

Д.Г.Ломсадзе, Е.О.Дедюрина

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕНЕВОЙ
ЭКОНОМИКИ:**

**ОПЫТ ЕС ПО БОРЬБЕ С КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ И
ВОЗМОЖНОСТЬ ЕГО АДАПТАЦИИ В РОССИИ**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Воронеж 2019

Д.Г.Ломсадзе, Е.О.Дедюрина

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ:

**ОПЫТ ЕС ПО БОРЬБЕ С КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ И
ВОЗМОЖНОСТЬ ЕГО АДАПТАЦИИ В РОССИИ**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Подготовлено и издано в рамках реализации проекта программы Эразмус +, акции Жана Монне «Образовательный модуль»: «Преодоление проблем теневой экономики: адаптация опыта ЕС в России» (SHEXP)

УДК 338

ББК У9(2Р)0-97 + У9(2Р)262.3 + У9(2Р)0-961-31

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор

О.Н.Беленов

Доктор экономических наук, профессор

П.А.Канапухин

Д.Г.Ломсадзе, Е.О.Дедюрина

Актуальные проблемы теневой экономики: опыт ЕС по борьбе с контрафактной продукцией и возможность его адаптации в России : Монография / Д.Г. Ломсадзе, Е.О.Дедюрина . – Воронеж : ООО «РИТМ», 2019. – 136 с.

ISBN 978-5-6042985-5-8

В монографии исследуются актуальные проблемы теневой экономики в Европейском союзе и России. Изучается зарубежный опыт по преодолению негативных проявлений и последствий производства и распространения контрафактной продукции в Европе. Анализируется возможность адаптации и использования в России передового опыта Европейского Союза по противодействию теневой экономике в вопросах борьбы с контрафактной продукцией.

Монография издана в авторской редакции.

Д.Г.Ломсадзе, Е.О.Дедюрина 2019



**Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union**

Поддержка Европейской комиссией подготовки этой публикации не означает одобрения содержания, которое отражает мнения только авторов, и комиссия не может нести ответственность за любое использование, которое может быть сделано из информации, содержащейся в ней.

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
Глава 1. Рынок контрафактной продукции в ЕС	9
1. Понятие и классификация контрафактной продукции в ЕС	9
2. Логистика контрафактной продукции в Европейском союзе.....	30
Глава 2. Влияние контрафактной продукции на экономику стран Европы	44
1. Влияние контрафактной продукции на макроэкономику стран Европы.....	44
2. Социальные последствия проникновения контрафактной продукции на рынки стран ЕС.....	57
Глава 3. Опыт ЕС по борьбе с контрафактной продукцией	65
1. Основные методы антиконтрафактной политики Европейского союза.....	65
2. Адаптация европейского опыта борьбы с контрафактной продукцией в России	94
Заключение.....	111
Библиография	117
Приложение	136

ВВЕДЕНИЕ

Современный рынок контрафакта сегодня представляет собой хорошо структурированную многомиллиардную теневую экономическую систему, которая представлена практически во всех странах мира. Оценочные данные ежегодного мирового оборота контрафактной продукции, только на основе данных таможенных конфискаций составляют размер от \$200 до \$360 млрд в год. Контрафактная продукция, созданная на основе существующего оригинала с нарушением прав интеллектуальной собственности, представляет собой реальную проблему, которая не только отражается на экономическом развитии государств, но и подрывает конкурентную среду бизнеса и негативно влияет на здоровье и безопасность потребителей.

Противодействие распространению контрафактной продукции, то есть продукции с незаконным использованием интеллектуальной собственности, превращается сегодня в одну из актуальных и приоритетных проблем, решение которой рассматривается как важнейшая составляющая обеспечения экономической безопасности страны. Развитие современных информационных технологий поставило задачу поиска эффективной защиты интересов правообладателей и производителей объектов интеллектуальной собственности в число приоритетных. От ее решения зависят темпы модернизации современных технологий, инвестиционные процессы, создание благоприятных условий для развития национальных конкурентоспособных технологий и, в

конечном счете, наиболее полное удовлетворение потребительских запросов граждан.

Значительных успехов в борьбе с контрафактной продукцией достиг Европейский Союз, как наиболее развитая интеграционная система с единой для всех входящих в её состав государств, экономической и социальной политикой. Однако, на рынке ЕС все еще присутствует большая доля поддельной продукции, отдельные категории которой, такие как пищевая и алкогольная продукция, наносят вред не только бизнесу, но и здоровью потребителей. Стоит отметить также, что объемы оборота контрафакта различаются в зависимости от категории продукции, а также страны присутствия. Так например, наибольшее количество контрафактной пищевой продукции в процентах от ВВП наблюдается в Латвии, Болгарии, Румынии и Литве, контрафактной одежды – в республике Кипр, Литве, Греции и Эстонии, а в сфере контрафактной электроники странами-«лидерами» являются Литва, Мальта, Кипр и Латвия¹. Отсюда следует, что отдельные методы борьбы не всегда и не везде эффективны ввиду высокой диверсификации контрафакта по категориям и странам.

Россия, как страна с высокой долей теневого сектора экономики и характерными издержками трансформационных процессов перехода к цивилизованным рыночным отношениям, также сталкивается с масштабными проблемами производства и потребления контрафактной продукции. Только в 2015 году общий

¹ Camerini, D., Favarin, S. & Dugan M. (2015), Estimating the counterfeit markets in Europe, Transcrime Research in Brief - N.3/2015, Trento (IT): Transcrime.

объем оборота нелегальной продукции на потребительском рынке РФ составил примерно 2,5 триллиона рублей или 9% от общего оборота розничной торговли. При этом самая большая доля контрафакта (около 40%) фиксируется на рынке алкогольной продукции, на рынке изделий легкой промышленности нелегальная продукция занимает около 35%, на рынке парфюмерии и косметики — около 20%, на продовольственном рынке — около 10%, на рынке товаров личной гигиены, а также чистящих и моющих средств — около 5% и порядка 4% контрафакта — на рынке табачных изделий².

Опыт ЕС по противодействию распространения контрафактной продукции для России может быть весьма полезен не только в части заимствования практических мероприятий организационного характера но и европейских научных подходов к изучению и анализу данной темы в Европе. В частности подобные исследования в Европе осуществляются на постоянной основе в специализированных научно-исследовательских центрах по заказу государственных служб, межправительственных организаций и негосударственных организаций. Тема борьбы с контрафактной продукцией в Европе является центральной в академических работах таких ученых, как Эльгар Фляйш³ (профессор информационного менеджмента Швейцарской высшей технической школы Цюриха),

² Эксперты из ВШЭ узнали объем оборота контрафактной продукции в России. / Сетевое издание РИА Новости. // МИА «Россия сегодня». – 2016. – URL: <https://ria.ru/20161221/1484232896.html>

³ Fleisch E. Business strategies in the counterfeit market. Journal of Business Research. - 65 (2012) 658–665. – URL: <http://www.data-and-decision.de/downloads/papers/Staake%20-%20Business%20Strategies%20in%20the%20Counterfeit%20Market.pdf>

Ирен Каменидоу⁴ (профессор маркетинга Университета Македонии), Мариус Шнайдер⁵ (магистр в области закона Европейского Союза и интеллектуальной собственности, работающий в Нидерландах), Торстен Штаак⁶ (профессор информационных систем университета Бамберга, Германия) и других. Основные аспекты, обсуждаемые в их научном дискурсе, включают в себя теоретические вопросы изучения феномена рынка контрафакта основанные на междисциплинарном подходе, механизмы торговли контрафактной продукцией, поведение и предпочтения потребителей по отношению к контрафакту. С научно-практической стороны, европейскими учеными разрабатываются новые классификации, индексы, способы и методы оценки масштабов теневого рынка контрафактной продукции, что открывает новые возможности для более глубокого анализа и для дальнейшего изучения этого типа теневой экономической деятельности.

⁴ Kamenidou I. Counterfeit purchase typologies during an economic crisis. *European Business Review*, 27 (1). – 2015. - 2-16. – URL: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EBR-11-2013-0132>

⁵ Schneider M. Private imports of counterfeit and pirated goods in Europe. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*. – 2015. – 49-57. – URL: https://www.researchgate.net/journal/1747-1540_Journal_of_Intellectual_Property_Law_Practice

⁶ Staake T., Thiesse F., Fleisch E. The emergence of counterfeit trade: a literature review. *Eur J Mark* 2009;43(3/4):320–49.

Глава 1. Рынок контрафактной продукции в ЕС

1. Понятие и классификация контрафактной продукции в ЕС

В настоящее время Европа является одним из регионов, наиболее подверженных проблеме контрафактной продукции. И сегодня проблемы защиты потребительского рынка от контрафактной и фальсифицированной продукции приобрели глобальный характер. Так, с 1998 г. по 2004 г. количество контрафактной продукции, задержанной таможенниками ЕС, выросло в 10 раз⁷ и продолжало расти в последующие годы. Во время мирового экономического кризиса эта проблема также обострилась, наряду со многими другими, в то время как адекватных и своевременных ответов подобному вызову было немного. Более того, производство и торговля контрафактом является проблемой не одного конкретно взятого региона, так как значительная часть сети производство-сбыт является международной. Поэтому борьба с контрафактной продукцией является одной из тех областей, где между странами Запада наличествует практически полное единодушие. По мнению руководства этих стран, растущие в глобальном масштабе "пиратство" и контрафактная продукция ставят под угрозу развитие ряда высокотехнологичных отраслей промышленности, а также здоровье и безопасность потребителей в развитых странах и за их пределами, являются опасными,

⁷ О законодательных мерах и технических методах противодействия обороту контрафактной, фальсифицированной и некачественной продукции в Российской Федерации. Информационно-аналитические материалы Государственной Думы. Официальный сайт Государственной Думы РФ. – URL: <http://iam.duma.gov.ru/node/8/4673/16659>

экономически вредными и нуждающимися в безусловном искоренении явлениями.

По оценкам Антиконтрафактной группы Великобритании (ACG) продажи контрафактной и фальсифицированной продукции приводят к ежегодным потерям до 40 млрд фунтов стерлингов в рамках Европейского Союза⁸.

Однако, прежде чем приступить к оценке влияния контрафакта на экономику, следует изучить нормативно-правовую базу в этой сфере, степень унификации законодательства, понятийно-категориальный аппарат, использующийся, когда речь идет о контрафакте.

Как известно, правовое регулирование защиты авторских прав осуществляется на территории ЕС как общеевропейскими директивами, так и внутригосударственными нормативными актами. Но сначала стоит кратко рассмотреть процесс гармонизации и унификации правового регулирования собственности (как промышленной, так и интеллектуальной).

5 октября 1973 года в городе Мюнхене была подписана Конвенция о выдаче Европейского патента⁹, ставшая впоследствии первым опытом Европейского союза в разработке правового акта в области промышленной собственности. Результатом подписания данной конвенции стало учреждение Европейской патентной системы и Европейского патентного ведомства. Однако, задачи по

⁸ Цир П., Рабих Э., Рыболкин И., Табастаева Ю. Европейский опыт борьбы с нарушениями прав на товарные знаки. М., 2005, май.

⁹ The European Patent Convention, 3 Md. J. Int'l L. 408 (1973). Available at: <http://digitalcommons.law.umaryland.edu/mjil/vol3/iss2/10>

созданию единого патента, который замешал бы собой все национальные охранные свидетельства не ставилось. Основной функцией Европейской патентной системы должно было стать структуризация и упрощение формальностей, прохождение которых являлось необходимым условием для получения нескольких патентов. Благодаря подобной универсальной процедуре будущий обладатель патента может рассчитывать на защиту своих прав касательно изобретения в нескольких странах-участницах Мюнхенской конвенции. В частности, данную процедуру могут использовать и российские изобретатели, желающие защитить свою интеллектуальную собственность на территории стран Европейского Союза.

Ноябрем 2000 года датируется Международная конференция по патентной реформе, прошедшая в Мюнхене. На этой конференции были внесены некоторые корректировки в изначальный вариант Конвенции о выдаче Европейского патента 1973 года. Изменения затронули процедурные вопросы и преследовали в качестве основной цели повышение эффективности деятельности патентного ведомства.

Новым шагом стало специальное сообщение «Об улучшении патентной системы в Европе»¹⁰, утвержденное на Европейской комиссии в 2007 году. В нем предложили создать специальный патентный трибунал Европейского союза.

¹⁰ Communication de la Commission au Parlement européen et au Conseil «Améliorer le système de brevet en Europe» // Bruxelles, le 3.04.2007. COM (2007)165 final.

Регулировка различных правовых сфер осуществлялась с помощью принятия дополнительных постановлений. Так, отношения в сфере биотехнологических изобретений осуществлялись с помощью директивы 1998 года, которая была направлена на защиту принципов этики и нравственности. Также была учреждена Европейская группа по этике в науке и новых технологиях, а европейский суд в 2001 году признал полную правомочность данной директивы.

Традиционная задача патента – правовая охрана изобретений, тогда как полезная модель включает в себе проектировку новых конструктивных решений, не претендующих на высокий изобретательский уровень. Полезная модель является дополняющей по отношению к патентной системе элементом. Цель – содействие инновационной деятельности как мелких предприятий, так и отдельных изобретателей. Общепризнанной на международном уровне данная модель стала в 1911 году, после распространения на нее действия Парижской конвенции.

Следующим проектом, задачей которого было урегулирование ряда крупных вопросов, связанных с охраной полезных моделей стала Европейская комиссия 1997 года, где были представлены директивы о гармонизации законодательных положений об охране изобретений. Это также способствовало достижению большего единообразия, которое просто необходимо для эффективного развития внутреннего рынка Европейского Союза, а также обеспечения правовой защиты и развития мелких и средних предприятий. Здесь возникает требование государствам-членам, а

именно, они должны разработать и принять единообразные нормы касательно круга изобретений подлежащим охране, критерии для выдачи патента, формальные требования для оформления заявки, а также условия, при которых регистрация может быть опротестована. Изначально право на полезную модель дается сроком на шесть лет, с возможностью продления данного срока до 10 лет, при оплате всех необходимых пошлин.

В начале 2000-х был принят Регламент о промышленном образце сообщества¹¹, что дало изобретателям возможность для регистрации промышленных образцов на уровне Европейского Союза с помощью Ведомства по гармонизации на внутреннем рынке. Данный регламент представляет собой стандартизацию законодательства в сфере защиты интеллектуальной собственности. В структуру регламента входят 11 статей, которые детально регулируют все вопросы касательно принадлежности и защиты прав на промышленные образцы, а также процессуальный порядок при их регистрации, сроки и способы разрешения споров.

В 2002 году Европейской Комиссией были предприняты первые шаги по имплементации Регламента Совета о промышленных образцах, в котором весьма детально были рассмотрены основные технико-организационные вопросы, связанные с регистрацией промышленных образцов¹².

¹¹ Регламент N 6/2002 Совета Европейского Союза "О промышленных образцах Европейского сообщества" [рус., англ.] (Принят в г. Брюсселе 12.12.2001)

¹² Кашкин С. Ю. Интеллектуальная собственность и защита прав в Европейском союзе. С. Ю. Кашкин. Право Европейского союза. 2014. – URL: <http://litresp.ru/chitat/ru/%D0%9A/kashkin-sergej-yurjevich/pravo-evropejskogo-soyuz/23>

Особую правовую защиту в ЕС получил такой вид собственности, как топология интегральных микросхем. Государства-члены обязались предоставлять правовую охрану по данным результатам интеллектуальной деятельности согласно директиве от 1986 года¹³.

Что касается вопросов охраны товарных знаков, согласно действующему законодательству, известно, что товарный знак выполняет ряд функций, среди которых наиболее важно выделить: идентификационную, информационную и рекламную. Выполнение данных функций имеет большое значение для развития мировой экономики, в особенности в отраслях, которые ориентированы на массового потребителя. В условиях современного общества массового потребления возникает такое понятие, как «брендовое сознание», определяющем психологию покупателя. Решающим в выборе товара или услуги становится проставленное на них производителем обозначение (англ. brand), которое, в случае его правовой охраны, именуется товарным знаком (англ. trade mark, франц. marque)¹⁴.

Зарождение специального законодательства касательно товарных знаков в Европе относят к середине XIX в. Положения об этом виде собственности были занесены в Парижскую конвенцию в 1883 году, но тем не менее, наиболее важным источником права по данной сфере является Мадридское соглашение о международной

¹³ Директива ЕС № 87/54/ЕС от 16 декабря 1986 года о правовой охране топологии интегральных микросхем

¹⁴ Кашкин С. Ю. Интеллектуальная собственность и защита прав в Европейском союзе. С. Ю. Кашкин. Право Европейского союза. 2014. – URL: <http://litresp.ru/chitat/ru/%D0%A0/kashkin-sergej-yurjevich/pravo-evropejskogo-soyuzu/23>

регистрации знаков 1891 года, по которому в 1989 году была принята действующая редакция. В 2001 году к соглашению присоединились и государства-члены Европейского Союза. Договор, который подготовили в рамках ВОИС, в силу не вступил до сих пор.

В 1993 году был принят регламент о товарном знаке Сообщества¹⁵. Позже его дополнили особым регламентом об имплементации, в котором содержались технические нормы и те регламенты, в которых оговаривались пошлины за процедуру рассмотрения споров в Апелляционной палате и регистрацию. Любое решение, принятое Апелляционной палатой, могут быть обжалованы в Трибунале первой инстанции и далее в Суде ЕС.

В 1996 году завершилось формирование системы товарного знака Сообщества. В испанском городе Аликанте учредили Ведомство по гармонизации ситуации на внутреннем рынке. Задача этого Ведомства – принятие заявок, ведение реестра товарных знаков, проведение регистрации. Любой появившийся на рынке новый товарный знак должен быть обязательно учтен ведомством. Выгода для хозяйствующих субъектов лежит на поверхности: в результате лишь одной процедуры предприниматель получает правовую защиту для обозначения своих товаров и услуг в 27 государствах Европейского Союза. Трудность преимущественно заключается в том, что товарные знаки Сообщества не могут отменить действия национальных товарных знаков. А знаки, зарегистрированные на национальном уровне, имеют безусловное преимущество в правовом сегменте.

¹⁵ Регламент Совета ЕС N 40/94 от 20 декабря 1993 года о товарном знаке Сообщества

В 2008 году приняли Директиву Совета о сближении законодательств государств-членов о товарных знаках¹⁶. Согласно ей, целесообразным будет ограничиться гармонизацией законодательства только по вопросам, оказывающим непосредственное влияние на развитие рынка.

Основной задачей Директивы стало установление близких к идентичным норм для всех государств-членов касательно требований по регистрации и продолжения эксплуатации уже зарегистрированного ранее товарного знака. В ней перечислен список необходимых и достаточных оснований, которые могут служить препятствием при регистрации нового товарного знака, а также причины, которые дают право для отмены выданной Ведомством действующей регистрации.

Помимо минимального перечня оснований, который должен присутствовать в любом законодательстве, устанавливается и перечень дополнительных оснований, являющихся факультативными. Введение их, или отказ остается в сфере полномочий самих государств. Появление таких оснований может быть следствием национальных и культурных особенностей государства, или же правовой охраны иных объектов исключительных прав, которые обладают статусом *lex specialis* (защита прав потребителей), и другие.

Директивной, принятой в 2008 году не был установлен единый для Европейского Союза порядок по дате подачи заявки в одном из

¹⁶ Директива Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 2008/95/ЕС от 22 октября 2008 г. "О сближении законодательств государств-членов в отношении товарных знаков и знаков обслуживания"

государств-членов. Заявка, которую подали в определенном государстве, несет последствия исключительно для данного государства. Заявитель не имеет права на регистрацию более поздних заявок на внос обозначений в реестр, если они сходны до степени смешения с уже ранее зарегистрированным товарным знаком. Директива также закрепляет единообразное для всех регулирование прав и полномочий владельца знака и их ограничения. Так, предоставить третьему лица права на использование охраняемого товарного знака осуществляется за счет предоставления лицензии. При нарушении установленных Директивой положений лицензионного соглашения (о сроке, круге товаров, услуг, на которые распространяется лицензия, территориальном признаке) у лицензиата перед лицензиаром возникают не только обязательства, вытекающие из их соглашения, но и обязательства из закона (первостепенно – прекращение использования незаконного товарного знака).

Обладание товарным знаком позволяет владельцу требовать от любого третьего лица остановку неразрешенного использования. Бывает, однако, что владелец знака сам не использует его в течение длительного времени. В целях снижения общего количества товарных знаков, а также тех знаков, которые являются «спящими», Директивой Совета был предусмотрен ряд мер.

Директивой 2008 года установлено, что нормы этой директивы в полной мере соответствуют Парижской конвенции, однако при этом не затрагиваются обязательства государств, которые вытекают из Парижской конвенции. В случае возникновения коллизии норм,

разрешение осуществляется за счет согласованных действий государств-членов на основании процедуры п.2. ст. 307 ДЕС¹⁷. Также было принято решение о разработке наднационального механизма по охране прав на товарный знак, которые должны признаваться в силу единовременной регистрации в едином ведомстве. Данное действие распространяется на всей территории Европейского Союза.

По аналогии с товарным знаком рассматривается и другой вид промышленной собственности – наименование места происхождения товара. Защита географического обозначения, а также места происхождения сельскохозяйственных товаров и продуктов питания регулируется согласно регламенту, принятым Советом в 1992 году¹⁸. На его основании географические наименования свидетельствующие об определенном регионе изготовления продукта, что придает ему особую специфику, должны защищаться на всей территории ЕС после того, как их включают в регистр с помощью издания отдельного регламента. Данный регламент также поддержан судебной практикой Европейского Союза.

