

УДК 339.13

Опыт России в борьбе с контрафактной продукцией¹

Жирякова Вероника Андреевна, студент, Юридический институт ВлГУ, zhiryakova.nika@mail.ru

Данная статья посвящена изучению сущности контрафактной продукции и мерах борьбы с ней. В статье рассматриваются теоретические аспекты контрафактной продукции, статистические данные объема контрафактной продукции и способ уменьшения количества контрафактной продукции на территории России.

Ключевые слова: контрафактная продукция, подделка, реплика, фальсификат, пиратство, интеллектуальная собственность.

В современном мире контрафактная продукция — это большая проблема, с которой сталкиваются все страны, Россия в этом плане не исключение. Борьба с оборотом контрафактной продукции одна из приоритетных задач, возложенная на Федеральную таможенную службу Российской Федерации (далее — ФТС РФ).

Изучение контрафактной продукции, ее природы и методами борьбы с ней необходимо, для сокращения количества подделок и уменьшения причиняемого ими ущерба.

Таким образом, контрафактная продукция — это товар, созданный на основе существующего оригинала, но с нарушением интеллектуальных прав. Различают четыре вида контрафактной продукции:

- 1) реплика — высококачественная копия-подделка оригинала;
- 2) фальсификат — товары, произведенные с нарушением технологии производства;
- 3) подделка — неоригинальный товар;
- 4) пиратство — несанкционированное изготовление и распространение копии произведения, охраняемое авторским правом.

Контрафакт наносит ущерб не только производителю оригинального товара, но и потребителю, т. к. качество контрафакта не подтверждается никакими государственными стандартами, что может иметь за собой непоправимые последствия. Сталкиваясь с подделкой и не зная о том, что это не оригинал потребители теряют доверие к производителю товара. Также контрафактная продукция наносит значительный ущерб экономике, это связано с тем, что производители контрафактной продукции не уплачивают налоги и пошлины.

Потребители России зачастую сталкиваются с контрафактной продукцией в повседневной жизни.

Отношение к большому объему контрафакта не однозначно, часть активно пользуется подделками из-за их низкой цены, вторая часть населения все же осознает риски, связанные с приобретением контрафактной продукции, и предпочитает избегать таких покупок, выбирая оригинальный товар.

ФТС РФ каждый год публикует сборник, в котором описывается работа таможенной службы, также там присутствует информация о количестве выявленной контрафактной продукции в России.

По имеющимся данным в объем контрафактной продукции в аналитический период (с 2019 по 2023 г.) вырос на 50,5 % (4,2 млн единиц) достигнув значения 8,5 млн единиц. В 2020 г. наблюдается резкое повышение объема контрафактной продукции, это связано с большим количеством факторов, одним из них является пандемия, которая сильно снизила доходы населения и повлияла на выбор товаров с более низкой ценой, еще одним фактором стало сильное развитие интернет-торговли, у производителей контрафакта появилось больше возможностей реализовать поддельные

товары. В 2021 г. наблюдается снижение объема контрафактной продукции до значения 7,2 млн единиц. Далее показатель начинает расти, достигнув в 2022 г. значения 8,2, а в 2023 — 8,5, это связано с санкциями, наложенными на Россию и разрешенным параллельным импортом.

Параллельный импорт разрешен в России с 29 марта 2022 г. В условиях параллельного импорта товар может ввозиться в Российскую федерацию без согласия правообладателя, что создало производителям контрафактной продукции ввозить товар представляя его как оригинальный.

При этом около 45 % контрафактной продукции выявляется только на этапе пост контроля, это показывает, что значительная часть контрафакта все еще попадает на рынок.

Увеличение контрафактной продукции стимулирует государственные органы Российской Федерации осуществлять меры по борьбе с ее оборотом. В России борьба с оборотом контрафактной продукции ведется на нескольких этапах.

Одним из основных методов борьбы с контрафактной продукцией является внесение товарного знака в таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности (далее — ТРОИС). При помощи такого реестра таможенные органы сравнивают информацию о товарном знаке, представленную в декларации, с данными, внесенными в ТРОИС. Если заявленные сведения расходятся, это может указывать на возможное нарушение прав интеллектуальной собственности.

Еще одним инструментом по борьбе с контрафактной продукцией в России является обязательная маркировка. Цифровая маркировка в России начала внедряться в 2019 г. Первыми под обязательную маркировку попали такие товарные позиции как: молочная продукция, лекарственные препараты, бутилированная минеральная и питьевая вода. В 2023 г. обязательная маркировка стала для пива и слабоалкогольных напитков. В настоящее время все больше товаров включают в список для обязательной маркировки, при помощи нее производитель и потребитель может посмотреть, как и где производился товар, совпадает ли реальный состав с составом, указанным на упаковке.

