

условиях целесообразно сертифицировать товары, содержащие формулу зарегистрированного патента по системе добровольной сертификации «Марка года». Процедура добровольной сертификации предполагает участие изобретателя в разработке требований к качеству новой продукции и методов ее испытаний. В дальнейшем все похожие товары будут проверяться на фальсификацию и контрафактность.

Таким образом, патенты подтверждают право запрещения использования какого-либо изобретения без согласия изобретателя. При осуществлении экспорта продукции, содержащей патентную формулу, условием защиты прав интеллектуальной собственности является подтверждение патента и добровольная сертификация новой продукции.

1. Патентная экспертиза за рубежом / А.А. Шестимитов, И.В. Полонская, В.Н. Фетина, Б.М. Кабалкина. – М., 2005.

2. Кузнецова, И.В. Интеллектуальная собственность в современной экономике / И.В. Кузнецова. – М., 2005.

3. Андрощук, Г.А. Патентное право: правовая охрана изобретений / Г.А. Андрощук. – Киев, 2005.

ПРИЗНАКИ КОНТРАФАКТНОСТИ КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ, ВВОЗИМЫХ НА ТЕРРИТОРИЮ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Коховец М.К., БНТУ

Научный руководитель: канд. ист. наук Довнар Л.А.

Косметические товары являются распространенным объектом контрафакции. Согласно статистическим данным, от 30 до 50 % находящейся в обращении косметической продукции являются контрафактной или фальсифицированной. Вред, наносимый контрафактной и фальсифицированной косметической продукцией, сложно переоценить. Во-первых, это непоступление налоговых и иных платежей в бюджеты государства и государственные внебюджетные фонды, по оценкам специалистов, ежегодные убытки составляют по Республике Беларусь от 0,5 до 1,4 млрд долларов

США. Во-вторых, это ущерб репутации владельцам авторских прав на продукцию и прав на товарные знаки. В-третьих, вред здоровью потребителей,

т. к. контрафактная продукция как правило фальсифицирована по качественному составу. Данный доклад посвящен методике обнаружения контрафактной продукции в процессе таможенного оформления.

Признаки контрафактности косметической продукции могут быть обнаружены в процессе визуального осмотра. В первую очередь следует обратить внимание на изображение товарного знака, который должен полностью соответствовать по тексту и изображению товарному знаку предприятия-изготовителя, указанного в товаросопроводительных документах. Перевозчики контрафактной продукции склонны слегка изменять его изображение при сохранении основных элементов. Например, изображение крокодила – элемента товарного знака фирмы «Lacoste» фальсифицируется путем перемены ракурса, размеров, цвета и расположения на продукции. Само название фирмы «Lacoste» на контрафактной продукции нередко пишется с небольшими искажениями: «Lacost», «Lacosta», «Larosee», «Lacosstel», «Lacostar».

Следующим этапом органолептического анализа косметической продукции является определение соответствия упаковки основным критериям оригинального товара. Признаками контрафактности являются: блеклый цвет, расплывчатый контур букв, ошибки в тексте, слабо прилегающая полиэтиленовая оболочка.

Крупные производители косметики, осуществляющие официальные поставки в Республику Беларусь, обязательно снабжают каждый товар информацией на русском языке. Нерусифицированная этикетка, неполный перевод состава и инструкции по применению свидетельствует о контрафактности продукции либо об ее незаконном ввозе (сером импорте). Последнее обстоятельство представляет собой дополнительную опасность в связи с риском ввоза просроченных товаров, с нарушением правил хранения и транспортировки.

Важную информацию несет в себе штриховой код косметической продукции. Он расшифровывается следующим образом: первые три цифры означают страну происхождения (изготовителя или продавца) продукта, следующие четыре цифры – предприятие-изго-

товитель, еще пять – наименование товара, его потребительские свойства, размеры, массу, цвет. Последняя цифра – контрольная, используемая для проверки правильности считывания штрихов сканером.

Код должен быть нанесен в виде точек, нанесение сплошными линиями - признак контрафакта. Об этом же свидетельствуют противоречивые показания кода и печатного текста. Например, код с указанием страны изготовления «Франция», снабжается печатной информацией «сделано в Китае». На каждый товар, кроме основного кода, должен наноситься дополнительный – уникальный для каждого вида продукции. Поэтому повторяющаяся на нескольких косметических продуктах маркировка свидетельствует об их контрафактном происхождении. Распространители контрафакта нередко заклеивают оригинальную упаковку другой, стирают номер лота, помещают на месте штрих-кода пустое поле.

В процессе осуществления таможенного контроля целесообразно выборочно вскрыть упаковку некоторых товаров в целях проверки на соответствие оригинальной продукции.

Значительную информацию может содержать оформление флакона. Так фирма «Garnier» использует на шампунях своей марки литой пластмассовый колпачок, производство которого требует отдельного технологического процесса, поэтому на контрафактной продукции, как правило, сборный колпачок. Производители парфюмерии часто применяют гравированные флаконы и распылители с помпой. Оригинальная продукция делается из качественного стекла с толстым дном, а длина помпы соответствует размеру флакона, а на контрафактной продукции – наоборот. Следует отметить, что парфюмерные карандаши не производятся изготовителями косметической продукции, поэтому ввоз подобной продукции под видом косметики известных фирм – контрафакт.

Таким образом, отличить контрафакт от оригинала можно путем визуального осмотра по воспроизведению товарного знака, цвету этикетки, ширине полос кода, особенностям печати маркировочного текста, оформлению флакона. Согласно национальному законодательству, если представитель таможенного органа выявил косметические товары, обладающие признаками контрафактных, их выпуск приостанавливается на 10 рабочих дней. По решению суда контрафактные товары подлежат конфискации и дальнейшему уничтоже-

нию. Данный процесс установления факта контрафакции может быть усовершенствован путем введения принципа *ex officio*. Его суть в том, что любая продукция сомнительного, на взгляд сотрудников таможи, качества, может быть отнесена к контрафактной, независимо от регистрации правообладателя в таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности.

1. Таможенный кодекс Республики Беларусь от 4 января 2007 года № 204-З. – Минск. – 2007.

2. Вилкова, С.А. Методология товароведных экспертиз / С.А. Вилкова. – М., 2004.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА В КОНТЕКСТЕ ТЕНДЕНЦИЙ МИРОВОГО РЫНКА

Жуковская О.Ю., БГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук Солодовников С.Ю.,
Институт экономики НАН Республики Беларусь

В политической экономии попытки исследования такого общественного явления, обозначаемого в современной науке понятием социальный капитал, под которым понимается суммы выгод, получаемых субъектами от взаимных определенных информационных действий (как совокупности межличностных отношений, снижающих трансакционные издержки) с целью взаимовыгодного сотрудничества, достигаемого путем информационного обмена, и позволяющих получить осязаемую социально-экономическую выгоду, предпринимались уже в середине XIX века. Вместе с тем по ряду причин гносеологического и исторического характера до конца XX века ученым не сформулировать парадигму этого феномена. Однако по мере того, как потребление в первую очередь в западных странах постоянно возрастает, а дефицит ресурсов усиливается, обостряется конкурентная борьба на мировых рынках, интерес ученых (в том числе и экономистов) концентрируется на исследованиях, направленных на поиск возобновляемых ресурсов и источников экономического роста и развития.

В настоящее время главными факторами в борьбе за все виды ресурсов становятся не экономические, а политические, идеологи-