Перейдем к правовому регулированию интеллектуальной собственности. Оно имеет направленность на обеспечение высокого уровня охраны, так как они являются правовой основой для защиты результатов творческой деятельности. При наличии эффективной

¹⁷ Кашкин С. Ю. Интеллектуальная собственность и защита прав в Европейском союзе. С. Ю. Кашкин. Право Европейского союза. 2014. – URL: <http://litresp.ru/chitat/ru/%D0%9A/kashkin-sergej-yurjevich/pravo-evropejskogo-soyuza/23>

¹⁸ Постановление Совета ЕЭС №2081/92 от 14.07.1992 г. об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров

правовой регламентации авторского и смежных прав гарантируется актуализация творческого потенциала и интересов авторов, которые способны к развитию общества в инновационном ключе, улучшается конкурентная среда и экономика. Также при сближении законодательств осуществляется реализация принципов внутреннего рынка и его развитие.

Основы для регулирования всех отношений в сфере интеллектуальной собственности, которые оказывают наибольшее влияние на его формирование в ЕС и внутригосударственное регулирование таких отношений изложены во Всемирной конвенции об авторском праве, а также в Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений (1967 г.). Регулирование смежных прав происходит за счет Международной конвенции «Об охране интересов артистов-исполнителей, производителей фонограмм и вещательных организаций, которая была подписана в Риме в 1961 году.

Важнейшие положения о регулировании правовых отношений касательно авторского права содержатся в Соглашении об относящихся к торговле аспектах прав интеллектуальной собственности (ТРИПС)¹⁹. Во вступившем в силу с 1 января 1995 г. Соглашении о Европейском экономическом пространстве содержится обязанность государств — членов Европейского Союза,

¹⁹ Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) (ВТО, Уругвайский раунд многосторонних торговых переговоров, 15 апреля 1994 г.)

а также Исландии, Норвегии и Лихтенштейна по ратификации основополагающих договоров в области авторского права²⁰.

Публикация в 1988 году Европейской комиссией «Зеленой книги по авторскому праву и развитию технологии» стало первым шагом по унификации и гармонизации законодательства в данной области. Также были приняты несколько директив, которые регулировали вопросы охраны авторских и смежных прав. В качестве задачи ставилось не только урегулирование противоречий, но и создание авторского права Европейского Союза. Так как большинство принятых директив базируется на решениях Суда ЕС, он приобрел особый статус при правовом регулировании данных вопросов.

Сближение национального законодательства в области интеллектуальной собственности и смежных прав имеет два очень важных следствия: во-первых данный процесс способствует созданию внутреннего рынка; во-вторых – обеспечивает защиту авторских и смежных прав, которая хоть и основана на принципах Бернской конвенции, все же представляет собой более высокий уровень правовой охраны литературной и художественной собственности. Все это способствует созданию благоприятного климата, развивающего творческий потенциал. Гармонизация норм права укрепляет европейское единство в гуманитарной сфере, а также помогает в формировании европейской идентичности.

²⁰ Jennings J.S. Trademark Counterfeiting: An Unpunished Crime // Journal of Criminal Law and Criminology. 1989. Vol. 80. No. 3.

Активное развитие авторского права в Европейском Союзе проходило на основе директив совета с конца 1980-х гг. В 2001 году вышла Директива о действии авторского права в информационном обществе²¹, а также Директива о праве автора получить вознаграждение при перепродаже произведения искусства²². Здесь содержится обязательство государств-членов предусмотреть на законодательном уровне гарантированные выплаты в пользу автора при каждой перепродаже объекта его интеллектуальной деятельности – роялти.

Роялти, минимальный размер которых установлен на уровне 2–4% от цены произведения, должен уплачивать продавец оригинала произведения в пользу автора и его наследников²³. Согласно общему правилу, Директива имеет юридическую силу только на граждан ЕС, однако государства-участники могут предоставить аналогичные права и иностранцам при условии взаимного согласия. Итак, чтобы граждане России могли рассчитывать на получение роялти при перепродаже объекта их интеллектуальной собственности на территории ЕС, нормы, равнозначные положениям директивы должны быть в обязательном порядке закреплены в российском законодательстве.

На данный момент, основной документ, на основании которого регулируются авторские права – это Директива 2004/48/EG О защите

²¹ Директива Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 2001/29/ЕС от 22 мая 2001 г. "О гармонизации некоторых аспектов авторского права и смежных прав в информационном обществе"

²² Директива Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 2001/84/ЕС от 27 сентября 2001 г. "О праве перепродажи в интересах автора оригинала произведения искусства"

²³ OECD. The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy // Executive Summary. 2007. <http://www.oecd.org/dataoecd/13/12/38707619.pdf>.

прав на интеллектуальную собственность²⁴. В ней определяются меры, которые могут быть применены для противодействия нарушению авторских прав. Сюда входят меры касательно товаров с фальсифицированными товарными знаками, а также меры уголовной ответственности. Однако, случаи уголовного преследования пока имеют скорее исключительный характер и применяются в таких случаях, как, например, производство контрафактной продукции в промышленных масштабах. Это значит, что состав преступления основывается на действиях, связанных с осуществлением коммерческой деятельности. Считается, что преступление совершено, даже в случае однократного использования товарного знака, не принадлежащего лицу, совершающему действие. Если же имеет место покушение на преступление, избежать уголовной ответственности все равно не удастся. В качестве повода для дополнительной ответственности может оказаться намерение преступника путем неоднократного нарушения права на товарный знак получать доход в течение длительного промежутка времени.

Целью директивы 2004/48/ЕС было дополнение положений Соглашения ТРИПС, касающихся правоприменения, тогда как Соглашение ТРИПС включает в себя уголовные меры наказания, директива распространяется только на гражданско-правовые средства защиты. Помимо прочего, целями директивы также были содействие инновациям и конкурентоспособности, сохранение

²⁴ European Parliament, Directive 2004/48/EC of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the Enforcement of Intellectual Property Rights, OJ L 157 (30.04.2004).

трудоустройству, обеспечение охраны прав потребителя, обеспечение поддержания общественного правопорядка и предотвращение налоговых потерь.

Требование вышеописанной директивы – применение эффективных, убедительных и, главное, соразмерных средств правовой защиты. Сюда же мы включаем и санкции в адрес тех, кто занимается нарушением авторского права. Основная цель данного документа – регулирование защиты именно прав интеллектуальной собственности. Основные положения об авторском праве остаются в силе, как и международные обязательства государств-членов, касающиеся уголовно-процессуального и уголовного правоприменения. Директивой также устанавливаются меры по защите цифровых авторских прав, при этом законодательства на национальном уровне в других областях не затрагиваются.

Определение предмета директивы дается в статье 1. В ней речь идёт о защите прав интеллектуальной собственности, включающая промышленную собственность. Сфера действия Директивы определена в статье 2, которая посвящена мерам и средствам восстановления нарушенных прав. Эти меры и средства должны быть справедливы, эффективны, сбалансированы и сдерживающие от нарушений²⁵.

Изложенные во второй статье директивы повторяют содержание статьи 41 Соглашения ТРИПС. В этой же главе предусматриваются меры, которые могут быть использованы для

²⁵ Council of the European Union. Corrigendum to Directive 2004/48/EC of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the enforcement of intellectual property rights. EUR-Lex. – URL: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32004L0048R\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32004L0048R(01))

противодействия нарушениям. Среди них: полное изъятие, уничтожение контрафактных товаров, возмещение всех понесенных убытков потерпевшей стороне, а также судебных издержек. К тому же, данная директива устанавливает информационное право, согласно которому нарушитель обязан предоставить по запросу всю информацию о происхождении контрафакта и каналах его распространения, а также имена и адреса всех посредников, количество и цену нелегальных товаров. Тем не менее, в преамбуле к директиве это применимо только к действиям, которые «совершаются ради прямой или косвенной экономической или коммерческой выгоды»²⁶.

Таким образом, общим обязательством в директиве должно способствовать обеспечению ресурсами, которые необходимы для соблюдения прав интеллектуальной собственности ²⁷. Данное обязательство должно соответствовать принципам «справедливости и равноправия», не быть «сложным или дорогостоящим и влечь за собой необоснованные временные ограничения или неоправданные задержки».

Среди тех, кто может претендовать на средства правовой защиты в первую очередь авторы, а также лица, которым разрешено использование произведения – лицензиаты. При коллективном управлении правами, или же при наличии профессиональной защиты со стороны органов, право на защиту интеллектуальной собственности при определенных обстоятельствах сохраняется²⁸.

²⁶ Там же

²⁷ Там же

²⁸ Там же

В дальнейшем данную директиву неоднократно критиковали, а в некоторых государствах возникли сложности с исполнением. Все директивы Европейского Союза имеют обязательный характер и должны быть применены в законодательствах, т.к. они являются обладательницами верховенства над национальным правом. Предполагалось, что положения Директивы 2004/48/ЕС будут внедрены во всех государствах-членах Европейского союза до 29 апреля 2006 года. Однако, к концу года в ряде государств так и не смогли вовремя завершить необходимые шаги по гармонизации законодательства²⁹.

Директива была имплементирована в законодательство Соединённого Королевства документом The Intellectual Property (Enforcement, etc.) Regulations 2006³⁰. Директива была имплементирована в законодательство Нидерландов, и вступил в силу 1 мая 2007 года. Она была реализована во Франции 27 июня 2008 года. Парламент Швеции проголосовал за реализации директивы только 26 февраля 2009 года, и она вступила в силу 1 апреля 2009 года³¹.

При изучении законодательства в сфере нелегального оборота товаров важно также различать два понятия: контрафакт и фальсификат. Так, к контрафакту в Европе относятся:

²⁹ Summary of the implementation of Directive 2004/48 on the enforcement of intellectual property rights (the "Directive") in EU Member States as per October 2006. Simmons & Simmons.

³⁰ Office of Public Sector Information. The Intellectual Property (Enforcement, etc.) Regulations 2006. Legislation.gov.uk.

³¹ Orlando, Laura. 'Piracy' provisions under the Enforcement Directive and patent infringement : [англ.] // Jnl of Intellectual Property Law & Pract. — 2007. — Vol. 2, no. 10. — С. 642-643. — ISSN 1747-1540.

- товары с нанесенным на них товарным знаком, в действительности не производившиеся фирмами, владеющими этим товарным знаком, либо с нанесенным на них знаком, имитирующим реально зарегистрированный товарный знак;
- товары с определенным географическим указанием, в действительности произведенные в другом месте;
- «пиратство», то есть распространение и продажа копий художественных, музыкальных, литературных произведений без согласия правообладателя³².

Фальсификат же – это продукция с измененными свойствами, выдаваемая за оригинальный продукт, например маргарин, продающийся под названием «масло», либо продукция, сопровождаемая ложной информацией о ее производителе и (или) составе.

Помимо разграничения понятий незаконно производимой продукции, существует и классификация ее производителей по группе критериев, к которым относятся, например, создание потенциальной опасности или ценности для потребителей, отношения с властями и другие.

Наиболее общепринятой является классификация, в которой производители разделены на пять групп. Рассмотрим подробнее каждую из них.

³² The impact of counterfeiting on online consumer rights in Europe. European Consumer Service report. – URL: http://epc.si/media/media_2017/Jp_counterfeit_report.pdf

«Дисагрегаторы» или «разделители» - производители, которые отделяют бренд от продукта и продают только лишь бренд, создавая абсолютно любые продукты той же категории, что и брендовая продукция, и маскируя их под тот или иной бренд³³. Степень качества подобной продукции является очень низкой. Также таких производителей легко выявить.

Вторая группа - «имитаторы» - создает более качественные подделки, порой для неискушенного потребителя мало чем отличающиеся от оригинала. Данная группа успешнее всех остается на рынке незамеченной, а ее продукция – наиболее востребованная³⁴.

Третья группа представляет собой смесь первых двух, то есть их продукция маскируется под брендовую внешне, но ее качество всегда очень низко. Например, пищевая продукция может нести серьезный вред для здоровья потребителей. Эту группу производителей часто именуют «мошенники»³⁵.

Группа «desperados» производит подделки, качество которых еще ниже, чем у группы «мошенников», зачастую они даже не пытаются закрепиться на рынке, производя максимально некачественную продукцию, которая, к примеру, причиняет серьезный вред здоровью потребителей, и, следовательно, легко обнаруживается и изымается из оборота.

Пятая группа, получившая название «контрабандисты», с точки зрения качества производимой продукции походит на вторую

³³ Gentry JW, Putrevu P, Shultz C, Commuri S. How now Ralph Lauren? The separation of brand and product in a counterfeit culture. *Adv Consum Res* 2001;28:258–65.

³⁴ Kamenidou I. Counterfeit purchase typologies during an economic crisis. *European Business Review*, 27 (1). (2015) pp. 2-16. ISSN 0955-534X

³⁵ Fleisch E. Business strategies in the counterfeit market. *Journal of Business Research* 65 (2012) 658–665.

группу. Различие их состоит в том, что «контрабандисты» подделывают ту продукцию, на которую государством установлены более высокие налоги, то есть подакцизную продукцию. Таким образом данная группа получает выручку не столько продажи бренда, сколько от наценок, появившихся из-за акцизов³⁶.

Далее рассмотрим понятийно-категориальный аппарат на конкретном примере – контрафакте в сфере пищевой продукции с акцентом на одну из наиболее потенциально опасных отраслей теневой экономики – нелегальное производство и продажа алкоголя. Что именно в Европейском союзе принимается за «контрафакт», мы тоже изучили на основании нормативно-правовых фактов и иных документов, разработанных европейскими ведомствами, а также на основании обзоров европейских исследователей. Так, для алкогольного контрафакта в одном из обзоров автором дается следующая классификация³⁷:

- Понятия «подделка» и «незаконное брендингирование» означают нелегальный алкоголь, продаваемый под знаком реально существующего бренда или же пустые брендовые бутылки, наполненные нелегальным алкоголем; а также незаконное производство алкоголя;
- Контрабанда - незаконный импорт алкогольных напитков или сырья, такого как этиловый спирт;

³⁶ Schneider M. Private imports of counterfeit and pirated goods in Europe. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 38 (2015) 49-57.

³⁷ Przyswa E.. Counterfeiting in the wines and spirits market. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://selinko.com/site/wp-content/uploads/2014/06/Anti-counterfeiting-study-wines-and-spirits-market.pdf>

- Незаконное собственное производство - незаконное производство алкогольных напитков в мелких масштабах для коммерческих целей;
- Подмена (substitution) - алкоголь, который не предназначен для потребления человеком (например, фармацевтические или косметические спиртосодержащие препараты), перенаправленный на рынок алкогольных напитков
- Уклонение от налогов - легальные алкогольные напитки, производимые в местном масштабе, на которые не уплачиваются налоги.

Таким образом, Организация экономического сотрудничества и развития считает, что незаконная торговля алкоголем основана на трех предпосылках:

- Подделка продуктов,
- Производство, провоцирующее финансовые потери,
- Продукты, непригодные для потребления³⁸.

Подводя итоги первого пункта, можно сказать, что вопрос о контрафактной продукции достаточно хорошо проработан в законодательстве Европейского союза. Различными исследованиями даются классификации такой продукции с тем, чтобы впоследствии содействовать борьбе с ней путем более четких

³⁸ The Economic Impact of Counterfeiting. Report of Organisation for Economic Co-operation and Development. 1998. – URL: <http://www.oecd.org/sti/ind/2090589.pdf>

разграничений понятий, а значит, и четкого определения санкций, наступающих при том или ином нарушении законодательства.

2. Логистика контрафактной продукции в Европейском Союзе

При изучении географии контрафактной продукции необходимо в первую очередь выделить, откуда она движется и куда, а также, в случае производства контрафакта для местного потребления, выявить основные очаги подобного производства.

Теоретически, любая экономика может стать распространителем контрафактной и пиратской продукции, как в качестве места, где производятся поддельные товары, так и в качестве транзита, через который подделки движутся³⁹.

Большое количество экономик происхождения контрафактной и пиратской продукции свидетельствует о том, что в международной торговле контрафакция и пиратство занимает не последнее место. С целью экономически обоснованного измерения потенциала той или иной экономики к распространению контрафакта, в отчете, опубликованном Организацией экономического сотрудничества и развития совместно с Ведомством по интеллектуальной собственности Европейского Союза был выведен специальный индекс GTRIC-e (General Trade-Related Index of Counterfeiting for economies - Общий индекс контрафакта в экономике), который указывает на относительную

³⁹ WCO (World Customs Organisation) (2014), Illicit Trade Report 2013, www.wcoomd.org/en/media/newsroom/2014/june/wco-publishes-theillicit-trade-report-2013.aspx.

склонность той или иной экономики к импорту/экспорту незаконных товаров из разных стран⁴⁰. Значение индекса может составлять от 0 до 1, при этом чем ближе значение к единице, тем более экономика склонна импорту/экспорту контрафакта.

Согласно вышеуказанному отчету, в десятку стран, наиболее склонных к экспорту (следовательно, и производству) контрафактной продукции входят Гонконг, Китай, Турция, Токелау, Сирия, Греция, Непал, Тунис, Армения, Йемен. Их рейтинг по величине индекса GTRIC-е представлен в Приложении (см. Таблицу 1). Из этого списка нас наиболее интересует Греция как участник Шенгенской зоны, так как движение людей, капиталов и товаров из Греции в остальную Европу – свободно. Однако, на основании этих данных мы не можем сказать, является ли Греция производителем контрафакта или же всего лишь транзитной экономикой для него. Но важно отметить, что значительные объемы контрафактной продукции попадают в Европу именно через Грецию.

Следует заметить, что некоторые экономики происхождения являются более значительными источниками контрафакта, нежели другие, так как либо большая доля всей контрафактной продукции здесь представлена подделками интеллектуальной собственности, либо эти экономики являются стратегическими пунктами с точки зрения транзита. Логистика контрафактной торговли сложна и представляет собой разветвленную сеть.

⁴⁰ OECD/EUIPO (2016), Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact, OECD Publishing, Paris.

Производители и распространители контрафакта часто используют сложные маршруты торговли с использованием нескольких транзитных пунктов. В основном это делается для следующих целей:

- Чистка документов и скрывание места происхождения/отправки товаров;
- Создание распределительных центров для поддельных и пиратских товаров (например, в зонах свободной торговли), а также для отправки их небольшими поставками в конечные пункты назначения;
- Обработка продуктов, как правило, в зонах свободной торговли, часто путем добавления поддельных товарных знаков и/или переупаковки или повторной маркировки товаров.

Следовательно, в большинстве случаев таможенным службам трудно определить «производящую экономику» не только из-за чистки документов, но также и потому, что фактический процесс подделки может происходить не в той же экономике, что и производство данного товара. Данный продукт может быть произведен в одной экономике, в то время как его маркировка контрафактными логотипами или упаковка с нарушением права на товарный знак, может иметь место в другой экономике, которая ближе к рынкам назначения и осуществляет более слабый контроль за соблюдением прав на интеллектуальную собственность. Учитывая, что чем масштабнее внутреннее производство

нелегальных товаров в экономике, тем выше вероятность того, что данная экономика является экономикой происхождения, предполагается, что GTRIC-e связан с уровнем экономического развития страны или региона⁴¹.

Так, в странах с низким уровнем доходов обычно отсутствует капиталный и технологический потенциал для производства широкого спектра продуктов, что ограничивает возможности для производства в том числе нелегальных товаров. Однако по мере того, как экономика развивается и становится богаче, производственные и технологические возможности влияют на возможность появления более масштабных нарушений. При этом институциональные изменения, включая законодательство в области интеллектуальной собственности и правоприменительную практику, как правило, отстают от экономического развития, что создает благоприятные условия для противозаконной производственной деятельности. Тем не менее, продолжая расти и развиваться, экономика становится информированной в большей степени, повышается осознанность, и больший акцент делается на роль интеллектуальной собственности в экономике, а также на ужесточение законодательства в этой сфере⁴².

Помимо GTRIC-e – индекса, измеряющего склонность экономики к распространению контрафакта – используется также индекс GTRIC-p (General Trade-related Index of counterfeiting of

⁴¹ Verbeek, M. (2000), A Guide to Modern Econometrics, Wiley.

⁴² ОНМ-Europol (2015), 2015 Situation Report on Counterfeiting in the European Union, <https://oami.europa.eu/ohimportal/documents/>.

products), который показывает, насколько тот или иной вид продукции подвержен подделкам.

В Таблице 2 (см. Приложение) представлены десять наиболее часто подделываемых категорий товаров. Хотя индексы GTRIC не дают прямой оценки общей величины контрафакции и пиратства в мировой торговле, они выявляют соотношения, которые могут быть полезными при изучении данного явления. В частности, матрица GTRIC может использоваться для определения вероятности того, что тот или иной товар является подделкой – путем определения соотношения вида товара и его экономики происхождения⁴³.

Что касается относительной вероятности того, что продукты, продаваемые в ЕС, являются контрафактными или пиратскими, то список отраслей, подверженных контрафакции, для ЕС примерно такой же, как и для мира в целом. То есть проблема импорта подделок в ЕС не имеет определенной специфики.

Наиболее распространен контрафакт среди импортных предметов роскоши, таких как часы, изделия из кожи, товары для путешествий, сумочки, обувь, парфюмерию и ювелирные изделия. Однако потребительские товары, импортируемые в ЕС, также часто подвергаются подделыванию. В эту категорию входят одежда, табак или игрушки. Часто контрафакт встречается и среди машинного оборудования и инструментов, ввозимых в ЕС. Некоторые виды контрафактных товаров, импортируемых в ЕС, могут подвергать риску здоровье и безопасность потребителей. К

⁴³ OECD/EUIPO, Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact, OECD Publishing, Paris, 2016.

таким товарам относятся косметика, фармацевтика, запасные части, инструменты и механизмы, химикаты и бытовые изделия⁴⁴. Эти продукты очень часто не соответствуют стандартам, а риски для здоровья и безопасности потребителей от подобных товаров могут варьироваться от умеренных до опасных для жизни.

Что касается экономик происхождения в отношении поддельных и пиратских товаров, импортируемых в ЕС, информация, зафиксированная в индексе GTRIC-е, специфичном для ЕС, показывает, что, как и в мировой торговле, их масштаб является широким и глобальным. Пятерка «лидеров» по экспорту контрафакта в Европу включает в себя соответственно Гонконг, Китай, Объединенные Арабские Эмираты, Турцию и Грецию⁴⁵.

