

Ссылка для цитирования этой статьи:

Сальникова А.В. Современный российский рынок контрафактной продукции: ведущие факторы и тенденции // Электронный научный журнал «Век качества». 2024. №3. С. 69-89. Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2024/324004.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 339.1

**Современный российский рынок контрафактной продукции:
ведущие факторы и тенденции**

Сальникова Анастасия Владимировна,

доцент, кандидат исторических наук,

доцент кафедры финансового права и таможенной деятельности,

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Владимирский государственный университет имени
Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»*

600000, г. Владимир, ул. Горького д. 87

salnikova-av@mail.ru

Исследование факторов и тенденций современного рынка контрафактной продукции является важным и необходимым в условиях присутствия значительных объемов контрафакта на товарных рынках Российской Федерации. Проблема контрафакта требует разработки актуальных мер и способов противодействия. Факторами, воздействующими на исследуемый рынок, являются низкий уровень доходов населения, дифференциация законодательства государств – членов ЕАЭС, географическое соседство со странами-производителями и транзитерами контрафакта, частичная легализация параллельного импорта, низкая потребительская грамотность населения, мораторий на проверки бизнеса, рост популярности покупок онлайн. Присутствие значительного количества контрафакта на многих товарных рынках, поставки контрафактной продукции в большинстве случаев из Китая, торговля им офлайн и онлайн, лидерство отдельных маркетплейсов по предложению к продаже контрафакта, преобладание намеренной покупки потребителями, сокращение его доли на товарных рынках с обязательной цифровой маркировкой определены в качестве тенденций исследуемого рынка.

Автором установлено, что действующие на современном контрафактном рынке факторы являются объективными и субъективными, равно как и взаимосвязанными и взаимозависимыми. Обозначены направления актуализации мер по борьбе с оборотом контрафакта на российских товарных рынках. В качестве правовых решений предложено расширение цифровой маркировки товаров, в наибольшей степени подверженных контрафакции,

совершенствование работы маркетплейсов, гармонизация законодательства государств–членов ЕАЭС, улучшение механизма параллельного импорта, разработка альтернативы моратория на проверки бизнеса. Отмечается важность просветительской работы, направленной на формирование негативного отношения потребителей к приобретению контрафактной продукции.

Ключевые слова: контрафакт; рынок; факторы; тенденции; противодействие; таможенные органы; параллельный импорт.

Введение

Масштабы контрафакта в России становятся все больше, несмотря на системное, активное, перманентное, консолидированное противодействие со стороны государства, правоохранительных, контрольно-надзорных и иных органов, общественных организаций, представителей бизнеса, правообладателей, потребителей. Принимаются антиконтрафактные законы, вносятся поправки в правовые нормы, действует и расширяется цифровая маркировка на многие категории товаров, проводятся проверочные мероприятия в местах розничной торговли, усиливается контроль за торговлей на маркетплейсах и пр. Несмотря на все усилия, ежегодно выявляются миллионы единиц контрафактной продукции, предотвращается ущерб правообладателям и государству на миллиарды рублей. Контрафакции подвержены одежда, обувь и аксессуары, электроника, детские игрушки, лекарства, алкоголь, табачная продукция, парфюмерно-косметические, автотовары и пр. В условиях беспрецедентного санкционного давления на российскую экономику и частичной легализации параллельного импорта в РФ проблема производства и распространения контрафактной продукции обострилась.

Целью настоящей статьи является исследование факторов и тенденций современного российского рынка контрафактной продукции для разработки и актуализации мер, способов и инструментов борьбы с контрафакцией с учетом современных вызовов и условий социально-экономического развития России.

Рынок контрафактной продукции представляется крайне сложным для изучения ввиду следующих причин:

- 1) существенно различаются экспертные оценки объемов контрафакта;
- 2) представленность контрафакта в различных группах (категориях) товаров значительно различается;
- 3) не выработана единая методика оценки количества контрафактной продукции на государственном уровне.

Настоящее исследование основано на анализе массива статистических данных. Имеющиеся в открытом доступе данные ФТС России, МВД России, ФНС России, Минпромторга России, Роспотребнадзора, аналитических агентств, опросов общественного мнения позволяют говорить только о выявленных случаях производства и реализации контрафактной продукции. Однако объемы контрафактного рынка представляются более масштабными.

Результаты исследования и их анализ

Тенденции на контрафактном рынке

Практически любой товарный рынок в России сегодня изобилует контрафактными экземплярами. Ситуация на протяжении последних лет меняется как в сторону увеличения доли контрафакта, так и в сторону её уменьшения в зависимости от товарного рынка, но доля контрафакта в целом значительная. Объем нелегального оборота продукции (с учетом контрафакта и контрабанды) в России в 2023 г., по данным аналитики, достиг 5 трлн руб. или 10,1% розничного рынка, что в 5 раз больше среднемирового показателя. За 4 последних года рынок нелегальных товаров вырос в 1,5 раза или на 58%¹. Количество выявленной контрафактной продукции российскими таможенными органами в 2023 г. составило 4,9 млн единиц против 8 млн единиц в 2022 г. Лидирующие позиции по категориям контрафактной продукции традиционно

¹Морозова А. РБК назвал объем рынка нелегальной продукции в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/514075-rbk-nazval-ob-em-rynka-nelegal-noj-produkcii-v-rossii?ysclid=ly97e7ids7627375573> (дата обращения: 05.07.2024).

