

ОБЗОР ОЦЕНОК НЕНАБЛЮДАЕМОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ РАСЧЕТЕ ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА СТРАН СНГ

(по материалам Статкомитета СНГ)

Обзор оценок ненаблюдаемой деятельности в ВВП стран СНГ подготовлен в соответствии с Программой работ Статкомитета СНГ на 2008 г. Обзор основан на информации, собранной Статкомитетом СНГ с помощью специального вопросника, а также на материалах, представленных странами, участвовавшими в семинаре по измерению ненаблюдаемой экономики, организованном ЕЭК ООН в апреле 2007 г. в г. Бишкеке.

Целью данного документа является анализ текущей ситуации в странах СНГ в части измерения ненаблюдаемой экономики и ее отражения в расчетах ВВП, проблем, с которыми сталкиваются статистические организации в ходе этой работы, а также их планов в отношении ее дальнейшего развития.

Настоящий документ состоит из двух разделов.

Первый раздел посвящен описанию текущей ситуации в отношении измерения ненаблюдаемой экономики в странах СНГ. В нем приводятся основные характеристики ее оценок в части используемых концепций, определений и классификаций, охвата видов ненаблюдаемой экономики и видов экономической деятельности, масштаба этих оценок по отношению к ВВП. Описываются методы расчетов и источники данных, используемые для оценок ненаблюдаемой экономики.

Во *втором разделе* документа систематизированы проблемы и ограничения, с которыми сталкиваются страны СНГ при оценках ненаблюдаемой экономики, их планы в отношении дальнейшего развития этих оценок.

В *заключении* приведены краткие обобщающие выводы в отношении состояния оценок ненаблюдаемой экономики в странах СНГ и рекомендации по направлениям их совершенствования.

Текущая ситуация

Основные характеристики оценок ненаблюдаемой экономики. Начиная с конца 1990-х годов, все страны СНГ осуществляют оценки ненаблюдаемой экономики на регулярной основе и включают их в ВВП. Эти оценки основаны на концепциях, определениях и классификациях, содержащихся в СНС 1993 г. и получивших свое дальнейшее развитие в Руководстве по измерению ненаблюдаемой экономики (ОЭСР, 2002 г.)¹. С этой точки зрения, они сопоставимы как в

пределах СНГ, так и на более широком международном уровне.

Все страны СНГ в своих расчетах охватывают следующие группы ненаблюдаемой экономики: теневое производство; производство неформального сектора; производство продукции домашними хозяйствами для собственного конечного использования; производство, не учтенное вследствие недостатков в программе сбора данных. Отдельные виды незаконного производства оценивают Беларусь, Туркменистан и Украина, из которых Беларусь и Туркменистан включают эти оценки в ВВП.

Корректировка ВВП, исчисляемого производственным методом, на оценки ненаблюдаемой экономики выполняется всеми странами. Доля ненаблюдаемой экономики в ВВП составляла в 2005 г. от 10% в Беларуси до 30% в Таджикистане. Различия в долях ненаблюдаемой экономики в ВВП обусловлены особенностями в экономической политике стран, размерами сектора домашних хозяйств (с которым связана большая часть ее оценок), а также различиями в организации статистического наблюдения и прогрессе в измерении ненаблюдаемой экономики. Степень влияния этих факторов на величину ненаблюдаемой экономики, измеряемой странами, трудно оценить, и это создает некоторую неопределенность в отношении уровня сравнимости между странами как оценок ненаблюдаемой экономики, так и ВВП в целом.

По сравнению с данными предыдущих обзоров оценок ненаблюдаемой экономики в странах СНГ, выполненных Статкомитетом СНГ в конце 1990-х и в начале 2000-х годов, различие между минимальными и максимальными долями ненаблюдаемой экономики в ВВП стран не изменилось. В то же время колебания доли ненаблюдаемой экономики в ВВП некоторых стран за период проведения ее оценок были существенными. Например, в Грузии и Молдове эта доля выросла соответственно с 26 и 15% в 1998 г. до 33-32% в 2002 г., а позже снизилась до 20-24%. В Кыргызстане она увеличилась с 10% в 1998 г. до 18% в 2005 г. (по данным за исключением сельского хозяйства), а в России и Украине уменьшилась с 22-20% до 18%. Такие колебания показывают, что измерение ненаблюдаемой экономики в странах СНГ еще не стабилизировалось и страны продолжают искать более адекватные источники данных и методы оценок.

¹ В подготовке Руководства принимали участие также МВФ, МОТ и Статкомитет СНГ.

Оценки ненаблюдаемой экономики со стороны производства охватывают широкий диапазон видов экономической деятельности. В большинстве стран главная часть таких оценок, относящаяся к производству неформального сектора и производству продукции домашними хозяйствами для собственного конечного использования, включает следующие виды деятельности:

- производство сельскохозяйственных продуктов (включая их первичную переработку) в личных хозяйствах населения и в крестьянских (фермерских) хозяйствах;
- строительство и ремонт жилья и других зданий для домашних хозяйств собственными силами и неофициальными подрядчиками;
- торговую деятельность на городских рынках (включая «челночную» торговлю);
- рыночные услуги по ремонту автомобилей и бытовой техники;
- производство продуктов питания и алкогольных напитков; одежды, обуви, мебели;
- перевозку пассажиров и грузов индивидуальным автомобильным транспортом;
- жилищные услуги (услуги по проживанию в собственном жилище и по аренде жилья);
- услуги частных врачей, дополнительные платежи врачам и другому медицинскому персоналу в медицинских учреждениях;
- услуги частных учителей.

К отраслям с наиболее существенной долей корректировки на ненаблюдаемую экономику относятся следующие: сельское хозяйство, торговля, обрабатывающая промышленность, строительство, транспорт, здравоохранение, образование, операции с недвижимым имуществом.

Корректировка ВВП, исчисляемого методом конечного использования, на оценки ненаблюдаемой экономики выполняется почти всеми странами (за исключением Азербайджана и Таджикистана). Она относится, как правило, к расходам на конечное потребление домашних хозяйств и валовому накоплению основного капитала. Данные по экспорту и импорту во многих странах корректируются национальными банками. Доля корректировки в ВВП варьирует от 9% в Беларуси до 23% в Казахстане и Молдове; в расходах на конечное потребление домашних хозяйств она составляет от 12% в Беларуси до 24-25% в Кыргызстане, Молдове и Грузии; в валовом накоплении основного капитала - от 1% в Беларуси до 19% в Армении.

Корректировка на оценки ненаблюдаемой экономики для компонентов доходов ВВП, исчисляемого распределительным методом, вытекающая из корректировок ВВП, исчисляемого производственным методом,

непосредственно относится к валовой прибыли и валовому смешанному доходу. Дополнительную корректировку, относящуюся к заработной плате (на так называемую «скрытую заработную плату») осуществляют шесть стран (Армения, Беларусь, Молдова, Россия, Туркменистан, Украина). Соответствующие данные предприятий считаются заниженными; в частности, они не учитывают «зарботную плату в конверте». Эти корректировки не изменяют ВВП, но они влияют на его структуру и, следовательно, на показатели производительности.

Как было упомянуто ранее, оценки незаконной деятельности выполняются на регулярной основе тремя странами. Эти оценки различаются по охвату видов деятельности. Например, в Беларуси они относятся только к незаконному производству алкогольных напитков, в то время как в Украине они охватывают широкий диапазон других «классических» видов незаконной деятельности, таких, как наркотики, контрабанда, проституция, перепродажа украденных товаров². В Туркменистане незаконная деятельность включает (в дополнение к незаконному производству алкогольных напитков и рыболовству) те услуги адвокатов, медицинские и образовательные услуги, которые оказываются без лицензий.

Измерение незаконной экономики представляет собой область ненаблюдаемой экономики, которую страны СНГ только недавно начали исследовать. Ожидается, что в ближайшем будущем в этот процесс будут вовлечены и другие страны. Например, Таджикистан недавно выполнил экспериментальные оценки контрабанды. Казахстан и Молдова планируют приступить к оценкам незаконной деятельности в скором времени.

Оценки ненаблюдаемой экономики в большинстве стран относятся только к деятельности по производству и использованию товаров и услуг. Часть ненаблюдаемой экономики, связанная с перераспределением дохода и богатства, не включается в эти оценки. Только Армения корректирует на оценки ненаблюдаемой экономики, кроме ВВП, и другие показатели СНС, а именно текущие трансферты от «остального» мира.

Методы расчетов и источники информации. Корректировки ВВП на ненаблюдаемую экономику в большинстве стран выполняются в несколько этапов. На первом этапе корректируются данные отраслевой статистики, основанные на информации, представленной экономическими единицами в соответствии с программой сбора исходных данных. Скорректированные данные отраслевой статистики используются отделами (подразделениями) национальных счетов для оценки ВВП, и на этом этапе вводятся дополнительные кор-

² Госкомстатом Украины оценки нелегальной экономической деятельности были проведены за 2005 г. впервые и в экспериментальном порядке. Их методика будет совершенствоваться, а перечень показателей будет дополнен. Регулярные оценки незаконной деятельности планируется производить в дальнейшем.

ректировки на ненаблюдаемую экономику. Однако на практике в некоторых странах корректировки ВВП отклоняются от общей схемы. Например, в Таджикистане все корректировки на ненаблюдаемую экономику выполняются подразделениями отраслевой статистики. В Молдове и Украине эти корректировки производятся в процессе расчета ВВП только подразделениями, занимающимися расчетами национальных счетов. В Азербайджане, Беларуси, Грузии, Молдове и России окончательные корректировки на ненаблюдаемую экономику вводятся при составлении таблиц ресурсов и использования.

Страны применяют различные подходы для согласования окончательных оценок ненаблюдаемой экономики в расчетах ВВП и в отраслевой статистике. В Азербайджане, Беларуси, Грузии, Кыргызстане, Туркменистане окончательные корректировки ВВП на ненаблюдаемую экономику учитываются статистикой соответствующих отраслей, что позволяет согласовать динамические ряды показателей отраслевой и макроэкономической статистики, в то время как остальным странам не удалось достигнуть такого согласования. Армения планирует производить такое согласование в ближайшем будущем.

В настоящее время статистические организации стран СНГ не оценивают ненаблюдаемую экономику в целом на основе каких-либо моделей или тенденций отдельных показателей. Такие оценки выполнялись некоторыми странами на начальной стадии ее измерения. Например, Беларусь использовала монетарный метод. Однако в условиях стран СНГ эти подходы были признаны ненадежными, помимо этого, было невозможно отнести их результаты к отдельным компонентам ВВП. В настоящее время они используются только независимыми исследователями.

Наиболее распространенные методы измерения ненаблюдаемой экономики в странах СНГ следующие:

- методы на основе ресурсов;
- методы на основе спроса;
- методы на основе доходов;
- метод затрат труда;
- метод товарных потоков.