Как известно, в мире большая часть глобального аутсорсинга связана с Азиатскими компаниями, как в производственной сфере, так и в сфере услуг. Например, в производстве фармацевтических контрактов Индия и Китай входят в число мировых лидеров⁴⁶. Поэтому неудивительно, что значительная часть обнаруживаемой контрафактной продукции имеет азиатское происхождение. То есть ситуация такова, что вынесение компаниями, производящих дорогостоящую брендовую продукцию своих производственных мощностей в азиатские страны, где производственные издержки ниже, способствует и увеличению контрафакта, имитирующего данный бренд, так как производители контрафакта находятся в

⁴⁴ UN (United Nations), International Merchandise Trade Statistics: Concepts and Definitions 2010, <http://comtrade.un.org/db/mr/rfGlossaryList.aspx>.

⁴⁵ OECD/EUIPO (2016), Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact, OECD Publishing, Paris

⁴⁶ Staake T, Thiesse F, Fleisch E. The emergence of counterfeit trade: a literature review. Eur J Mark 2009;43(3/4):320–49

непосредственной близости к производственному процессу компаний.

В 2008 году материковый Китай был источником 55% подделок, конфискованных на европейских границах, еще 10% приходилось на Тайвань, еще 10% - на Гонконг. Другими словами, две трети контрафактной продукции, конфискованной на европейской границе, были произведены в Китае⁴⁷. В основном подделки из Китая представляли собой игрушки, электронику, одежду.

Обычно, если рассматривать статистику, то можно увидеть, что количество легальной продукции, ввозимой в ЕС, значительно превышает объемы конфискованного контрафакта. Так, например, в 2008 году в ЕС было изъято чуть менее 6 миллионов пар поддельных туфель, изготовленных в Китае, однако в том же году ЕС импортировал 1,8 миллиарда пар обуви из Китая, изготовленной и ввезенной совершенно легально, что составляет 73% от общего объема импорта обуви в ЕС⁴⁸. Таким образом, поддельные конфискованные были равны примерно одной трети процентов от законного импорта. Большой частью контрафакт из Китая достигает границ ЕС по морю, зачастую преодолев множество транзитных пунктов. Контрафакт бывает сложно распознать в этих транзитных пунктах, так как он обычно представляет собой

⁴⁷ Couterfiet Product. Anti Essays. Retrieved November 29, 2018, from the World Wide Web: <https://www.antiessays.com/free-essays/Couterfiet-Product-563831.html>

⁴⁸ TAXUD. Counterfeit and piracy: community-wide statistics for 2008. Brussels, Belgium: European Taxation and Customs Union; 2009.

немаркированную продукцию, и приобретает марку бренда лишь по приближении к пункту назначения.

Более того, часто контрабанда на пути в Европу проходит через зоны свободной торговли, например, в Объединенных Арабских Эмиратах, что позволяет замаскировать ее происхождение, а также как можно более незаметно маркировать ее. Вообще говоря, ОАЭ являются вторым по величине источником контрафактной продукции, конфискованной на границах ЕС, что составляет более 15% всех случаев, зарегистрированных в 2008 году. Многие из этих товаров, возможно, были основаны на «сырых» (немаркированных) товарах из Восточной Азии⁴⁹.

Внешние зоны свободной торговли также являются одной из угроз в контрафактной среде, поскольку эти районы предоставляют производителям и распространителям контрафакта возможность вывозить туда грузы, изменять, адаптировать их или связанные с ними документы, а затем потенциально реэкспортировать получившуюся продукцию без таможенного вмешательства, таким образом скрывая истинное происхождение и характер товаров, а также личность первоначального поставщика.

В настоящее время в мире насчитывается около 3 500 свободных экономических зон и специальных экономических зон⁵⁰. Эти зоны обслуживают не только морские перевозки, так как многие из них расположены в международных аэропортах и на

⁴⁹ OECD. The magnitude of counterfeiting and piracy of tangible products: an update economic impact of counterfeiting and piracy, part IV. Paris, France: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2009.

⁵⁰ World Free Zones Organization, Message from our CEO, URL: <http://www.worldfzo.org/Pages/CeoMessage.aspx>. Accessed 26 March 2017.

национальных границах, где товары могут перевозиться по суше. В настоящее время проблема регулирования деятельности в зонах свободной торговли связана в основном с отсутствием гармонизированных стандартов защиты прав интеллектуальной собственности. Лишь небольшое количество инцидентов с правами интеллектуальной собственности, связанных с зонами свободной торговли, приводило к судебным разбирательствам⁵¹.

Зоны свободной торговли нередко таят в себе определенными опасностями: некоторые из них способствовали ряду организованных преступлений, в том числе незаконный оборот наркотиков, незаконную торговлю слоновой костью, контрабанду людей. В других случаях по-разному использовались поддельные сумки, кошельки и электрическое оборудование⁵², и, хотя эти инциденты могут не иметь прямого влияния на ЕС, они тем не менее демонстрируют, что зоны свободной торговли используются для содействия международной преступности в сфере прав интеллектуальной собственности.

По данным исследований, страной-источником более двух третей контрафактных товаров, обращающихся в ЕС, является Китай, да и большинство товаров - как легальных, так и контрафактных - производится там. Это подтверждается последним отчетом Европейской комиссии (DG TAXUD), в котором Китай определяется как страна происхождения, составляющая почти 73%

⁵¹ Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy, Controlling the zone: balancing facilitation and control to combat illicit trade in the world's free trade zones, ICC, Paris, 2013, p. 25. - URL: <http://www.ipwatch.org/weblog/wp-content/uploads/2013/05/FTZreport.pdf>

⁵² DuBarry, S., Ametova, E., The paradox of free trade zones: economic prosperity and transnational crime, Florida International University, Miami, 2014, p. 4. - URL: https://maga.fiu.edu/academic-tracks/capstone-project/2014-capstone-workingpapers/socomcapstone_dubarry_ametovav_edited-final_dawndavies.pdf

подозреваемых в нарушении прав интеллектуальной собственности товаров, задержанных на границах ЕС в стоимостном выражении, и 66% по объему. Согласно интересам Китая, во владение ключевыми морскими портами по всему миру были вложены значительные средства, чтобы стимулировать их глобальную торговлю.

Тем не менее, китайцы предпринимают все более активные попытки решить проблему производства контрафактной продукции в своей стране. Их возросшее участие в отраслях с интенсивным использованием интеллектуальной собственности (например, новая телекоммуникационная компания Hua Wei) привело к осознанию важности защиты прав интеллектуальной собственности, особенно в связи с тем, что сами китайские бренды в настоящее время подвергаются негативному влиянию контрафакта. Национальная стратегия по интеллектуальной собственности 2008 года, а также Закон о товарных знаках КНР, вступивший в силу 1 мая 2014 года демонстрируют возросшую в Китае приверженность решению проблемы производства и продажи контрафактных товаров. Другим примером этого является недавнее сотрудничество между полицией в Шанхае и полицией Лондона по делу с участием китайского агента, который содействовал изготовлению и распространению контрафактной одежды и аксессуаров из Китая среди организованной преступной группировки в Великобритании.

Европейская комиссия выделила приоритетные третьи страны с наибольшим влиянием на ЕС в отношении контрафактной

продукции. Первым приоритетом остается Китай. Далее идет Индия (особенно чувствительным сектором здесь является сфера фармацевтических препаратов), Турция (в сфере продуктов питания), Индонезия (с ее слабым законодательством и высоким уровнем коррупции, и Филиппины, где наблюдаются низкие показатели правоприменения. С точки зрения категории продуктов, разные страны являются странами происхождения для разных категорий продуктов, в частности, Египет для продуктов питания, Турция для парфюмерии и косметики, Гонконг и Китай для косметики и парфюмерии, мобильных телефонов, карт памяти и другой электроники. К другим странам происхождения контрафакта, обнаруженного в ЕС относятся Гана, Греция, Индия, Малайзия, Марокко, Республика Корея и Объединенные Арабские Эмираты (ОАЭ).

Помимо контрафактной продукции, произведенной за пределами европейского союза, существует и значительная доля контрафакта и фальсификата, имеющего внутреннее происхождение, и создающегося по большей части, в Бельгии, Чехии, Испании, Италии, Польше, Португалии и даже Великобритании⁵³.

Так, например, не редки случаи обнаружения фальсификата среди дорогостоящей брендовой алкогольной продукции. Такой фальсификат создается путем повторного наполнения бутылок из-под оригинальной продукции дешевым заменителем, зачастую

⁵³ Situation Report on Counterfeiting in the European Union. A joint project between Europol and the Office for Harmonization in the Internal Market. 2015

нигде не зарегистрированным, либо наоборот, наполнение происходит на законно работающем заводе, то есть в этом случае производителем контрафакта становится сам производитель оригинальной продукции.

Благодаря достаточно хорошо проработанной антиконтрафактной политике, производить контрафакт и фальсификат в Европе сложно, и еще сложнее его сбывать, поэтому в случае, когда производства контрафакта с целью продажи имеет место быть, то в этом задействованы группы, обеспеченные ресурсами и хорошо организованны. Обычно такие группы вовлечены также и в другие виды преступной деятельности. То есть здесь имеет смысл уже говорить об организованной преступности.

В 2008 году стоимость всей контрафактной продукции, произведенной в ЕС, оценивалась от 140 до 215 млрд. долларов, в 2013 году эта цифра поднялась до уровня 249-456 млрд. долларов⁵⁴, что говорит о росте рынка контрафакта со временем. По оценкам, структура производства контрафактной продукции может существенно различаться по типу продукта. Например, продукты питания и напитки, как правило, разрабатываются в соответствии с предпочтениями потребителей в конкретном месте, что приводит к производству на локальном внутреннем рынке.

В 2000-ые годы количество подделок росло особенно высокими темпами, что связывают с неоправданно мягким на тот момент законодательством, так как, например, в 2007 году ни один

⁵⁴ Hardy J. Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy. / World Trademark Review // 2016. URL: <https://www.worldtrademarkreview.com/anti-counterfeiting/estimating-global-economic-and-social-impacts-counterfeiting-and-piracy>. Дата обращения: 29.11.2018

из двух тысяч четырехсот двадцати шести подозреваемых в производстве и продаже подделок не был посажен в тюрьму⁵⁵.

Спрос на алкогольную продукцию с черного рынка особенно становится заметным во время экономического кризиса, когда государство повышает акцизы на подакцизные товары. В данном случае потребители сознательно выбирают подделку из-за более низкой цены.

Так, например, в Греции, где с 2009 по 2011 год совокупные налоги на алкоголь увеличились на 125%, а НДС вырос с 19% до 23%⁵⁶, был проведен социологический опрос, целью которого было выявить отношение потребителей к контрафакту, которого в годы кризиса стало особенно много. В ходе исследования было выявлено, что часть потребителей считает, что государственная политика жесткой экономии во время кризиса лишь стимулировала повышенный интерес к подделкам. Другая же часть потребителей связывала высокий уровень контрафакта с неадекватной государственной политикой по борьбе с ним. Также отмечалось, что по большей части потребители осведомлены не только о высокой доле контрафакта на рынке Греции, но и возможных последствиях его употребления, а также о его влиянии на экономику. Отдельное внимание в ходе исследования уделялось так называемому поколению «Y», то есть молодежи, и для данной категории потребителей было установлено, что ее представители

⁵⁵ Устюжанин В. 40 процентов европейцев покупают подделки. / Deutsche Welle // 2008. URL:

<https://www.dw.com/ru/%D1%82%D0%BC%D1%8B-%D0%B4%D1%8F/s-9119>. Дата обращения: 29.11.2018

⁵⁶ Худяков Н. А. Контрафактный алкоголь производят и в Европе / Н.А. Худяков // Крестьянские ведомости. – 2016.

сознательно приобретают контрафакт из-за его низкой цены, высокого качества как контрафакта и желания быть «в тренде»⁵⁷.

Таким образом, географию рынка контрафактной продукции можно рассматривать с двух позиций. С одной стороны, контрафактная продукция, такая как одежда и обувь, игрушки, электроника и т.д., весьма значительными объемами ввозится из-за границы, и, попав в одну страну Европейского союза, свободно продолжают свой путь в условиях открытых границ таможенного союза. С другой стороны, контрафакт производится и в самой Европе, однако здесь подделыванию наиболее подвержены продукты питания и алкоголь.

⁵⁷ Kamenidou I. Counterfeit purchase typologies during an economic crisis. *European Business Review*, 27 (1). (2015) pp. 2-16. ISSN 0955-534X

Глава 2. Влияние контрафактной продукции на экономику стран Европы

1. Влияние контрафактной продукции на макроэкономику стран Европы

Начнем с того, что производство контрафактной продукции является возможным лишь в условиях существования теневого сектора экономики.

Теневая экономическая деятельность варьируется от нерегистрируемой торговли, самогоноварения и уклонения от налогов до мошенничества, торговли наркотиками и продажи краденых товаров. По сути, термин теневая экономика, или неофициальная, незарегистрированная экономика, охватывает все обмены товарами или рабочей силой, которые происходят за спиной у государства, не регистрируются и, следовательно, не облагаются налогом. По оценкам Фридриха Шнайдера, в теневой экономике Европейского Союза работает не менее десяти миллионов человек⁵⁸. Чрезмерное налогообложение и регулирование являются толчками к незаконной экономической деятельности, особенно, когда моральный дух налогов низок, то есть, когда люди не чувствуют, что государство дает достаточно благ по отношению к собранным налогам и/или налоговая система слишком сложна.

⁵⁸ Schneider, F. (2005), 'The shadow economy and shadow economy labour force: What do we (not) know?', *European Journal of Political Economy*, 21(3): 598-642.

Сектор теневой экономики, как правило, становится меньше, когда люди имеют веру в их государственные учреждения, включая полицию и правительство, и когда коррупция и взяточничество встречаются редко. Политическая стабильность, верховенство закона и строгие права собственности способствуют созданию благоприятных условий для работы в официальной экономике. Утверждается, что более богатые страны ОЭСР и некоторые страны Восточной Европы имеют меньшую теневую экономику благодаря «хорошему равновесию» сильных институтов в сочетании с умеренным налоговым режимом. В отличие от этого, многие страны Латинской Америки и бывшего Советского Союза страдают от широко распространенной коррупции и чрезмерной или неизбирательной системы регулирования и, следовательно, имеют большую неофициальную экономику.

Еще более устойчивая корреляция существует между валовым национальным продуктом и размером теневой экономики Европы. Чем выше уровень ВВП на душу населения в стране, тем меньше размер теневого сектора экономики в данной стране. Также есть основания полагать, что эти отношения являются причинно-следственными, поскольку бедность стимулирует уклонение от уплаты налогов и преступность, в то время как процветание помогает ослабить подпольную экономику. И те же факторы, которые закладывают основы для процветания - права собственности, верховенство закона, умеренное регулирование и т.д.. - также помогают уменьшить размер теневой экономики. Следовательно, национальный доход коррелирует с коррупцией,

так же как национальный доход коррелирует с теневой экономикой, а теневая экономика коррелирует с коррупцией.

Незаконный алкоголь представляет собой лишь небольшую часть теневой экономики, но вполне вероятно, что этот черный рынок реагирует на те же стимулы и препятствия, что и другие неофициальные виды экономической деятельности. В частности, можно ожидать, что рынок будет расширяться, когда регулирование слишком обременительно, налогообложение чрезмерно и коррупция процветает.

Многие из факторов, которые стимулируют спрос и предложение в теневом экономическом секторе, также влияют и на размер незаконного рынка алкоголя. Поэтому путь к сокращению незаконного алкогольного рынка является относительно прямым и простым. Правительства должны способствовать процветанию, поскольку незаконный алкоголь в основном потребляется в странах с низким уровнем дохода и в более обездоленных общинах в странах с высоким уровнем дохода. Они также должны стремиться создавать сильные и заслуживающие доверия государственные институты, которые поддерживают верховенство закона и защищают интеллектуальную собственность. И им следует установить акцизный сбор по умеренной ставке, сопоставимой с соседними странами, и избегать чрезмерного регулирования и ограниченного времени работы.

Франция находится в идеальном положении, чтобы избежать алкогольного мошенничества, контрабанды и контрафакции. Она производит большую часть вина внутри страны, его население

обычно предпочитает пить французское вино, акцизы на алкоголь здесь низкие, а соседние рынки, как правило, более дорогие. Самый популярный напиток в стране едва облагается налогом. Для сравнения, винный сбор в Великобритании в 7,2 раза выше, чем во Франции. Поэтому у французов мало стимулов делать покупки за границей или покупать алкоголь на черном рынке. В противоположной ситуации находятся страны, в которых цены на алкоголь искусственно поддерживаются налогами, предназначенными для сокращения потребления на душу населения и уменьшения вреда, связанного с чрезмерным употреблением алкоголя. В зависимости от доходов и доступа к более дешевым рынкам, эти налоги могут привести к мошенничеству с алкоголем, трансграничной торговле, употреблению суррогатного алкоголя, самогоноварению, организованной преступности и другому ущербу, связанному с запретами.

В зависимости от доли контрафактной продукции на рынке той или иной страны, она может в большей или меньшей степени влиять на экономику. Это влияние распространяется в различные сферы, часть из которых может показаться не вполне очевидной.

Во-первых, присутствие контрафактной продукции влияет на инновации, которые являются одним из основных двигателей роста и прогресса. Новаторы защищают свои идеи и разработки с помощью патентов, авторских прав, торговых марок. Без надлежащей защиты этих прав интеллектуальной собственности стимулы для разработки новых идей и продуктов будут сокращены,

что ослабит инновационный процесс. Риски считаются особенно высокими для тех отраслей, в которых затраты на исследования и разработки, связанные с разработкой новых продуктов, являются высокими по сравнению с затратами на производство полученных продуктов. Здесь ярким примером может служить фармацевтическая продукция⁵⁹. Таким образом, контрафакция и пиратство в той мере, в какой они подрывают усилия новаторов, могут иметь важные неблагоприятные последствия для исследований и, в конечном счете, для роста.

Кроме того, поскольку производство и распространение контрафактной продукции с целью извлечения прибыли само по себе является преступной деятельностью, растет общий уровень преступности в стране, тем более что значительная часть этой прибыли может в дальнейшем использоваться для незаконного развития в более опасных для общества отраслях теневой экономики, таких как, например, продажа наркотиков или оружия⁶⁰, не говоря уже о том, что мошенники зачастую прибегают к взяточничеству и вымогательству у официальных лиц с целью защиты своей нелегальной деятельности.

Не стоит забывать также о налоговых потерях, которые несет государство, ведь производители контрафакта сбывают продукцию незаконно, а значит, не уплачивают налоги. Особенно остро данная проблема стоит в сфере подакцизной продукции.

⁵⁹ International Institute of Research against Counterfeit Medicines, Study Report: Counterfeit Medicines and Criminal Organisations and newsletters, 2013.

⁶⁰ Pollinger, Z., 'Counterfeit Goods and their potential financing of international terrorism', Harvard University, 2008.

Контрафакция и пиратство могут также негативно отразиться и на окружающей среде. Во-первых, так как конфискованные товары в большинстве случаев подлежат уничтожению, что выливается в резкое увеличение количества мусора, растущий объем изъятых товаров вызывает определенные проблемы для окружающей среды. Например, в 2005 году только Европейский союз изъял 76 миллионов единиц контрафакта⁶¹. Во-вторых, некачественные контрафактные продукты могут иметь сугубо экологические последствия. Речь идет о химической промышленности, в которой зафиксированы случаи, когда использование поддельных удобрений причинило серьезный ущерб окружающей среде.

Одной из наиболее важных сфер, подверженных негативному влиянию от производства контрафакта, является занятость населения. Это влияние может протекать на двух уровнях: в масштабах всей экономики и в определенных затронутых секторах. Поскольку рабочие места создаются и в нелегальной производственной сфере тоже, определенная часть населения оказывается занятой в теневом секторе экономики, в то время как официальная статистика говорит о росте безработицы. Более того, подобный сдвиг имеет последствия для благосостояния самих работников, поскольку условия труда в незаконно заведомо незаконной деятельности зачастую намного хуже, чем те, которые преобладают в признанных фирмах, которые ценят своих

⁶¹ The economic impact of counterfeiting and piracy: Executive Summary. 2007.

сотрудников выше и придерживаются правил охраны здоровья, безопасности и других нормативных норм.

Поток прямых иностранных инвестиций также подвержен влиянию контрафакта. Ситуация в отношении прав интеллектуальной собственности является одним из многих факторов, рассматриваемых фирмами, которые инвестируют за рубеж. Для некоторых отраслей уровень контрафакции и пиратства может быть важным, тогда как в других случаях это может быть незначительным. Связь была проверена в эконометрическом анализе, проведенном ОЭСР. Было установлено, что ПИИ из Германии, Японии и США были относительно выше в странах с более низким уровнем контрафакции и пиратства. Однако, подобные выводы являются лишь предварительными, так как на поток ПИИ влияет гораздо большее количество факторов, и уровень зависимости ПИИ от каждого из них еще необходимо изучать⁶².

В определенной степени контрафактная продукция на рынке страны может влиять и на структуру ее экспорта и импорта. Например, некоторые страны имеют тенденцию меньше экспортировать продуктов тех категорий, среди которых обнаруживается высокое количество контрафакта.

Не менее важным является изучение реальных экономических потерь, вызванных присутствием контрафакта на рынке. Согласно исследованиям, проведенным Управлением интеллектуальной

⁶² Gabor, S., 'Aspects concerning counterfeiting and piracy in the European Union', Bulletin of the Transylvania University of Brasov, Vol 5 (54), No 1, Series V, 2012.

собственности Европейского союза (EUIPO) при поддержке Европейской обсерватории по нарушениям прав интеллектуальной собственности, более 48 млрд. евро (или 7,4% всего торгового оборота) ежегодно теряется в некоторых секторах экономики из-за наличия поддельных товаров на рынке.

