

АНАЛІЗ РИЗИКІВ МИТНОГО КОНТРОЛЮ ФАЛЬСИФІКОВАНОЇ ТА КОНТРАФАКТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. У статті розглядаються поняття фальсифікованої і контрафактної продукції, а також оцінюється ступінь ризику обігу такої продукції на прикладі підакцизних товарів. Наводиться логічно-структурна схема управління ризиками з боку митних органів, потенційні наслідки від впровадження автоматизованої системи контрольо-попереджувального моніторингу в сфері обігу підакцизних товарів.

Ключові слова: фальсифікація, контрафактні товари, аналіз ризику, митний контроль, експертний заклад

Yemchenko I., Mykytyn O.

CUSTOMS RISK ANALYSIS OF FALSIFIED AND COUNTERFEIT GOODS

Summary. The article deals with the issue of false and counterfeit products, as well as assessing the level of risk of circulation of such products at the example of excisable goods. The logical and structural diagram of risk management by the customs authorities, potential consequences of introduction the automated system of control and preventive monitoring in the sphere of circulation of excisable goods are provided.

Keywords: falsification, counterfeit goods, risk analysis, customs control, expert institution

1. Вступ

Як свідчить світова практика, ринок контрафактної продукції існує практично у всіх країнах. Основними причинами існування такого явища є низький рівень доходів населення, нижча ціна підробної продукції, наявність умов для тіншової кримінальної економіки. До того ж, такі чинники, як недосконалість необхідної нормативно-правової бази для перешкодження появи на ринку підробних товарів, недостатня координація діяльності зацікавлених державних органів в галузі запобігання виробництву і обігу фальсифікованої продукції сприяють процвітанню контрафакції. На думку дослідників, контрафакції та фальсифікації піддають переважно товари широкого вжитку: одяг, взуття, прикраси, товари культурно-побутового призначення; косметичні, парфюмерні та мийні засоби; фармацевтична продукція; алкогольні і безалкогольні напої; консервовані вироби з риби, м'яса; тютюнові вироби; аудіо-відеопродукція, комп'ютерні програми.

Збільшення попиту на товари і продукцію у цьому світі і відсутність достатньо сильних правозахисних механізмів, необхідних для легітимної підтримки цього попиту й виробництва, залишають прогалини у системі, які опановують фальсифікатори, заповнюючи їх контрафактними товарами [1]. Існує певна оцінка частки нелегальної контрафактної продукції на світовому ринку, яка становить від 5% до 7% від загального торговельного обігу. Щорічно втрачає робочих місць внаслідок актів порушення становлять 120 тис. у США і 100 тис. – у країнах ЄС.

Проблемам фальсифікації і контрафакції товарів присвячені дослідження українських (Дубініна А. А., Притульська Н. В.) і зарубіжних (Ніколаєва М. А., Нестеров А. В.) науковців. Проте, на наш погляд, залишаються недорозвинутими поняття таких дефініцій в галузі митної справи і митного контролю.

Таким чином, запобігання та боротьба з контрафакцією є однією з актуальних проблем світу і зокрема України. Тому вкрай необхідно з теоретичної точки зору розглянути та дати оцінку понять контрафактні товари і продукція і оцінити ступінь ризику.

2. Результати досліджень

Фальсифікація (від лат. falsifico – підробляю) – це дії, які спрямовані на обдурювання отримувача і (або споживача) шляхом підробки об'єкту купівлі-продажу з корисливою метою [2]. У широкому розумінні фальсифікацію можна розглядати як дії, спрямовані на погіршення споживчих властивостей товару або зменшення його кількості при зберіганні найбільш характерних показників, які не є суттєвими для споживача.

Свідоме спотворення цих даних або неточне чи помилкове їх подання, насамперед у товарному маркуванні, є підставою для того, щоб вважати виріб фальсифікованим. Найчастіше в носіях виробничого товарного маркування не вказується (або ж вказується неправильно) країна походження виробу і фальсифікується *итриховий код*. Досить часто підробляються товарні марки (товарні знаки та логотипи) відомих виробників, тобто ті, що мають

ознаки бренду. У цьому випадку матеріальних і моральних збитків зазнає не тільки споживач, а й виробник, який є власником товарної марки, котра підробляється.