Методы на основе ресурсов обычно используются для того, чтобы оценить выпуск продукции в сельском хозяйстве и строительстве на основе данных о затратах промежуточных продуктов, таких, как семена, фураж или цемент, потребляемых производителями.

Методы на основе спроса применяются, например, когда оценивается выпуск услуг на основе данных о расходах на них домашних хозяйств или выпуск по услугам перевозок индивидуальным автомобильным транспортом на основе административных данных о регистрации автомашин.

Методы на основе доходов используются для оценки выпуска продукции, производимой лицами, работающими не по найму (самостоятельно занятыми ли-

цами), на основе данных налоговых органов.

Метод затрат труда применяется для измерения выпуска в широком диапазоне отраслей. Он основан на данных обследований занятости и рабочей силы, а также обследований деятельности мелких предприятий.

Метод товарных потоков используется для измерения ненаблюдаемой экономики в формате таблицы ресурсов и использования в пяти странах (Азербайджан, Беларусь, Грузия, Молдова и Россия) и в формате балансов отдельных продуктов в восьми странах (Азербайджан, Грузия, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Россия, Туркменистан и Украина).

Главные источники информации для измерения ненаблюдаемой экономики в странах СНГ следующие:

- регистры предприятий;
- отчеты предприятий;
- обследования малых предприятий;
- обследования домашних хозяйств;
- смешанные обследования домашних хозяйств и некорпорированных предприятий;
- специальные обследования затрат домашних хозяйств;
- обследования занятости (рабочей силы);
- специальные обследования отдельных отраслей (строительство домашними хозяйствами, продажи на городских рынках, платежи за индивидуальные услуги);
- административные источники данных (учет земли, жилищ, автомобилей);
- данные налоговых органов.

Регистры предприятий обеспечивают данные о количестве и размере зарегистрированных предприятий, которые в основном используются для целей формирования выборки.

Отчеты предприятий, представляемые статистическим организациям как часть регулярного статистического наблюдения, содержат информацию о важных показателях деятельности предприятий (выпуске, затратах на производство, численности работников). Эти данные, сгруппированные по отраслям и размеру предприятий, используются для сравнительного анализа, который позволяет обнаружить недостоверные данные. Например, соотношения между выпуском и затратами, выпуском и численностью работников для отдельных предприятий сравниваются со средними данными для соответствующей группы предприятий. Для определения недооцененного выпуска и других показателей эти средние соотношения применяются к неопределенным предприятиям.

Система статистического обследования малых предприятий включает различные виды обследования, такие, как:

- регулярные (обычно ежеквартальные) обследования по стандартной краткой программе;
- специальные выборочные обследования по определенным проблемам;

- сплошные обследования всей совокупности предприятий;

- сплошные специальные обследования отдельных групп предприятий по определенным проблемам.

Обследования домашних хозяйств являются источником данных, который широко используется всеми странами СНГ и обеспечивает большую часть информации относительно производственной и потребительской деятельности домашних хозяйств. В начальной стадии они осуществлялись как общие обследования доходов и расходов бюджетов домашних хозяйств, которые позволяли также собирать данные о производстве продукции домашними хозяйствами, о покупках ими товаров и услуг у индивидуальных предпринимателей. Позже были внедрены другие виды обследований домашних хозяйств со специальной целью - получить информацию для измерения ненаблюдаемой экономики. В частности, смешанные обследования домашних хозяйств и некорпорированных предприятий были введены Азербайджаном, Арменией, Грузией, Молдовой, Туркменистаном и Украиной. Специальные обследования домашних хозяйств в их качестве как производителей, так и потребителей широко проводятся теперь во всех странах, и эта тенденция развивается. Примерами таких обследований являются:

- обследования сельскохозяйственной деятельности в личных хозяйствах населения и в крестьянских (фермерских) хозяйствах (Кыргызстан, Молдова, Таджикистан);

- обследования индивидуальных предпринимателей, занятых в пищевой, легкой и деревообрабатывающей промышленности, строительстве, на транспорте, в торговле, оказании персональных услуг (Таджикистан, Туркменистан);

- обследования расходов домашних хозяйств на приобретение товаров и услуг на неорганизованном рынке и у индивидуальных предпринимателей (Беларусь, Туркменистан, Украина);

- обследования расходов домашних хозяйств на строительство, ремонт автомобилей и бытовой техники, услуги ресторанов (Грузия);

- обследования расходов домашних хозяйств на услуги здравоохранения и образования (Армения, Таджикистан);

- обследования потребления продуктов лесопользования, охоты и рыболовства (Беларусь).

Обследования занятости или рабочей силы осуществляются всеми странами СНГ. Эти обследования позволяют получать данные о незарегистрированной занятости, а также о числе рабочих мест с регулярным дополнительным доходом: медицинский персонал, парикмахеры, таксисты, официанты и т. д.

Административные источники данных (такие, как данные учета земли, жилищ, автомобилей, лицензий и т. д.), а также *данные налоговых органов* (количество зарегистрированных индивидуальных предпри-

нимателей, их доход, результаты проверок по укрывательству ими доходов) используются для измерения производства в домашних хозяйствах. В Армении, Беларуси, Кыргызстане, Молдове и Туркменистане используются данные проверок, выполненных статистическими организациями. Только Украина практикует опросы мнений менеджеров предприятий относительно доли теневых сделок.

Проблемы и перспективы оценок ненаблюдаемой экономики

Проблемы и ограничения текущих оценок ненаблюдаемой экономики и пути их преодоления. Как следует из вышеупомянутого, страны СНГ применяют те же источники информации и методы измерения ненаблюдаемой экономики, которые обычно используются другими странами. Однако возможности использования этих методов в значительной степени ограничиваются качеством исходных данных, которое нуждается в улучшении. Проблемы и ограничения в части источников информации и методов расчетов, используемых странами СНГ для измерения ненаблюдаемой экономики, обсуждаются ниже.

Метод товарных потоков на основе таблиц ресурсов и использования рассматривается как наиболее эффективный метод оценки ненаблюдаемой экономики в расчетах ВВП, если товарные группы значительно дезагрегированы. Однако в странах СНГ уровень агрегирования товарных групп в таблицах ресурсов и использования слишком высок. Дезагрегирование товарных групп должно улучшить надежность этого метода и увеличить его аналитическую ценность. Помимо этого, таблицы ресурсов и использования обеспечивают структуру ненаблюдаемой экономики по продуктам, которая необходима для совершенствования оценки ВВП в постоянных ценах. К сожалению, таблицы ресурсов и использования пока не разрабатываются всеми странами СНГ, а те, которые разрабатывают, делают это нерегулярно. Это затрудняет использование детальной продуктовой структуры ненаблюдаемой экономики для оценки ВВП в постоянных ценах и в итоге влияет на индексы объема ВВП.

Как было сказано выше, производство сельскохозяйственных продуктов домашними хозяйствами является важной частью ненаблюдаемой экономики в странах СНГ. В прошлом существовала детальная система балансов (приблизительно для 100 сельскохозяйственных продуктов), которая подробно показывала ресурсы и использование этих продуктов и обеспечивала их согласование. К сожалению, из-за нехватки трудовых и финансовых ресурсов эта система была сильно сокращена. Было бы полезно восстановить ее как часть метода товарных потоков.

Проблемы с регистрами предприятий относятся к их охвату и своевременному обновлению. Совершенствование регистров предприятий подразумевает их

концентрацию на охвате предприятий больших и средних размеров, принимая во внимание отраслевые и территориальные особенности. Важно сосредоточить усилия на улучшении качества информации от этих предприятий, обеспечивающих большую часть производства в данной отрасли или области, оставляя в стороне мелкие единицы (которые не имеют наемных работников или соответствуют другим ограничениям). С этой целью информация в регистре предприятий должна своевременно обновляться, а также сопоставляться с данными налоговых органов и других административных источников данных.

Полезная информация о масштабе ненаблюдаемой экономики по данной отрасли или области может быть получена на основе выделения и мониторинга определенных групп предприятий (государственные, приватизированные, основанные как частные, некорпорированные предприятия домашних хозяйств) по отраслям и областям. Она также могла бы служить основанием при выборе стратегии сбора данных от предприятий: полные или выборочные обследования, частота предоставления, объем и содержание запрашиваемых данных.

Обследования домашних хозяйств нуждаются в усовершенствовании качества формирования выборки. В период около 2010 г. все страны СНГ планируют проводить перепись населения, и было бы хорошо использовать эту возможность для того, чтобы обновить основу формирования выборки домашних хозяйств. Также важно контролировать ключевые характеристики выборки (в части дохода, возраста, отрасли, занятия и т. д.), чтобы избежать систематического недоохвата определенных видов домашних хозяйств.

Ограничения метода затрат труда связаны со следующими проблемами:

- несогласованные исходные данные о продукции, численности работников и отработанном времени; кроме того, эти данные могут быть занижены;
- домашние хозяйства иногда не могут правильно указать вид деятельности, которой они занимаются;
- трудно оценить производительность труда в отраслях с высокой долей нерыночных услуг (таких, как образование, здравоохранение, научные исследования и т. д.), а также в финансовом посредничестве и страховании;
- необходимо принимать во внимание занятость домашних хозяйств в таких видах деятельности, как охота, лесоводство, рыболовство, первичная переработка сельскохозяйственных продуктов, строительство собственными силами.

Экспериментальные оценки, сделанные этим методом, в частности в России, дали спорные результаты и показали, что для полноценного применения этого метода потребуются дополнительные усилия.

Корректировки на «скрытую заработную плату» в некоторых странах (например, в России) рассчитыва-

ются на уровне экономики в целом как разница между суммой денежных расходов и доходов домашних хозяйств. Фактически вышеуказанная разница может содержать не только скрытую заработную плату, но и другие виды доходов (смешанный доход, текущие трансферты и т. д.).

Уровень сотрудничества статистических организаций с другими государственными учреждениями (налоговые и таможенные органы, министерства внутренних дел и т. д.), а также с национальными банками, исследовательскими и некоммерческими организациями в части измерения ненаблюдаемой экономики не всегда является удовлетворительным. Улучшение этого сотрудничества позволило бы расширить и разнообразить источники информации для ее оценок. Некоторые учреждения и организации делают оценки отдельных элементов ненаблюдаемой экономики, и для обеспечения согласования с требованиями СНС желательно, чтобы статистические организации тоже участвовали в проведении этой работы. Например, национальные банки некоторых стран составляют платежный баланс и вносят корректировки на оценки ненаблюдаемой экономики в расчеты экспорта и импорта. Центральный банк Российской Федерации производит экспериментальные оценки незаконной деятельности, связанной с наркотиками. Министерства внутренних дел собирают и анализируют информацию относительно различных аспектов незаконной деятельности, которая может быть использована как основа для оценки такой деятельности статистическими организациями.