В таблице 3 в Приложении представлена разбивка прямых потерь в продажах в денежном выражении (округленные значения) по странам⁶³. Еще около 35 млрд. евро теряются из-за косвенных эффектов торговли контрафактной продукцией, так как спрос на контрафакт ведет к уменьшению продаж оригинальных продуктов, а следовательно к снижению объемов производства и закупок материалов для производства⁶⁴. Такая цепная реакция может распространяться на многие сектора экономики. Потери дохода государства от неуплаты налогов в связи с продажей контрафакта оцениваются в 14,3 млрд евро. Вышеупомянутые девять затронутых секторов включают в себя косметику и парфюмерию; одежду, обувь и аксессуары; спортивные товары; игрушки; ювелирные изделия и часы; сумки; записанная музыка; спирты и алкогольная продукция; фармацевтические препараты. Совокупное количество потерянных рабочих мест в этих секторах оценивается в 790 тысяч⁶⁵.

⁶³ Wajzman N. The Economic Cost of IPR Infringement. Report by European Union Intellectual Property Office, July 2016.

⁶⁴ BASCAP. (2014, May). The impact of counterfeiting on government and consumers. Frontier Economics, 1-55.

⁶⁵ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), The Economic Impact of Counterfeiting, 2009.

Теперь перейдем к анализу рынка спиртовой и алкогольной продукции в Европе для оценки влияния доли контрафакта на столь немаловажный сектор экономики.

Прежде всего стоит сказать, что в период 2008-2013 годов ежегодное производство спирта в ЕС насчитывало 22 млрд евро. Сумма экспортированной продукции из в третьи страны составила 8 млрд евро, а импорт составил около 1 млрд. евро, что привело к положительному сальдо торгового баланса в размере 7 млрд. евро. Таким образом для внутреннего потребления в ЕС алкогольной продукции осталось почти на 15 млрд евро (по ценам производителей). Великобритания является крупнейшим производителем спиртных напитков, объем производства которых здесь превышает 5 млрд евро, затем следует Франция с более чем 4 млрд евро. Экспорт Великобритании составляет более 40% от общего объема экспорта алкогольных напитков ЕС. Франция также является крупным экспортером спиртных напитков, на долю которых приходится почти 30% от общего объема экспорта ЕС⁶⁶.

Промышленный сектор, занимающийся дистилляцией, ректификацией и смешиванием спиртных напитков в ЕС, включается в себя 5500 предприятий, большинство из которых относятся к средним и малым предприятиям, имеющим в среднем менее 10 работников на одну фирму. Вообще в Европейском союзе в 2013 году количество занятых в этом секторе составило около 54 тысяч человек⁶⁷.

⁶⁶ Wajzman N. The Economic Cost of IPR Infringement in Spirits and Wine. Report by European Union Intellectual Property Office, July 2016.

⁶⁷ Там же

Имеет также смысл отдельно выделить винно-производственный сектор. Винодельческая промышленность ЕС включает 10 900 предприятий, из которых 3700 находятся в Испании, 1800 в Италии и менее 1500 во Франции. Средняя занятость на таких предприятиях составляет около 11 человек в среднем по ЕС и варьируется от 30 во Франции до 6,5 в Испании, а для Италии эта цифра составляет 9,3. Что касается общей занятости, то в французской винодельческой промышленности работает более 44 тысяч человек, что составляет 36% от общей занятости в ЕС в этом секторе. Почти 20% от общей занятости в ЕС или 24 тысяч рабочих находятся в Испании, а 14% общей занятости приходится на Италию и составляет 17 тысяч рабочих. В целом общая занятость в ЕС в винодельческой промышленности составляет более 120 тысяч человек⁶⁸.

Таким образом, мы уже выяснили, что несмотря на всю проводимую политику в области регулирования алкогольной продукции, речь о которой пойдет в третьей главе нашего исследования, странам Евросоюза не чужда проблема бутлегерства – незаконного производства и продажи алкогольных напитков. По некоторым оценкам, экономика всех стран ЕС из-за контрафактного алкоголя терпит ежегодные убытки в 1,3 млрд евро, что соответствует 3,3% от всех продаж в данном секторе, а также теряет 18 500 рабочих мест⁶⁹.

⁶⁸ Там же

⁶⁹ ЕС теряет €1,3 млрд из-за контрафактного алкоголя. / FoodNewsWeek. 28.07.2016. // <http://www.foodnewsweek.ru/world/es-teryaet-e13-mlrd-iz-za-kontrafaktnogo-alkogolya.html>

Обратимся к статистическим данным. Наибольшая доля контрафактной продукции в винной отрасли производится в Испании. Убыток для рынка составляет порядка 263 млн евро, тогда как для Италии эта цифра несколько меньше, но, тем не менее, составляет 162 млн. Далее, по уровню заполненности рынка нелегальной продукцией располагается Германия – 140 млн евро, Франция – 136 млн евро. Эксперты пытаются установить корреляцию между растущей долей черного рынка и увеличением акциз на алкоголь, связанным с экономическим кризисом. В общей сложности в период с 2009 по 2011 год налоги на алкогольную продукцию выросли на 125%, а скрытый налог увеличился до 23% (ранее 19%). Непроизвольно эти обстоятельства выступают стимулом для нелегальных производителей и торговцев. Обращаясь, опять же, к частным случаям, Латвия теряет из-за контрабанды около 20 млн евро в год, при доле составляющей оборота контрабандного алкоголя в 9% от общего объема продаж крепких напитков, произведенных на основе спирта и вина. В граничащей с Латвией Эстонии, однако, данный показатель в 4 раза меньше. Основным поставщиком нелегальной продукции выступает Россия и Беларусь. Речь, как правило, идет о напитках в пластиковых или стеклянных бутылках с отсутствием маркировки⁷⁰.

Что касается налогов, здесь прежде все стоит обратить внимание на акцизы, ведь это наиболее заметная статья налогообложения по применению к алкогольной продукции. Как

⁷⁰ Информационный портал Delfi [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.delfi.ee/>

известно, в скандинавских странах установлены наиболее высокие налоги по сравнению с остальной Европой. Это можно сказать и об акцизах тоже. Так, акцизный налог на алкоголь в Швеции составляет 25%, в Финляндии – 22%, в Дании – 25%. Также высокие акцизы характерны для Ирландии (21%), Бельгии (21%), Франции (19,6%) и Великобритании (17,5%)⁷¹.

Отсюда следует, что для этих стран доходы от акцизов являются весьма значимой частью бюджета. Можно предположить, что и потери от контрафакта наиболее ощутимы в тех же странах, и отчасти это будет справедливо, с той лишь оговоркой, что наряду с Великобританией, Францией и Швецией, наибольшие потери из-за неуплаты акцизов переживают также Испания, Германия, Польша, Греция и Италия⁷². Более подробные цифры указаны в Таблице 4 (см. Приложение).

На основании этого (и учитывая также количество обнаруженного в той или иной стране контрафакта) можно сделать вывод о том, что в скандинавских странах потери из-за присутствия контрафактной продукции на рынке если и ощутимы, то лишь по причине высоких акцизных налогов, составляющих немалую часть государственного бюджета, в то время как в других странах, особенно в средиземноморских, значительные потери объясняются не столько высокими налогами, сколько наиболее высокой долей контрафактной продукции в обороте.

⁷¹ Excise duties and VAT rates: European Commission, Excise Duty Tables, July 2006.

⁷² Alcohol taxation and regulation in the European Union, CESifo Working Paper, No.1821, Center for Economic Studies and Ifo Institute (CESifo), Munich

Стоит упомянуть также затраты, которые несут государства при осуществлении деятельности по борьбе с контрафактом. Сюда входят, прежде всего, расходы на усиление и повышение эффективности таможенного контроля, а также расходы на судебные процессы. Сюда же можно отнести и расходы по конфискации и утилизации контрафактной продукции.

Из отчетов EUIPO следует, что для расчета реальных убытков, следует учитывать различные факторы. Следует понимать, что туда входят не только налоги, и, соответственно недополученные деньги государственного бюджета, но и рабочие места в различных сферах. В соответствии с данными Ведомства по интеллектуальной собственности Европейского союза, «в ЕС численность безработных составляла в мае этого года более 21 млн человек, а уровень безработицы находится на уровне 8,6%. Больше всего безработных оказалось в Греции (24% по состоянию на май 2016 года) и в Испании (почти 20%).⁷³

Это означает, что продажа нелегальной алкогольной продукции привела к потере не менее 4,8 тысяч рабочих мест. Если же включить сюда еще и смежные отрасли, это число возрастет до 23 тысяч. Среди них 8,6 тысяч относятся к сельскому хозяйству, и еще 1,3 тысячи – к пищевой промышленности.⁷⁴

Странами-лидерами по потреблению нелегального алкоголя в ЕС являются страны Восточной Европы (в частности страны

⁷³ Официальный сайт Ведомства по интеллектуальной собственности Европейского Союза <https://euipo.europa.eu/ohimportal/>

⁷⁴ Status Report on Alcohol and Health in 35 European Countries 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0017/190430/Status-Report-on-Alcohol-and-Health-in-35-European-Countries.pdf?ua=1

Прибалтики, Болгария, Румыния и Словения)⁷⁵. Соответственно, в этих странах наблюдаются и самые высокие потери от продажи из-за контрафактной продукции, что наглядно представлено на Графике 1 (см. Приложение)⁷⁶.

Таким образом, мы можем говорить о том, что негативные эффекты, вызываемые наличием контрафакции на рынке Европейского союза, распределяются здесь неравномерно. В северной Европе эти эффекты ощутимы из-за неуплаты акцизов, которые составляют значительную статью бюджетных доходов, однако общее количество контрафакта является самым небольшим в Евросоюзе. В центральной Европе и средиземноморских странах потери от неуплаты акцизов также существенны, но объясняются и более высокой долей контрафакта на рынке. Больше всего потерь из-за контрафакта приходится на страны восточной Европы, так как эти страны лидируют также по потреблению контрафактного алкоголя.

2. Социальные последствия проникновения контрафактной продукции на рынки стран ЕС

Далее необходимо рассмотреть влияние контрафакта на производителей оригинальных брендов, а также на благосостояние и здоровье его потребителей.

Начнем с того, что подделывание брендовых или авторских продуктов несет значительный ущерб правообладателям. Во-

⁷⁵ Anderson, Peter. "The Impact of Alcohol in Europe." Eurocare. 25 Apr. 2008

⁷⁶ Wajzman N. The Economic Cost of IPR Infringement in Spirits and Wine. Report by European Union Intellectual Property Office, July 2016.

первых, страдает объем продаж, а также искажается формирование цен. Поддельные и пиратские продукты вытесняют оригинальные продукты с рынка, снижая рыночную долю правообладателя, а также осуществляя ценовое давление. Причем данная ситуация имеет две стороны. В одном случае потребители покупают подделки, принимая их за оригинальный товар, и здесь, скорее всего, проблема заключается в недостаточной осведомленности потребителей. В другом же случае люди приобретают подделки сознательно, то есть отдают им предпочтение перед оригинальными продуктами, причин чему может быть множество⁷⁷.

Немалый ущерб может быть нанесен и торговой марке как таковой, а также репутации фирмы. Например, в случае неосознанного приобретения подделки продукта какого-либо бренда, потребитель будет оценивать качество бренда по его подделке, равно как и давать свою оценку в рекомендациях другим потребителям⁷⁸. Это особенно актуально, если поддельный товар был приобретен в крупной торговой сети, где вероятность приобретения контрафакта расценивалась потребителем как минимальная.

Другие потери, которые несут правообладатели – это потеря потенциального дохода от так называемых роялти, так как мошенники не заключают с правообладателями контрактов и не

⁷⁷ ICC. Current and emerging intellectual property issues for business — a roadmap for business and policy makers. Document no 450/911 Rev. 6. Paris, France: International Chamber of Commerce; 2005.

⁷⁸ OECD. The magnitude of counterfeiting and piracy of tangible products: an update economic impact of counterfeiting and piracy, part IV. Paris, France: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2009.

платят за право выпускать продукцию под уже зарегистрированной торговой маркой.

Помимо всего прочего, правообладатели несут потери, осуществляя борьбу с контрафакцией и пиратством, в частности, вкладывая средства не в развитие бренда, а технологии маркирования оригинальной продукции. Некоторые компании могут даже не выдержать конкуренции со своими собственными подделками и оказываются вынужденными покинуть рынок⁷⁹. Ниже представлены примеры того, какие меры предпринимают компании в целях борьбы с подделыванием и нарушением прав собственности:

- Защита продукта – продукты совершенствуются с целью затруднения их копирования и подделывания;
- Специальная упаковка – голограммы и технологии отслеживания (track&trace technologies), используется для сдерживания мошенников;
- Судебные разбирательства – юридическое преследование мошенников;
- Исследовательская деятельность – проводится с целью подробного изучения деятельности мошенников;
- Сотрудничество с правительством – использование ресурсов компаний для оказания технической и иной поддержки государству;

⁷⁹ Newman HH. Strategic groups and the structure–performance relationship: a study Nia A, Zaichkowsky JL. Do counterfeits devalue the ownership of luxury brands? *J Prod Brand Manage* 2000;9(7):485–97.

- Инициативы по повышению осведомленности – принимаются для повышения осведомленности заинтересованных сторон о существующих проблемах.
- Личная ответственность – для создания хорошей репутации фирмы могут брать на себя ответственность по урегулированию претензий, связанных с контрафактной или пиратской продукцией⁸⁰.

Итак, на внешних и внутренних границах Европейского Союза задерживается огромное количество поддельного товара, которое, впрочем несколько меняется из года в год, как проиллюстрировано на графике ²⁸¹. Мы видим, что в 2011 году произошло резкое снижение количества задерживаемого товара, что может объясняться снижением общего количества контрафактной продукции, ввозимой в Европу на фоне подписания Международного торгового соглашения по борьбе с контрафактной продукцией⁸². Оценочная стоимость всей задержанной продукции также представлена на графике ³⁸³. Эти цифры также показывают размер потенциальной упущенной выгоды правообладателей, ведь так как рынок вмещает такое количество контрафактной продукции, значит правообладатели могли произвести больше продукции ровно на это количество.

⁸⁰ Chaudhry P, Cordell V, Zimmerman A. Modelling anti-counterfeiting strategies in response to protecting intellectual property rights in a global environment. *Mark Rev* 2005;5(1):59–72.

⁸¹ Report on EU customs. Results at the EU border enforcement of intellectual property rights. // European Commission. – 2016. – URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/customs-controls/counterfeit-piracy-other-ipr-violations/ipr-infringements-facts-figures/facts-figures-archive_en

⁸² Solon O. The EU signs up to Acta, but French MEP quits in protest. // *Olivia Solon*. - 2012.

⁸³ Report on EU customs. Results at the EU border enforcement of intellectual property rights. // European Commission. – 2016. – URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/customs-controls/counterfeit-piracy-other-ipr-violations/ipr-infringements-facts-figures/facts-figures-archive_en

Разумеется, важно учитывать и эффекты от потребления контрафактной продукции населением, что особенно актуально для пищевой продукции, в том числе алкоголя.

Что касается наиболее безобидных последствий, к таким относится возможная низкая удовлетворенность потребителей от приобретения и использования контрафактного товара или фальсификата. Причем здесь также существует две стороны. Потребитель либо может быть не осведомлен о том, что покупает подделку, при этом уплачивая за нее стоимость оригинала, и тогда его удовлетворенность продуктом будет прямым образом зависеть от качества подделки; либо же потребитель сознательно покупает контрафакт по более низкой цене и либо получает удовлетворение от сэкономленных денег (в случае, если контрафакт более или менее качественный, а ожидания потребителя не высоки), либо остается неудовлетворенным, так как качество подделки оказалось намного ниже ожидаемого⁸⁴.

Если же описывать влияние контрафакта на здоровье и безопасность потребителей, то в первую очередь здесь нужно сказать, что производители контрафакта уделяют минимальное влияние качеству и безопасности своей продукции, что влечет за собой большие риски. Рассмотрим потенциальные опасности потребления контрафакта на примерах наиболее чувствительных к этому секторов.

⁸⁴ Chaudry, P. E., & Stumpf, S. A. (2011). Consumer complicity with counterfeit products. *The Journal of Consumer Marketing*, 28(2), 139-151.

В автомобильном секторе определенные проблемы могут вызывать недостающие запасные части, ложно несущие фирменное наименование надежных производителей. К таким относятся поддельные тормозные колодки, гидравлические шланги, детали двигателя и шасси, компоненты подвески и рулевого управления, механизмы подушек безопасности. Некачественность подобных деталей серьезно ухудшает безопасность использования автомобильных средств. В сфере электрических компонентов поддельные некачественные детали часто приводят к пожарам и поражениям электрическим током.

В фармацевтической сфере подделки опасны как минимум тем, что их сложнее всего отличить от оригинала, так как практически все медицинские препараты приобретаются в аптеках, где сложно заподозрить контрафактный товар. При этом поддельные препараты могут содержать как правильные ингредиенты, но в неправильных дозировках, либо неактивные или даже токсичные вещества⁸⁵.

В пищевой промышленности подделки опасны для здоровья и жизни потребителей, особенно сильно это может выражаться при подделывании спиртосодержащих напитков и детских смесей.

Таким образом, мы выяснили, что прямым следствием присутствия контрафакта на рынке спиртосодержащих напитков выступает увеличение уровня смертности в результате потребления нелегального алкоголя. Только в 2012 году в Чехии, Словакии и Польше умерло 45 человек⁸⁶. По результатам экспертизы

⁸⁵ Sanofi, Fake Medicines, a Real Danger for Health, 2011.

⁸⁶ Leifman, H. (2010). 'Estimations of unrecorded alcohol consumption levels and trends in 14 European countries', Nordisk Alkohol- & Narkotikatidskrift, 18, 54–70

установлено, что смерть наступила в результате тяжелого алкогольного отравления алкоголем, который содержал в себе метиловый спирт. Тем не менее, согласно постановлению Всемирной организации здравоохранения, в своем составе нелегализованный алкоголь не имеет, как правило элементов, способных нанести значительный ущерб здоровью⁸⁷. Основным вред наносится за счет содержащегося в напитках этилового спирта, исключая несколько зафиксированных случаев, когда организм был отравлен метанолом. «Неучтенная алкогольная продукция несет в себе вред постольку, поскольку обычно содержит больше этилового спирта, чем легальный алкоголь; дешевле, а значит, доступнее в больших количествах»⁸⁸.

Таким образом, бутлегерство в странах ЕС ведет к следующим проблемам:

- несправедливая конкуренция и, как следствие, потеря доходов производителей алкоголя, законно осуществляющих свою деятельность;
- суррогатный алкоголь, не предназначенный для употребления в пищу, повышает риск ущерба здоровью от потребления алкоголя;
- связь нелегального и суррогатного алкоголя с организованной преступностью;

⁸⁷ WHO – World Health Organization (2004). Global Status Report on Alcohol, URL: www.who.int/substance_abuse/publications/global_status_report_2004_overview.pdf

⁸⁸ Evidence for the effectiveness and cost-effectiveness of interventions to reduce alcohol-related harm [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0020/43319/E92823.pdf

- ущерб национальной алкогольной политике и снижение ее эффективности;
- высокий риск потребления некачественного алкоголя (например, с содержанием метанола), который не регистрируется и не может быть проверен.

Контрафакция и фальсификация в сфере алкоголя, равно как и других подакцизных товаров, несет особенно ощутимые последствия для экономики Европы, а значит и методы борьбы в этой сфере должны соответствовать ее специфике.

Глава 3. Опыт ЕС по борьбе с контрафактной продукцией

1. Основные методы антиконтрафактной политики Европейского союза

Законодательство в сфере контрафактной и фальсифицируемой продукции было подробно описано нами в первой главе. Что касается реальных мер противодействия незаконному производству и обороту вышеупомянутой продукции, то здесь можно сказать, что Европейский союз использует комплексный, многосторонний подход, как создавая многочисленный контролирующие органы и организации, совершенствуя механизмы административного и уголовного преследования мошенников, так и просвещая население о негативном воздействии контрафакта и фальсификата как на здоровье человека, так и на экономику стран.

Начнем с того, что в европейских странах с 1986 г. действует система добровольного контроля - Европейская система контроля качества пищевых продуктов (EQCS), заключены соглашения отраслевых ассоциаций с фирмами - производителями по контролю готового продукта и качества сырья⁸⁹. В соответствии с соглашениями все фирмы должны производить проверку рисков при производстве продуктов питания, то есть, у них должна быть внедрена система анализа рисков в контрольных критических точках (ХАССП) и Кодекс устоявшейся практики. Фирма-производитель обязуется 2 раза в год принимать инспекцию для контроля своей продукции. Кодекс устоявшейся практики является добровольным,

⁸⁹ Newcomb, William O. "ASQ Certification: A Brief History". Quality Progress. January 2010. p. 43.

но в случае подписания соглашения производитель обязан его соблюдать, то есть осуществлять промышленный самоконтроль⁹⁰.

Ни для кого не секрет, что там, где есть спрос, рождается и предложение. Поэтому в Европе все понимают, что бороться необходимо также и со спросом на нелегальную продукцию, будь то осмысленный выбор человека в пользу подделки, или же неосознанное приобретение, вызванное недостатком знаний или невнимательностью. Поэтому власти ЕС стараются все больше привлекать внимание населения к угрозам контрафактной продукции. Ведь теневая экономика, как и легальная, подчиняется основному закону: спрос рождает предложение. Поэтому так важно оказывать влияние на сознание и поведение потребителей. На сайте Европейской комиссии размещена инструкция о том, как отличить фальшивый товар от оригинала и обнаружить другие нарушения в области защиты прав интеллектуальной собственности.