За оцінками європейських фахівців, близько 20 % усіх споживних товарів – контрафактні, а частка їх на українському ринку, на думку експертів, сягає залежно від товарної групи від 30 до 90 %. Для сумлінного виробника (продавця) фальсифікація означає порушення їх прав на об'єкти інтелектуальної (промислової) власності, а значить – потенційні фінансові збитки.

У міжнародній практиці явищем недобросовісної конкуренції згідно положення Паризької конвенції про охорону промислової власності вважається «... всякий акт конкуренції, який суперечить чесним звичаям у промислових і торгових справах». Там же вказано, що актом недобросовісної конкуренції визнані «... всі дії, які здатні якимось способом викликати помилкове сприйняття відомостей стосовно підприємства, продуктів або промислової чи торговельної діяльності конкурента; помилкові судження при здійсненні комерційної діяльності, які здатні дискредитувати підприємство, продукти або промислову чи торговельну діяльність конкурента; вказівки або судження, використання яких при здійсненні комерційної діяльності може ввести громадськість в оману стосовно характеру, способу виготовлення, властивостей, здатності до використання або кількості товарів» [3].

Внаслідок використання методів (дій, способів, прийомів) недобросовісної конкуренції для господарюючого суб'єкта може відбутися досягнення неправомірних переваг у конкуренції. У Законі України «Про захист від недобросовісної конкуренції» нею, зокрема вважаються такі дії:

- неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки;
- неправомірне використання товару іншого виробника;
- копіювання зовнішнього вигляду виробу;
- порівняльна реклама.

Неправомірним використанням чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки вважається їх використання без дозволу уповноваженої на те особи. Це стосується чужого імені, фірмового найменування, знаків для товарів і послуг, інших позначень, а також рекламних матеріалів, упаковки товарів.

Неправомірним використанням товару іншого виробника вважається введення у господарський обіг під своїм позначенням товару іншого виробника шляхом змін чи зняття позначень виробника без дозволу уповноваженої на те особи.

Перші три з перерахованих вище груп дій (способів, прийомів чи методів) у практиці комерційної діяльності переважно зустрічаються під такими назвами, як контрафакція, обманна імітація, обманне маркування, підміна товарів чи послуг ("to pass off").

Контрафакцією у практиці комерційної та юридичної діяльності найчастіше називають копіювання товарного знаку або його істотних елементів,

або інших елементів бренду (фірмового найменування, форми, упаковки, зовнішнього оформлення) для діяльності, ідентичної або подібної до діяльності власника знака або інших елементів бренду [4].

Поняття «контрафакція» походить з латинського «contrafactio», пізніше з французького «contrefaçon», що означає «підробка». Перше відоме використання англійського слова «counterfeit» відноситься до XIV-XV ст. [5].

Відповідно до Великого тлумачного словника В. Даля «контрафакція – это подделка, недозволенная перепечатка книг, в ущерб законному их издателю» [6].

Згідно з Регламентом № 3295/94 Ради Європейського співтовариства від 22 грудня 1994 р. до підроблених – контрафактних товарів віднесені: товари, включаючи упаковання, на якому без одержання законного дозволу проставлені торгова або товарна марка, ідентична товарній або торговельній марці, зареєстрованій належним чином для того ж виду товарів, або яку не можна відрізнити належним чином для того ж виду товарів, або яку не можна відрізнити за основними зовнішніми ознаками від такої товарної або торговельної марки, що завдає шкоди правам законного володільця такої марки відповідно до законодавства Світовариства або законодавства держави-члена, за яким передбачається звернення з заявою до митних органів; будь-який із знаків марки (логотип, етикетка, наклейка, проспект, інструкція з користування, гарантійний талон), навіть наданий окремо, на тих же умовах, що й вищезазначені товари; тара і упаковання, на яких проставлені підробні товарні марки, подані окремо, на тих же умовах, що й вищезазначені товари. Контрафакція заборонена правилами СОТ (WTO) [7].