Анализ оценок ненаблюдаемой экономики необходим не только для расчетов СНС. Он должен использоваться государственными учреждениями в контексте формирования экономической политики, в частности для усовершенствования налоговой и таможенной систем. Проблема состоит в том, что оценки ненаблюдаемой экономики все еще не удовлетворяют требованиям такого анализа. Повышение аналитической ценности ее оценок подразумевает:

- предоставление информации о разделении компонентов ВВП на две части: одна - полученная на основе данных регулярного статистического наблюдения, а другая - корректировка на ненаблюдаемую экономику;
- отслеживание изменений в их долях и анализ причин этих изменений;
- согласование расчетов ненаблюдаемой экономики для СНС с другими областями статистики.

Использование единой структуры для анализа оценок ненаблюдаемой экономики всеми странами СНГ улучшило бы их международную сопоставимость.

Планы стран СНГ в отношении улучшения измерения ненаблюдаемой экономики связаны с деятельностью, включенной в ВВП. Признавая эти планы как приоритетные, важно думать также об измерении ненаблюдаемой экономики и в других показателях СНС,

в частности связанных с перераспределением дохода и богатства. Составление финансовых счетов позволило бы лучше контролировать согласование оценок ненаблюдаемой экономики в различных показателях СНС.

Планы статистических служб стран СНГ на ближайшую перспективу. Приоритеты в измерении ненаблюдаемой экономики, определенные странами СНГ на ближайшее будущее, относятся к совершенствованию ее оценок в ВВП и его компонентах, однако пути достижения этой общей цели намечены разные.

Азербайджан, Армения и Кыргызстан собираются более широко использовать, как альтернативный источник информации, данные статистики занятости и рабочей силы. На этой основе Азербайджан планирует внедрить метод затрат труда. Кыргызстан провел экспериментальные расчеты элементов ненаблюдаемой экономики по данным обследования рабочей силы и будет продолжать эту работу.

Армения намеревается организовать составление таблиц ресурсов и использования на регулярной основе и применять их для измерения ненаблюдаемой экономики. Беларусь планирует развивать составление балансов отдельных продуктов в дополнение к таблицам ресурсов и использования. Армения и Беларусь намереваются уделить больше внимания согласованию оценок ненаблюдаемой экономики в СНС и отраслевой статистике.

Беларусь предполагает шире использовать специальные статистические обследования. В связи с этим Беларусь сделала запрос в Международный валютный фонд и Всемирный банк о технической помощи.

Россия собирается выполнить оценки ненаблюдаемой экономики в контексте расчетов валового регионального продукта для 2004-2005 гг. и составить таблицы ресурсов и использования за 2004 г. в соответствии с недавно принятой отраслевой классификацией. В дальнейшем намечается проведение сплошного обследования малых предприятий и внедрение метода затрат труда.

Таджикистан планирует выполнить пилотное обследование предприятий в целях определения масштабов их уклонения от уплаты налогов. Это обследование будет выполнено статистической службой совместно с налоговой инспекцией при финансовой поддержке Евростата в рамках Программы TACIS.

Казахстан и Молдова намечают приступить к оценке незаконной деятельности, а Туркменистан и Украина будут совершенствовать работу в этой области.

Статкомитет СНГ имеет в виду осуществлять мониторинг работы по совершенствованию оценок ненаблюдаемой экономики, проводимой в странах Содружества, подготавливать методологические документы и обзоры по данной теме.

Выводы и рекомендации. В течение предыдущих 10 лет статистические организации стран СНГ достигли значительного прогресса в измерении ненаблюдаемой экономики. Эти оценки выполняются и включаются в ВВП всеми странами СНГ. Самые важные оценки ненаблюдаемой экономики относятся к производству неформального сектора и производству продукции домашними хозяйствами для собственного конечного использования. Некоторые страны выполняют оценки незаконной деятельности, которые одни страны включают в ВВП, в то время как другие не включают. В ближайшем будущем намечается расширение круга стран, занимающихся измерением незаконной деятельности.

Доля ненаблюдаемой экономики в ВВП разных стран существенно различается, и для некоторых стран она значительно изменилась за период проведения этих оценок как на уровне ВВП в целом, так и на уровне отдельных отраслей и элементов использования ВВП. Изменчивость этих величин показывает непостоянный характер оценок ненаблюдаемой экономики, которые влияют на сопоставимость ВВП как в территориальном плане, так и во времени.

Страны СНГ используют источники информации и методы расчетов, принятые в международной практике, однако они нуждаются в совершенствовании. Это подразумевает:

- совершенствование сбора исходных данных (регистрация предприятий, качества формирования выборки домашних хозяйств и обследований предприятий);
- совершенствование анализа исходных данных (дезагрегирование и мониторинг данных для групп предприятий и домашних хозяйств);
- совершенствование методов оценки ненаблюдаемой экономики (дезагрегирование товарных групп в таблицах ресурсов и использования, развитие системы балансов сельскохозяйственных продуктов, адаптация метода затрат труда);
- улучшение сотрудничества с другими государственными и негосударственными учреждениями и организациями, имеющими отношение к оценкам ненаблюдаемой экономики (получение доступа к базе данных, участие в совместных проектах);
- совершенствование анализа оценок ненаблюдаемой экономики (проведение границ между ее оценками и расчетами на основе данных регулярного статистического наблюдения, согласование расчетов ненаблюдаемой экономики для СНС с другими областями статистики, внедрение единой аналитической основы для ее оценок).

Важно расширить измерение ненаблюдаемой экономики за пределы ВВП, для того чтобы оценить ее и в других агрегатах СНС, в частности связанных с перераспределением дохода и богатства.

ТЕНДЕНЦИИ ПРОИЗВОДСТВА И РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ*

В.В. Радаев, д-р экон. наук,
первый проректор ГУ-ВШЭ

Проблема систематического нарушения прав интеллектуальной собственности в России остается весьма актуальной. Это касается и нарушения авторских и смежных прав, и неправомерного использования товарных знаков. Правда, с начала 2000-х годов в этой сфере произошли серьезные изменения. Данная проблема была осознана на государственном уровне (в том числе в связи с планируемым вступлением России в ВТО). Наблюдалась активизация таможенных и правоохранительных органов в сфере защиты соответствующих прав. Произведено ужесточение законодательства по отношению к нарушителям. С 1 января 2008 г. введены новые элементы законодательного регулирования (4-я часть ГК РФ). Успешно велась борьба с контрафактом и со стороны ведущих производителей фирменных торговых марок.

Однако серьезная проблема по-прежнему остается, сохраняется и множество неясностей в отношении самого рынка контрафактной продукции. Каковы его объемы, структура, происходит ли уменьшение потоков контрафактной продукции или все остается без изменений, а борьба с контрафактом оказывается неэффективной? Внимание российских аналитиков в сильной степени концентрируется на рынках пиратской аудио- и видеопродукции. Время от времени наблюдаются вспышки интереса в отношении нелегального производства водочных изделий¹. В то же время многие другие рынки контрафакта (в том числе связанные с распространением продуктов, напрямую угрожающих здоровью потребителей) продолжают оставаться в «тени». В данной работе мы попытаемся определить, что происходит именно на этих рынках потребительских товаров, не связанных с пиратством; выявить новые тенденции, которые можно наблюдать здесь с начала тысячелетия.

Мы будем понимать под *контрафактом* продукцию, выпущенную с неправомерным размещением на

ней (подделкой) товарных фирменных знаков в целях введения потребителей в заблуждение. В более широком понимании данное понятие включает также товары, имитирующие фирменные знаки. *Товар-имитатор* - продукция, выпущенная с копированием или стилизованным заимствованием отдельных элементов товарных фирменных знаков; товар, «сходный до степени смешения» с оригинальным продуктом. В отличие от прямой подделки, его контрафактный характер еще должен быть доказан, что зависит от установленной степени сходства. Мы также относим к контрафакту так называемый *параллельный ввоз* - импорт товаров, защищенных торговой маркой, без авторизации собственника торговой марки (независимо от того, идет ли речь о подделках или об оригинальной продукции).

О характере исследования. Исследовательский коллектив Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ-ВШЭ провел два исследования ситуации в сфере контрафактной продукции по заказу Содружества производителей фирменных торговых марок (Русбренд). Первое исследование было проведено в 2002 г. Оно концентрировалось на количественной оценке потерь от контрафактной продукции и параллельного ввоза, которые несут компании-правообладатели и государственный бюджет. Результаты позволили привлечь дополнительное внимание органов государственной власти к масштабам данной проблемы, вскрыть основные узкие места в ее решении².

Спустя пять лет - в 2007-2008 гг. было проведено повторное исследование, чтобы проследить, закрепляются ли обнаруженные ранее позитивные тенденции, меняется ли политика в отношении контрафакта как со стороны органов государственной власти, так и со стороны правообладателей. И главное, посмотреть те новые тенденции, которые формируются на соответствующих рынках³.

* В данной статье используются материалы проекта, выполненного по заказу Содружества производителей фирменных торговых марок (Русбренд) исследовательским коллективом Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ-ВШЭ в составе: д-р экон. наук В.В. Радаев (руководитель проекта), д-р социол. наук С.Ю. Барсукова, З.В. Котельникова. Мы благодарим всех представителей компаний и экспертов за плодотворное сотрудничество. Особая признательность А. Поповичеву и К. Райноту за замечания и комментарии по итоговым материалам. Благодарим также Е.А. Артюхову и Е.И. Маслову за организационно-техническую поддержку проекта.

¹ См., например: Воронов А. Золотые копии // Коммерсантъ-Деньги. 2004. № 12, 29 марта - 4 апреля. С. 33-37; Костина Г. Рецепт легальной водки // Эксперт. 2004. № 8, 1-7 марта. С. 32.

² Результаты более раннего исследования см., например: Барсукова С.Ю. Криминальная экономика: производство и реализация контрафактной продукции // ЭКО. 2003. № 9. С. 62-77; Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. - М.: ГУ-ВШЭ, 2003. Глава 15 (Борьба с параллельным импортом и контрафактной продукцией) (<http://www.ecsoc.ru/db/msg/10002/textlink>); Радаев В.В. Новые тенденции на рынках контрафактной продукции. Препринт WP4/2004/03. - М.: ГУ-ВШЭ, 2004 (<http://www.hse.ru/science/preprint>); Радаев В.В. Остерегайтесь подделок // Контроль стиля. 2004. № 9 (сентябрь). С. 91-96.

³ Результаты исследования 2007-2008 гг. см.: Изменение масштабов и форм борьбы с контрафактной продукцией на российском рынке потребительских товаров. - М.: РусБренд, 2008 (В.В. Радаев при участии С.Ю. Барсуковой и З.В. Котельниковой).