Несомненно, мерой по борьбе с оборотом контрафактной продукции на территории России является возбуждение уголовных и административных дел. Потребитель (как и правообладатель) может подать заявление в органы внутренних дел, на нарушение прав на объекты интеллектуальной собственности. Далее государственные органы проводят проверку данного товара на наличие признаков контрафактности, при выявлении таковых возбуждается уголовное или административное дело и накладываются соответствующие санкции. Данная мера регулируется ст. 146 и 147 УК РФ и ст. 14.10 КоАП РФ.

¹ Научный руководитель: Пылаева Александра Сергеевна — старший преподаватель кафедры государственного права и управления таможенной деятельностью, Юридический институт ВлГУ.

Осведомление населения о контрафакте и его отличиях от оригинальной продукции является важным аспектом при борьбе с контрафактной продукцией. На официальных сайтах различных государственных служб часто выкладывается информация о контрафактной продукции и ее признаках. Много видеороликов создано на тему ущерба, причиненного контрафактной продукцией. Благодаря таким действиям формируется ответственное отношение к покупке товаров, стимулирует обращение в соответствующие органы при обнаружении контрафакта и способствует снижению его оборота.

Несмотря на большое количество мер, по борьбе с контрафактной продукцией, фальсифицированный товар все еще часто встречается в магазинах России, это связано с несколькими факторами.

Во-первых, сложная процедура внесения товарного знака в ТРОИС. Зачастую правообладатели допускают ошибки, что увеличивает срок регистрации товарного знака. Все документы, составленные на иностранном языке, должны быть заверены нотариально, что так же увеличивает срок внесения товарного знака в реестр и увеличивает стоимость процедуры. Сам срок регистрации товарного знака на практике может составлять 4–5 месяцев. Срок действия регистрации при этом не должен превышать трех лет или срока действия исключительного права заявителя. Это показывает нам, что каждые 3 года, а возможно и меньше этот срок придется продлевать. Такое количество отрицательных факторов требует совершенствования системы внесения товарного знака в ТРОИС и упрощения этой процедуры.

Примечания

1. Окунева К. К. Меры защиты российского рынка от контрафактной продукции // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2021. N 2 (54). С. 97–101.
2. Печенкина Е. А. Основные категории контрафакта и способы борьбы с ним // Форум молодых ученых. 2021. N 6 (58). С. 588–592.
3. Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации в 2023 году». URL: <https://customs.gov.ru> (дата обращения: 30.05.2024).
4. Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации в 2022 году». URL: <https://customs.gov.ru> (дата обращения: 30.05.2024).
5. Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации в 2021 году». URL: <https://customs.gov.ru> (дата обращения: 30.05.2024).
6. Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации в 2020 году». URL: <https://customs.gov.ru> (дата обращения: 30.05.2024).

English version

Russia's experience in combating counterfeit products

Zhiryakova Veronika Andreevna, student, Law Institute of VISU

This article is devoted to the study of the essence of counterfeit products and measures to combat it. The article examines the theoretical aspects of counterfeit products, statistical data on the volume of counterfeit products and a way to reduce the number of counterfeit products in Russia.

Keywords: counterfeit products, forgery, replica, falsification, piracy, intellectual property.

Во-вторых, обязательная маркировка товара влияет на увеличение цены товара, т. к. потребитель затрачивает немалые средства на создание внедрение такой маркировки. Процесс сканирования маркировки товара может вызвать технические сложности у некоторых потребителей. Так же возникает риск подделки такой маркировки. Эти отрицательные факторы можно минимизировать путем осведомления потребителей и совершенствования системы маркировки товара.

В-третьих, недостаточность осведомления населения России о контрафактной продукции. Не смотря на большое количество мер защиты рынка и потребителя, многие граждане все еще не знают, как отличить оригинальную продукцию от контрафактной и какие последствия могут возникать при покупке поддельного товара. Для повышения осведомленности населения необходимо проводить регулярные образовательные мероприятия, использовать различные каналы коммуникации (СМИ, социальные сети, наружная реклама), а также сотрудничать с общественными организациями и объединениями потребителей.

В заключении хотелось бы отметить, что оборот контрафактной продукции — это серьезная проблема, с которой сталкивается Российская Федерация. Большое количество мер введено и используется государственными служащими, потребителями и производителями для борьбы с контрафактной продукцией. Увеличение такой продукции на территории России требует усовершенствования законодательства и особое внимание следует уделить осведомлению населения о контрафактной продукции и мерах борьбы с ней.