



захистити бренд

«Львівський державний ювелірний завод»?

50



Львівський державний ювелірний завод 65 років поспіль випускає високоякісну продукцію. Його торговельна марка добре відома споживачам. Але сьогодні, в умовах тіньової економіки, під його маркою збувають свої товари і приватні фірми. В Україні зареєстровано понад 1,5 тисячі підприємств із виготовлення і продажу ювелірних виробів із дорогоцінних металів. Чимало таких товарів, що продаються на вітчизняному ринку, підприємці завозять із-за кордону, а видають за продукцію, що нібито виготовляється в Україні. Адже ніхто не перевіряє, чи є у приватного підприємця виробничі потужності для виготовлення виробів із золота, які він представляє як власну продукцію. До того ж підприємства пробірного контролю приймають на клеймування всі вироби із золота, надані будь-яким підприємцем чи підприємством, зареєстрованими Міністерством фінансів України. І не важливо, хто надав ці вироби – виробник чи постачальник. Так, під торговельною маркою «Львівський державний ювелірний завод» продає

вироби із золота не одна приватна структура, а захистити себе від самозванців державні виробники вітчизняного товару не можуть. Про це оглядачеві журналу «Віче» розповів директор Львівського державного ювелірного заводу Володимир Борисович КУЗОВКІН.



Принц і жебрак

Історія ця розгортається, як у відомій казці, де жебрак одягає гарні вишукані шати принца і користується всіма його привілеями та почестями. Відмінність між казкою і нашою реальністю полягає в тому, що підміни в житті так і не викрито. У селі Старий Добротвір, що за 50 кілометрів від Львова, два підприємці А. Дешиця та Ю. Стернат надумали виготовляти й продавати вироби із золота під торговою маркою, назва якої дуже схожа з брендом відомого підприємства – Львівського державного ювелірного заводу. У Державному реєстрі свідоцтв України на знаки для товарів і послуг 25 липня 2008 року за № 94699 вони зареєстрували знак «Львівський ювелірний завод». Порівнюючи назви цих двох підприємств – «Львівський державний ювелірний завод» і «Львівський ювелірний завод», – можна зауважити, що вони різняться лише за одним

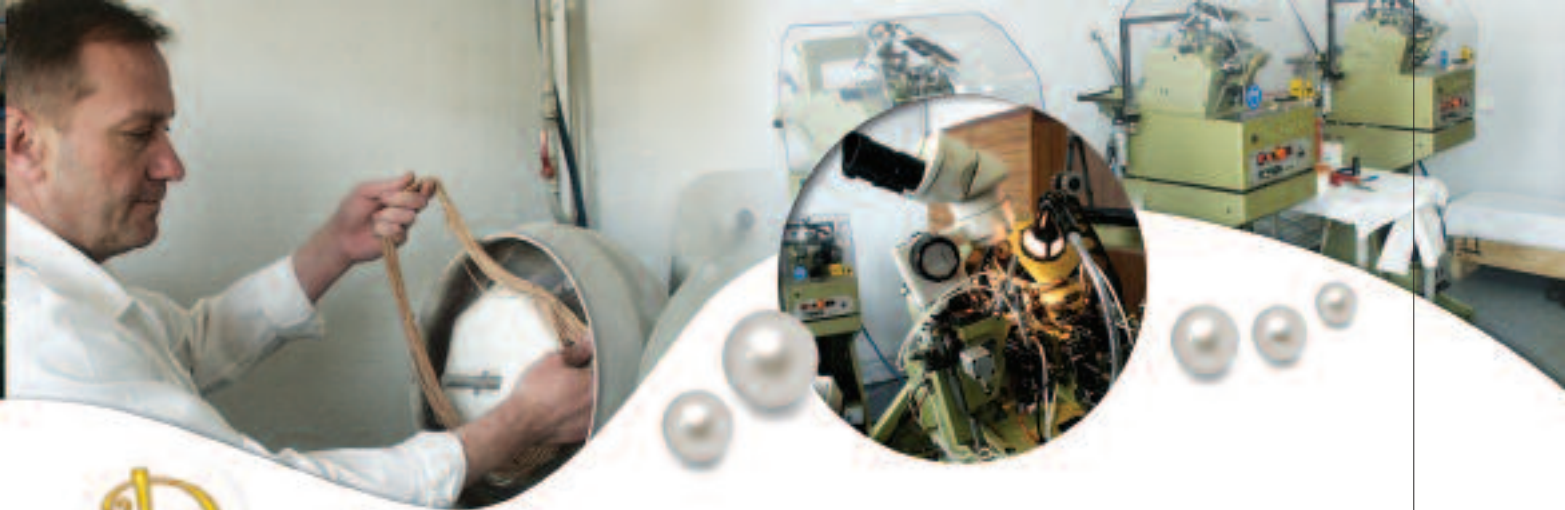
словом «державний». Пересічному покупцеві важко помітити цю відмінність, бо назви сприймаються майже однаково. Винахід підприємців виявився вдалим: під маркою Львівського ювелірного заводу вони успішно збувають ювелірні вироби. Де їх беруть? Купують вироби із золота за кордоном, а також стверджують, що виготовляють їх на своєму заводі. Потім, як і годиться, клеймують їх на Західному казенному підприємстві пробірного контролю і постачають у різні торговельні точки. До виробів, як зазвичай, прикріплено паперову етикетку, на якій зображено шестигранник і зазначено повну назву «Львівський ювелірний завод» та скорочену – ЛЮЗ. Саме таку позначку торговельної марки мені вдалося побачити в магазині «Еліт» у Львові на розі вулиць Січових стрільців і Гнатюка.