Основным методом сбора данных, как и в исследовании 2002 г., стала серия углубленных экспертных интервью. Опрашивались представители компаний - членов Содружества «Русбренд», занимающиеся вопросами защиты прав интеллектуальной собственности. Они составили примерно половину опрошенных. Вторую же половину составили эксперты органов государственной власти и частных фирм, занимающихся проблемами контрафакта в области противодействия подделкам и параллельному импорту. Привлечение экспертов, отражающих мнение разных участников процесса, было призвано помочь достижению более полного и разностороннего представления о сложившейся ситуации, с учетом разных точек зрения и интересов. Дополнительным источником данных послужили материалы российской официальной и бизнес-статистики, законодательных и нормативных актов, аналитических материалов СМИ.

Всего в ходе исследования 2007-2008 гг. было записано 20 интервью. Опрошены представители компаний, которые занимаются следующими товарными категориями:

- алкогольная продукция;
- бритвенные лезвия;
- гигиенические прокладки;
- лекарственные средства;
- парфюмерия и косметика;
- спортивная одежда и обувь;
- табачные изделия;
- чай, кофе;
- чистящие и моющие средства;
- элементы питания.

Таким образом, представлены многие товарные категории, которые наиболее подвержены явлениям контрафакта, имитации и параллельного импорта. Каждая товарная категория в исследовании, как правило, была представлена двумя разными компаниями.

В число других категорий опрошенных экспертов вошли:

- представители органов государственной власти и правоохранительных органов Российской Федерации;
- представители ведущих юридических фирм, обеспечивающие юридическое сопровождение дел по защите интеллектуальной собственности;
- представители консалтинговых агентств, занимающихся мониторингом потребительских рынков и обеспечением экономической безопасности деятельности компаний;

- представители деловых ассоциаций, занимающихся защитой интеллектуальных прав собственности.

Посмотрим на некоторые полученные результаты.

Новые тенденции на рынках контрафактной продукции. Еще в нашем исследовании 2002 г. была выявлена заметная тенденция к сокращению доли подделок и параллельного импорта на российском рынке. Но несмотря на позитивную динамику, масштабы потерь по многим товарным категориям оставались значительными. При этом тенденция к снижению масштабов теневой деятельности имела нелинейный характер. Проявлялись флуктуации, связанные с замиранием и оживлением такого рода деятельности. Ситуация сильно различалась по разным сегментам и по отдельным брендам. В результате ужесточение контроля в одной сфере часто приводило к миграции «серых» дилеров и торговцев контрафактной продукцией из одних сегментов рынка в другие⁴.

За прошедшие пять лет усиление активности государственных правоохранительных органов, более последовательная политика ведущих производителей фирменных торговых марок и повышение требовательности покупателей не прошли даром - вся эта совокупность факторов сказывается на общей динамике и структуре рынков контрафактной продукции⁵.

В течение последних пяти лет доля контрафактной продукции и параллельного импорта продолжала сокращаться. В 1990-е годы по многим товарным категориям речь шла о десятках процентов и могла достигать по отдельным позициям 70-80%. В начале 2000-х годов в этих случаях сообщалось уже о нескольких десятках процентов, а в 2007 г. чаще всего - о нескольких процентах. Несмотря на расхождения и неопределенность данных, можно утверждать, что к настоящему времени в общем объеме реализуемых товаров *по большинству товарных категорий подделки и параллельный импорт перестали составлять сколь-либо критическую массу*, хотя исключения, безусловно, есть (например, рынок спортивной одежды и обуви, нелегальной водки оценивается на уровне 30-40%).

С точки зрения происхождения товара, *основная масса подделок поступает в первую очередь из Китая и других стран Юго-Восточной Азии*, где значительно ниже общий уровень производственных издержек и накоплены технологии работы с оригинальной продукцией⁶. По-прежнему сохраняют свою роль Турция и Восточная Европа (в первую очередь, Польша). Зачастую в Россию ввозятся товары или упаковка без

⁴ См.: Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. - М.: ГУ-ВШЭ, 2003. Глава 15 (Борьба с параллельным импортом и контрафактной продукцией) (<http://www.ecsoc.ru/db/msg/10002/textlink>); Радаев В.В. Новые тенденции на рынках контрафактной продукции. Препринт WP4/2004/03. - М.: ГУ-ВШЭ, 2004 (<http://www.hse.ru/science/preprint>); Радаев В.В. Остерегайтесь подделок // Контроль стиля. 2004. № 9 (сентябрь). С. 91-96.

⁵ Подробное описание перечисленных факторов см.: Изменение масштабов и форм борьбы с контрафактной продукцией на российском рынке потребительских товаров. - М.: RusБренд, 2008 (Радаев В.В. при участии С.Ю. Барсуковой и З.В. Котельниковой).

⁶ По данным Еврокомиссии за 2006 г., из Китая поставляется более 80% всей поддельной продукции.

товарных знаков, которые наносятся уже впоследствии, затрудняя процесс выявления правонарушений.

В результате существования менее развитого законодательства и менее эффективных методов борьбы с противоправными действиями в странах СНГ заметная доля контрафактной продукции, товаров, сходных до степени смешения, и «серого» импорта концентрируется в этих странах. Помимо производства, они выполняют транзитную функцию, когда недобросовестные участники рынка используют относительную прозрачность границ между этими странами и Россией. Отмечается, что часто параллельный импорт идет в Россию через Восточную Европу и через Финляндию, относительно качественная поддельная продукция - из Китая, а менее качественная поддельная продукция имеет происхождение в странах СНГ (особенно выделяется Украина), но ее распространение в России чаще всего ограничивается приграничными районами.

Часть поддельной продукции по-прежнему производится на российской территории. Например, используются площади закрытых предприятий, преимущественно бывших предприятий ВПК, сохраняющих пропускной режим. Наряду с подпольными производствами, задействуются и легальные предприятия, использующие действующие или просроченные лицензионные соглашения для изготовления неучтенной продукции. Часть произведенной поддельной продукции предназначена на экспорт в страны Западной Европы (пример сигарет).

При этом в размещении производства сегодня обнаруживается и новая тенденция. Возрастание рисков производства контрафактной продукции на российской территории способствует дальнейшему *вытеснению производства за пределы России* (и в этом случае производство контрафакта следует за перемещением производства оригинальной продукции).

Продолжает повышаться качество контрафактной продукции в части ее состава и упаковки. Во многих случаях затруднения с определением подделок возникают даже у подготовленных экспертов и требуются лабораторные экспертизы. По примерным оценкам представителя МВД, 60-70% подделок подтянуто по качеству к оригинальной продукции. При этом часто производится частичная фальсификация товара, которая, как правило, не угрожает жизни и здоровью потребителей, но полностью или частично лишает товар заявленных свойств.

С точки зрения реализации, следует отметить, что раньше основная доля контрафакта была сосредоточена в городах Москве и Санкт-Петербурге, через которые проходят наиболее крупные оптовые потоки. Сейчас есть основания считать, что *значительная часть контрафакта перемещается из крупнейших*

городов в регионы, где менее активно ведется борьба, в том числе ввиду территориальной отдаленности и где ниже уровень потребительской культуры населения, а основным критерием покупки является цена.

Усилилась сегментация рынка контрафактной продукции в отношении торговых форматов. В магазинах сетевых компаний доля контрафакта считается минимальной, в то время как во внемагазинной торговле эта доля продолжает оставаться значительной. В связи с изменением структуры российского рынка розничной торговли происходит перераспределение потоков брендовой продукции. Во-первых, с начала десятилетия наблюдается ускоренный рост новых торговых форматов (их доля возрастает в секторе продуктов питания на 6-7% в год). Снижается доля розничных рынков в среднем на 1% в год, в том числе в результате их закрытия и репрофилирования муниципальными властями⁷. Во-вторых, компании-правообладатели сокращают или прекращают свое присутствие во внемагазинных форматах. Одновременно это облегчает обнаружение и локализацию контрафакта.

Возникла тенденция к перемещению потоков контрафактной продукции и параллельного импорта в Интернет. Сегодня его доля не превышает 1% розничного оборота (преимущественно речь идет о бытовой технике и электронике, парфюмерии и косметике), но в дальнейшем масштабы реализации продукции через Интернет будут возрастать опережающими темпами. Следует выделить это как особую проблему, тем более что на данный момент не выработано четких мер по борьбе с такого рода правонарушениями.

К числу новых тенденций следует отнести *усиление правовой защиты со стороны крупных распространителей контрафакта и «серой» продукции* и создание ими более сложных для выявления схем производства и реализации. В свою очередь это повышает требования к соблюдению процессуальных норм и четкости юридического сопровождения процессов.

Однако при этом наблюдается общая тенденция к уменьшению числа крупных производителей и распространителей контрафакта, их общему измельчанию. Поскольку риски относительно возрастают, крупные (особенно легальные) производители стараются избегать прямых подделок и примитивного копирования. Более мелкой становится и основное число поставок контрафакта.

Все чаще потоки контрафакта «прячутся» за потоками оригинальной продукции. Это проявляется в уровне цены, которая совпадает или приближена к цене оригинальной продукции. В последние годы *распространилась практика «подмешивания» поддельной продукции в партии оригинального товара*, что объективно затрудняет его обнаружение, в том числе и доб-

⁷ См.: Радаев В.В. Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле. - М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2007.

росовестными продавцами (при условии сговора на уровне закупок). Это означает также закрепление ранее выявленной тенденции к более явному обману потребителей в отличие от продажи подделок по пониженным ценам. Иногда более дешевые партии поддельного товара маскируются под «таможенный конфискат» или, значительно чаще, выдаются за «качественную лицензионную продукцию». Растет и такой способ введения потребителей в заблуждение, как регистрация отечественных товарных знаков с иностранными наименованиями и их реализация в качестве «импортного» товара.

Основные объекты подделок и параллельного импорта. Несмотря на снижение доли контрафакта, его масштабы часто растут, пусть и заметно более низкими темпами по сравнению с ростом продаж оригинальной продукции. Известно, что объектами и подделок, и параллельного ввоза чаще всего становятся бренды, пользующиеся устойчивым спросом, относительно дорогие, но при этом достаточно массовые, раскрученные. При этом подделываются чаще всего товары:

- продаваемые на территории России;
- не связанные со сложной технологией изготовления и упаковки;
- не требующие уникальных или дефицитных обязательных ингредиентов.

В свою очередь объектами параллельного ввоза чаще всего становятся товары:

- не ввозимые официальными дилерами и не производимые на территории России;
- продающиеся со скидками в других странах;
- не относящиеся к акцизным товарам;
- не скоропортящиеся.