занимают одежда, детские игрушки и игры, автозапчасти и аксессуары, обувь, сумки и ремни, косметика и парфюмерия².

Доля контрафактной парфюмерии последовательно снижалась с 60 млн единиц в 2019 г. до 29 – в 2022 г.³. Однако в 2023-2024 гг. ситуация стала меняться. Несмотря на уход или приостановку работы в России крупных косметических брендов в 2022 г., возможность приобретения их продукции сохранилась. По данным ВЦИОМ, в 2023 г. 27% россиян покупали косметику и парфюмерию официально ушедших из России брендов⁴. В 2022 г. оборот контрафактных детских игрушек достиг 30% рынка⁵. В 2022 г. ФТС России выявлено 1,2 млн ед. контрафактных детских игрушек, что составило 15% от всего объема выявленного за год контрафакта. Лидерами подделок оказались «Kinder Surprise», «Barbie» и «Lego»⁶. 40% контрафакта – это игрушки с популярными анимационными или мультипликационными персонажами или в виде них⁷.

Доля контрафактных табачных изделий на российском рынке за последние 6 лет увеличилась в 12 раз [4]. По оценкам экспертов, на нелегальную часть рынка табака приходится от 12 до 30%, тогда как в 2015 г. эта доля составляла 1% [2, 11]. Нелегальный рынок алкоголя оценивается в

²Таможенная служба Российской Федерации в 2023 году. - М., 2024. - С. 38 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://customs.gov.ru/activity/results/ezhegodnyj-sbornik-tamozhennaya-sluzhba-rossijskoj-federaczii> (дата обращения: 11.05.2024).

³Якобчук О. Жители России стали чаще жаловаться на качество парфюмерии и косметики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/zhiteli-rossii-stali-chashche-zhalovatsya-na-kachestvo-kosmetiki-i-parfyumerii-28-fevralya-2023-226251/> (дата обращения: 05.07.2024).

⁴Продукты питания: отечественные или импортные? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/produkty-pitanija-otechestvennye-ili-importnye> (дата обращения: 01.07.2024).

⁵Чебурашка под угрозой? 40% составляет объём контрафактных детских товаров с использованием образов мультгероев [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://licensingrussia.ru/article/12267-cheburashka-pod-ugrozoi-40-sostavliaet-obem-kontrafakta-detskikh-tovarov-s-ispolzovaniem-obrazov-multgeroev/?ysclid=lqbylyp3tf144620627> (дата обращения: 02.08.2023).

⁶Левинская А. Таможня назвала Barbie и Lego одними из самых подделываемых игрушек [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rbc.ru/business/26/05/2023/646f66869a794732445d6189?ysclid=lq6o6h16yu202127102> (дата обращения: 07.07.2023).

⁷Чебурашка под угрозой? 40 % составляет объём контрафактных детских товаров с использованием образов мультгероев [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://licensingrussia.ru/article/12267-cheburashka-pod-ugrozoi-40-sostavliaet-obem-kontrafakta-detskikh-tovarov-s-ispolzovaniem-obrazov-multgeroev/?ysclid=lqbylyp3tf144620627> (дата обращения: 02.08.2023).

27,5%, что составляет треть рынка. Наибольшее количество контрафактной продукции (около 45%) приходится на сброженные напитки, среди которых сидр и медовуха. Слабоалкогольные напитки, в сравнении с крепкой алкогольной продукцией, не подвержены строгой регламентации и контролю, в связи с чем первые подделывают чаще. Объем нелегального рынка крепкого алкоголя в России в 2021 г. оценен в 27% [3]. Несмотря на значительную долю нелегальной алкогольной продукции, ее количество за последние несколько лет сократилось.

Доля контрафактных автозапчастей и расходных материалов на авторынке составляет, по разным оценкам, от 25 до 30%⁸. В 2022 г. данный показатель был равен в разных товарных категориях 28-45%. Масляные, воздушные, салонные, топливные фильтры, тормозные диски и колодки, ремни и цепи, детали подвески, освещение подделывают чаще всего [10, с. 133].

Контрафакции подвержены не только товары масс-маркета, но и люксовые категории. В 2020 г. российский рынок контрафакта люксовых товаров достиг оборота в 248 млрд руб. и опередил рынок оригинальных товаров⁹.

Китай является лидером по импорту в Россию контрафактной продукции многих товарных категорий. Контрафакт изготавливается в большинстве стран мира, но крупнейшим производителем признается Китай. Мировыми центрами экспорта контрафактных товаров называют Гонконг (Китай), ОАЭ, Сингапур. Контрафактные лекарства производят в Индии (поставки в Африку, страны Европейского союза, США), контрафактные изделия из кожи – в Турции, контрафактные продукты питания – в Индонезии [13].

⁸Золотой контрафакт. Эксперты подсчитали объем чёрного рынка в России // Аргументы и факты. 27.07.2023 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://dzen.ru/a/ZMKfMHW9lgGi6T4Q> (дата обращения: 06.08.2023).

⁹Контрафактный люкс. Объем и динамика российского рынка [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://media.brandmonitor.ru/kontrafaktnyy-lyuks> (дата обращения: 12.09.2023).