– Скажіть, будь ласка, ці хрестини й кулони із золота – вироби того

самого відомого Львівського ювелірного заводу, що на вулиці Науковій? – поцікавилась у продавця, оглядаючи етикетки.

– Звичайно, – підтвердила продавць. – У нас іншого Львівського ювелірного заводу немає – він один.

Тримаючи в руках виріб із золота з такою торговою маркою, покупець переконаний, що це продукція відомого Львівського державного ювелірного заводу. Хоча, якщо покласти поруч і порівняти вироби цих двох підприємств, то стає очевидною відмінність між їхніми позначками. Етикетка Львівського державного ювелірного заводу містить спеціально захищену від підробки голограму. Але споживач не має можливості їх порівняти, оскільки не знає, що під однією назвою на ринку працюють два зовсім різні підприємства. Він просто довіряє бренду державного підприємства і купує товар.



Державні привілеї надійності та якості

У кабінеті директора Львівського державного ювелірного заводу В. Кузовкіна на стінах і на полицях безліч нагород та відзнак, які підприємство за роки незалежності України одержало за виробництво якісної продукції. Це знаки «Чесний бізнесмен», «Лідер національного державного підприємництва», грамоти Кабінету Міністрів, нагорода Міжнародної Академії рейтингових технологій та інші. На заводі постійно здійснюють реконструкцію виробничих площ, переоснащують технологічні лінії, забезпечуючи новим сучасним устаткуванням: італійським – із виробництва золотих ланцюжків, новітньою комп'ютерною технікою для моделювання виробів із дорогоцінних металів.

– Львівський державний ювелірний завод працює відкрито, без жодних тінювих схем, – каже Володимир Борисович. – Ми – прибуткове підприємство, яке сплачує всі податки, відрахування до державного бюджету, а це десятки мільйонів гривень. На заводі трудяться 550 робітників, для них створено чудові умови праці, вони мають стабільну зарплату і соціальний захист: оплачувані відпустки та лікарняні, гідні пенсії. Для них у Мостиському районі поблизу села Соколи завод купив землю з водоймами й облаштував базу відпочинку, де є будиночки й необхідні умови для оздоровлення. Це улюблене місце відпочинку наших працівників та їхніх сімей.

У старих корпусах заводу постійно триває реконструкція. На території підприємства збудовано торговельний комплекс, де можна не лише придбати продукцію заводу, а й здати золото в обмін на нові ювелірні вироби. Тут же працює відділення банку, пункт обміну валюти, майстерня з ремонту ювелірних виробів. На території нового торгового комплексу покупець перебуває під надійною охороною. Тому і львів'яни, і приїжджі воліють безпосередньо на заводі (вулиця академіка Підстригача, 2 – бічна вулиця Наукової) придбати його продукцію. Бо для багатьох покупців бренд Львівського державного ювелірного заводу – запорука надійності й захист від підробок.