Наиболее рискованными категориями в этом отношении являются, по данным *Роспатента*:

- продукты питания: консервы, колбасные изделия, кофе, чай, растительное и сливочное масло;
- алкогольная продукция и минеральные воды;
- промышленные товары: трикотажные, швейные и чулочно-носочные изделия;
- товары бытовой химии, игрушки, парфюмерия и косметика;
- интеллектуальная собственность (CD- и DVD-музыка, фильмы, компьютерные игры и программное обеспечение);
- лекарственные препараты.

По данным *органов МВД*, к таким рискованным категориям относятся: одежда и обувь; кондитерские изделия и продукты питания; парфюмерия и косметика; алкогольная и табачная продукция; CD- и DVD-диски; кожгалантерея, часы, аксессуары, бытовая техника;

фармацевтическая продукция.

По статистике *таможенных органов* Российской Федерации, наиболее часто контрафакция фиксируется в отношении следующих категорий товаров:

- алкогольная и табачная продукция;
- оптические носители информации;
- одежда и обувь;
- парфюмерия и косметика;
- кожгалантерея, часы и ювелирные изделия;
- бытовая химия и бытовая техника;
- фармацевтическая продукция;
- автомобильные запчасти и принадлежности;
- продовольственные товары.

При этом наибольшее количество задержаний контрафактных товаров при перемещении через границу фиксируется в отношении табачной и алкогольной продукции, CD- и DVD-дисков, спортивной одежды и обуви, кондитерских изделий, парфюмерии.

Итоги проверок потребительского рынка, проводимых *Генеральной прокуратурой*, показывают наибольшее количество контрафакта в сегментах алкогольной продукции, обуви и аксессуаров.

Мы видим, что в основном категории подделываемых товаров, фиксируемые разными государственными органами, пересекаются или совпадают. Отметим, что по разным товарным категориям затрагиваются как массовый, так и премиальный сегменты рынка.

Объемы контрафакта и проблемы мониторинга рынка. Результаты исследования показывают, что сегодня в распоряжении участников рынка *крайне мало надежной информации о масштабах и сегментах распространения подделок и параллельного импорта*. Экспертные оценки масштабов контрафакта сильно различаются. Так, Роспотребнадзор оценивает долю контрафактной продукции на нашем рынке в 30-40%. К подобным оценкам близки представители правоохранительных органов. Что же касается опрошенных нами представителей компаний, то по большинству своих товарных категорий они говорят не более чем об 1-2% контрафакта. Своего рода промежуточную позицию занимают оценки «Русбренда», в соответствии с которыми сейчас в целом на российском рынке доля подделок составляет около 15-17%.

Мы полагаем, что поскольку доли контрафакта сильно варьируют в зависимости от товарных категорий, имеет смысл разделить их на *четыре основные сферы*:

- сферу господствующего распространения контрафакта - на уровне 70-80% (CD-, DVD-продукция);
- сферу массового распространения контрафакта - на уровне 30-40% (одежда и обувь, алкогольная продукция)⁸;

⁸ В этих сферах, по данным проверок Роспотребнадзора, фиксируются также наибольшие доли фальсифицированной продукции и продукции несоответствующего качества. Так, по импортным винам эта доля составляет 65% (по отечественным винам - 10%); по импортной кожаной обуви - 68% (по отечественной обуви - 24%); по импортным швейным изделиям - 56% (по отечественным - 33%).

- сферу широкого распространения контрафакта - на уровне 10-15% (парфюмерия, медикаменты и лекарственные средства);

- сферу ограниченного распространения контрафакта - на уровне 1-2% (чай, кофе, бритвенные лезвия и др.).

Разделение данных сфер чрезвычайно важно для маркирования соответствующих товарных категорий и выработки в их отношении дифференцированной государственной и корпоративной политики.

Отметим, что с начала столетия происходит ступенчатое сокращение контрафакта, означающее, что многие товарные категории перешли в другую сферу с более низким уровнем его распространения. Так, например, спортивная одежда и обувь перешла из сферы господствующего в сферу массового распространения контрафакта; лекарственные средства - из сферы массового в сферу широкого распространения; а чай и кофе - из сферы широкого в сферу ограниченного распространения.

Мы предприняли попытку рассчитать примерную долю контрафакта по исследуемым товарным категориям, которые, напомним, составляли около 23% общей стоимости оборота розничной торговли в 2006 г. Наши расчеты опираются на следующие источники:

- данные Росстата и маркетинговых агентств об объемах продаж по товарным категориям;

- сводные экспертные оценки доли контрафактной продукции по отдельным товарным категориям.

В результате расчетов *доля контрафакта по всем 11 обследованным товарным категориям составила 26% оборота розничной торговли*. В общем объеме оборота розничной торговли в России в 2006 г. это составляет 6%, или 525 млрд. рублей - весьма значительный объем, особенно если иметь в виду, что учтены не все товарные категории, подверженные массовому и широкому распространению контрафакта.

Следует также иметь в виду, что в наших расчетах во многом масштабы и повышенный процент контрафакта обеспечиваются товарами, относящимися к сфере его массового распространения (алкоголь, одежда и обувь). *Без учета двух наиболее подверженных нарушениям товарных категорий доля контрафакта снижается до 8%.*

Отметим, что указанные расчеты в части доли контрафакта вынуждены базироваться на экспертных оценках. На данный момент ни государственные органы, ни маркетинговые фирмы, ни агентства по защите интеллектуальной собственности, ни компании-правообладатели, ни правоохранительные органы, ни статистические органы в большинстве случаев не могут с достаточной достоверностью оценить масштабы обсуждаемой проблемы.

В ситуации отсутствия достоверных и репрезентативных данных часто получают распространение необоснованные оценки, полученные в результате нерепрезентативных проверок. Оцениваемая доля контрафакта по одной товарной категории часто различается на порядок (от нескольких процентов до десятков процентов). Замечено, что чаще всего представители компаний склонны занижать долю такой продукции, а представители проверяющих органов - завышать ее.

В результате мнения правообладателей (особенно иностранных) формируются под воздействием двух крайностей: либо создается впечатление об отсутствии серьезных проблем, либо формируются представления о том, что в условиях высокой коррумпированности государственных контролирующих органов и низкой культуры населения с контрафактом ничего нельзя поделать.

Реальная же ситуация, как правило, находится между этими крайностями. В этой связи *необходимы независимые мониторинговые исследования*, которые проводились бы по более объективным основаниям. В связи с этим нужно выработать единую, понятную для участников рынка методику измерения масштабов контрафактной продукции - на основе имеющегося опыта юридических фирм, агентств по защите интеллектуальной собственности, маркетинговых фирм, зарубежного опыта. Такая методика позволила бы измерять масштабы контрафакта как по отдельным брендам, так и агрегировать данные на уровне укрупненных товарных категорий.

Подобную методику могут предложить органы государственной власти (приведем пример Роспатента, предложившего такую методику в 2004 г. для аудио- и видеопродукции). Но скорее всего, инициатива должна исходить от самих участников рынка. В числе требований к такой методике следует упомянуть дифференцированный подход к разным торговым форматам (при существующих различиях в доле контрафакта в сетевых магазинных и розничных рынках средние величины мало что отражают), а также оценки ситуации по отдельным товарным категориям без спецификации данных по отдельным брендам⁹.

Мы хотели бы обратить внимание на *необходимость отделения функции мониторинга рынка от функции защиты интересов правообладателей*. Сегодня они зачастую реализуются одними и теми же фирмами, что порождает объективный конфликт интересов. Желательно, чтобы мониторинг рынка в части определения доли подделок, имитации и параллельного импорта производился специализированными маркетинговыми агентствами.

Закключение. При сохраняющихся различиях по сегментам потребительского рынка, как правило, доля

⁹ В числе полезных материалов см.: Защита прав на интеллектуальную собственность. Авторские и смежные права, изобретательские и патентные права, права на средства индивидуализации: Практическое руководство / Коллектив авторов. - М.: КФ «Рес-Кью-Груп», 2004.

контрафакта в течение 2000-х годов уменьшалась, снижаясь с десятков процентов до нескольких процентов. А появление контрафактной продукции из системного явления превращается в отдельные периодические вспышки. При этом потоки контрафакта все более перемещаются во внемагазинные форматы торговли и более отдаленные регионы.

Оценка масштабов и динамики данного рынка по-прежнему затруднена, поскольку в настоящее время фактически отсутствуют единые или хотя бы широко

распространенные методики определения масштабов контрафактной продукции. Это препятствует и выработке адекватной политики, и созданию стимулов для последовательной борьбы с производителями и распространителями контрафакта. Необходима выработка таких методик и создание системы регулярного мониторинга рынков, которая при этом будет принята всеми заинтересованными сторонами и институционально отделена от системы мер по его защите, чтобы не порождать конфликт интересов.

ТРИ СОСТАВНЫХ ЧАСТИ КОНТРАФАКТА: ПОДДЕЛКИ, СЕРЫЙ ИМПОРТ И ИМИТАТОРЫ

С.Ю. Барсукова, д-р социол. наук,

Государственный университет - Высшая школа экономики

В последнее время все больше говорится о контрафакте (от латинского *contrafactio* - подделка.). В дискуссии вовлечены законодатели, правообладатели, потребители. Одни ратуют за усиление мер борьбы, другие считают защиту товарных знаков и интеллектуальной собственности рудиментным явлением. При этом, как правило, понятием «контрафакт» оперируют как однородным и однозначно понимаемым явлением. Наша задача показать, что контрафакт включает в себя качественно разнородные элементы, в разной степени затрагивающие интересы потребителей и правообладателей и предполагающие различные меры борьбы.

Статья написана на основе 20 экспертных интервью с юристами, сотрудниками правоохранительных органов и представителей компаний-правообладателей, входящих в Содружество «Русбренд»¹. Эта организация объединяет крупнейших правообладателей, представленных на российском рынке. Мы сознательно опускаем названия фирм и товарных знаков, чтобы не нанести урон их позициям на рынке. Также мы не даем количественных оценок явления, ограничиваясь исключительно качественным анализом ситуации. Экспертные интервью не дают оснований для корректных количественных оценок, сопоставимых по отраслям.

Представим контрафакт в трех ипостасях - подделки, серый импорт и имитаторы. Что это такое? кто этим занимается? и как с этим бороться?

Подделки. «Классикой» контрафакта, а для многих и его единственной формой, являются подделки. Строго говоря, это не совсем так. Различают две формы контрафакта: *незаконное использование товарных знаков*,

то есть «заимствование» чужих брендов, и *нарушение авторских прав* в виде незаконного тиражирования книг, программных продуктов, аудио- и видеозаписей. Мы сосредоточимся на первой ипостаси контрафакта.

Подделки - товар, на который незаконно нанесен тот или иной товарный знак. Могут варьироваться цена (необязательно низкая), качество (необязательно плохое), производитель (необязательно подпольный цех), но неизменным остается незаконное использование товарного знака, принадлежащего тому или иному правообладателю.