Одна из основных проблем, связанных с авторским правом – это контрафактная продукция и фальсификация. Для предотвращения подобных противоправных действий создали специальную Европейскую обсерваторию, основной деятельностью которой стало именно противоборство с вышеперечисленными проблемами. Сфера деятельности обсерватории – правоохранительные и уголовные аспекты контрафакта. Она также взаимодействует с заинтересованными сторонами как из частного, так и из государственного секторов, и, кроме того, выделяет средства

⁹⁰ Sperber, William H.; Stier., Richard F. (December 2009). "Happy 50th Birthday to HACCP: Retrospective and Prospective". FoodSafety magazine. pp. 42–46. Retrieved 11 January 2015.

для проведения экспертных мероприятий по выявлению незаконной продукции.

Помимо этого, европейскими институтами разрабатывается специальное законодательство, которое должно соответствовать общепринятым принципам, нормам и ценностям. Например, идет согласование действий с Международной ассоциацией по товарным знакам. Существует позиция касательно критичной необходимости криминализации производства или же продажи контрафактной продукции, с целью создания дополнительных инструментов для преследования нарушителей на законодательном уровне. Другие меры показали недостаточную свою эффективность, что уже вступает в противоречие с озвученными ранее принципами. Нет необходимости в длительном поиске примеров: «в 2010 году Европейским комитетом по борьбе с контрафакцией и защите прав был издан документ, описывающий и предлагающий к обсуждению уголовные санкции в отношении подделывания торговых марок»⁹¹. Примечательно, что в данном документе производится комплексный обзор по ситуации с уголовным преследованием по всему Европейскому союзу и по отдельным странам, в частности.

Итак, подавляющее большинство существующих юрисдикций в ЕС осуществляют полную криминализацию подделки товарных знаков, а также авторское пиратство. Как отмечается в документе, который мы рассмотрели выше – Кипр и Люксембург на данный момент не криминализируют подделку торговых марок, что, однако,

⁹¹ Criminal prosecution of counterfeiting and piracy in member states of the European Union. International Trademark Association. 2010/ - URL: <http://www.inta.org/Advocacy/Documents/INTAEUCriminalSanctions20082009.pdf>

не освобождает «пиратов» от уголовного преследования за нарушение авторских прав. Важно учитывать, что существуют вполне осязаемые различия в различных судебных системах стран Европы, что препятствует выведению эффективности преследования нарушителей на максимальный уровень и не позволяет принять в данной области единые стандарты.

Среди основных препятствий для уголовного преследования выделяются:

- Подделка товарных знаков рассматривается как низкий приоритет. Из-за ряда факторов, таких как нехватка ресурсов, размер партии контрафакта или общее отсутствие понимания или признания прав на интеллектуальную собственность, правоохранительные органы, суды и прокуроры, рассматривают вопросы подделки как низкий приоритет. В некоторых странах власти инициируют судебные преследования или уголовные расследования, если в деле была замешана организованная преступность, связанная с незаконным оборотом наркотиков или оружия или же если партия контрафакта (фальсификата) представляла угрозу для здоровья и безопасности населения.
- Медлительность судебных разбирательств. Задержки и длительные процедуры обвинения также препятствуют эффективному уголовному преследованию. Кроме того, продолжительность времени, необходимого для проведения уголовного разбирательства, во многих случаях также увеличивала и стоимость судебного разбирательства.

- Недостаточно строгие административные взыскания. Штрафы не всегда являются достаточным наказанием для правонарушителей, так как являются слишком низкими по сравнению с выгодой, получаемой от контрафактного бизнеса.
- Отсутствие знаний/опыта у сотрудников полиции/прокуратуры. В некоторых случаях властные структуры не всегда бывают в полной степени знакомы с правом в области интеллектуальной собственности.
- Отсутствие ресурсов для проведения расследований или же несоответствие между приоритетностью дела и его стоимостью (выбор часто делается в пользу более дешевых или более важных с точки зрения той или иной структуры дела).

При всем этом важно помнить, что основной процент контрафактной продукции на территории Европейского союза составляет импортный товар, ввозимый, преимущественно, из Китая. И здесь нельзя не отметить высокую эффективность европейских таможенных органов. Как указано в отчете Парламентской ассамблеи Совета Европы, «в 90% случаев задержанная контрафактная продукция уничтожается после взаимного согласия производителя и правообладателя или после иницилируемого владельцем ИС судебного дела. Лишь 7,5% товаров выходит на рынок, либо так как они подлинны (3%), либо потому

что правообладатель не реагирует на уведомления таможи (4,5%)»⁹².

Кроме того, «тесное сотрудничество между таможенными органами и владельцами прав ИС является одной из главных мер по борьбе с контрафактом в ЕС. Правообладатель может подать заявление с просьбой начать расследование в случае подозрения на нарушение прав ИС как на национальном, так и наднациональном уровне»⁹³. В целях более эффективного сотрудничества Европейская комиссия разработала руководство по подаче заявлений для владельцев прав. Доказательством тесной кооперации государственного и частного сектора в этой области является рост числа заявлений в таможенные органы. В 2004 г. их число составляло 2 888, тогда как в 2011 г. достигло 20 566⁹⁴.

Таким образом, в настоящее время ЕС ужесточает законодательство по борьбе с фальсифицированной продукцией. Разработанная экспертами Евросоюза программа предусматривает весьма жесткие санкции за торговлю фальсифицированной продукцией, вплоть до тюремного заключения. Согласно предложениям Еврокомиссии, уличенным в торговле поддельными товарами гражданам грозит тюремное заключение как минимум на четыре года. Кроме того, с нарушителей могут взыскать штраф в размере до 300 тыс. евро. Планируется также установить наказания за смежные преступления: посягательство на нарушение прав

⁹² Recommendation of PACE 1793 (2007) Need for a Council of Europe convention on the suppression of counterfeiting and trafficking in counterfeit goods (20 April 2007). URL:<http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta07/EREC1793.htm> (дата обращения: 05.05.2018).

⁹³ Мэггс П.Б., Сергеев А.П. - Интеллектуальная собственность. - М., Юрист, 2000. - 400с.

⁹⁴ Там же

интеллектуальной собственности, соучастие в производстве и торговле фальсифицированной продукцией и пособничество нарушителям.

В целом политика стран Европы в сфере защиты прав ИС достаточно эффективна (если сравнивать с мировыми показателями). Положительная тенденция стала возможна благодаря усиленному мониторингу Таможенных органов, а также тесному сотрудничеству частного и государственного сектора. Европа особенно заинтересована в усиленной борьбе с контрафактной продукцией, поэтому механизм защиты прав интеллектуальной собственности отмечен позитивным развитием и усовершенствованием.

Антиконтрафактная политика в сфере подакцизных товаров, таких как алкоголь, табачная продукция и энергетическое топливо, как наиболее чувствительных к подделыванию имеет свои особенности.

Рассматривая ситуацию в историческом контексте, мы увидим динамику и противоречивость алкогольной политики на различных этапах. В середине XX века она имела существенные различия в странах Западной Европы. Скандинавские страны столкнулись с жесткой регулировкой и контролем сверху, и, в то же время контроль практически отсутствовал в странах Средиземноморья.⁹⁵ Проведя условную категоризацию, мы разделим страны на три типа по критерию уровня контроля за алкоголем: высокий, средний, низкий.

⁹⁵ Norstrom T. Alcohol in Postwar Europe. Consumption, drinking patterns, consequences and policy responses in 15 European countries. — Stockholm, 2002.

Наиболее строгий контроль осуществлялся в начале 50-х годов в таких странах как Финляндия, Швеция, Норвегия. Подразумевается полный контроль со стороны государства за производством и реализацией алкогольной продукции, абсолютная монополия как на оптовую, так и на розничную торговлю, на импорт и экспорт.⁹⁶ Интересно рассмотреть Шведскую систему контроля, так называемую систему Братта. По данной системе жестко регулировались объемы алкоголя, которые могут быть приобретены каждым гражданином по отдельности. Данная квота составляла 4 литра в месяц на человека. При приобретении алкоголя гражданин предъявлял специальную книжку, где ставилась соответствующая пометка о количестве уже купленного алкоголя. Примечательно, что данная квота была иной для молодых мужчин и девушек, в особенности незамужних, а беременным алкоголь и вовсе не продавали. В Финляндии практиковалась не менее интересная система: женщина могла посетить ресторан только вместе с кавалером, который, в свою очередь, обязан был надеть костюм и галстук.

Средний уровень контроля осуществлялся в таких государствах как Ирландия, Нидерланды, Бельгия, Великобритания, Германия, Австрия и Дания. Как указано в статье Ю.Е. Разводовского, «применялась система лицензирования, а также ограничения для оптовой и розничной торговли. Тем не менее, на рынке сохранялась конкурентная среда. К примеру, минимальное

⁹⁶ Osterberg E., Karlsson T. Alcohol Policies in EU Member State and Norway. A Collection of Country Report. — Helsinki, 2002.

количество розничной продажи водки составляло 2 литра, но в ресторанах ее вовсе не подавали»⁹⁷.

Низкий уровень контроля за алкоголем мы можем увидеть на примере таких стран как Франция, Испания, Португалия и Греция. Также интересно рассмотреть классификацию на основе преимущественно потребляемых напитков. В государствах с жесткой алкогольной политикой потребляли главным образом крепкие напитки, поэтому их относили к «спиртным». Для среднего уровня контроля было характерно потребление пива, что давало соответствующее название в классификации, а страны с низким уровнем контроля являлись как правило «винными».

В 2000-х годах категоризация стран по критерию строгости контроля за алкогольной продукцией и предпочтений на населения претерпела изменения. Скандинавские страны по-прежнему относились к числу стран со строгим контролем, хотя, от монополии они все же отказались. Ранняя градация полностью утратила свою актуальность, а «спиртные» страны превратились в «пивные».

Тенденция, которая наметилась в 2000-х годах в сравнении с 50-ыми получила название «унификация алкогольной политики».⁹⁸ Сегодня к странам с средним уровнем контроля относят Бельгию, Францию, Ирландию, Италию, Нидерланды, Испанию и Англию. Мягкая алкогольная политика проводится в таких странах как Австрия, Германия, Греция и Дания. Если же рассматривать

⁹⁷ Разводовский Ю. Алкогольная политика в европейской перспективе. // Журнал Гродненского государственного медицинского университета. №1. – 2005. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/alkogolnaya-politika-v-evropeyskoj-perspektive>

⁹⁸ Leifman H. // Homogenisation in alcohol consumption in the European Union. — 2001. — N 18. — P. 15—30.

ситуацию комплексно, то мы можем говорить о таком факторе как усиление алкогольных законодательств в различных областях. При этом, контроль над производством и распространением даже снизился, что означает снижение одного из компонентов главной диады в структуре алкогольной политики. Из двух компонентов – снижение доступности и снижение спроса, упор теперь делается на второе.

Скандинавские страны пошли путем сегментации рынка алкогольной продукции. Так, продажа слабоалкогольных напитков осуществляется за счет лицензии, как рознично, так и оптом, в то время как государство сохраняет монополию на продажу крепких спиртных напитков. В Швеции государственный поставщик алкоголя именуется Systembolaget, а в Финляндии – Alko. В целом, ясно какую цель преследуют правительства – снижение потребления алкогольной продукции гражданами. Однако, такая политика была эффективна до присоединения этих стран к Европейскому Союзу. Теперь же, контролировать весь объем ввозимой и вывозимой продукции, в том числе алкогольной, стало несколько затруднительно. В результате, вопрос необходимости монополии на производство и распространение алкогольной продукции остается пока нерешенным.

Итак, в подавляющей части стран-членов ЕС продажа напитков, содержащих алкоголь лицензирована. При этом, лицензия не требуется в Австрии, Дании, Германии, Португалии и Испании. В основном лицензирована продажа алкоголя в помещениях ресторанов и баров (на розлив), кроме Австрии, Франции, Германии

и Португалии. Помимо лицензирования существуют и другие механизмы осуществления контроля и регулировки продажи алкоголя. Говоря о контроле распространения, подразумеваются различные ограничения на продажу алкоголя в определенные дни или часы (запрет продажи ночью), или же ограничение на продажу алкоголя в определенных местах. Например, в Бельгии на законодательном уровне закреплён запрет на продажу алкоголя в школах и гостиницах, в Испании – на стадионах, в Финляндии существует запрет на единовременную покупку более двух литров алкоголя. В Нидерландах продажа алкоголя должна осуществляться в специализированных магазинах, которые не должны располагаться близко к местам продажи продуктов питания. В Англии и Ирландии водитель не сможет купить алкоголь на заправочной станции, а также его не продадут в столовой на предприятии. Несмотря на намеченные тенденции, временной промежуток, в который можно продавать алкоголь относительно 50-х годов скорее увеличился.

Также мы можем выделить такой метод как персональный контроль. Под ним подразумевается, что покупка алкоголя доступна лишь лицам, достигшим определенного возраста. В 2000 годах такой вид контроля стал строже, возрастной ценз вводится в тех странах, где он ранее отсутствовал, а возраст, в котором можно самостоятельно приобрести подобные товары – увеличивается. Примечательно, что возрастной ценз также может варьироваться в зависимости от доли содержания спирта в том или ином продукте. В большинстве стран Европы продажа крепких спиртных напитков осуществляется с 18, а в Скандинавских странах с 20 лет. Кроме

того, в некоторых странах Европы существует официальный запрет продажи алкоголя лицам, которые на момент покупки находятся в состоянии сильного алкогольного опьянения. Однако, продавец не может обладать достаточной компетенцией для точного определения того, находится ли покупатель под действием алкоголя или нет, без специальных технологических средств. Если подтверждение возраста покупателя продавец может оценить, потребовав документы, то поведение человека в состоянии алкогольного опьянения является очень субъективным явлением.

Таким образом, в Швеции было принято решение отказаться от системы Братта в 1955 году. Существовавшая схожая система в Финляндии окончательно потеряла свою актуальность в 1971 году. Произошла унификация алкогольной политики. В то время, как в одних странах контроль был снижен – в других он, наоборот, увеличился.

Говоря об уровне потребления алкогольной продукции и снижении спроса, очень важно затронуть вопрос контроля рекламы. С начала 50-х и до 2000-ого года наблюдается четкая линейная тенденция по усилению контроля рекламы алкоголя. В Швеции и Норвегии же реклама алкогольной продукции полностью запрещена.

Прямо коррелирует с этой темой и контроль вождения в нетрезвом виде. Здесь мы также имеем возможность наблюдать тенденцию усиления. В конце 70-х годов, что интересно, не существовало вовсе ограничений на количество допустимого содержания алкоголя в крови при вождении. Однако, введение

данных порогов стало необходимой мерой в связи с увеличением количества аварий и смертельных исходов для водителей. В Швеции и Норвегии предельно допустимое содержание алкоголя в крови составляет 0,02%. В большинстве государств этот показатель составляет 0,05%. Максимально допустимый процент содержания алкоголя в крови в Англии и Ирландии — 0,08%⁹⁹. Наиболее строгий контроль, как всегда, наблюдался в Финляндии, где вождение в нетрезвом состоянии грозило наступлением уголовной ответственности еще начиная с 1926 года, а в 1950 году срок, на который пьяного водителя могли лишить свободы, увеличился до четырех лет.

На основании вышеуказанного можно вывести следующее:

- 1) Проводимая алкогольная политика существенно могла различаться в разных странах начиная с начала 1950-х гг. В одних странах она основывалась на жестком контроле и государственной монополии — в других на лицензировании и послаблениях в законодательстве.
- 2) В начале XIX века наметилась четкая тенденция к унификации алкогольной политики.

Также в алкогольную политику входит программа профилактики проблем, которые возникают с длительным употреблением больших доз алкоголя.

Рассматривая текущую ситуацию с алкогольной политикой в целом, отметим закономерное снижение контроля, что является

⁹⁹ Leifman H. // Homogenisation in alcohol consumption in the European Union. — 2001. — N 18. — P. 15—30.

прямым следствием развития рыночной экономики, усилившийся конкуренции, а также увеличившегося спроса, как результат развития культуры потребления. Снижение контроля также объясняется образованием единого европейского рынка, что повлекло снижение барьеров, а также свободное течение товаров, рабочей силы и финансовых средств. Получение лицензии на продажу алкоголя является теперь скорее формальной процедурой, чем реальным инструментом контроля и давления, и такое явление характерно для многих стран Западной Европы. В самой же алкогольной политике государства мы можем наблюдать нередкие противоречия. Поддерживая сельское хозяйство и интересы фермеров, выращивающих виноград, неизбежно стимулирование расширения рынка вина. В то время, как лобби промышленной сферы защищает интересы производителей крепких спиртных напитков, министерство здравоохранения проводит обратную политику, которая направлена исключительно на снижение уровня потребляемой алкогольной продукции и возникающих в связи с этим проблем.

При проведении общего анализа по сложившей в Европе во второй половине XX века ситуации, мы можем сформулировать вывод о том, что унификация – вполне реальное явление, а уровень потребления алкоголя поддается некой гомогенизации. Конечно, единую сводную картину по всем странам мы получить не можем. Для каждого государства будет существовать свой уровень, и, вместе с тем, свои собственные, вытекающие из этого последствия, связанные прежде всего со здравоохранением, безработицей,

уровнем жизни семей и пр. Анализируя общие тренды в динамике потребления, необходимо будет рассматривать каждое государство по отдельности, изолировано. В странах Северной и Центральной Европы показатели росли с начала 1950-х, в странах Южной Европы – они снижались. В Скандинавских странах, где изначально практиковалась политика жесткого контроля за производством и торговлей алкоголем, резко увеличился уровень потребления после либерализации соответствующей проводимой политики. Опыт замещения крепких напитков слабоалкогольными не дал существенных результатов. При условии снижения доли крепких напитков в структуре алкогольной промышленности, общее потребление, напротив, возросло, что позволяет охарактеризовать подобный опыт проводимой политики как негативный. В целом можно сделать вывод об отсутствии единой и универсальной политики, которая могла бы быть применена повсеместно. Несмотря на культурную близость скандинавских стран, а также на схожесть ряда других, в том числе, социально-экономических факторов, динамика уровня потребления алкоголя не была гомогенной.

Одно из осложнений для противодействия контрафактной продукции обусловлено спецификой структуры предприятий по производству алкоголя в Европейском Союзе. По большей части это небольшие предприятия с штатом сотрудников, не превышающим десять человек.¹⁰⁰ Основной и традиционный способ борьбы с производством, перевозкой и торговлей

¹⁰⁰ Худяков Н. А. Контрафактный алкоголь производят и в Европе / Н.А. Худяков // Крестьянские ведомости. – 2016.

нелицензированным алкоголем – это законодательство. Таким образом, контролем занимается аппарат государства. В случае с Великобританией речь идет о Законе о торговле спиртными напитками, а также об Основном законе о лицензиях. Получается, что контроль имплементирован одновременно на нескольких уровнях. Более того, существует одиннадцать типов лицензии на торговлю алкогольной продукцией, которые находятся под тщательным контролем со стороны полиции и судебных органов.

Невыполнение постановлений, как и другое неподчинение законодательству влечет за собой особую ответственность. К примеру, в Соединенном Королевстве криминализированы и преследуются уголовно не только преступления, связанные с массовым производством и распространением спиртосодержащей пищевой продукции, но и изготовление нелегального алкоголя в домашних условиях, но только в том случае, если целью ставится дальнейшая реализация и получение заработка. За первое зафиксированное нарушение полагается лишь предупреждение. Повторное нарушение влечет за собой штраф до сорока фунтов стерлингов, но дальнейшие подобные нарушения будут караться более серьезными штрафами либо тюремными сроками. «Подобное наказание для современной Великобритании является достаточно жестким, поскольку в английском уголовном законодательстве последних лет развивается тенденция ограничения использования тюремного заключения как вида наказания только случаями совершения наиболее серьезных преступлений (хотя в отдельных случаях в законе сохраняется возможность назначения даже

продленных сроков тюремного заключения)»¹⁰¹. На первый план все большее выдвигаются наказания, не связанные с лишением свободы, в связи с чем значительно расширены полномочия уголовных судов по их назначению.

В основном производство алкоголя в домашних условиях для собственного потребления в странах ЕС не преследуется по закону, однако, производство и дальнейшая продажа алкогольных напитков, строго карается. За последние годы в Европе эта проблема оказалась под пристальным вниманием правоохранительных органов.

Так, по данным Таможенной службы Великобритании, ущерб от международной контрабанды спиртовой, алкогольной и табачной продукции составляет около 885 млн фунтов стерлингов в год. «, По приблизительной оценке, ежегодная сумма дохода, получаемого в виде пошлины на оборот шотландского виски, джина и водки составляет от 80 до 100 млн фунтов стерлингов»¹⁰².

Что касается наиболее распространенных преступлений в сфере производства и оборота алкогольной продукции, связанных с её контрабандой, то зарубежные специалисты выделяют их следующие основные виды:

- ложный экспорт, когда в целях уклонения от уплаты акцизов преступник заключает фиктивные контракты с зарубежными фирмами о поставке алкогольной продукции,

¹⁰¹ Там же

¹⁰² Her Majesty's Revenue and Customs. / Official Web-site. – URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs>

но фактически распродает его на внутреннем рынке. В Словацкой Республике, например, с целью предупреждения совершения такого вида преступлений практикуют таможенное сопровождение товаров от государственной границы до внутренней таможни и выплату таможенно-пошлинной гарантии;

- ложный экспорт, когда преступник реализует товары, привезенные из-за рубежа якобы для экспорта в третью страну, на внутреннем рынке, используя фиктивные документы об уплате акциза. Например, преступники привозят этиловый спирт на таможенный склад, а затем через несколько дней по подложным документам вывозят его со склада, якобы для отправки его фирме-получателю в третьей стране, на самом деле, реализуя его на территории своей страны;
- ложный реэкспорт, когда в целях освобождения от уплаты налогов преступники осуществляют фиктивный вывоз алкогольной продукции из своей страны в государство, откуда они его вывезли ранее. Так, преступники из Словацкой Республики привозили на территорию этого государства этиловый спирт из Чешской Республики, хранили его несколько дней на таможенном складе, а затем вывозили его якобы обратно в Чехию. В действительности, они реализовывали спирт на внутреннем рынке Словакии;

- фиктивная замена алкогольной продукции на другую продукцию, ввозимую на внутренний рынок, с наименьшей пошлиной;
- фиктивная замена экспортируемого спирта на другое химическое вещество. В этом случае преступники не оплачивают потребительский налог. Например, для экспорта некоего химического вещества не требуется оплачивать потребительский налог, хотя из него с помощью химической реакции можно получить спирт;
- подделка акцизных, специальных марок и этикеток по заказу зарубежного заказчика. Поддельные этикетки на бутылках с алкогольной продукцией могут быть одним из признаков, способствующих обнаружению изготовителей. Осуществляя фальсификацию таких марок и этикеток, преступники в отдельных странах не боятся привлечения их к уголовной ответственности за подделку, поскольку не все государства заключили международные договоры о совместных мерах борьбы с изготовлением поддельной продукции другого государства.¹⁰³

Способы борьбы с контрафактной продукцией различны и варьируются от специальной маркировки бутылок и этикеток, в том числе с использованием высоких технологий, до занесения каждой бутылки в реестр и преследования контрабандистов по закону.