Контрафактом торгуют офлайн (на рынках – до 90% контрафакта, в торговых центрах – торговые островки и павильоны – до 60%) *и онлайн* (маркетплейсы, интернет-магазины и социальные сети – до 70%)¹⁰. Традиционным каналом сбыта контрафакта по-прежнему остается офлайновая розница. Однако доля реализуемого контрафакта онлайн ежегодно растет. Рынок торговли контрафактом вырос на 206 млрд руб. с 2019 по 2021 г. и продолжает увеличиваться по мере развития и распространения e-commerce в России. Ежегодно арбитражными судами России рассматриваются десятки тысяч дел, связанных с нарушениями прав на товарные знаки. Эксперты признают, что рост доли онлайн-продаж оборачивается риском увеличения рынка торговли контрафактом¹¹.

Одним из ведущих онлайн-каналов распространения контрафакта являются отдельные маркетплейсы. В России популярными интернет-рынками, предлагающими широкий ассортимент товаров разных категорий, являются «Ozon», «Яндекс.Маркет», «Lamoda», «СберМегаМаркет», «Wildberries». Последний является не только первым в рейтинге маркетплейсов России (в мире – на 9-м месте)¹², но и лидером по продаже контрафактных парфюмерии, обуви и бутилированной воды¹³. Об этом свидетельствуют многочисленные жалобы в Минпромторг РФ и судебные разбирательства¹⁴. Данные о количестве контрафакта на маркетплейсах сильно разнятся.

¹⁰Левина А. Мифология контрафакта 2023 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://media.brandmonitor.ru/kak-issledovaniya-razvenchivayut-zabluzhdeniya-ob-industrii-poddelok> (дата обращения: 12.09.2023).

¹¹Годовой оборот контрафакта в интернете растет [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://media.brandmonitor.ru/rynok-onlayn-torgovli-kontrafaktom-v-rf?ysclid=lpexuu4wio8767757> (дата обращения: 04.05.2023).

¹²Рейтинг ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.top100.datainsight.ru> (дата обращения: 09.07.2024); Кинякина Е., Арялина М. Ozon и Wildberries впервые вошли в топ-10 маркетплейсов мира по числу посещений [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2024/05/05/1035562-ozon-i-wildberries> (дата обращения: 09.07.2024).

¹³Перцева Е. Марка раздора: назван процент подделок на маркетплейсах [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.iz.ru/1476491/evgeniia-pertceva/marka-razdora-nazvan-protcent-poddelok-na-marketpleisakh> (дата обращения: 07.05.2024).

¹⁴Полякова В. Минпромторг заявил, что Wildberries становится каналом сбыта контрафакта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/07/07/2022/62c6d2729a79475175715276> (дата обращения: 22.11.2023).

Ассоциация компаний интернет-торговли (далее – АКИТ) утверждает, что его доля составляет 0,1% по всем позициям. Ряд экспертов считает, что эта цифра равна 70%. На долю поддельных детских игрушек, предлагаемых к продаже на маркетплейсах, приходится 30-35%, на одежду и обувь – 29-30%, мелкую потребительскую электронику (наушники, зарядные устройства, аксессуары) – 18%, бытовую химию и парфюмерию – 21%¹⁵. Количество подделываемой техники, реализуемой через маркетплейсы, за июль 2022 г. – июнь 2023 г. увеличилось вдвое. Если в 2022 г. количество контрафактных смартфонов составляло 12% от общего объема предложений к продаже, то в 2023 г. эта цифра достигла значения в 31% [5]. До половины продавцов обуви, парфюма и бутилированной воды предлагают к продаже товары с признаками контрафактности¹⁶. Среди подделываемых товаров в категории «электроника» лидируют бренды «Apple», «Samsung», «Xiaomi». Количество подделок здесь выросло за год вдвое. Аналитики выяснили, что в 2023 г. рост контрафакта на маркетплейсах наблюдается во многих сегментах рынка электроники: с 15 до 34% – мелкая бытовая техника, с 22 до 31% – ноутбуки, с 35 до 63% – смарт-часы, с 27 до 69% – наушники и колонки [5].

Преобладание ненамеренной покупки контрафакта потребителями. По данным опроса Высшей школы экономики, в 2022 г. 15% российских покупателей приобретали контрафактную продукцию сознательно, еще 19% подозревали о приобретении поддельных товаров. 24% покупателей контрафакта приобретали подделки намеренно, и 54% были обмануты продавцами. При этом 34% покупателей готовы к приобретению контрафакта¹⁷.

¹⁵Товар в пути: российские маркетплейсы завалили контрафактом [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.ria.ru/20221016/marketpleys-1824081891.html?ysclid=lpccu7omdo8437706153> (дата обращения: 22.11.2023).

¹⁶Перцева Е. Марка раздора: назван процент подделок на маркетплейсах [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.iz.ru/1476491/evgeniia-pertceva/marka-razdora-nazvan-protcent-poddelok-na-marketpleisakh> (дата обращения: 07.05.2024).

¹⁷Виноградова Е., Гаджиев Т. ВШЭ назвала число россиян, покупавших контрафакт в 2022 году [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/16/03/2023/64125bc09a7947457196f64b?ysclid=lvqsvco8zo104596737> (дата обращения: 03.05.2024).