Термін «контрафактні товари» визначений у ст. 4 МКУ як товари, що містять об'єкти права інтелектуальної власності, ввезення яких на митну територію України або вивезення з цієї території є порушенням прав інтелектуальної власності, що охороняється відповідно до закону [8].

Обманна імітація – це приблизне відтворення чужого знака (марки, асортиментної назви, фірмового найменування тощо), котре потенційно спроможне викликати небезпеку сплутання оригінального та імітованого знаків (або всіх, перерахованих вище, його видових понять). У практиці недобросовісної конкуренції використовується ототожнення імітованих марок з тими, що вже добре себе зарекомендували. Найпоширенішим шляхом є написання імітованих марок однотипними з оригінальними марками шрифтами (наприклад Nemigov замість Nemigoff та інші), а також – створення подібних, на перший погляд, візуальних знаків (зображень, етикеток, колірних композицій тощо).

Обманне маркування – це свідоме використання з комерційною метою справжнього, оригінального знака іншої юридичної особи (власника знаку) для позначення своїх товарів або послуг. Наступним за частотою свідомого спотворення об'єктом у маркуванні є дати виготовлення виробів,

а також терміни та умови їх реалізації чи зберігання. При цьому у практиці торгівлі трапляються випадки прямого незаконного перемаркування дат чи продовження термінів (так званого "перебивання").

Штриховий код (ШК) – це знак, що забезпечує автоматизовану ідентифікацію та автоматизований облік інформації про товар. Слід відзначити, що на початках застосування ШК їх могли впроваджувати тільки крупні фірми, які завоювали престиж і підтримували його за рахунок високої якості продукції. Тоді ШК на упаковці не тільки підіймали престиж фірми, але виконували роль реклами, тому в цей період ШК асоціювалось у споживача з товарами, якість яких відповідала підвищеним вимогам. Однак масове поширення ШК привело до кодування всіх товарів, незалежно від їх якості і престижу фірм-виробників, до того ж, самі ШК стали об'єктом фальсифікації. Цей вид інформаційної фальсифікації супроводжує інші її види (асортиментну, фальсифікацію якості, контрафакцію тощо) [9].

Найчастіше до фальсифікації та контрафакції вдаються щодо товарів (продукції), що мають значний торговельний обіг, зокрема підакцизні товари. Виробництво і розповсюдження контрафактної і фальсифікованої продукції наносить значні збитки фірмам-власникам і державі (рис. 1).

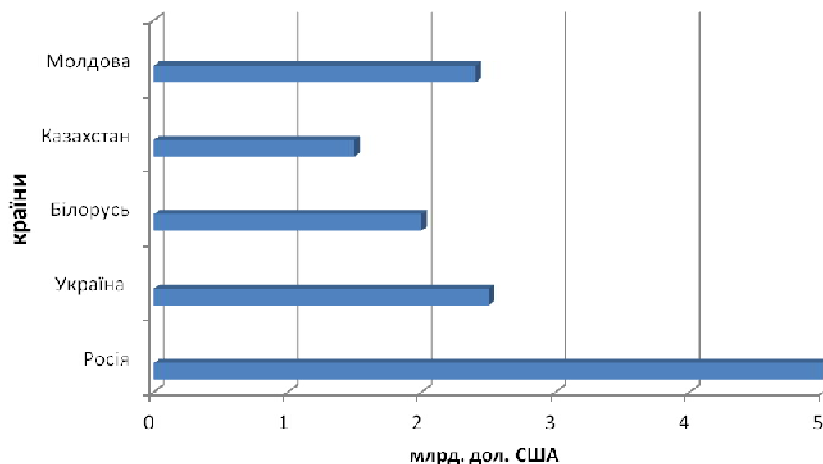


Рис. 1. Щорічні збитки від виробництва і розповсюдження контрафактної і фальсифікованої горілчаної продукції у країнах (у млрд. дол. США) [2].