Подделки чаще поражают рынки повседневных, массовых товаров, где легко затеряться среди изобилия продуктов и множества компаний. Подделывают тот продукт, который уже завоевал рынок. В этом смысле контрафакт паразитирует на брендовых товарах. Скажем, из лекарств подделывают именно те, о существовании которых и характере действия знают, пожалуй, все. А ассортимент поддельной одежды и обуви вторит выбору глянцевого журналов. Самые известные бренды содержат наибольший соблазн для контрафактного дублирования.

«Подделывают всего 2-3 наших препарата, остальные подделывать не имеет смысла. Они не являются брендоузнаваемыми».

Индикаторами контрафакта является *цена, качество и место реализации*.

Как правило, в сетевые или «фирменные» магазины контрафакт не попадает. У него свои каналы сбыта: открытые рынки, Интернет-магазины, уличная торговля с рук, маленькие магазинчики, киоски, секс-шопы, яр-

¹ Исследовательский проект «Изменение масштабов и форм борьбы с контрафактной продукцией на российском рынке потребительских товаров» (В.В. Радаев (руководитель проекта), С.Ю. Барсукова, З.В. Котельникова). Проект выполнен по заказу Содружества производителей фирменных торговых марок (Русбренд).

марки, аптеки, не входящие в состав аптекных сетей и расположенные в отдаленных районах.

«Подделки все больше вытесняются на открытые рынки, ярмарки и т. д. Кстати, я наблюдал похожую ситуацию и в Европе, в том же Лондоне, пожалуйста, сходите на блошинный рынок, и там тоже можно найти поддельные дешевые солевые батарейки. Точно так же, как и у нас на Горбушке».

Широко распространено мнение, что контрафакт тяготеет к окраинным районам и провинциальным городам, поскольку «чем меньше город, тем меньше у населения покупательная способность, тем больше у людей склонность покупать дешевые товары». Однако география реализации контрафакта более сложная. По каким-то брендам подделки сосредоточены в дальних регионах, по каким-то - тяготеют к столицам. В первом случае минимизируют риск, во втором - максимизируют оборот, ориентируясь на города с высоким уровнем потребления. Третий критерий - близость контрафактного производства, собственного или зарубежного, то есть минимизация транспортных затрат.

При высоком качестве контрафакта обычно устанавливается сопоставимая цена (Брынцаловские контрафактные лекарства были недешевыми). Высокая цена служит косвенным доказательством оригинальности продукта. Даже реализаторы такого контрафакта, не говоря уже о потребителях, могут не догадываться о его природе.

«Если поддельная продукция высокого качества, то, не имея специального оборудования для проведения экспертизы, сотрудники аптек и те, кто занимаются закупками, не смогут определить, является ли данный товар подделкой».

Цены на оригинал и контрафакт будут одинаковы и в том случае, если при реализации используется тактика «миксования», то есть смешения этих товаров. Например, для маскировки можно закупить небольшую партию настоящей продукции, реализовать ее, а потом под прикрытием документов на оригинальную продукцию продвигать в торговую сеть подделку.

«Как есть отмывание денег, так есть отмывание контрафакта. Они мешают его с оригинальной продукцией и идут в торговую сеть с совершенно нормальными документами вкупе с нормальным продуктом. У нас был случай, когда задержали партию поддельной продукции в машине, которая пыталась проехать к нам на завод. Загрузиться нашей продукцией в дополнение к тому, что у нее было».

Но если установлена явно заниженная цена, то очевидно, что здесь что-то не так. Это индикатор для менеджеров, в обязанности которых входит выявление контрафакта. Если они видят провал цены, то это, как правило, подделка. Низкие цены на подделки обусловлены отсутствием трат на рекламу, на сертификацию, на налоги, а также по ряду товаров на современное оборудование.

«Мы находили подпольный цех, который был обустроен в тюрьме. Там арестанты из мешка с цементом ценой 80-90 рублей пересыпали содержимое в мешки с фирменным знаком нашей фирмы, и такие сухие смеси стоили уже 300-400 рублей. Из оборудования - один совок нужен».

«Если мы говорим о разнице цен даже в 40-50%, то это вряд ли оригинальная продукция. Потому что даже дисконтная продукция не позволяет нашим дистрибьюторам настолько снизить цену».

«Парфюмерный сектор кишит контрафактом. Вы представляете, сколько стоят духи «Chanel» или «Dior»? Так вот, контрафакт этих товаров стоит от силы 300-400 рублей. Вот Вам и разница!»

В случае явно низкой цены некорректно говорить об обмане потребителя. Как правило, покупая дешевую подделку, покупатель сознательно предпочитает сигнальную функцию бренда его потребительским качествам. То есть возможен выбор в пользу «якобы бренда» при существенной экономии на покупке. Упущенная выгода правообладателей не вводит российских потребителей в уныние. Обычно заниженная цена касается сегмента подделок относительно низкого качества. Впрочем, совсем грубых подделок на рынке становится все меньше, их качество растет год от года.

«Думаю, что уже процентов 60-70 - это подделки, которые подтягивают по качеству к оригиналу. Индикатором грубой подделки является цена. Это для тех покупателей, которые менее требовательны».

«Грубые подделки уже трудно реализовать. Хотя ниша, конечно, определенная есть - для малообеспеченных».

Вместе с ростом качества сокращается вероятность того, что подделка несет угрозу здоровью. Угроза здоровью может быть как прямая, так и косвенная. Прямая угроза, связанная с использованием вредных ингредиентов (токсичные красители, радиоактивные вещества и пр.), встречается крайне редко. Поддельные батарейки не взрываются, от поддельного шампуня не лысеют, клей не источает токсины и т. д. И дело не в заботе о потребителе со стороны контрафактчиков, а упреждающая мера снижения наказания. Приговор суда будет однозначно строгим, если подделки угрожают здоровью потребителей. Безопасность подделок для здоровья, безусловно, субъективно влияет на отношение со стороны правоохранительных органов, судей и покупателей.

Косвенная угроза возникает в ситуации, когда ущерб здоровью наносится не вредными ингредиентами, а самим фактом отклонениями от оригинального качества. Например, таблетки могут содержать простой мел (который вреда не несет), но потребитель ждет от лекарства определенного действия, которое мел дать не может. Или пока носится поддельная ортопедическая обувь, не несущая прямой угрозы здоровью, нарушения могут принять необратимый характер. В основном

косвенную угрозу здоровью несут поддельные лекарства.

Поскольку угроза здоровью - почти гарантия сурового приговора судей, то такую продукцию выпускают лишь те, кто не допускает встречу с правосудием либо в силу краткости пребывания на рынке (одноразовый выпуск), либо в силу сложности расследования (например, при территориальной удаленности производителя). Отсюда на такое рискованное поведение идут больше зарубежные, чем отечественные контрафактисты. Найти китайского изготовителя труднее, чем российского, что повышает вероятность угрозы здоровью со стороны импортного контрафакта.

Лозунг «Поддержим отечественного производителя!» имеет применительно к контрафакту свою специфику. Соотношение импортируемого и отечественного контрафакта различается по отраслям. Контрафакт почти наверняка импортный, если речь идет о технологически сложном производстве, которое окупается лишь при большом объеме выпуска с претензией на мировой рынок. Наладить сложное и масштабное производство контрафакта внутри России - довольно рискованное занятие. И риск растет год от года в русле общего наведения порядка в стране. Отсюда технологически сложные поддельные товары (например, электрические батарейки) преимущественно завозятся, а контрафактные строительные смеси или детская присыпка фасуются в местных условиях. Используемый под цех гараж проще закрыть без убытков, чем линию электрооборудования. Честь отечества попытался отстаивать В. Брынцалов, затеяв выпуск контрафактной сложной фармацевтики, но итог доказал, что в России это не проходит. Лидерами контрафактной фармацевтики остаются Индия, Китай, ОАЭ.

Контрафактное производство тесно связано с *импортно-экспортными операциями*. Во-первых, существует своеобразное разделение труда между странами на «черном» рынке контрафакта. Так, контрафактные сигареты, произведенные в России, идут преимущественно на экспорт в силу ценовой разницы на российском и западном рынках. А вот для контрафактных лекарств Россия, наоборот, крайне привлекательна. У нас только официально безрецептурный сегмент рынка достигает 63%, а реальная доля (поскольку почти всегда можно договориться) - около 80%. Кроме того, в настоящее время на российском фармацевтическом рынке действует 7000 предприятий оптовой торговли. Для сравнения: в Германии на рынке работают 10 дистрибьюторов, во Франции - 4². Так что, максимизируя прибыль и минимизируя риск, мировой криминальный бизнес выбирает площадки сбыта.

Во-вторых, зачастую для реализации контрафактного товара необходимо придать ему статус импорта. Это

непременное требование легальной реализации в случае, есть оригинальный продукт внутри страны не производится. В этом случае производимый в России *поддельный продукт фиктивно экспортируется, а затем импортируется* на территорию РФ как легальная продукция. Такой схемой пользовалась компания Брынцалова, подделывая продукцию фирмы, которая не имела своего производства в России. Попасть в легальную аптечную сеть можно было, лишь имея документы, имитирующие импорт контрафактных лекарств.

В производстве подделок участвуют разные типы предприятий:

1) *легальные производства, имеющие контракты с правообладателями на производство продукции*. Контракт заключается на определенное время или на определенный объем выпуска. Скажем, правообладатель решил заменить часть импорта продукцией местного производства. Однако своих заводов у него нет. В этой ситуации заключается договор с местным производителем, чьи технические параметры устраивают правообладателя. При этом правообладатель предоставляет необходимую документацию (лекала, рецептура и т. д.), помогает отладить технологический процесс, обучает рабочих, поставляет сырье и материалы, контролирует качество. Так производится оригинальная продукция, по праву маркированная товарным знаком правообладателя. Подделки начинаются за рамками этого процесса. Например, в ночное время или после окончания срока контракта предприятие продолжает производить продукцию, нанося на нее тот же товарный знак. В ход идет либо сэкономленное, либо схожее по качеству сырье. Контроля со стороны правообладателя уже нет, но квалификация людей, техника, технология остаются, по большому счету, прежними. Это самый качественный вид подделок, отличить которые от оригинала могут лишь эксперты, прибегая к лабораторным исследованиям. Понятно, что с точки зрения потребителя, это оригинальный товар, и его изготовитель не заслуживает осуждения. Хотя согласно букве закона, это безусловный контрафакт, поскольку речь идет о неправомерном использовании товарного знака;

2) *легальные производства, не имеющие контрактных отношений с правообладателями, но обладающие технологическими возможностями для выпуска сопоставимой по качеству продукции*. Вспомним, знаменитое дело «фармацевтического короля» В. Брынцалова.