*Положительный эффект обязательной цифровой маркировки товаров, который проявляется в обелении рынка тех товаров, на которые распространяется требование нанесения уникального кода дата матрикс (Data Matrix). Такой эффект демонстрируют рынки обуви, парфюмерии, табачной и алкогольной продукции. Перечень категорий товаров, на которые распространится обязательная цифровая маркировка, будет продолжать расширяться. На этапе эксперимента по маркировке находятся парфюмерно-косметическая продукция и бытовая химия, детские игрушки, печатная продукция, стройматериалы, моторные масла, бакалея и др. С 1 сентября 2024 г. стартует маркировка велосипедов, консервированных продуктов, кормов для животных, растительных масел и других товарных категорий*¹⁸.

Факторы на контрафактном рынке

*Уровень реальных располагаемых доходов российского населения, который влияет на покупательную способность граждан. За последние годы он оставался крайне низким в целом: отмечается снижение с 2014 по 2017 гг., а далее в 2019 и 2022 гг. Это значит, что большая часть потребителей не может позволить себе качественные оригинальные товары. По данным исследования Минпромторга России, 42% россиян сознательно покупают контрафактную продукцию из-за ее дешевизны*¹⁹.

Единая таможенная территория государств – членов ЕАЭС при дифференциации налогового и иного законодательства. Значительная часть контрафакта ввозится на российскую территорию из государств–членов ЕАЭС. В отношении табачной продукции это обусловлено разницей в налоговых ставках, которые в Беларуси в 4 раза ниже, чем в России, а в Казахстане – в 8-9 раз. Отличен уровень защиты прав интеллектуальной собственности на

¹⁸Честный знак [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://честныйзнак.рф> (дата обращения: 09.07.2024).

¹⁹Безопасное детство. Игрушки. Аналитический обзор. Часть третья. Безопасное детство – ответственность органов, по оценке соответствия. - М., 2019. - С. 3 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://kachestvo.pro/upload/iblock/c2c/c2c98bb74b2d586aad8163b8da689160.pdf?ysclid=lqbylq2n6y927521202> (дата обращения: 02.12.2023).

пространстве ЕАЭС, а именно между РФ и государствами–членами ЕАЭС, которые граничат с Китаем. В Казахстан контрафакт в подавляющем большинстве случаев в 2022 г. поступил из Китая автодорожным и железнодорожным транспортом²⁰. Минуя дополнительные проверки и таможенное декларирование, такая продукция свободно попадает на российскую территорию. Часть товаров выявляется и задерживается мобильными группами ФТС России, остальное попадает на российский рынок.

Географическая близость России к основным странам-производителям и странам-транзитерам контрафакта, а также наличие с рядом из них протяженных сухопутных и морских границ. Странами-импортерами контрафактных товаров в РФ в 2022 г. стали преимущественно Китай с долей в 41,3% и Турция – 18,4%. На долю остальных стран-импортеров пришлось 40,3% ввезенного контрафакта²¹.

Частичная легализация параллельного импорта в РФ. Параллельный импорт не подразумевает ввоз контрафакта, однако создает предпосылки для возможного увеличения его объемов за счет упрощения порядка ввоза товаров с объектами интеллектуальной собственности [10, с. 131]. Стремительный рост контрафакта на российском рынке, по оценкам ФТС России, в 2022 г. был вызван в большей степени легализацией параллельного импорта. Данная мера, принятая Правительством РФ, признается многими исследователями как необходимая в условиях действия санкционных мер недружественных стран в отношении России. Санкции привели к уходу с российского рынка «более 60% иностранных компаний, традиционно выступавших поставщиками необходимых товаров» [12, с. 33]. Это повлекло за собой дефицит товаров

²⁰Отчет о состоянии правоприменительной практики в сфере защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в Евразийском экономическом союзе за 2022 год. - М., 2023. - С. 44 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/6dc/Otchet-PPP-za-2022-god.pdf?ysclid=lr1yroyofq212058307> (дата обращения: 12.12.2023).

²¹Отчет о состоянии правоприменительной практики в сфере защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в Евразийском экономическом союзе за 2022 год. - М., 2023. - С. 52 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/6dc/Otchet-PPP-za-2022-god.pdf?ysclid=lr1yroyofq212058307> (дата обращения: 12.12.2023).

производственного сектора российской экономики и товаров широкого потребления (одежда, обувь, электроника, игрушки, косметика, парфюмерия и др.) [12, с. 34].

Постановлением Правительства РФ от 29.03.2022 г. № 506 предусмотрено утверждение Минпромторгом России перечня товаров (далее – Перечень), в отношении которых не применяются положения статьи 1487 ГК РФ²², т.е. вводится национальный принцип исчерпания права на товарный знак или частичная легализация параллельного импорта. В отношении товаров Перечня таможенные органы РФ принимают меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности в части проверки наличия согласия правообладателя на использование товарного знака, за исключением случаев обнаружения контрафактной продукции. С начала легализации параллельного импорта в России (6 мая 2022 г.) данный Перечень постоянно меняется (примерно один раз в 3 месяца): в него включаются и из него исключаются товары, исходя из конъюнктуры рынка. Востребованные товарные позиции добавляются в Перечень, а товары, в которых экономика не нуждается, исключаются из него. В конце 2023 г. в Перечне находилось 55 товарных групп, в числе которых большое количество товаров непродовольственного сектора: одежда, обувь и аксессуары, смартфоны, бытовая техника, мебель и стройматериалы²³.