¹⁰³ Денисов В.С. Зарубежный опыт борьбы с незаконным производством и оборотом алкоголя // В.С. Денисов. 2012.

Рассмотрим современные технологии борьбы с нелегальным алкоголем подробно.

Исследование содержимого. Все легальные спиртные напитки имеют свой собственный уникальный состав, так что подделка может быть легко выявлена при проведении анализа. Однако, данный метод требует открытия бутылки для взятия образца, что неприемлемо для большей части производителей, так как данная процедура сложна и дорогостояща.

Емкость. Само стекло, из которого изготавливается тара, сложно проверить на подлинность, так как технологии его изготовления просты и стандартизированы. Отличить подделку от подлинника позволяют специальная лазерная гравировка. Однако, здесь чрезвычайно остро стоит проблема «перенаполнения» бутылок, то есть использования контрабандистами пустой тары из-под настоящих, оригинальных напитков. В виду этого, маркировка возобновляемых элементов тары становится неэффективной, а значит, необходимо маркировать такие элементы, которые обязательно повреждаются при открытии бутылки.

Этикетка. При создании этикетки для бутылки используются похожие технологии с созданием бумажной валюты: микропринтинг, микроперфорация, рельефное теснение, чернила и красители с определенными характеристиками и т.д.

«Явные (видимые) особенности». Данные технологии включают в себя использование голограмм, специальные чернила, водяные знаки, методы безопасной печати, и т.д. Всё это позволяет создать уникальную упаковку продукта, которую сложно

подделать. Предполагается, что специалист, исследующий продукцию на достоверность, обладает минимальными знаниями о том, как должна выглядеть подлинная продукция. Что касается потребителей, они не всегда точно знают, какие именно средства идентификации должны присутствовать на бутылке и могут принять ложную маркировку, которая лишь имитирует подлинную. Поэтому опасность покупки поддельной продукции остается высокой.

«Скрытые особенности». Распознавание данных признаков требует наличия у инспектора специальных систем сканирования, так как они неразличимы невооруженным глазом. Подобные методы включают в себя скрытые или закодированные цифровые отпечатки, наночастицы, RFID-метки (чипы) и другие высокотехнологичные методы. Данный способ борьбы весьма эффективен, но его внедрение сложно и дорогостояще.

Track and Trace технологии (технологии отслеживания). Данные технологии используются в основном в сфере логистики и позволяют буквально отслеживать товары. Это может быть сделано также с помощью RFID-чипов, штрихкодов, что позволяет отслеживать перемещение товаров на всем протяжении цепочки поставок.¹⁰⁴

Лучшим способом защиты алкогольной продукции от подделки является комбинирование различных технологий: аутентификация, технологии отслеживания, маркировка. Следует

¹⁰⁴ Counterfeiting in the wines and spirits market. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://selinko.com/site/wp-content/uploads/2014/06/Anti-counterfeiting-study-wines-and-spirits-market.pdf>

подчеркнуть, что данные технологии будут настолько эффективны в борьбе с контрабандой, насколько они помогут потребителям выбрать качественный, легальный алкоголь, ведь рынка незаконной алкогольной продукции не существовало бы, не будь спроса на нее среди потребителей.

Разумеется, в ЕС не обходятся и без использования рыночных методов борьбы с бутлегерством, которые включают в себя регулирование налоговых ставок, регулирование цен, сокращение количества точек, торгующих алкоголем, запреты на продажу алкогольной продукции через Интернет, увеличение акцизов на этиловый спирт, используемый для производства спиртосодержащей, медицинской и парфюмерной продукции, и т.д. Кроме того, применяются и традиционные методы борьбы, такие как ужесточение наказания за производство спиртосодержащих жидкостей без установленной законом денатурации, запрет самогонварения, установление уголовного наказания за коммерческую продажу нелегально произведенного самогона, ограничение содержания этанола в медицинских спиртосодержащих настойках и другие.

Европейская Комиссия разработала ряд рекомендаций по проведению алкогольной политики для стран-членов Евросоюза:

- минимальные налоговые ставки для алкогольных напитков должны расти вместе с инфляцией, и быть пропорциональны содержанию спирта в том или ином напитке;

- государства-члены ЕС должны проводить гибкую налоговую политику, направленную помимо всего прочего на решение таких специфических проблем, как чрезмерная привлекательность алкоголя для молодых людей;
- алкогольная продукция должны маркироваться в соответствии со страной (регионом) происхождения и передвижением в процессе торговли;
- государства-члены должны иметь возможность при необходимости регулировать размер трансграничных покупок и налоги на них.

Отдельного внимания заслуживает европейская Система контроля за передвижением подакцизных товаров (Excise Movement and Control System, EMCS) – аналог российского ЕГАИС. Основные отличия EMCS от ЕГАИС состоят в том, что европейская система имеет определенные особенности, призванные упростить и сделать более прозрачным перемещение подакцизных товаров (за которые акцизы еще не уплачены) между странами ЕС в условиях различных правил таможенного регулирования¹⁰⁵. Кроме того, EMCS является полностью электронной системой, в то время как соблюдение правил ЕГАИС требует обязательного наличия бумажного сопровождающего документа. Система контроля за передвижением подакцизных товаров отслеживает подакцизные товары (алкоголь, табак, топливо) на каждом этапе: от их производства до конечного

¹⁰⁵ EMCS: How It Works. / European Commission, // Official web-site. – URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy/excise-movement-control-system/emcs-how-it-works_en

потребителя, что позволяет не только быстро выявлять контрафакт, но и также быстро сообщать о его обнаружении в государственные органы. Внедрение Системы и ее использование является обязательным на всей территории ЕС для всех экономических операторов, отправляющих или получающих подакцизные товары. Кроме того, Система имеет общий домен, чье создание, внедрение и управление являются обязанностью Европейской комиссии, а также национальный домен, ответственность за который лежит на каждом государстве ЕС.

В качестве примера для оценки эффективности всех принимаемых мер, был проанализирован уровень потребления нелегального (незарегистрированного) алкоголя в Европе в динамике. Для этого использовались отчеты Всемирной организации здравоохранения, публиковавшиеся в 2004, 2011, 2014 и 2018 годах. На графике 4 показано, как менялся уровень потребления нелегального алкоголя по отношению к легальному в процентах.

Полученный процент вычислялся путем деления потребляемого нелегального алкоголя на легальный на душу населения в литрах. Выяснилось, что в 2001 году соотношение составляло 29%¹⁰⁶, в 2005 – 21,9%¹⁰⁷, в 2010 – 17,4%¹⁰⁸, и в 2016 году эта цифра незначительно увеличилась до 18,3%¹⁰⁹. На лицо –

¹⁰⁶ World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2004.

¹⁰⁷ World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2011.

¹⁰⁸ World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2014.

¹⁰⁹ World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2018.

постепенное снижение уровня потребления незарегистрированного (в том числе контрафактного) алкоголя, что может объясняться проведением вышеописанных антиконтрафактных мер, а также введением учетной системы EMCS.

Еще одним интересным примером системы по борьбе с контрафактом является система «e-tact», разработанная Советом Европы с целью борьбы с фармацевтическим контрафактом.

Практика борьбы с фальсифицированными средствами позволяет выделить пять этапов прохождения их от производителя до потребителя:

- производство лекарств,
- оптовая торговля;
- розничная торговля;
- приобретение лекарств потребителями;
- закупка и хранение лекарственных средств лечебно-профилактическими учреждениями (всех уровней и ведомств) для обеспечения лечебного процесса.

Европейский Директорат по качеству лекарственных средств в рамках Совета Европы разработал многоуровневую стратегию борьбы с контрафактной продукцией. Стратегия состоит из законодательных действий, направленных на борьбу с фармацевтической преступностью (в частности, Конвенция Медикрим (англ. MEDICRIME Convention, «Конвенция Совета Европы по контрафактной медицинской продукции и аналогичной преступной деятельности, представляющей угрозу для

здравоохранения») программы по повышению осведомленности против незаконных интернет-аптек, тренинги для сотрудников правоохранительных органов и т.д.

В рамках этой стратегии, Совет Европы запустил программу «e-tact» на основе информационной системы отслеживания, которая позволит пациентам проверить подлинность лекарств с помощью смартфона или через интернет. «E-tact» представлен в качестве технической системы контроля отслеживания лекарственных средств, которая охватывает все лекарства в правовой цепи поставок. Техника «e-tact» была разработана с целью обеспечения взаимосвязанной, выгодной и гибкой системы отслеживания для защиты общественного здоровья. Система основана на генерации уникального идентификатора медицины на стадии производства. Этот код могут проверить различные заинтересованные стороны, участвующие в законных поставках. Проверка проводится не только на этапе выдачи лекарственных средств - пациенты также имеют возможность проверить подлинность приобретенных медикаментов, что позволит повысить уровень доверия общественности в правовой цепи поставок.

Целью работы является разработка общеевропейской системы отслеживания для борьбы с фальсификацией лекарств через средства массовой сериализации. В связи с этим, система «e-tact» вызывает интерес по трем основным причинам:

- 1) она обеспечивает взаимодействие с существующими национальными системами, т.к. фальсификация медицинской

продукции – это проблема глобального масштаба, решить которую самостоятельно не под силу ни одной отдельно взятой стране;

2) она обеспечивает гибкость работы, позволяя лучше контролировать цепочки поставок;

3) система будет находиться под государственным контролем, что обеспечит защиту конфиденциальных коммерческих данных.

Важно отметить, что действие системы «e-tact» охватывает только территорию государств-членов ЕС и государств, подписавших Конвенцию «Медикрим», и что существует ряд факторов, которые могут помешать реализации единой глобальной системы контроля в борьбе с контрафактной продукцией. Для обеспечения эффективной работы системы необходимо учесть тот факт, что несмотря на сходство процесса производства, далее по цепи поставок, процесс эксплуатации становится все более различным.

Кроме разработки локальных средств борьбы с контрафактом, Европейский Союз делает шаги в направлении международного сотрудничества в этой сфере. Первым и получившим наиболее широкую огласку проектом подобного сотрудничества является Торговое соглашение по борьбе с контрафакцией (The Anti-Counterfeiting Trade Agreement, АСТА), которое начало обсуждаться еще в 2005-2007 годах в условиях строгой секретности и было инициировано Канадой, США, Европейской комиссией, Швейцарией и Японией. Предметами договора должны были стать строгий контроль за соблюдением авторского права в Интернете, а также на рынке информации и информационных технологий и

товаров, основанных на информационных технологиях. По данным различных источников, в том числе Wikileaks, принятие соглашения наделит работников таможенных служб на границах правом обыска ноут-буков, музыкальных плееров, сотовых телефонов на предмет незаконно скачанных или скопированных фильмов и музыки. В случае их обнаружения носитель может быть конфискован или уничтожен, а его владелец будет обязан выплатить штраф¹¹⁰. Более того, интернет-провайдеры будут обязаны раскрывать государственным службам любую запрошенную информацию без предъявления ордера. Что касается институциональной стороны, АСТА подразумевает также создание собственной межправительственной организации вне уже существующих международных институтов.

Переговоры по подписанию соглашения длились с 2005 по 2010 год и проходили в несколько раундов в разных городах стран-участников, последним из которых стал одиннадцатый раунд в Токио. В нем приняло участие значительно большее количество стран, чем в первых раундах, а именно США, Австралия, Канада, Мексика, Европейский союз, представленный Бельгией, Швейцария, Корея, Япония, Марокко, Новая Зеландия, Сингапур.

После того, как определенные пункты соглашения стали известны общественности, переговоры по созданию АСТА стали сопровождаться протестами и публичными демонстрациями в странах ЕС. После того, как 26 января 2012 года Евросоюз подписал

¹¹⁰ Weeks C. / Anti-piracy strategy will help government to spy, critic says. // The Globe and Mail. – 2008. (дата обращения 15.12.2018)

Соглашение, 1 марта в Брюсселе состоялся общественный семинар по АСТА. Затем Европейский парламент не дал своё одобрение на ратификацию соглашения, что сделало невозможным принятия АСТА в Европейском союзе.

Таким образом, антиконтрафактная политика ЕС имеет под собой достаточно хорошо проработанную теоретическую базу, а меры, принимаемые Европейским союзом при борьбе с контрафактом, являются всеобъемлющими и многосторонними. Так, используются не только экономические регуляторы и правовые механизмы давления, такие как введение таможенных ограничений и криминализация производства и торговли контрафактом, но и технологические нововведения, позволяющие маркировать продукцию так, чтобы ее было сложно и дорого подделывать. Одельного упоминания стоит высокий уровень взаимодействия государства и бизнеса, то есть правообладателей и компаний-производителей оригинальной продукции. Эти стороны работают сообща, при этом используя доступные им методы. Уменьшение количества контрафактной продукции на рынках страны дает больше возможностей для реализации легальной оригинальной продукции и повышает благосостояние производственных компаний, а также оздоравливает экономику в целом, повышая ее инвестиционную привлекательность и увеличивая налоговые сборы.

Помимо экономических, достигаются и позитивные социальные эффекты. В частности, формируется здоровая потребительская среда, воспитываются новые ценности, потребители сознательно стараются избегать контрафакта, так как

осведомлены о безопасности и качестве оригинальных продуктов и не готовы платить за некачественный товар даже при условии более низкой цены на него. В долгосрочной перспективе такая культура потребления может сделать контрафактный бизнес просто нерентабельным.

Так, комплексные и разносторонние методы борьбы с контрафактом в Европейском союзе уже показывают свою эффективность, что прослеживается в статистике потребления нелегальной продукции, так и в статистических данных о количестве задержанного на границах контрафакта.

2. Адаптация европейского опыта борьбы с контрафактной продукцией в России

Для России проблема заполненности рынков контрафактной продукцией не менее актуальна. Так, например, в 2015 году общий объем оборота контрафакта в России насчитывал около 2,5 триллионов рублей¹¹¹, что составляет примерно девять процентов от общего оборота розничной торговли. При этом было замечено, что спиртосодержащая продукция наиболее часто подвергается подделке, здесь зафиксировано около 40% нелегальных товаров, затем следовали изделия легкой промышленности (такие как одежда) – здесь доля контрафакта составляла 35%, затем парфюмерия и косметика (около 25%), и продовольственные товары

¹¹¹ Эксперты из ВШЭ узнали объем оборота контрафактной продукции в России. / Сетевое издание РИА Новости. // МИА «Россия сегодня». – 2016. – URL: <https://ria.ru/20161221/1484232896.html>

(10%). Кроме того, рынки незаконной продукции в РФ постоянно эволюционируют: происходит переход от кустарного производства к промышленному, растет качество поддельной продукции, а низкие цены не всегда выступают надежным индикатором контрафакта¹¹². В этом смысле рынок контрафактной продукции в России становится всё больше похожим на европейский, что еще раз подчеркивает необходимость изучения европейского опыта борьбы с контрафактом.

Прежде чем приступить к оценке возможностей применения европейского опыта борьбы с контрафактом к российским реалиям, необходимо сравнить сами рынки Европы и России, ведь они кардинальным образом различаются.

Во-первых, самой брендовой продукции, подвергающейся подделыванию, гораздо больше производится в Европе, в то время как в Россию эта продукция импортируется, что создает предпосылки для облегченного попадания контрафакта на рынки, ведь проще замаскировать продукцию под экспорт из другой страны, нежели замаскировать привезенную продукцию под продукцию, произведенную внутри страны. Кроме того, потребителям легче отследить место производства товара при нахождении конкретно в этом месте, как например, в случае с алкоголем, шоколадом, и так далее, когда производители имеют собственные точки сбыта, где потребитель имеет возможность приобрести товар напрямую, без участия розничных продавцов-посредников.

¹¹² Там же

Отсюда вытекает следующая особенность европейского рынка. Компании Европы больше заинтересованы в сохранении своего имиджа, который создавался многие годы на протяжении всего существования компании за счет, например, своего неизменного качества. Некачественные подделки же могут легко этот имидж разрушить и подорвать доверие потребителя к продукции данной компании. В связи с этим, компании более заинтересованы и в борьбе с контрафактом и, помимо ожидания антиконтрафактных мер со стороны государства, принимают активные действия по организации самоконтроля, создавая ассоциации производителей, добровольно проходя различного рода сертификации, и так далее. В России же контроль осуществляется «сверху», а знаком качества является «ГОСТ» - государственный стандарт, формулирующий обязательные требования к качеству тех или иных товаров и услуг.

Кроме того, учитывая, что наибольшая доля внешнеторгового оборота РФ приходится на Китай, справедливо будет отметить, что наибольшее количество продукции легкой промышленности, такой как одежда, обувь, аксессуары, и так далее, являющейся контрафактом и фальсификатом, ввозится в Россию из Китая. С другой стороны, такой тип продукции, как алкогольные напитки, крайне сложно подделать за рубежом и ввезти в Россию, поэтому контрафактный алкоголь производится в основном внутри страны, хотя подделываются в основном иностранные бренды. Существует также мнение, что после экономического кризиса 2008 года производство отечественного контрафакта стало расти из-за сокращения оборота внешней торговли, а также по причинам, прямо

не связанным с кризисом: запуск собственного производства европейских компаний на территории России, а также весьма эффективная работа Таможенных служб РФ¹¹³.

В современных же условиях санкций и запрета на ввоз многих продовольственных товаров из Европы производителям контрафакта открываются новые возможности. Во-первых, это контрабанда (незаконный ввоз) запрещенных продуктов, во-вторых, это фальсификация европейских товаров, то есть выдача отечественной продукции за импортную.

Также необходимо помнить о распространенности в России стихийных рынков, где зачастую размещаются не только легальные продавцы, имеющие лицензию и все необходимые документы, но и люди, осуществляющие уличную и лоточную торговлю, не имея абсолютно никакой документации на реализуемую продукцию; при этом для обычного покупателя эти две категории продавцов ничем не различаются, и скорее всего, их товар пользуется у последних примерно одинаковым успехом. В Европе же такая практика распространена значительно меньше.

Подобные различия европейского и российского рынков делают бессмысленным выбор полностью аналогичных методов борьбы с контрафактом. Имеет смысл адаптировать те или иные подходы к российскому рынку, чтобы добиться наиболее эффективного их функционирования.

Рассмотрим теперь, какие методы борьбы с контрафактной продукцией используются в России. Здесь также можно выделить

¹¹³ Радаев В.В. Новые тенденции на рынках контрафактной продукции. — М.: ГУ ВШЭ, 2004. — 19 с.

следующие группы: экономические методы, законодательные меры, административные меры, информационное противодействие.

Экономические методы используются в основном отечественными и зарубежными компаниями-производителями оригинальной продукции при недостатке возможностей повлиять на действия государства в данной области. Во-первых, главным средством для них является развитие собственной дистрибьюторской сети, объединяющей эксклюзивных торговых представителей в разных регионах и разных сегментах рынка. «Их специально обучают, снабжают оборудованием и транспортными средствами. Значительная часть их заработной платы выплачивается компанией, а премии напрямую зависят от объема продаж. Это повышает лояльность дистрибьюторов, которые становятся также осведомителями компании, регулярно сообщая о происходящем на рынке, в том числе, о появлении контрафактной продукции»¹¹⁴.

Во-вторых, недобросовестных продавцов, намеренно реализующих контрафактную продукцию, вытесняют с рынка с помощью ценовых ударов. «Резкое снижение цен на определенный период компаниями-правообладателями лишает их недобросовестных конкурентов преимущества, заставляя многих выходить из игры или менять сферу деятельности»¹¹⁵.

В-третьих, как уже отмечалось, многие компании организуют производство на территории России, что позволяет им снизить затраты на транспортировку, издержки производства и

¹¹⁴ Радаев В.В. Новые тенденции на рынках контрафактной продукции. — М.: ГУ ВШЭ, 2004. — 19 с.

¹¹⁵ Там же

сэкономить на таможенных сборах. В то же время их продукция подвергается подделыванию, так как происходит утечка технологий.

Разумеется, компании-правообладатели не могут справиться с контрафактом одними лишь экономическими методами и здесь необходимо привлекать государство с целью совершенствования законодательной базы в этой области.

Многие компании считают несовершенной российскую нормативно-правовую базу, в которой отсутствует четкое описание механизмов идентификации контрафактной продукции и ее последующего уничтожения. Зачастую, дело даже не доходит до уничтожения конфискованного контрафакта. Более того, в условиях широкого сектора теневой экономики в России вокруг поддельных товаров сформировался специфический и весьма прибыльный бизнес. «Эти товары быстро изымаются по решению суда и передаются в доход государства — Российскому фонду федерального имущества. А дальше часть изъятого товара распродается за копейки уполномоченным дилерам, которые впоследствии спокойно пускают его на рынок. Причем, все это делается без уведомления правообладателя, который не в состоянии проследить судьбу подобной продукции. И хотя по закону контрольный орган должен в течение пяти дней уведомлять правообладателя об обнаружении подделок, в подавляющем большинстве случаев эта норма не соблюдается»¹¹⁶. В этом, кстати, состоит еще одно значительное различие между европейской и российской системой, ведь в Европе, как уже было указано в

¹¹⁶ Там же

предыдущем пункте работы, около 90% задержанной на таможенных контрафактной продукции подвергается уничтожению после согласия правообладателя, а оставшиеся 10% выпускаются на рынок или потому, что продукция после проведения определенных исследований всё же признается подлинной (такая ситуация может сформироваться при неверном оформлении документов и может сопровождаться взиманием штрафов), или же по причине отсутствия реакции правообладателя на оповещения о задержании продукции¹¹⁷.