У Митному кодексі України (МКУ) існують поняття, аналогічні фальсифікованим і контрафактним товарам: недекларування товарів (ст. 472), переміщення товарів через митний кордон України з порушенням прав інтелектуальної власності (ст. 476), переміщення або дії, спрямовані на переміщення товарів через митний кордон України з приховуванням від митного контролю (ст. 483), зберігання, перевезення чи придбання товарів,

ввезених на митну територію України поза митним контролем або з приховуванням від митного контролю (ст. 484), дії, спрямовані на неправомірне звільнення від сплати митних платежів чи зменшення їх розміру, а також інші протиправні дії, спрямовані на ухилення від сплати митних платежів (ст. 485) [8].

На митному кордоні товар, зокрема фальсифікований і контрафактний, може переміщуватися, якщо митна декларація оформлена правильно, оскільки ідентифікувати товар за короткий час митного контролю посадова особа митного органу практично не може. Це можна зробити шляхом експертного дослідження. Проте митні експертні заклади виявляють не наявність фальсифікованих і контрафактних товарів, а наявність ознак недостовірного декларування товарів, з метою внесення митних платежів та інших податків.

У системі експертних закладів України Спеціалізована лабораторія з питань експертизи та досліджень (СЛЕД) Міністерства доходів і зборів України посідає особливе місце, оскільки вона здійснює експертні дослідження для митних і податкових органів [10]. Одним із завдань, покладених на СЛЕД, є участь у розробленні і наповненні профілів ризику та здійснення аналітичної роботи з метою виявлення та оцінки ризиків, умов і чинників, що зумовлюють їх виникнення [11, 12].

Аналіз проблемної ситуації у сфері обігу підакцизних товарів свідчить про недосконалість контрольних заходів з боку як державних контролюючих, так і митних органів. Згідно із 24т. 361 МКУ під ризиком розуміється ймовірність недотримання вимог законодавства України з питань державної митної справи. Тому важливим є виділити складові системи Управління ризиками (рис. 2).



Рис. 2. Структуро-логічна схема визначення поняття «Управління ризиками» [8].

Управління ризиками є ефективним інструментом прискорення товарообігу у міжнародному ланцюгу поставок товарів «виробник-споживач». Митні органи застосовують систему управління ризиками з метою визначення товарів, які підлягають митному контролю, форм та обсягу митного контролю [13] (рис. 3).

Діяльність митних органів з оцінки та управління ризиками полягає у формуванні інформаційної бази даних системи управління ризиками та в аналізі, виявленні та оцінюванні ризиків.

Практична відсутність науково-дослідних розробок зазначених проблем, з одного боку, а з іншого – відсутність комплексної системи контролю



Рис. 3. Мета застосування системи управління ризиками [5].

Аналіз ризику – це систематичне використання митними органами наявної у них інформації для визначення обставин та умов виникнення ризиків, їх ідентифікації і оцінки ймовірних наслідків недотримання вимог законодавства України з питань державної митної справи (ст. 362 МКУ). Об'єктами аналізу ризиків є:

- характеристики товарів, транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України;
- характер зовнішньоекономічної операції;
- характеристика суб'єктів, що беруть участь у зовнішньоекономічних операціях.

за обігом підакцизних товарів сприяє вчиненню ухилень від оподаткування та тінізації відносин у даній сфері. При цьому завдається значна матеріальна шкода як окремим комерційним структурам, так і суспільству в цілому.

Розв'язанню зазначених проблем, на нашу думку, може сприяти розроблення та впровадження всебічно вивіреної і науково обгрунтованої автоматизованої системи контрольно-попереджувального моніторингу в сфері обігу підакцизних товарів на основі ідентифікації продукції (табл. 1).