²²О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса Российской Федерации о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выраженные в таких товарах, и средства индивидуализации, которыми такие товары маркированы: Постановление Правительства РФ от 29 марта 2022 г. № 506; Об утверждении перечня товаров (групп товаров), в отношении которых не применяются положения подпункта 6 статьи 1359 и статьи 1487 Гражданского кодекса Российской Федерации при условии введения указанных товаров (групп товаров) в оборот за пределами территории Российской Федерации правообладателями (патентообладателями), а также с их согласия: Приказ Минпромторга России от 19 апреля 2022 г. № 1532 // СПС «Консультант Плюс» (дата обращения: 12.12.2023).

²³Об утверждении перечня товаров (групп товаров), в отношении которых не применяются положения статей 1252, 1254, пункта 5 статьи 1286.1, статей 1301, 1311, 1406.1, подпункта 1 статьи 1446, статей 1472, 1515 и 1537 Гражданского кодекса Российской Федерации при условии введения указанных товаров (групп товаров) в оборот за пределами территории Российской Федерации правообладателями (патентообладателями), а также с их согласия: Приказ Минпромторга России от 21.07.2023 № 2701 // СПС «Консультант Плюс» (дата обращения: 12.12.2023).

Разрешение ввоза товаров по схеме параллельного импорта в России привело к снижению контроля со стороны ушедших иностранных брендов в связи с прекращением мониторинга российского рынка, а также к ослаблению их взаимодействия с контролирующими органами по поводу выявления контрафактной продукции и привлечения нарушителей к ответственности.

Потребительское поведение. Лояльное отношение к покупке контрафактных товаров отмечается у 86% россиян. Они готовы приобретать неоригинальные одежду, обувь и аксессуары в оффлайн- и онлайн-магазинах²⁴. С 2021 г. российских потребителей, потенциально готовых приобрести контрафактную продукцию, стало больше. В 2021 г. 40% покупателей хотя бы раз приобрели контрафакт, тогда как в 2023 г. таких покупателей стало 49%. Каждый шестой российский потребитель в 2023 г. купил контрафакт сознательно. Отличить оригинальную одежду от поддельной могут около трети россиян, бытовую химию – 22%, продукты питания – 19%, косметику – 18%, парфюм – 15%, автозапчасти – 7%²⁵. Копии оригинальной косметики приобретали 25% потребителей, из которых 18% изначально не знали о том, что покупают подделку. Основными мотивами осознанной покупки неоригинальной косметической продукции стали выгодная цена и отсутствие на полках магазинов оригинала²⁶.

Российское законодательство, как и законодательство многих зарубежных стран, не содержит санкции к физическим лицам за покупку ими контрафакта в личных целях. Практика привлечения к ответственности покупателей контрафактной продукции распространена в ряде стран Европейского союза. Туристам может грозить наказание как за перемещение

²⁴Более 80 % россиян согласились покупать контрафакт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://brandmonitor.ru/materials/bolee-80-rossiyan-soglasilis-pokupat-kontrafakt/> (дата обращения: 20.10.2023).

²⁵В России стало больше покупателей контрафакта // Вестник интеллектуального права. 08.08.2023 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vestnikip.ru/news/5037/> (дата обращения: 08.09.2023).

²⁶Одинцов Е. Лидером по спросу на рынке поддельной косметики оказалась парфюмерия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/family/news/2023/11/16/21718231.shtml?ysclid=lvw1cvh35s892274790&updated> (дата обращения: 07.05.2024).

контрафакта через таможенную границу в случае его выявления при таможенном контроле, так и в случае его покупки внутри страны. Нарушителей наказывают штрафами, конфисковывают товары, а в некоторых странах возможно и привлечение к уголовной ответственности с применением таких санкций, как лишение свободы [8, с. 21].

Согласимся с тем, что необходимость введения мер ответственности для российских покупателей контрафактной продукции отсутствует [1]. Первоочередной задачей видится формирование негативной позиции граждан в отношении приобретения и использования контрафактных товаров. Национальными целями и стратегическими задачами РФ провозглашены: повышение качества жизни, укрепление здоровья населения, повышение конкурентоспособности национальной экономики²⁷. В Стратегии противодействия незаконному обороту промышленной продукции до 2025 г. в качестве одной из мер по противодействию обозначено *«формирование нетерпимого отношения гражданского общества к потреблению промышленной продукции, находящейся в незаконном обороте, вовлечение представителей бизнес-сообщества в процесс противодействия незаконному обороту промышленной продукции, развитие институтов общественного контроля»*²⁸. Рост уровня нетерпимости населения к контрафакту должен достигаться путем повышения потребительской грамотности населения в сфере противодействия обращению контрафактной и фальсифицированной продукции. В качестве механизмов предлагается *«разработка и внедрение программ по повышению уровня знаний населения в области определения законности промышленной продукции; проведение информационной кампании*

²⁷О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации: Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204 // Собрание законодательства РФ. – 2018. - № 20. - Ст. 2817.

