продукцією складає близько 3,3 % загальних обсягів світової торгівлі. Ідентифіковано наслідки перебування в обігу контрафактної продукції, серед яких загроза формуванню засад сталого економічного державного розвитку, криміналізація товарного ринку та ін. Наголошено, що з метою комплексного захисту бізнес середовища від контрафактної продукції необхідно системно здійснювати моніторинг потенційної контрафактної діяльності, ретельно систематизувати докази для ініціювання процесуальних дій, здійснювати реєстрацію торговельних марок та інших об'єктів інтелектуальної власності в митних органах.

Ключові слова: об'єкти права інтелектуальної власності, контрафактна діяльність, контрафактна продукція.

Abstract: *It has been investigated that counterfeit activity, having a global character, is present in all countries and is a worldwide problem. It was found that the share of trade in counterfeit products is about 3.3% of the total volume of world trade. The consequences of counterfeit products being in circulation have been identified, including a threat to the formation of the foundations of sustainable economic state development, criminalization of the commodity market, etc. It was emphasized that in order to comprehensively protect the business environment from counterfeit products, it is necessary to systematically monitor potential counterfeit activity, carefully systematize evidence for initiating procedural actions, and register trademarks and other intellectual property objects with customs authorities.*

Keywords: objects of the intellectual property rights, counterfeit activity, counterfeit products.

Контрафактна діяльність, маючи глобальний характер, присутня у всіх країнах та є загальносвітовою проблемою, адже частка торгівлі контрафактною продукцією складає близько 3,3 % загальних обсягів світової торгівлі, зокрема, у 2019 році контрафактна продукція становила 6 % загального обсягу імпорту ЄС, спричинивши втрату 670 тис. робочих місць та 15 млрд євро податкових

надходжень [1]. Контрафактна діяльність є передумовою формування глобальних соціально-економічних ризиків, загрожуючи діяльності відповідального бізнесу (який сплачує податки), створюючи ризики економікам держав та добробуту громадян.

Серед наслідків перебування в обігу контрафактної продукції варто виокремити:

- загрозу формуванню засад сталого економічного державного розвитку;
- криміналізацію товарного ринку;
- нівелювання стимулів відповідального бізнесу до інноваційної діяльності;
- загрозу здоров'ю громадян, адже контрафактна продукція наявна й у сфері харчування та фармакології;
- загрозу безпеці споживачів, адже контрафактними товарами не проходять перевірку на відповідність якості, що, у свою чергу, обумовлює можливість негативних наслідків при їх використанні для здоров'я чи безпеки користувачів;
- завдання шкоди комерційній цінності певного бренду шляхом знецінення його оригінальних властивостей у споживачів;
- погіршення якості, оскільки контрафактні товари, як правило, не мають такої якості, як оригінальна продукція тощо.

Самевтрата прибутку правовласником від обігу на товарному ринку контрафактної продукції обумовлює потребу активізації зусиль правовласників щодо зміцнення правової охорони об'єктів права інтелектуальної власності, зокрема шляхом виявлення та вилучення контрафактної продукції в роздрібних точках продажу; виявлення та знешкодження майстерень виготовлення контрафактної продукції чи її складників; ідентифікації логістичних маршрутів та вилучення контрафактної продукції під час її транспортування до точок збуту; здійснення моніторингу онлайн-пропозицій чи реклами контрафактної продукції тощо.

Серед напрямів інтенсифікації діяльності правовласників щодо зміцнення правової охорони об'єктів права інтелектуальної власності варто наголосити на:

- потребі системної співпраці з урядом[2], зокрема шляхом виявлення, розслідування, здійснення експертизи та вилучення контрафактної продукції;

- більш активному співробітництві з представниками сфери роздрібною торгівлі з метою вмотивування їх до реалізації виключно оригінальної продукції;

- активізації співпраці з логістичними фірмами (веб-сайтами, платформи, порталами, платіжними системами, перевізниками тощо) [3], адже взаємопов'язаність посередницьких каналів роблять їх привабливими для транспортування контрафактної продукції;

- необхідності активізації інвестування в розробку технічних рішень, які б могли зробити оригінальну продукцію економічно не вигідною для контрафактного виробництва та складнішою для копіювання.

Підсумовуючи викладене, стає зрозумілим, що позиція правовласника у контексті антиконтрафактної діяльності має бути провідною та проактивною. Адже саме від його дій чи бездіяльності, щодо охорони та захисту власних прав ІВ, залежить обсяг контрафактної продукції під його брендами на ринку.

Окрему нішу на ринку контрафактної продукції займають підроблені алкогольні напої, зокрема:

- системна заправка використаних пляшок та постачання їх у бари та ресторани;

- повторна заправка використаних пляшок елітних напоїв та постачання їх у роздрібну мережу;

- промислові та транснаціональні об'єднання злочинного характеру, для яких виготовлення контрафактних алкогольних напоїв є одним з напрямів, зокрема –

- відмивання грошей;

– постачальники пляшок, етикеток, ковпачків, ароматизаторів та товарів за зовнішнім виглядом схожих на оригінальну алкогольну продукцію.

Така діяльність має тенденцію до зростання, а відтак, зростають й негативні наслідки, серед яких:

– ризик для здоров'я споживачів, адже в підроблених алкогольних напоях зазвичай використовують замінники етанолу;

– фінансове зростання криміногенних угруповань, що сприяє посиленню їх руйнівного соціально-економічного впливу.

– нівелювання стимулів до інноваційної діяльності та інвестування, а відтак, виступає гальмуючим чинником довгострокового економічного зростання;

– недоотримання бюджетних коштів.

З метою комплексного захисту бізнес середовища від контрафактної продукції необхідно:

– системно здійснювати моніторинг потенційної контрафактної діяльності;

– ретельно систематизувати докази для ініціювання процесуальних дій;

– підтримувати дієві комунікаційні зв'язки з адміністраціями маркетплейсів, власниками веб-сайтів та іншими представниками з метою видалення контрафактної продукції та блокування механізмів її розповсюдження;

– з метою запобігання ввезення контрафактної продукції в Україну здійснювати реєстрацію торговельних марок та інших об'єктів інтелектуальної власності в митних органах тощо

Захист від розповсюдження контрафактної продукції є підґрунтям для формування довіри споживачів, зростання прибутковості підприємницької діяльності, а відтак, забезпечить сталий економічний розвиток держави.

Література

1. Дослідження щодо контрафакту. Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій. 01.04.2024.

URL: <https://nipo.gov.ua/opytuvannia-kontrafaktni-tovary/> (дата звернення: 17.04.2024).

2. Дяченко В. С., Дяченко Н. П. Публічний digital-маркетинг як елемент державної інформаційної політики. Наукові перспективи. 2024. № 2 (44).С.245-254. DOI:10.52058/2708-7530-2024-2(44)-245-254(дата звернення: 17.04.2024).

3. Дяченко В. С., Дяченко Н. П. Особливості державної політики щодо забезпечення права інтелектуальної власності у сфері цифрових технологій. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2024. №2. DOI: 10.32702/2307-2156.2024.2.17(дата звернення: 17.04.2024).