Впровадження автоматизованої системи контрольно-попереджувального моніторингу в сфері обігу підакцизних товарів (АСКПМ) [11]

Складові АСКПМ	
підсистема спеціального декларування руху всіх видів підакцизних товарів	підсистема ідентифікації щодо виявлення фальсифікації всіх видів підакцизних товарів
Мета	
самодокументування руху підакцизних товарів їх виробниками та іншими суб'єктами підприємницької діяльності	Організація і технічне забезпечення комплексних перевірок роздрібною мережі контролюючими, фіскальними та правоохоронними органами у складі фахівців експертів і посадових осіб
Елемент механізму	
спеціальна декларація про рух підакцизних товарів в електронному вигляді	Лабораторна перевірка якості підакцизної продукції і підтвердження легальності її введення в обіг
Потенційні наслідки впровадження	
опір з боку суб'єктів підприємницької діяльності, потреба особливої уваги в процесі її розроблення	-зацікавленість законослухняних виробників-підприємців, сприяння захисту їх продукції від підробки та усунення можливості реалізації фальсифікованої продукції під їх ТМ; -підвищення оперативності контролю якості і легальності походження; -спрощення взаємин між виробниками і постачальниками; -підвищення рівня податкових надходжень. -ефективність захисту прав споживачів

3. Висновки

Таким чином, на даний час існуючі визначення понять «фальсифікація» і «контрафакція» на практиці досить часто ототожнюються. Необхідно розробляти і провадити планові моніторингові дослідження щодо переміщення підакцизних товарів та оцінювати ступінь ризику. Актуальним для подальших досліджень є визначення критеріїв віднесення товарів (продукції) до контрафакції і фальсифікації у митному аспекті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Симонян Ю. Ю. Що до визначення термінів «піратство» і «контрафакція» // Ю. Ю. Симонян / Митна справа. – № 5 (83), 2012. – С. 85-91
2. Словник іншомовних слів / [за ред. чл.-кор. АН УРСР О. С. Мельничука]. – К.: Голов. ред-я Укр. Радянськ. енциклопедії, 1977. – С. 69
3. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року
4. Полікарпов І. С. Ідентифікація товарів [Текст] : підруч. для студ. вузів / І. С. Полікарпов, А. П. Закусілов. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 340 с.
5. Merriam-Webster Dictionary Online [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.merriam-webster.com/dictionary/counterfeit>
6. Даль В. Толоковый словарь русского языка. – [Электронный ресурс.] – Режим доступу : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/dal/10.php
7. Чеботарьов В. Піратство у сфері авторського права і суміжних прав / В. Чеботарьов, В. Троїцька. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://patent.km.ua/ukr/articles/i299>.

8. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI (4495-17) Редакція від 28.04.2013, підстава 183-18 [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>

9. Методи визначення фальсифікації товарів: підручник / [А. А. Дубініна, І. Ф. Овчиннікова, С. О. Дубініна та інші] – К.: «Видавничий дім «Професіонал», Центр учбової літератури, 2010. – 272 с.

10. Про утворення територіальних органів Міндоходів : Постанови КМУ від 20 березня 2013 р. № 229 // Офіційний вісник України. – 2013. – № 28. – Ст. 951

11. Положення про спеціалізовану лабораторію з питань експертизи та досліджень Міндоходів : Наказ Міністерства доходів і зборів від 29.05.2013 року № 133. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nst/link1/MDS00145.html

12. Карпенко Г. Л. Місце і роль спеціалізованої лабораторії з питань експертизи та досліджень в системі органів Міністерства доходів і зборів України / Г. Л. Карпенко // Митна справа № 4 (88). – 2013. – С. 69-75

13. Терещенко С. С. Управління ризиками – ефективний інструмент прискорення товароруху у міжнародному ланцюгу поставок товарів «виробник-споживач» / С. С. Терещенко, С. В. Галько // Товарознавство і торговельно-підприємництво: дослідження, інновації, освіта : Матеріали Міжнародної наук.-прак. конф. (6-7 квітня 2011 р., м. Київ). – С. 266-268.