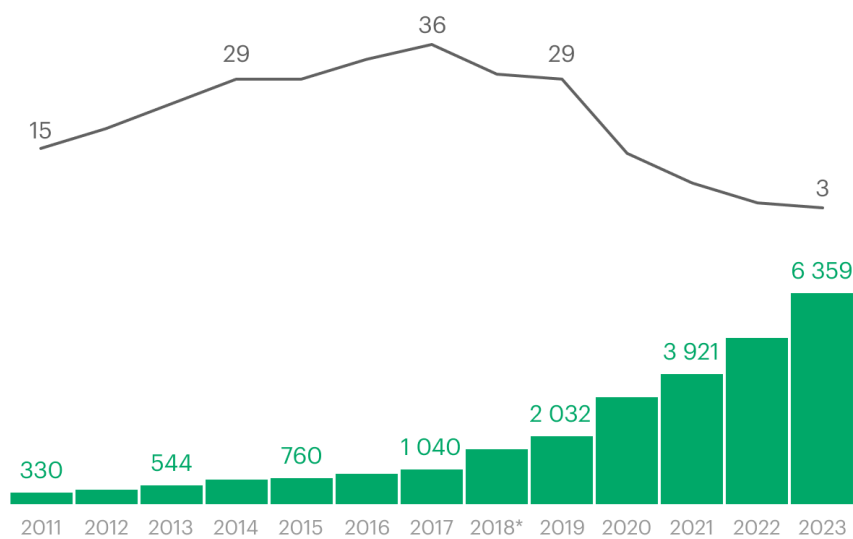
²⁸Об утверждении Стратегии по противодействию незаконному обороту промышленной продукции в Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 06.02.2021 № 256-р // Собрание законодательства РФ. – 2021. - № 8 (часть II). - Ст. 1381.

по борьбе с незаконным оборотом промышленной продукции»²⁹. Такая деятельность уже успешно реализуется в некоторых высших учебных заведениях нашей страны, а опыт оценивается положительно [9].

Рост популярности розничной онлайн торговли. Рынок электронной коммерции демонстрирует ежегодное увеличение масштаба (см. рисунок). Рост Интернет-торговли в России – не временное явление, а фундаментальный сдвиг в поведении покупателей и структуре розничной торговли. По прогнозам, к 2026 г. доля онлайн-продаж в общем обороте розницы в нашей стране достигнет 21-23% (в 2023 г. этот показатель был равен 15%)³⁰.

Как менялся рынок интернет-торговли

- Доля трансграничной торговли, %
- Объем рынка, ₽ млрд



* Обновлена методология подсчета.

Источник: Ассоциация компаний интернет-торговли и «Сбер»

© РБК, 2024

Объем рынка e-commerce в России в 2011-2023 гг.

²⁹Об утверждении Стратегии по противодействию незаконному обороту промышленной продукции в Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 06.02.2021 № 256-р // Собрание законодательства РФ. – 2021. - № 8 (часть II). - Ст. 1381.

³⁰У онлайн-торговли показали берега [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6680484?ysclid=ly96ujhtc1722589747> (дата обращения: 07.07.2024).

Интернет изменил способ продажи и покупки контрафактной продукции: его производителям и реализаторам стало намного проще обманывать покупателей [14, р. 52]. В настоящее время Интернет является мощнейшим каналом сбыта контрафактной продукции абсолютно любой товарной категории. Первенство по-прежнему принадлежит крупным маркетплейсам, представляющими свои торговые площадки практически для всех желающих.

Стремительное распространение контрафакта через Интернет связано с невозможностью осмотреть товар «вживую». 68% российских покупателей не могут отличить в Интернете продавцов оригинальной продукции от продавцов контрафакта. Реализаторы контрафакта вводят потребителей в заблуждение, используя логотипы известных брендов, изображения оригинальных товаров, названия брендов в доменных именах. 63% российских потребителей ассоциируют Интернет-сайт с компанией, которая производит оригинальную продукцию, если в его доменном имени присутствует название бренда [6]. Анонимность Интернета значительно затрудняет поиск и идентификацию нарушителей [14, р. 60]. Распространению контрафактной продукции посредством Интернета способствует и недостаточная разработка правовых мер, позволяющих своевременно обнаруживать контрафакт в онлайн-пространстве и предупреждать потребителей, а также незначительное количество судебной практики. Только решение суда предоставляет полномочия на закрытие сайта-нарушителя, что является достаточным долгим и ресурсозатратным процессом [7, с. 64].

Мораторий на проверки бизнеса. В марте 2022 г. Правительством РФ был введен мораторий на внеплановые проверки бизнеса. Они могут проводиться только при прямой угрозе, наличии вреда жизни и здоровью граждан или безопасности государства, из-за возникновения чрезвычайных ситуаций. Проверки государственных органов также разрешено заменять на профилактический визит, от которого нельзя отказаться. Профилактический визит позволяет организации превентивно выявлять недостатки и устранять их

без штрафных санкций. На конец ноября 2023 г. количество профилактических визитов превысило количество проверок почти в три раза³¹. Мораторий не касается налогового контроля, прокурорского надзора и других проверок, не подпадающих под действие Федеральных законов от 26.12.2008 № 294-ФЗ³², от 31.07.2020 № 248-ФЗ³³. Количество проверок бизнеса с 2019 г. снизилось в 5 раз, а мораторий продлен до 2030 г.³⁴. Такая ситуация может привести к росту незаконного оборота промышленной продукции. Специалисты объединения «Антиконтрафакт» и Центра развития перспективных технологий (далее – ЦРПТ) указывают, что в последнее время участились случаи выявления компаний, чьи представительства отсутствуют по указанному в сопроводительных документах адресу. Ввиду вышесказанного возникает необходимость поиска баланса, позволяющего при действующем моратории не допустить контрафакт на российский рынок.