Еще одна проблема в этой области заключается в недостаточно четком распределении полномочий между контролирующими органами, и не всегда понятно, в каких случаях должна действовать прокуратура, в каких – полиция, а в каких – таможня.

К третьей группе антиконтрафактных мер – административно-силовым – относятся создание специальных инспекций по борьбе с правонарушителями на потребительском рынке, проведение выборочного контроля (рейдов), а также введение уголовной ответственности за распространение контрафакта.

Не менее важно и информационное воздействие на потребителя, то есть разъяснение необходимости быть внимательным при покупке товаров (требовать у продавцов документы и выбирать наиболее надежные торговые точки). Подобная работа ведется со стороны средств массовой информации (при этом названия отдельных компаний не затрагиваются в целях

¹¹⁷ Recommendation of PACE 1793 (2007) Need for a Council of Europe convention on the suppression of counterfeiting and trafficking in counterfeit goods (20 April 2007). URL:<http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta07/EREC1793.htm>

сохранения имиджа), также осведомление населения проводится с помощью социальной рекламы, и так далее.

Нельзя оставить без внимания и планирующиеся нововведения для усиления контроля за товарооборотом, самым амбициозным из которых является введение обязательной маркировки определенных групп товаров специальными идентификационными знаками и создание единой национальной системы сплошной маркировки товаров. Подобный закон уже приняла Госдума с планом реализации проекта к 2024 году¹¹⁸. В данный момент подобная система существует для алкогольной продукции – в виде ЕГАИС, к анализу которой мы также вернемся позже. Внедрение и поддержку работы системы будет осуществлять Центр развития перспективных технологий. Для маркировки используются уникальные идентификаторы, то есть цифровые коды, по которым можно получить всю информацию о продукте и его движении с момента производства до момента реализации. Обязательная маркировка товаров позволит контролировать их оборот на всех этапах и не допускать, чтобы в цепочку попадала незаконно произведенная продукция. Кроме того, каждая единица товара помечается уникальным кодом. Его генерирует по запросу производителей и выдает им оператор маркировки. Коды зашифрованы, а значит, подделать их нельзя, причем каждый код уникален, двух одинаковых кодов существовать не может, а после использования (после момента реализации товара) его уникальный маркировочный

¹¹⁸ Смирнов Н. Бой с «тенью»: маркировка как очистка рынка. / Н.Н. Смирнов. // Газета.ру. – 2018. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2018/04/13/11715949.shtml>

код уничтожается и не может быть использован повторно. С момента выпуска кода и до вывода его из применения государство отслеживает по нему все, что происходит с товаром, а потребитель, купив тот или иной товар, с помощью электронного каталога сможет узнать об этом товаре всю информацию.

Таким образом, создается информационная среда, в которой фиксируются сведения о кодах. В ней отмечается каждая ступень оборота промаркированных товаров: начиная с производства или импорта и заканчивая продажей через онлайн-кассу. О реализации товара сообщает в систему не магазин, а Оператор фискальных данных¹¹⁹. Затем создается единый российский каталог с полной информацией о маркированных товарах: их происхождении, производителе, сроке годности и т. п.

Ожидается, что введение системы маркировок позволит потребителям легко отличать подделки от оригинала и чаще делать выбор в пользу последнего, значительно повысит собираемость налогов, а также будет способствовать защите доходов бизнеса, повышению эффективности цепочек поставок и планирования.

Что касается окупаемости затрат, то здесь ожидания также оптимистичны. По подсчетам The Boston Consulting, «эффект снижения операционных издержек производителей, например, фармацевтической продукции от введения маркировки может достигнуть 800 млн руб., для дистрибьюторов – 2,8 млрд руб. в год (при выручке около 950 млрд руб.), а за счет вытеснения «серых»

¹¹⁹ Обязательная маркировка товаров в 2019. / Центр сертификации «Гарант». – 2018. – URL: <https://cs-garant.ru/obyazatel'naya-markirovka-tovarov-v-2019>

товаров и новых источников выручка участников фармацевтического рынка может увеличиться на 39-61 млрд руб. Эффект же снижения операционных издержек для производителей и импортеров табака может быть оценен в 2,3-2,6 млрд руб., а выручка может увеличиться на 57-93 млрд руб.»¹²⁰

С другой стороны, необходимо понимать, что затраты на маркировку товаров будут включены производителями в себестоимость этих товаров, а значит, повысится их цена на рынке, и в конечном итоге за всё будет платить потребитель. В условиях постоянного роста цен и в отсутствие соответствующего роста доходов населения это может заставить определенную часть потребителей сознательно делать выбор в пользу более дешевого контрафакта, особенно если речь идет не о пищевой промышленности, а, скажем, об одежде и других категориях продукции легкой промышленности.

Но вернемся к описанию Единой государственной автоматизированной информационной системы (ЕГАИС), предназначенной для контроля со стороны государства над объёмом производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции. Данная система была внедрена еще в 2005 году, однако с тех пор претерпела ряд совершенствований. Во-первых, сама суть системы – контроль за спиртосодержащей продукцией – подразумевала контроль и за парфюмерной продукцией в том числе, однако данная отрасль оказалась

¹²⁰ Navigating the New Consumer Realities. / Report by The Boston Consulting Group. // 2011. – URL: <https://www.bcg.com/documents/file79398.pdf>

совершенно неготовой к внедрению системы и фактически приостановила свою деятельность, из-за чего парфюмерию было решено вывести из-под действия ЕГАИС. До 2012 года система работала только для производителей алкоголя и организаций оптовой торговли. Теперь же ЕГАИС применяется и при розничной торговле, то есть прослеживается вся цепочка производитель/импортер – оптовый дистрибьютор – розничный дистрибьютор – потребитель. При этом последний может получить всю точную информацию о приобретенном алкогольном напитке, просканировав с помощью смартфона и специального мобильного приложения акцизную марку или QR-код на чеке, и, таким образом, еще раз убедиться в легальности товара. Стоит упомянуть, что еще в 2016 году ЕГАИС позволяла только лишь проверить легальность продукции до или после покупки, но через кассу товар пропускался, даже если оказывался контрафактным. Еще одной уязвимостью здесь является то, что, в случае закупок алкоголя из-за рубежа, работа системы начинается с поставщика, то есть только в момент ввоза продукции на территорию России, а значит, ввозимая продукция может оказаться абсолютно легально зарегистрированной подделкой.

Однако, санкции со стороны государства и совместная комплексная работа таких государственных органов, как Федеральная налоговая служба, Федеральная таможенная служба, Министерство финансов, Министерство внутренних дел и Росалкогольрегулирование, привели к определенным позитивным результатам: нелегальных производителей алкоголя удалось

вывести из тени, а сбор налогов с каждого участника цепочки движения продукции пополнил государственную казну. Но переход на вышеописанную систему осуществлялся достаточно медленно и в некоторых случаях весьма болезненно для розничных продавцов.

Кроме того, в 2015 году в России был запущен процесс урегулирования оборота меховых изделий. Государства-члены ЕАЭС (Евразийского экономического сообщества), а именно, Россия, Белоруссия, Казахстан, Армения и Киргизия, подписали соглашение о реализации пробного проекта по введению маркировки товаров специальными так называемыми КИЗ (контрольно-идентификационными знаками). КИЗ является бланком строгой отчетности с элементами защиты от подделки. Он призван сделать каждую единицу товара уникальной, не имеющей копий и дубликатов, а также сделать невозможным повторное использование товара. Очевидно, что и повторное использование самого КИЗ будет невозможным. Сам же знак представляет собой небольшую гибкую полоску из специального материала, в которую встроен микроскопический чип с радиоантенной, так называемый, RFID - Radio Frequency IDentification, что переводится как радиочастотная идентификация. Так, для изделий из меха, произведенных в России, будут использоваться КИЗ зеленого цвета, а для импортных товаров, должны применяться КИЗ красного цвета. Что касается продуктов, не маркированных с помощью КИЗ, они подлежат изъятию и уничтожению. При этом контролирующими полномочиями наделяются торговые инспекции, налоговые инспекции, а также управления и департаменты Федеральной таможенной службы и

аналогичных служб в других странах, подписавших соглашение. Информация о КИЗ будет передаваться в Единую электронную базу, которую должна вести Федеральная налоговая служба РФ.

Так, государство получит возможность отслеживания любого мехового изделия на его пути от производства или ввоза на территорию ТС до момента реализации, а также выявления наличия в этой цепочке чрезвычайно распространенных сегодня фирм-однодневок. Такой сквозной контроль практически исключает возможность «оптимизации» налогов и повышает персональную ответственность предпринимателей за работу с сомнительными контрагентами.

Таким образом, российские методы борьбы с контрафактной продукцией имеют ряд ограничений, среди которых можно выделить трудности в обнаружении крупных производителей контрафакта в условиях обширного теневого сектора экономики, трудности с конфискацией и последующим уничтожением поддельного товара, недостаточно эффективное регулирование открытых рынков, низкая степень обеспокоенности государства нарушениями в области прав интеллектуальной собственности и, что самое проблемное, толерантность потребителей к контрафакту и, во многих случаях, неприятие прав интеллектуальной собственности, а точнее, необходимости их соблюдать.

Кроме того, существуют и косвенные предпосылки к появлению и распространению контрафактной продукции в стране, к которым можно отнести излишне забюрократизированные схемы

регистрации малого бизнеса, а также неадекватные механизмы налогообложения.

Для получения наиболее полного и четкого представления о том, какие же методы борьбы ЕС с контрафактом можно было бы адаптировать для России, применим элементы SWOT-анализа, а именно, обозначим наиболее сильные стороны антиконтрафактных методов ЕС, выделим уязвимости российской антиконтрафактной политики и рассмотрим возможности применения европейского опыта в России с указанием потенциальных угроз, которые могут последовать в случае неверной адаптации того или иного метода к российским реалиям.

Сильные стороны европейских методов	Слабые стороны российской антиконтрафактной политики
– Комплексный подход к борьбе с контрафактом; – Высокий уровень самоконтроля со стороны производителей; – Развитая система негосударственного контроля; – Активное сотрудничество бизнеса и власти; – Четкая и жесткая политика защиты прав	– Преобладание государственного контроля; – Введение реформ и инноваций «сверху вниз»; – Корруптированность таможенных и правоохранительных органов; – Недостаточно эффективный механизм уничтожения товаров, изъятых из незаконного оборота;

интеллектуальной собственности; – Упрощение принципов работы контролирующих систем (электронный документооборот, т.п.). – Локальные ограничения на ввоз единичного контрафакта для личного пользования	– Наличие пробелов в Уголовном и Гражданском кодексах РФ касательно прав на товарный знак и т.д.
Возможности применения европейских методов в России	Потенциальные угрозы от применения европейских методов
– Введение полностью электронного документооборота; – Внедрение высокотехнологичных средств маркировки продукции с целью защиты от контрафакта; – Разработка законодательного регулирования торговли через интернет – один из главных каналов распространения контрафакта; – Усиление просветительской работы касательно влияния контрафактной продукции не только на благосостояние потребителей, но и на экономику страны.	– Неготовность общества к полному искоренению контрафакта; – Введение запретов и ограничений может вызвать негативную реакцию общества без должной предварительной подготовки, а также без предложения альтернатив; – Внедрение высокотехнологичных способов маркировки может вызвать значительное повышение цен, что лишь заставит потребителей вновь обращать внимание на контрафакт; – Любым ограничениям, связанным с торговлей через

	интернет, должны предшествовать тщательные исследования феномена, так как, с одной стороны, регулирование должно обеспечивать безопасность потребителей, а с другой, не усложнять предпринимателям ведение бизнеса через интернет.
--	--

Разумеется, необходимо и межнациональное сотрудничество стран, и не только разделяющих общую таможенную зону, но и имеющих закрытые друг от друга границы. В качестве примера можно привести Торговое соглашение по борьбе с контрафакцией (АСТА), которое сейчас находится на стадии обсуждения. Данное соглашение подвергается широкой критике, а также задействует далеко не все страны, поэтому разработка нового многонационального соглашения, которое включало бы в себя Россию и Китай могла бы принести более плодотворные результаты.

Таким образом, несмотря на то, что проблема контрафакта является общей для всего мира, специфика отдельных стран не позволяет ввести единую глобальную или даже региональную схему борьбы с ней. Все же, обмен опытом бывает полезен всегда и всем, если данный полученный опыт применяется осторожно и с учетом экономических, социальных, политических, психологических и ментальных особенностей той или иной страны. Европейский опыт может оказаться чрезвычайно интересным и полезным для России,

но его необходимо адаптировать к российским реалиям. Россия также разрабатывает качественные стратегии по борьбе с контрафактом и самостоятельно, однако некоторые институциональные бреши затормаживают и понижают общую эффективность системы.

Применение основных принципов антиконтрафактной политики Европейского союза в России поможет снизить уровень потребления контрафактной продукции и, соответственно, негативные последствия такого потребления. Формирование здоровой экономической среды и правильной культуры потребления среди населения поможет сделать производство и сбыт контрафактной продукции нецелесообразными, а это, в свою очередь, будет самым значительным шагом к искоренению контрафакта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современной экономике проблема обеспечения защиты рынков от незаконного оборота контрафактной продукции носит интернациональный характер, а преступления в области производства фальсифицированной и контрафактной продукции относятся к числу наиболее серьезных экономических преступлений. По данным Организации экономического сотрудничества и развития объем мирового рынка контрафактной продукции составляет около 650 млрд долларов. При этом наблюдается тенденция устойчивого и существенного роста оборота поддельной продукции.

Европейскому Союзу потребовалось около 40 лет для создания эффективной системы, ограждающей рынок ЕС от фальсифицированной и контрафактной продукции. Однако незаконный оборот промышленной продукции полностью так и не ликвидирован в ЕС. (По данным Международной торговой палаты, на сегодняшний день объем выручки от продаж поддельной продукции составляет 5—7 % торговли ЕС). Наиболее подделываемыми товарами в ЕС являются товары легкой промышленности, такие как одежда и обувь, косметика и парфюмерия, пищевая продукция, в том числе алкогольная, а также фармацевтическая продукция и электроника. В настоящее время набирает обороты интернет-торговля контрафактом, требующая особенно пристального внимания и осторожности в применении регулирующих мер. Отдельным пунктом выделяется нарушение

прав интеллектуальной собственности и вытекающие отсюда «пиратские» фильмы, музыка и т.д., что также находится под тщательным контролем государства.

Что касается географической распространенности контрафакта, а также маршрутов его передвижения, то можно отметить, что контрафакт в Европу попадает как извне, так и как результат внутреннего производства. В первом случае основной отправной точкой нелегальных и поддельных товаров выступает Китай и некоторые другие азиатские страны, а также ОАЭ. В случае внутреннего производства, наибольшая часть контрафакта берет свое начало в Греции и странах Восточной Европы и движется в Западную Европу для сбыта. В ряде случаев точное происхождение контрафакта отследить трудно, так как часто его части ввозятся отдельно и имеют разные страны происхождения, а собираются товары уже непосредственно в ЕС или зонах свободной торговли.

Влияние контрафактной продукции на экономику стран ЕС является, очевидно, негативным. Прежде всего, это потери в продажах, а также потери от неуплаты налогов, что особенно ощутимо в случае подделывания подакцизных товаров, а именно алкоголя и сигарет. Однако, степень потерь в разных странах Европы разная. В северной Европе – где доля самого контрафакта относительно невысока – наблюдаются большие потери от неуплаты налогов, в то время как в странах восточной Европы значительные негативные эффекты объясняются общим более значительным количеством контрафактной продукции. Среди других сфер, подверженных негативному влиянию контрафакта можно выделить

занятость населения, поток прямых иностранных инвестиций, темпы инноваций, экологическая обстановка. Что касается социальной сферы, то есть благосостояния потребителей, контрафактная продукция как минимум чаще всего не приносит удовлетворения ввиду ненадлежащего качества, и как максимум может быть опасна для жизни и здоровья потребителей.

Антиконтрафактную политику в Европейском союзе можно назвать всеобъемлющей, так как законодательные нормы постоянно совершенствуются, опираясь на проводящиеся теоретические исследования; производство, как и торговля контрафактом криминализируется, хоть и проходит данный процесс не совсем гладко на страновом уровне. Подакцизная продукция находится под полным государственным контролем с момента ее производства до момента приобретения ее конечным потребителем. Используются и высокотехнологичные методы маркировки некоторых товаров.

Борьба с контрафактом осуществляется не только со стороны государства. Активные действия принимаются также и самими компаниями-производителями, которые подвергают себя добровольной сертификации, пытаются регулировать уровень цен, предупреждают потребителей о возможных подделках и необходимой бдительности с их стороны, а также активно подают в суд на производителей и торговцев контрафактом, что особенно характерно для производителей брендовой одежды, обуви и аксессуаров, так как они наиболее сильно страдают от потерь в продажах, а их имидж может понести ущерб от чрезмерного количества подделок их продукции на рынке.

Таким образом, Европейский союз борется с контрафактом комплексно. Практически ежегодно проводятся исследования о количестве, качестве, диверсификации контрафактной продукции, а также о ее влиянии на экономику, бизнес и потребителей. При этом используются различные подходы к исследованию феномена контрафакта: изучаются экономические причины его возникновения, пути его передвижения, рыночные механизмы реализации контрафакта; также анализируется законодательство с целью поиска причин, по которым не срабатывают те или иные законы; и что также немаловажно, исследуется антропологическая сторона вопроса, то есть поведенческие механизмы потребителей, заставляющие их сознательно или по ошибке приобретать контрафакт.

Эффективность принимаемых антиконтрафактных мер в ЕС подтверждается статистикой уровня падения потребления контрафактной продукции населением и значительным снижением количества задерживаемых на таможнях контрафактных товаров. Последнее может быть связано, в том числе и с тем, что стали использоваться новые изощрённые способы провоза контрафакта (например, по частям в разобранном виде). Хотя безусловно, общее снижение количества ввозимого контрафакта в Европу из-за запрета на частный ввоз (в том числе с помощью курьерских доставок) и невозможности ввоза крупных поставок контрафакта является вполне ощутимым и реальным фактом.

Сегодня в России также существуют свои эффективные способы борьбы с контрафактом, а системы маркировки, такие как

ЕГАИС, признаются одними из лучших в мире. Однако, в методах и схемах российской противоконтрафактной политики есть существенные недостатки, одним из которых является недостаточный уровень сотрудничества различных уполномоченных служб, забюрократизированность системы, а также пассивная позиция правообладателей в отношении выявления производства и продажи контрафакта.

Что касается использования европейского опыта по борьбе с контрафактом в России, - здесь существуют большие возможности для внедрения европейских методов, призванных упростить ведение малого бизнеса, повысить уровень экономической культуры населения и поддержать имидж компаний-производителей. Однако, вводя любые законы и ограничения по европейскому образцу, необходимо соблюдать осторожность и не механистически адаптировать нововведения к российским реалиям. Кроме того, перенять европейский опыт может не только государство, но и производители продукции и владельцы интеллектуальной собственности, более активно сотрудничая с государством, повышая информационную осведомленность населения, проводя антиконтрафактные маркетинговые кампании, и производя качественную и недорогую продукцию, которую было бы нецелесообразно подделывать.

Сегодня контрафактная продукция в России и всё, что с ней связано, является лишь частью общей проблемы теневой экономики, размеры которой растут в обратной зависимости при падении общего уровня благосостояния страны. Европейский опыт

противодействия теневой экономики позволяет сделать вывод о том, что одними из наиболее эффективных методов борьбы с контрафактом являются не ужесточение администрирования режимов контроля за его оборотом, не использование новых технологий и технических средств мониторинга, не совершенствование правовых актов и запретительных мер, имеющих административные и уголовные последствия, не создание новых надзорных и регулирующих органов, а повышение уровня и качества жизни населения, снижение уровня коррупции, рост инвестиции в основной капитал, создание новых рабочих мест, рост ВВП и реальных доходов.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Барсукова С. Борьба с контрафактом: проблемы сотрудничества бизнеса и власти. // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2009. Том 7. № 4. - С. 120-129
2. Денисов В.С. Зарубежный опыт борьбы с незаконным производством и оборотом алкоголя // В.С. Денисов. 2012.
3. Директива Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 2008/95/ЕС от 22 октября 2008 г. "О сближении законодательств государств-членов в отношении товарных знаков и знаков обслуживания"
4. Директива ЕС № 87/54/ЕС от 16 декабря 1986 года о правовой охране топологии интегральных микросхем
5. Директива Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 2001/29/ЕС от 22 мая 2001 г. "О гармонизации некоторых аспектов авторского права и смежных прав в информационном обществе"
6. Директива Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 2001/84/ЕС от 27 сентября 2001 г. "О праве перепродажи в интересах автора оригинала произведения искусства»
7. Иванова Е. Таможенные органы на защите интеллектуальной собственности (опыт стран ЕС) / Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. Серыя 4. Правазнаўства // Е. Иванова. – 2013. – с. 97-103
8. Информационный портал о теневой экономике Navoscope. – URL: <http://www.havoscope.com/>

9. Кашкин С. Ю. Интеллектуальная собственность и защита прав в Европейском союзе. С. Ю. Кашкин. Право Европейского союза. 2014.
10. Контрафакт: мировая статистика. Ассоциация компаний интернет торговли. 2016. – URL: http://www.akit.ru/contr_stat/
11. О законодательных мерах и технических методах противодействия обороту контрафактной, фальсифицированной и некачественной продукции в Российской Федерации. Информационно-аналитические материалы Государственной Думы. Официальный сайт Государственной Думы РФ. – URL: <http://iam.duma.gov.ru/node/8/4673/16659>
12. Опыт Европы как региона с наибольшим количеством продукции, подверженной риску контрафакта. - URL: https://studwood.ru/601359/pravo/opyt_evropy_regiona_naibolshim_kolichestvom_produktsii_podverzhennoy_risku_kontrafakta
13. Отчет Управления Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности о контрафактной продукции. – URL: http://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/tocta/8.Counterfeit_products.pdf
14. Официальный сайт Европейского Совета: <https://www.coe.int/en/web/medicrime>
15. Постановление Совета ЕЭС №2081/92 от 14.07.1992 г. об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров

16. Проблема контрафактной продукции для Европы и Франции. RFI. – 2012. – URL: <http://ru.rfi.fr/evropa/20120607-problema-kontrafaktnoi-produktsii-dlya-evropy-i-frantsii>
17. Разводовский Ю. Алкогольная политика в европейской перспективе. // Журнал Гродненского государственного медицинского университета. №1. – 2005. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/alkogolnaya-politika-v-evropeyskoj-perspektive>
18. Регламент N 6/2002 Совета Европейского Союза "О промышленных образцах Европейского сообщества" [рус., англ.] (Принят в г. Брюсселе 12.12.2001)
19. Регламент Совета ЕС N 40/94 от 20 декабря 1993 года о товарном знаке Сообщества
20. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) (ВТО, Уругвайский раунд многосторонних торговых переговоров, 15 апреля 1994 г.)
21. Худяков Н. А. Контрафактный алкоголь производят и в Европе / Н.А. Худяков // Крестьянские ведомости. – 2016.
22. Цир П., Рабих Э., Рыболкин И., Табастаева Ю. Европейский опыт борьбы с нарушениями прав на товарные знаки. М., 2005, май.
23. Шафоростов А. Основные направления предупреждения контрабанды товаров, не ограниченных в гражданском обороте. // Вестник Белгородского юридического института МВД России. – 2013. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye->

napravleniya-preduprezhdeniya-kontrabandy-tovarov-ne-
ogranichennyh-v-grazhdanskom-oborote

24. Шугуров М. Подход совета Европы к противодействию медицинскому контрафакту. / М. Шугуров. // Вестник Саратовской государственной юридической академии - № 6 (101) –2014.

URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_22773805_26442086.pdf

25. Эксперты из ВШЭ узнали объем оборота контрафактной продукции в России. / Сетевое издание РИА Новости. // МИА «Россия сегодня». – 2016. – URL: <https://ria.ru/20161221/1484232896.html>

26. Actual problems of economics and law»: materials digest of the XVIII International Scientific and Practical Conference and the I stage of Research Analytics Championships (London, February 02 – February 06 2012). Economical and juridical sciences/ International Academy of Science and Higher Education; Organizing Committee: B. Zhytnigor (Chairman), S. Godvint, L. Kupreichyk, A. Tim, D. Georgio, T. Morgan, S. Serdechny, L. Steiker – Odessa: InPress, 2012. — 150 p.)

27. Alcohol taxation and regulation in the European Union, CESifo Working Paper, No.1821, Center for Economic Studies and Ifo Institute (CESifo), Munich

28. Anderson P, Baumberg B (2006). Alcohol in Europe. A public health perspective. London, Institute of Alcohol Studies (http://ec.europa.eu/health-eu/doc/alcoholineu_content_en.pdf, accessed 18 February 2012).

29. Anderson, Peter. "The Impact of Alcohol in Europe." Eurocare. 25 Apr. 2008
30. Chaudhry P, Cordell V, Zimmerman A. Modelling anti-counterfeiting strategies in response to protecting intellectual property rights in a global environment. Mark Rev 2005;5(1):59–72.
31. Communication de la Commission au Parlement europeen et au Conseil«Ameliorer le systeme de brevet en Europe» // Bruxelles, le 3.04.2007. COM (2007)165 final.
32. Council of the European Union. Corrigendum to Directive 2004/48/EC of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the enforcement of intellectual property rights. EUR-Lex. – URL:[http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32004L0048R\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32004L0048R(01))
33. Counterfeiting in the wines and spirits market. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://selinko.com/site/wp-content/uploads/2014/06/Anti-counterfeiting-study-wines-and-spirits-market.pdf>
34. Couterfiet Product. Anti Essays. Retrieved November 29, 2018, from the World Wide Web: <https://www.antiessays.com/free-essays/Couterfiet-Product-563831.html>
35. Criminal prosecution of counterfeiting and piracy in member states of the European Union. International Trademark Association. 2010/ - <http://www.inta.org/Advocacy/Documents/INTAEUCriminalSanctions20082009.pdf>
36. Ellings R. New trends in online counterfeiting require updated enforcement policies. // World Trademark Review. – 2016. – URL:

<http://www.worldtrademarkreview.com/Intelligence/Online-Brand-Enforcement/2017/Chapters/New-trends-in-online-counterfeiting-require-updated-enforcement-policies/>

37. European Parliament, Directive 2004/48/EC of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the Enforcement of Intellectual Property Rights, OJ L 157 (30.04.2004).
38. Evidence for the effectiveness and cost-effectiveness of interventions to reduce alcohol-related harm [Электронный ресурс]. http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0020/43319/E92823.pdf
39. Excise duties and VAT rates: European Commission, Excise Duty Tables, July 2006.
40. Fleisch E. Business strategies in the counterfeit market. *Journal of Business Research* 65 (2012) 658–665.
41. Future prospects of luminescent nanomaterial based security inks: from synthesis to anti-counterfeiting applications. *Nanoscale*. – 2016. <http://pubs.rsc.org/en/content/articlelanding/2016/nr/c5nr06965c#!divAbstract>
42. G. Baldini et al.; Enforcers and brand owners' empowerment in the fight against counterfeiting, 2017, doi:10.2760/135671 – URL: <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC104204/kjna28400enn.pdf>
43. Gabor, S., 'Aspects concerning counterfeiting and piracy in the European Union', *Bulletin of the Transylvania University of Brasov*, Vol 5 (54), No 1, Series V, 2012.

44. Hardy J. Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy. / World Trademark Review // 2016
<https://www.worldtrademarkreview.com/anti-counterfeiting/estimating-global-economic-and-social-impacts-counterfeiting-and-piracy>.
45. Hvalkof S, Anderson P (1995). Terminology for alcohol policy. Copenhagen, WHO Regional Office for Europe/
46. ICC. Current and emerging intellectual property issues for business — a roadmap for business and policy makers. Document no 450/911 Rev. 6. Paris, France: International Chamber of Commerce; 2005.
47. International Institute of Research against Counterfeit Medicines, Study Report: Counterfeit Medicines and Criminal Organisations and newsletters, 2013.
48. Jennings J.S. Trademark Counterfeiting: An Unpunished Crime // Journal of Criminal Law and Criminology. 1989. Vol. 80. No. 3.
49. Kamenidou I. Counterfeit purchase typologies during an economic crisis. European Business Review, 27 (1). (2015) pp. 2-16. ISSN 0955-534X
50. Lachenmeier D.W. Unrecorded and illicit alcohol. D.W. Lachenmeier / Occupy. – 2012.
51. Leifman, H. (2010). 'Estimations of unrecorded alcohol consumption levels and trends in 14 European countries', Nordisk Alkohol- & Narkotikatidskrift, 18, 54–70
52. Magget K. Counterfeit alcohol: people can't taste the difference. / K. Magget // Securing Industry. 2017. - URL:

- https://www.securindustry.com/food-and-beverage/counterfeit-alcohol-can-t-taste-the-difference/s104/a6207/#.WhGrijkpl_IV
53. Newcomb, William O. "ASQ Certification: A Brief History". Quality Progress. January 2010. p. 43.
54. Newman HH. Strategic groups and the structure–performance relationship: a study Nia A, Zaichkowsky JL. Do counterfeits devalue the ownership of luxury brands? J Prod Brand Manage 2000; 9(7): 485p.
55. Norstrom T. Alcohol in Postwar Europe. Consumption, drinking patterns, consequences and policy responses in 15 European countries. — Stockholm, 2002.
56. OECD. The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy // Executive Summary. 2007.
<http://www.oecd.org/dataoecd/13/12/38707619.pdf>.
57. OECD. The magnitude of counterfeiting and piracy of tangible products: an update economic impact of counterfeiting and piracy, part IV. Paris, France: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2009.
58. OECD. The magnitude of counterfeiting and piracy of tangible products: an update economic impact of counterfeiting and piracy, part IV. Paris, France: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2009.
59. Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact / OECD, EUIPO. // OECD Publishing, Paris. – 2016. – URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264252653-en>

60. Office of Public Sector Information. The Intellectual Property (Enforcement, etc.) Regulations 2006. Legislation.gov.uk.
61. OHIM-Europol. // Situation Report on Counterfeiting in the European Union. — 2015. — URL: <https://oami.europa.eu/ohimportal/documents/>.
62. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), The Economic Impact of Counterfeiting, 2009.
63. Orlando, Laura. ‘Piracy’ provisions under the Enforcement Directive and patent infringement : [англ.] // Jnl of Intellectual Property Law & Pract. — 2007. — Vol. 2, no. 10. — C. 642-643. — ISSN 1747-1540.
64. Osterberg E., Karlsson T. Alcohol Policies in EU Member State and Norway. A Collection of Country Report. — Helsinki, 2002.
65. Proposed joint OECD - EUIPO work on Trade in Counterfeit and Pirated Goods: 2017-2018 and beyond. 5th OECD Task Force meeting on Countering Illicit Trade. 28 - 29 March 2017. OECD Conference Centre.
[http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/HLRF/TFCIT\(2017\)5&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/HLRF/TFCIT(2017)5&docLanguage=En)
66. Recommendation of PACE 1793 (2007) Need for a Council of Europe convention on the suppression of counterfeiting and trafficking in counterfeit goods (20 April 2007). URL: <http://assembly.coe.int/Documents/doptedText/ta07/EREC1793.htm>
67. Sanofi, Fake Medicines, a Real Danger for Health, 2011.

68. Schneider M. Private imports of counterfeit and pirated goods in Europe. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 38 (2015) 49-57.
69. Situation Report on Counterfeiting in the European Union. / Europol.
<https://www.oami.europa.eu/ohimportal/documents/11370/80606/2015%20Situation%20Report%20on%20Counterfeiting%20in%20the%20EU>
70. Situation Report on Counterfeiting in the European Union. A joint project between Europol and the Office for Harmonization in the Internal Market. 2015.
71. Sperber, William H.; Stier., Richard F. (December 2009). "Happy 50th Birthday to HACCP: Retrospective and Prospective". *FoodSafety* magazine. pp. 42–46. Retrieved 11 January 2015.
72. Staake T., Thiesse F., Fleisch E. The emergence of counterfeit trade: a literature review. *Eur J Mark* 2009;43 (3/4):320–49.
73. Status Report on Alcohol and Health in 35 European Countries 2013.
http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0017/190430/Status-Report-on-Alcohol-and-Health-in-35-European-Countries.pdf?ua=1
74. Summary of the implementation of Directive 2004/48 on the enforcement. of intellectual property rights (the “Directive”) in EU Member States as per October 2006. Simmons & Simmons.
75. TAXUD. Counterfeit and piracy: community-wide statistics for 2008. Brussels, Belgium: European Taxation and Customs Union; 2009.

76. Martin S. Technological tools to prevent counterfeiting risks in legitimate supply chains. – 2014. – CEPS. – URL: <https://www.ceps.eu/sites/default/files/Stephanie%20Martin.pdf>
77. The Economic Cost of IPR Infringement in Spirits and Wine. European Union Intellectual Property Office. – URL: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/resources/research-and-studies/ip_infringement/study8/wines_and_spirits_en.pdf
78. The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy: Executive Summary. / OECD // 2007. URL: <http://www.oecd.org/industry/ind/38707619.pdf>
79. The Economic Impact of Counterfeiting. Report by Organisation for Economic Co-operation and Development. 1998. – URL: <http://www.oecd.org/sti/ind/2090589.pdf>
80. The European Patent Convention, 3 Md. J. Int'lL. 408 (1973). Available at: <http://digitalcommons.law.umaryland.edu/mjil/vol3/iss2/10>
81. The impact of counterfeiting on online consumer rights in Europe. European Consumer Service report. – URL: http://epc.si/media/media_2017/JP_counterfeit_report.pdf
82. UN (United Nations) (2010), International Merchandise Trade Statistics: Concepts and Definitions 2010, <http://comtrade.un.org/db/mr/rfGlossaryList.aspx>.
83. Verbeek, M. (2000), A Guide to Modern Econometrics, Wiley.

84. Wajzman N. The Economic Cost of IPR Infringement in Spirits and Wine. Report by European Union Intellectual Property Office, July 2016.
85. WCO (World Customs Organisation) (2014), Illicit Trade Report 2013, www.wcoomd.org/en/media/newsroom/2014/june/wco-publishes-theillicit-trade-report-2013.aspx.
86. WHO – World Health Organization (2004). Global Status Report on Alcohol, [URL: www.who.int/substance_abuse/publications/global_status_report_2004_overview.pdf](http://www.who.int/substance_abuse/publications/global_status_report_2004_overview.pdf)
87. Gentry JW, Putrevu P, Shultz C, Commuri S. How now Ralph Lauren? The separation of brand and product in a counterfeit culture. *Adv Consum Res* 2001;28:258–65.
88. Pollinger, Z., ‘Counterfeit Goods and their potential financing of international terrorism’, Harvard University, 2008.
89. Chaudry, P. E., & Stumpf, S. A. (2011). Consumer complicity with counterfeit products. *The Journal of Consumer Marketing*, 28(2), 139-151.
90. BASCAP. (2009, May). The impact of counterfeiting on government and consumers. *Frontier Economics*, 1-55.
91. World Free Zones Organization, Message from our CEO. – URL: <http://www.worldfzo.org/Pages/CeoMessage.aspx>.
92. DuBarry, S., Ametova, E., The paradox of free trade zones: economic prosperity and transnational crime, Florida International University, Miami, 2014, p. 4. – URL: <https://maga.fiu.edu/academic-tracks/capstone-project/2014-capstone->

workingpapers/socomcapstone_dubarry_ametovav_edited-final_dawndavies.pdf.

93. Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy, Controlling the zone: balancing facilitation and control to combat illicit trade in the world's free trade zones, ICC, Paris, 2013, p. 25.- URL: <http://www.ipwatch.org/weblog/wp-content/uploads/2013/05/FTZreport.pdf>.
94. Her Majesty's Revenue and Customs. / Official Web-site. – URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs>
95. Solon O. The EU signs up to Acta, but French MEP quits in protest. // Olivia Solon. - 2012.
96. Report on EU customs. Results at the EU border enforcement of intellectual property rights. // European Commission. – 2016. – URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/customs-controls/counterfeit-piracy-other-ipr-violations/ipr-infringements-facts-figures/facts-figures-archive_en
97. Camerini, D., Favarin, S. & Dugato M. (2015), Estimating the counterfeit markets in Europe, Transcrime Research in Brief - N.3/2015, Trento (IT): Transcrime.
98. Шайдуллина Э.Д. Уголовно-правовые меры борьбы с незаконным производством и оборотом алкогольной продукции в зарубежных странах. / Вестник Казанского юридического института МВД России. // №2(16) 2014.
99. Баранникова Е.С. Правовое регулирование алкогольного рынка в Российской Федерации и Европейском союзе // Реформы и право. 2013. N 4. С. 60 - 78.

100. <https://cyberleninka.ru/article/v/analiz-tendentsiy-kontrafaktnogo-tovarooborota-na-osnove-praktiki-tamozhennyh-sluzhb-mira>
101. <https://www.mirror.co.uk/money/personal-finance/fake-alcohol-bought-20-british-2328500>
102. EU intensifies fightback on counterfeit goods. // Financial Times. – 2016. – URL: <https://www.ft.com/content/73405e12-f24c-11e6-95ee-f14e55513608>
103. Counterfeiting and piracy. Stamping it out. // The Economist. – 2013. – URL: <https://www.economist.com/international/2016/04/23/stamping-it-out?zid=317&ah=8a47fc455a44945580198768fad0fa41>
104. Hickey S. Whether you're unaware or don't care, counterfeit goods pose a serious threat. / Shane Hickey. // The Guardian. – 2018. – URL: <https://www.theguardian.com/technology/2018/dec/02/whether-youre-unaware-or-dont-care-counterfeit-goods-pose-a-serious-threat>
105. Fleisch E. Business strategies in the counterfeit market. Journal of Business Research. - 65 (2012) 658–665. – URL: <http://www.data-and-decision.de/downloads/papers/Staake%20-%20Business%20Strategies%20in%20the%20Counterfeit%20Market.pdf>
106. Kamenidou I. Counterfeit purchase typologies during an economic crisis. European Business Review, 27 (1). – 2015. - 2-16. – URL: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EBR-11-2013-0132>

107. Schneider M. Private imports of counterfeit and pirated goods in Europe. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*. – 2015. - 49-57. – URL: https://www.researchgate.net/journal/1747-1540_Journal_of_Intellectual_Property_Law_Practice
108. Staake T., Thiesse F., Fleisch E. The emergence of counterfeit trade: a literature review. *Eur J Mark* 2009;43(3/4):320–49.
109. World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2004.
110. World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2011.
111. World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2014.
112. World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2018.
113. Weeks C. / Anti-piracy strategy will help government to spy, critic says. // *The Globe and Mail*. – 2008. (дата обращения 15.12.2018)
114. Schneider, F. (2005), ‘The shadow economy and shadow economy labour force: What do we (not) know?’, *European Journal of Political Economy*, 21(3): 598-642.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица 1

Страна происхождения	Индекс GTRIC-е (2013 г.)
Гонконг	0.999
Китай	0.980
Турция	0.975
Токелау	0.952
Сирия	0.924
Греция	0.900
Непал	0.699
Тунис	0.697
Армения	0.673
Йемен	0.667

Таблица 2

Категория товаров (согласно гармонизированной системе описания и кодирования товаров)	Индекс GTRIC-р (2013 г.)
Часы (91)	0.9997
Кожаные изделия (42)	0.9990
Головные уборы (65)	0.9706
Обувь (64)	0.9633
Парфюмерия и косметика (33)	0.9145
Игрушки (95)	0.8986
Одежда (61)	0.8609
Прочие промышленные изделия (96)	0.8606
Табак (24)	0.8234
Другие текстильные изделия, маркировки (63)	0.6695

Таблица 3

Страна	Потери продаж (млн евро)
Австрия	885
Бельгия	2446
Болгария	244
Великобритания	5766
Венгрия	664
Германия	5741
Греция	1881
Дания	566
Ирландия	793
Италия	8312
Испания	6667
Кипр	136
Латвия	95
Литва	151
Люксембург	60
Мальта	38
Нидерланды	2184
Польша	1541
Португалия	1230
Румыния	716
Словакия	245
Словения	131
Финляндия	108
Франция	5930
Хорватия	237
Чехия	483
Швеция	695
Эстония	55
Всего в ЕС	48000

График 1

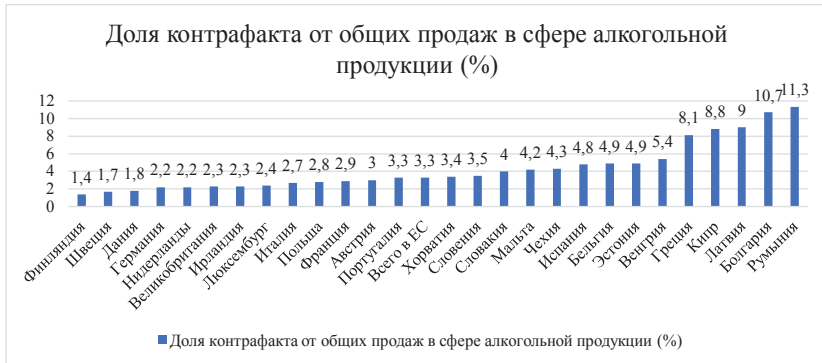


Таблица 4

Страна	Налоговые потери, млн евро
Великобритания	197
Франция	100
Испания	90
Германия	65
Польша	47
Греция	33
Швеция	24
Италия	18
Всего в ЕС	739

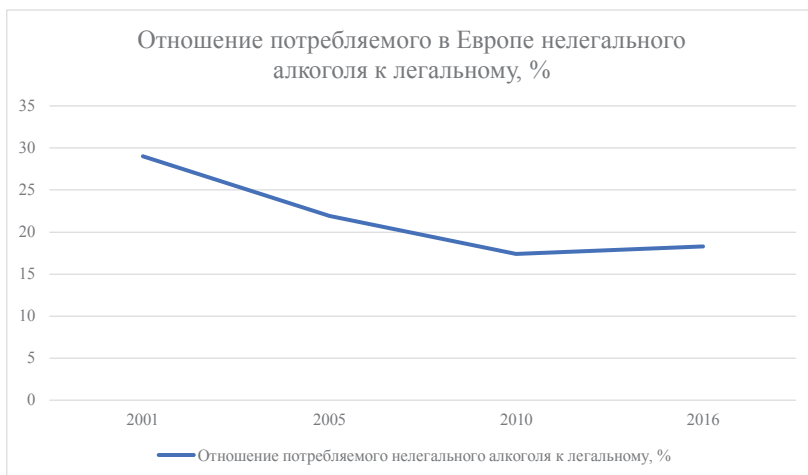
График 2



График 3



График 4



ООО «Ритм»

Подписано в печать 07.06.2019. Формат 60х84 1/16 Бумага офсетная Ballet.

Гарнитура Times New Roman. Печать цифровая. Усл. печ. л. 7,9

Тираж 999 экз. Заказ № 2019-06-07-002

Текст и иллюстрации предоставлены авторами.

Текст печатается в авторской редакции.

г. Воронеж, Солнечная, д. 17, офис 20
<http://www.i-ritm.ru> Тел.: 8(473) 290-24-53