– Але нам, державному підприємству, на українському ринку за-

важають працювати не лише приватники, які «вдягли» на себе наш бренд, а й інші спритники, що під нашою маркою збувають продукцію в Ужгороді, Хмельницькому, Червонограді, Рівному. Я назвав тільки ті міста, де ми самі зафіксували такі факти, – розповів В. Кузовкін. – Ми звернулись із заявою до тимчасової адміністративної колегії Антимонопольного комітету України про порушення Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», і після перевірки діяльності підприємств Дешиці і Стерната комітет прийняв рішення від 24 липня 2009 року, за яким вони зобов'язані у двомісячний термін припинити використання в господарській діяльності позначень «Львівський ювелірний завод» та «ЛЮЗ». До того ж Антимонопольним комітетом було встановлено, що зареєстроване за вказаною адресою підприємство не провадить виробничої діяльності, тобто не має промислових потужностей з виготовлення продукції із золота. Та й не дивно, бо зареєстроване воно у звичайному житловому багатоповерховому будинку, де немає жодних цехів і виробництва. Проте і після цієї заборони нічого не змінилося. Так, А. Дешиця знову використав позначення Львівського ювелірного заводу, взявши участь у виставці «Ювелір-Експо-Плаза, 2009», що відбувалася в Києві з 3 по 6 грудня 2009 року. А нещодавно ми були неприємно вражені, дізнавшись, що в місті Хмельницькому під назвою «Львівський ювелірний завод» працює магазин.

Як захистити честь власної торгової марки колективу державного підприємства? Адже на українському ринку представлено такий великий вибір різноманітної продукції із золота, що споживач не відрізняє, яку виготовлено вітчизняними підприємствами, а яку завозять із-за кордону. Лише завдяки одночасній комплексній перевірці всіма відповідними державними органами контролю можна навести лад на «золотому» ринку і в такий спосіб захистити від недобросовісної конкуренції державного вітчизняного товаровиробника, який чесно сплачує всі податки.

Лариса МАРЧУК.

Антимонопольний комітет захистив ДП «Львівський державний ювелірний завод» від недобросовісних конкурентів

Антимонопольний комітет України оштрафував на 40 тис. грн. ПП «Золотий квартал» (м. Хмельницький) та на 10 тис. грн. ПП Дешиця А. Б. (с. Старий Добробіт, Львівська обл.) за недобросовісну конкуренцію щодо ДП «Львівський державний ювелірний завод».

Підставою для прийняття рішення стало неправомірне використання позначень «Львівський ювелірний завод» і «ЛЮЗ» з боку цих приватних підприємств.

Зокрема, під час реалізації продукції власного виробництва в торговій мережі Львова ПП Дешиця А. Б. використовував зазначені позначення на бірках ювелірних прикрас, а ПП «Золотий квартал» – на рекламних листівках, які розповсюджували на виставках.

За висновками Комітету такі дії є спробою приватних підприємств використати ділову репутацію ДП «Львівський державний ювелірний завод», який працює на ринку вже понад 60 років.

«Приймаючи таке рішення, Антимонопольний комітет виходив з того, що подібна практика вводила в оману споживачів та призводила до змішування діяльності учасників ювелірного ринку. Тому ми зобов'язали ПП Дешиця А. Б. припинити використання позначень «Львівський ювелірний завод» і «ЛЮЗ». Наголошу, що Комітет, як і раніше, ставить перед собою мету не лише притягнути до відповідальності недобросовісних гравців, що масово обманюють громаду, а й захистити добрі, кращі імена наших виробників», – зазначив в.о. Голови Антимонопольного комітету Олександр Мельниченко.

P. S. Зазначені приватні підприємці оскаржують рішення комітету в Господарському суді м. Києва.

За повідомленням прес-служби Антимонопольного комітету України.