На появление и распространение контрафакта влияет совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых факторов. Так, высокий процент контрафакта фиксируется в регионах с низкими доходами населения. Чем ниже уровень дохода, тем более потребитель склонен к покупке поддельной продукции. На финансовое неблагополучие населения оказывают влияние в том числе введенные антироссийские санкции и т.д. Рассмотренные факторы оказывают как пролонгированное, так и ситуативное действие, являются объективными или субъективными.

³¹Правительство продлило мораторий на проверки бизнеса до конца 2024 года [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://government.ru/docs/50417/> (дата обращения: 15.12.2023).

³²О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля: Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83079/ (дата обращения: 15.12.2023).

³³О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации: Федеральный закон от 31.07.2020 № 248-ФЗ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358750/ (дата обращения: 15.12.2023).

³⁴О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений Акта Правительства Российской Федерации Постановление Правительства РФ от 10.03.2023 № 372 // Официальный интернет-портал правовой информации. - Режим доступа: <http://pravo.gov.ru>, 17.03.2023.

Заключение

Проведенное исследование позволяет выявить следующие тенденции и факторы современного российского контрафактного рынка. В качестве доминирующей тенденции определено наличие на большей части товарных рынков значительной доли контрафактной продукции. Масштабы присутствия отличаются на различных рынках в большую или меньшую сторону, а на некоторых в последние годы наблюдается склонность к ее снижению. В основном это касается тех рынков, в отношении товаров которых введена и действует обязательная цифровая маркировка. Она позволяет отслеживать движение продукции от производителя или импортера до конечного потребителя, а также убедиться в подлинности приобретаемого товара. Лидером по импорту контрафакта в Россию является Китай. Учитывая современную переориентацию внешнеэкономической деятельности России с традиционных до последних лет западных партнеров на страны Востока, и в большей степени на Китай, российско-китайский товарооборот, в том числе и импорт китайской продукции, будет продолжать наращивать темпы, а вместе с ним будет расти и доля ввозимой контрафактной продукции. Ведущим каналом распространения контрафакта является розничная торговля офлайн с постепенным ростом доли онлайн продаж такой продукции. Подавляющее количество контрафактных товаров предлагается к продаже через отдельные маркетплейсы. Большинство покупок контрафактной продукции российскими покупателями являются ненамеренными.

Появлению и распространению контрафакта на отечественных рынках на протяжении последних лет способствуют такие факторы, как: низкий уровень реальных располагаемых доходов населения даже при его росте в 2023 г. в сравнении с предыдущим годом; отсутствие унифицированного и гармонизированного налогового законодательства и законодательства в сфере защиты прав интеллектуальной собственности на единой таможенной

территории ЕАЭС; географическая близость России к странам-производителям контрафакта и странам, через которые происходит его транзит.

Наше государство сталкивается сегодня с множественными вызовами, среди которых определяющее значение имеет беспрецедентное санкционное давление, вызвавшее в качестве ответной меры частичную легализацию параллельного импорта, рост объемов которого приводит и к повышению доли контрафакта на современном российском рынке. Проблема контрафакта все ощутимее становится и в онлайн-ритейле наряду с ежегодным увеличением самих его масштабов. Отдельно следует отметить такой фактор, как низкая потребительская грамотность покупателей и лояльное отношение к приобретению контрафактной продукции, в том числе из-за низкого уровня доходов большей части российских граждан.

С учетом выявленных факторов и тенденций российского рынка контрафактной продукции, названных вызовов и условий социально-экономического развития в качестве правовых решений предлагается расширять категории товаров, подлежащих цифровой маркировке, ввиду положительных результатов ее применения на отдельных товарных рынках. Необходимо совершенствовать противодействие контрафакту в динамично растущей области онлайн-торговли путем определения ответственности маркетплейсов за предложение к продаже контрафактных товаров.

Следует продолжать сближение налогового законодательства и законодательства по защите прав интеллектуальной собственности государств-членов ЕАЭС, а именно: унифицировать ставки акцизов и налогов, повышать уровень таможенной защиты прав интеллектуальной собственности в государствах-членах ЕАЭС, территория которых имеет географическую близость к Китаю, опираясь на положительный опыт России в данной сфере.

Особое внимание должно быть уделено правовому просвещению потребителей, которое провозглашено российским правительством одним из инструментов формирования негативного отношения к приобретению

контрафакта. Необходимо масштабирование успешного опыта проведения такой деятельности на базе высших учебных заведений. Различного рода мероприятия, направленные на повышение потребительской грамотности, следует проводить не только для школьников и студентов, но и для других категорий населения.

С учетом мнений экспертов о влиянии на экономический рост России развития среднего и малого бизнеса в 2024 г. представляется необходимым оказывать государственную поддержку отечественным производителям продукции в условиях ухода иностранных компаний с российского рынка.