«Он использовал идентичную технологию и полностью копировал препарат. Это фактически является нарушением и патентного права, и исключительного права на товарный знак. То есть упаковки были полностью идентичны нашим упаковкам, а препараты абсолютно идентичны нашим препаратам. Качество производимого им товара соответствовало качеству на-

² См.: Рязанцева И.Б. Криминализация сферы оборота лекарственных средств // Теневая экономика 2007: Научный ежегодник / Сост. Ю.В. Латов; под общ. ред. Л.М. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2007. С. 217-218.

шего товара, может быть, не на 100%, но, во всяком случае, основное вещество препарата было абсолютно таким же. Его подделки относятся к категории «идеальных» подделок, когда подделку не отличишь от оригинального товара».

Распространяется такая продукция зачастую через те же каналы, что и оригинальная. Так, контрафактные лекарства фирмы Брынцалова можно было купить в солидных аптечных сетях. В этой ситуации позиция потребителя солидарна с законом: осуждение однозначное и безусловное, поскольку речь идет об обмане без выигрыша в цене.

Иногда производитель может и не знать о том, кто изготавливает контрафакт. Он просто отрабатывает заказ, после чего организаторы схемы наносят брендовый товарный знак на уже готовую продукцию. Нередко так шьется контрафактная одежда. Швейные фабрики в погоне за заказом соглашаются тиражировать чужую модель, распоров ее на детали и не задавая лишних вопросов. Качество пошива может быть сопоставимо. Затем в подпольных цехах пришиваются нужные лейблы;

3) *легальные и нелегальные предприятия, производящие грубые подделки под известный бренд.* В зависимости от технологических требований такие производства используют самые разные объекты - от гаражей и подвалов до заводов и фабрик. Скажем, в подпольных цехах делают детскую присыпку, для которой используют простой мел, а заключенные в тюрьме фасуют цемент в мешки от фирменной строительной смеси. В данном случае качество разительно отличается, что облегчает работу экспертов. Как правило, отличается и цена, благодаря чему отношение потребителей к таким подделкам может быть снисходительное;

4) *легальные и нелегальные предприятия, незаконно использующие не товарный знак, а его патентную составляющую.* Речь идет о производстве с нарушением патентного права, но без нарушения Закона о товарных знаках. То есть на основе незаконного использования патента создается новый оригинальный продукт, приближенный к «первоисточнику». В случае с лекарствами полностью воспроизводится состав запатентованного основного вещества, но создается новый препарат. Этот вариант слабо распространен ввиду скромной выгоды, ведь брендовая составляющая продвижения товара оказывается невостребованной;

5) *легальные и нелегальные предприятия, незаконно придающие законченный товарный вид импорту оригинального или поддельного товара.* То есть предприятия сами не производят, но упаковывают, фасуют, собирают продукт, выдавая его за оригинальный. Качество может варьировать в зависимости от источника поставок. Пример тому - упаковка в подпольных цехах ввозимых из-за рубежа таблеток.

С подделками борются правоохранительные органы, часто используя материалы, собираемые самими фир-

мами. Но у правообладателей есть и свои собственные способы защиты от подделок:

- *технологическая защита*, в том числе за счет упаковки и других внешних атрибутов оригинала. Иногда упаковку меняют с определенной регулярностью, чтобы затруднить жизнь контрафактщиков и облегчить экспертизу. В целом любая технологическая сложность - преграда подделкам. Именно поэтому шампуни, средства для ванны и душа подделывают чаще, чем кремы и дезодоранты.

«Пока банка кофе была обычной цилиндрической формы, у нас было гораздо больше подделок. С введением новой формы банки ситуация изменилась, потому что подделать эту банку в точности невозможно. Подделка по новой банке у нас была всего один раз, когда наш производитель стеклопарты, импортив с нами отношения, отдал наш заказ куда-то налево».

«Мне не известны случаи подделки нашей водки. Технически это очень сложно, у нас очень оригинальная бутылка, специальная этикетка и пр.»;

- *ценовая защита.* Заметим, что защита оригинала возможна посредством как низкой, так и высокой цены, но через разные механизмы. Демократичная цена делает прибыльным производство подделок только в больших объемах, что означает высокий риск разоблачений. Впрочем, бороться с контрафактом методом ценовой конкуренции довольно сложно, ведь даже если официальный производитель готов пойти на снижение прибыли, у него остаются затраты на рекламу, налоги и пр. В этом смысле производитель контрафакта имеет огромное преимущество.

«У производителей контрафактной продукции, особенно если она производится в нелегальных условиях, такой большой резерв, что официальный производитель, даже понижая цену, все равно не может с ними конкурировать».

Защита оригинала посредством высокой цены сопряжена, как правило, с высоким качеством полиграфии, нестандартной упаковкой, утонченной фурнитурой, редкими ингредиентами и пр., что обрекает контрафактика на повышенные расходы. То есть подделка дорогого товара - это либо высокие затраты контрафактщика, либо очевидные отличия от оригинала. В первом случае снижается прибыльность, во втором - растет угроза быстрого разоблачения.

«Владельцам подпольных заводов проще сделать поддельную водку какой-нибудь средней категории, чем подделывать дорогое шампанское, дорогие виски. Ему проще сделать наиболее дешевую бутылку, наиболее дешевую этикетку, налить туда самый дешевый спирт и самую дешевую воду. Продать это за 50 рублей. Чем копировать продукт, который стоит 500 рублей, затратив на это 400 рублей».

Ценовая конкуренция не всегда возможна в принципе. Например, пиратские диски выходят до премье-

ры, а легальные - после. И тогда цены роли не играют, игра идет на опережение;

- маркирование продукции, что помогает, пока марка новая или скрытая. На рынке алкоголя и табачных изделий вводятся различные электронные системы, считающие дополнительные надписи на упаковке. Табачники не исключают ввод такой системы не для всего рынка, а в рамках одной компании для внутренних нужд контроля.

Серый импорт. Серый, или параллельный импорт, - это не санкционированные правообладателями поставки оригинальной (то есть неподдельной) продукции в ту или иную страну. Сленговое название - «серяк».

Такая практика распространена и до комизма обидна. Например, миллионы телезрителей, наблюдая за репортажами с заседаний правительства, могли видеть стоящие перед министрами ноутбуки Vaio производства Sony (своеобразный правительственный «корпоративный стандарт»). Между тем до недавнего времени эти ноутбуки легально в Россию не ввозились, их официальные поставки начались лишь в прошлом году. Руководство представительства Sony не знает, каким образом ноутбуки Vaio попали в зал заседаний российского правительства.

Серый импорт считается безусловным элементом контрафакта представителями правообладателей, поскольку путает их планы поставок и не дает извлечь намеченную прибыль, провоцируя ценовой демпинг. К тому же осложняются отношения с дистрибьюторами в регионах, которые оперируют малыми объемами и очень чувствительны к неконтролируемым поставкам на их местный рынок.

У представителей государственных органов такой однозначности нет. Кто-то согласен, что параллельный импорт - часть контрафакта. Кто-то искренне недоумевает, почему оригинальную продукцию, завезенную «левой» фирмой, причисляют к контрафакту, ограничивая это понятие подделками. Еще недавно остановить серый импорт было довольно сложно в силу преобладания мнения, что к контрафакту правомерно причислять исключительно подделки. На сегодняшний день действия таможи, судов, правоохранительных органов все чаще опираются на широкое толкование контрафакта. Важно отметить, что расширение границ контрафакта в правоприменительной практике не сопровождалось серьезными изменениями правовой базы. Изменение претерпела не буква закона, а ее трактовка, что явилось результатом сложного переговорного процесса бизнеса и власти.

Как показал опыт, серый импорт практикуют довольно разные акторы: мелкие торговые фирмы, крупные оптовые компании, «челноки» (их вклад в серый импорт ограничен в основном приграничными районами) и даже благотворительные фонды.

«Нам пришлось тяжело с благотворительными фондами. Они ввозили большие объемы. Мы сначала думали: ну, какое отношение кофе может иметь к бла-

готворительным фондам? Это сродни тому, что в качестве гуманитарной помощи они возили бы сигареты и алкоголь. При этом фонды... вставляли каждый раз в такую позу! И два раза мы специально в отношении фондов проводили расследование, чтобы показать, куда идет ввозимый ими товар. А идет он просто на продажу. Мы в итоге приостановили их деятельность».

Нет уверенности, что серый импорт не практикуют сами уполномоченные дилеры, как «факультативную» часть основной деятельности.

Как правило, приобрести товар непосредственно у правообладателя серый импортер не может. Поставки жестко контролируются и ограничиваются рамками контрактных обязательств с официальными дистрибьюторами. Конечно, эта схема может дать сбой, если сложатся коррупционные схемы на уровне отдела продаж, что маловероятно. Однако товар можно купить на стадии его реализации официальными дистрибьюторами. Те, как правило, отлично понимают, что оптовые закупки их товара - начало цепочки, отстраиваемой серыми импортерами. Но их прельщает рост собственного оборота и низкий риск разоблачения, поскольку распутать цепочки серого импорта, обильно одобренные «прокладочными» фирмами, практически невозможно.

Действия серых импортеров основаны на возможности завозить в страну товар по более низким ценам, чем это делают уполномоченные правообладателем агенты. Особенно привлекательны для серых импортеров закупки товара:

- на открытых рынках;
- с заканчивающимся сроком годности;
- в ходе промоакций, предполагающих скидки с цены;
- в странах с относительно более низкими ценами.

Так, для открытых рынков оптовые закупки являются нормальной практикой и нестораживают продавцов, да и цены на открытых рынках относительно низкие. Близкий конец срока годности подталкивает официальных дистрибьюторов любой ценой сбыть товар, не игнорируя покупателей с «серой» репутацией. Закупки на условиях сезонных распродаж и разного рода скидочных акций выгодны по определению. Наконец, межстрановая разница цен в силу недостаточной синхронизации ценовой политики правообладателей делает выгодным купить товар в одной стране и привести его в другую.

«Серые импортеры преимущественно покупают продукцию с истекающим сроком годности, получая за это огромную скидку, потому что реализаторам выгодно скидывать большие партии, которые они могут не успеть распродать до окончания срока годности продукции».

«Допустим, мы проводим глубокий промоуин на Украине и не проводим его на территории России. Можно ожидать, что товар появится здесь, и наоборот, если мы что-то проводим в России, например ценовой промоуин, то через 3 дня товар появится в Харькове».