Несомненно, требуется дальнейший перманентный анализ отечественных рынков в целях актуализации мер борьбы с таким негативным явлением, как контрафакт.

Список литературы

1. Бойко О.А., Панов С.Л. Покупатель контрафактной продукции: жертва или соучастник? // Виктимология. – 2018. – № 2 (16). – С. 31.
2. Викторов В. Нелегальный табак до дела доведет // Коммерсант. 23.01.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5783865?ysclid=lqdh56s3q473109248> (дата обращения: 07.08.2023).
3. Карабут Т.В. ВШЭ оценили объем нелегального рынка крепкого алкоголя в 27 % // Российская газета. 09.02.2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2022/02/09/v-vshe-ocenili-obem-nelegalnogo-rynka-krpkogo-alkogolia-v-27.html?ysclid=lq6c8ehg65244544861> (дата обращения: 12.12.2023).
4. Карабут Т.В. Почему растет контрафакт в сигаретах? // Российская газета. 01.06.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2023/06/01/tabak-vykurivaiut.html?ysclid=lqdhpu3ee961891966> (дата обращения: 07.08.2023).

5. Корнев Т. Легко подделались // Коммерсант. 07.07.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6109582?ysclid=lqdi37gva9418272833> (дата обращения: 19.08.2023).
6. Костырев А., Щуренков Н. Контрафакт – упрямая вещь // Коммерсант. – 2019. – № 117. – 8 июля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4024846?ysclid=lrempl518747456689> (дата обращения: 12.09.2023).
7. Сальникова А.В. Модный контрафакт в России: современные тенденции // Актуальные проблемы экономики и права. – 2020. – Т. 14. – № 1. – С. 57-66.
8. Сальникова А.В. Отношение к контрафакту в странах Европейского союза: постановка проблемы // Туризм: право и экономика. – 2020. – № 4. – С. 21-24.
9. Сальникова А.В., Молотков А.В. Повышение потребительской грамотности населения в борьбе с контрафактом (опыт Юридического института ВлГУ) // Юридическое образование и наука. – 2023. – № 3. – С. 23-26.
10. Сальникова А.В., Молотков А.В. Рынок автозапчастей в условиях легализации параллельного импорта // Вестник университета. – 2023. – № 6. – С. 129-138.
11. Северин А. Россия потеряла более сотни миллиардов из-за продажи контрафактного табака // Московский комсомолец. 14.06.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mk.ru/economics/2023/06/14/rossiya-poteryala-bolee-sotni-milliardov-izza-prodazhi-kontrafaktnogo-tabaka.html?ysclid=lqdi0cin3b830553590> (дата обращения: 07.08.2023).

12. Филимонова А.И. Причины легализации параллельного импорта в РФ и анализ товарной структуры легализованного параллельного импорта // Таможенное дело. – 2023. – № 3. – С. 32-34.
13. Эпова Н.Р., Балашова М.А. Проблема контрафакта во внешней торговле и методы борьбы с ним // Baikal Research Journal. – 2022. – Т. 13. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=25557&ysclid=lyetn7x9lt841059685> (дата обращения: 07.07.2024).
14. Те-Уао J. The impact of counterfeit-purchase penalties on anti-counterfeiting under deceptive counterfeiting // Journal of Economics and Business. – 2015. Vol. 80. – Pp. 51-61 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/275897428_The_impact_of_counterfeit-purchase_penalties_on_anti-counterfeiting_under_deceptive_counterfeiting (дата обращения: 17.12.2023).

The modern Russian market of counterfeit products: leading factors and trends

*Salnikova Anastasia Vladimirovna,
Cand. Sci. (Hist.), Assoc. Prof. at the Financial Law
and Customs Activities Department,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Vladimir State
University named after Alexander Grigoryevich and Nikolai Grigoryevich Stoletov»
600000, Vladimir, Gorky str., 87
salnikova-av@mail.ru*

The study of the factors and trends of the modern market of counterfeit products is important and necessary in the context of the presence of significant volumes of counterfeit goods on the commodity markets of the Russian Federation. The problem of counterfeiting requires the development of relevant measures and methods of counteraction. The factors affecting the market under study are the low level of income of the population, differentiation of the legislation of the EAEU member states, geographical proximity to countries producing and transiting counterfeit goods, partial legalization of parallel imports, low consumer literacy of the population, a moratorium on business inspections, and the growing popularity of online purchases. The presence of a significant amount of counterfeit goods in many commodity markets, the supply of counterfeit products in most cases from China, trade in counterfeit goods offline and online, the leadership of individual marketplaces in offering counterfeit goods for sale, the predominance of intentional purchase of counterfeit goods by consumers, and a decrease in its share in commodity markets with mandatory digital labeling are identified as trends in the market under study.

The author has established that the factors are objective and subjective, as well as interrelated and interdependent. The directions of updating measures to counteract the turnover of counterfeit products in the Russian commodity markets are outlined. As legal solutions, it is proposed to expand the digital labeling of goods most susceptible to counterfeiting, improve the operation of marketplaces, harmonize the legislation of the EAEU member states, improve the mechanism of parallel imports, and develop an alternative to the moratorium on business inspections. The importance of educational work aimed at forming a negative attitude of consumers towards the purchase of counterfeit products is noted.

Keywords: counterfeit; market, factors; trends; counteraction; customs authorities; parallel import.