Но дешевым серый импорт делают не только эти обстоятельства. Существенным фактором удешевления «серяка» являются условия его растаможивания. В ход идут искажения товарных кодов (использование «товаров прикрытия») и преуменьшение количества груза. И дело не только в коррумпированности таможни (слух о чем сильно преувеличен), но и в чисто физической невозможности детально осмотреть и проверить любой груз. Эта практика дает серым импортерам тем большее ценовое преимущество перед официальными дистрибьюторами (которые ввозят легально с выплатой полной таможенной пошлины и НДС), чем более высокая ставка пошлин на данный товар и шире диапазон таможенных платежей как простор для маневрирования. Претензии к высоким таможенным пошлинам как причине серого импорта звучали неоднократно:

«Пошлина на батарейки составляет 15%. Что удивительно, при отсутствии российского производства. Возникает вопрос: а что собственно защищает государство? зачем такой высокий тариф? Если высокие пошлины на другие товары можно объяснить протекционизмом, то здесь же некого защищать, идет просто побор. Ведь почему возникает серый импорт? Наличие вот таких импортных тарифов. Есть что украсть у государства. Где-то половину они (серые импортеры - С.Б.) экономят на ввозе. На Украине тоже есть серый импорт, но у них таможенная пошлина 5%, поэтому на Украине меньшая эффективность этих серых схем».

Логично предположить, что серый импорт трудно реализовать, поскольку не будучи предназначенным для России, такой товар имеет свою специфику. Прежде всего это отсутствие русскоязычного перевода упаковки. В этом же ряду - отсутствие российской акцизной марки. Кроме того, товар может быть вне того ассортимента набора, который правообладатель предназначает для России; соответственно такой товар не имеет рекламной поддержки. Например, шампунь известной фирмы, производимый для ряда европейских стран, в Россию может официально не завозиться. И тогда его серый импорт, как можно думать, столкнется с проблемой реализации.

Однако на практике все происходит с точностью до наоборот. Иностранная этикетка и невиданный прежде товар убеждают российского потребителя в высоком качестве продукта.

«Для себя, не для нас делали...».

«Потребители считают, что если этикетка написана на иностранном языке - это настоящий товар, а вот если на русском - то нет, левак какой-то».

«В силу психологической традиции советских потребителей, товар, произведенный за рубежом, считается более качественным».

Что же касается рекламной поддержки, то продвигается больше сам бренд, нежели его отдельный продукт. И товар известной фирмы, не сопровождаемый массовой рекламой, кажется потребителю более элитарным.

Из этого не следует, что нет мер защиты от серого импорта. Параллельный импорт сдерживается следующими мерами:

1) по ряду товаров правообладатели устанавливают для России «щадящие», то есть *относительно низкие цены*. Учитывая, с одной стороны, относительно невысокие доходы россиян по сравнению с европейским уровнем и, с другой стороны, привлекательность российского рынка и желание его освоить как стратегическую цель правообладателей, на многие товары для России устанавливаются цены ниже, чем в Европе. Относительно низкими ценами россиян «приучают» к брендовым товарам. Но эти цены доступны только для официальных дилеров, работающих на российский рынок. Серый же импортер, делающий закупки за рубежом, оказывается в невыгодных условиях. Например, борьба с курением в Европе подтолкнула к активизации табачных компаний по освоению российского рынка, что выразилось в льготных ценах на сигареты в России по сравнению с западным рынком. Этот ценовой перепад защищает от серого импорта российский табачный рынок лучше любых правоохранительных действий. Но если цены на российском табачном рынке начнут расти, то потоки серого импорта направятся в Россию.

«В целом уровень розничных цен в России ниже по сравнению с Европой. Это связано с покупательной способностью населения и с уровнем конкуренции и ценовой политикой производителей. Выгодно иметь чуть ниже цену, потому что идет формирование рынка брендовых товаров».

Страны с еще более низкими ценами являются потенциальными или реальными плацдармами для серого импорта в Россию. Например, максимальная цена в российской рознице на сигареты «Кент» составляет 38 рублей, тогда как на Украине - порядка 27 рублей, что позволяет контрабандистам неплохо зарабатывать.

В силу относительной дешевизны российского рынка по ряду товаров возникает зеркальная проблема - *серый экспорт*, когда произведенные в России товары контрабандно вывозятся в Европу. Табачный рынок - тому пример. Контрафактные сигареты, произведенные в России, вывозятся в Европу. Но серому экспорту объективно препятствуют два обстоятельства:

- общественное мнение, что произведенный в России товар уступает в качестве

«У нас может и лучше товар, но продать его там будет нереально сложно».

- многие товары, которые в России реализуются на рынках, на Западе продаются только в магазинах.

«Сдать на реализацию товар с надписями на русском языке почти нереально»;

2) правообладатели пытаются *синхронизировать график скидок*, ценовых промоушн между странами, а также наладить *строгий учет продаж на внутреннем рынке*, когда любая неожиданная крупная закупка привлекает внимание.

«Наш рынок подлежит строжайшему учету и контролю. Данные о продажах поступают каждый день. Мы изучаем спрос в данном регионе и отпускаем туда сигарет столько, сколько могут потенциально потребить. Преступные элементы могут собирать партии, но это займет у них много времени, потому что собирают по частям. Иногда партия для серого импорта/экспорта собирается по три месяца».

«Сейчас мы четко следим за ценами между странами, стараемся гармонизировать наши цены. Должно быть единое европейское пространство цен»;

3) использование чисто технических средств борьбы с серым импортом. В бой идут специфические для России формы упаковок, флаконов и пр. Например, два известных бренда стали делать упаковку для электрических батареек, импортируемых в Россию, отличную от той, что используется во всем мире.

«Раньше у нас была единая с Европой упаковка. Можно было ввезти товар и смешать его с тем товаром, который мы продаем здесь. Сейчас такого уже не получится. У нас другая упаковка, которая применяется только в России и она русифицирована»;

4) сами официальные дистрибьюторы выходят на серых импортеров, проводя фактически самостоятельные расследования. Далее возможны варианты:

- передача дел в правоохранительные органы;
- собственные попытки прекратить деятельность серых импортеров при помощи криминальных структур;
- предложения взаимовыгодного сотрудничества на легальной основе.

«Наши методы работы с ними (серыми импортерами - С.Б.) - чисто экономические, не юридические. Мы предлагаем им взаимовыгодный бизнес. Людям, которые занимаются параллельным импортом, очень сложно наладить бесперебойную доставку. Это не то, что они имеют какой-то устойчивый бизнес. Плюс весь этот импорт - это большая головная боль. Мы можем им задать вопрос: Вы хотите делать деньги? Тогда давайте будем говорить о бизнесе, который вы будете иметь постоянно. Мы будем Вам поставлять товар, а Вы будете работать, как приличные люди! Цивилизуйтесь! С одним или двумя крупнейшими импортерами такого плана нам удалось договориться».

«Провели точечную работу с ключевыми серыми импортерами на экономической основе, пытаясь их убедить, что они будут зарабатывать больше денег, работая с нами, чем с кем-то еще».

«Мы не действуем через местную милицию. Наши сотрудники пытаются узнать, где покупается этот товар. Ну и потом подъедет наш сотрудник. Если это какая-то большая оптовая компания, тогда мы им предлагаем свои условия работы. Пока мы не сталкивались с такими случаями, чтобы кто-то встал в позу»;

5) государство усиливает борьбу с серым импортом. Лидером этой борьбы является Федеральная таможен-

ная служба (ФТС). Задержав партию серого импорта, таможня информирует правообладателя, и тот может стать инициатором возбуждения административного или даже уголовного дела против серого импортера. Правда, до недавнего времени это было возможно лишь по отношению к товарным знакам, внесенным в реестр объектов интеллектуальной собственности ФТС. А это был весьма скромный список. В 2008 г. таможня вооружилась списком Роспатента, что означало резкое расширение фронта борьбы с серым импортом. Практически все товарные знаки, реализуемые в России, оказались вовлеченными в эту схему. Более того, таможня получила право возбуждать дела по собственной инициативе, не дожидаясь заявления со стороны правообладателя. Суды все чаще признавали за серым импортом противоправное действие, что делало труд таможенников не напрасным, а бизнес серых импортеров более рискованным.

В результате вышеперечисленных мер практически все участники рынка, представляющие разные товарные группы, говорят об уменьшении в последние годы объема серого импорта.

«Раньше (5-6 лет назад), я припоминаю, действительно выбрасывались огромные партии серого товара. И нам действительно приходилось делать специальное ценовое предложение, чтобы заблокировать эти партии. Но вот в последние годы нам такого не приходится делать».

Имитаторы (товары, сходные до степени смешения). Третья ипостась контрафакта - имитация известного бренда под видом самостоятельного товарного знака. То есть делается другой продукт, но очень похожий по названию и внешнему оформлению на известный бренд, что может ввести потребителя в заблуждение. На языке юристов это называется «сходством до степени смешения». Например, есть лаки для волос «Taff» и «Taft», а помимо знаменитой марки «Nivea», можно было встретить косметическую продукцию товарного знака «Livea» с характерным синим фоном и белыми буквами. Наряду с «Виагрой», можно нечаянно купить «Вигру» с той же формой таблетки (голубой ромб). Или, например, шоколад «Аленушка» как прототип известной с советских времен марки «Аленка».

Соблазн использовать чужую популярность для подъема собственных продаж столь велик, что на этот путь могут встать как совершенно незнакомые правообладателю предприятия, так и его деловые партнеры. Последние ввязываются в тяжбу за обладание известным товарным знаком. Бывшие партнеры, причастные к производству, пытаются оспорить собственность на популярный бренд. Показательна история:

«Пока не было своего завода, у нас был подрядчик. Мы давали ему бутылки, этикетки, а он просто разливал нашу водку по бутылкам. Безусловно, за счет этого подряда он получал довольно большие деньги. И когда ему стало известно, что мы намереваемся

строить собственный завод и самостоятельно производить водку, он начал предпринимать крайне недобросовестные действия, пытаясь отнять у нас наши товарные знаки и получить собственные права на них. Мы никак не ожидали такого от нашего старейшего партнера».

Обычным исходом такой ситуации является ликвидация товарного знака, имитирующего популярный бренд. Достигается это либо путем судебных разбирательств (через арбитраж или Палату по патентным спорам), либо внесудебными увещеваниями.

«Когда у тебя есть зарегистрированный товарный знак, тебе довольно легко обосновывать свою позицию. Смотрите, вот мой товарный знак, вот другая продукция, где товарный знак похож на наш. Зачастую это просто очевидно, в случаях, когда это неочевидно, можно провести соответствующую экспертизу или обратиться за заключением в Роспатент».

Разбирательства облегчаются тем, что в правоприменительной практике сложилась традиция принимать в качестве доказательства данные социологических опросов, заключения специалистов в области графики и лингвистики. К примеру, в 2006 г. арбитражный суд Ростовской области запретил некоему торговому комплексу использовать в оформлении обозначение «Мега-центр», которое было сходным до степени смешения с товарным знаком «Мега», который использует «ИКЕА». В данном деле в качестве доказательства приводились заключения специалистов в области дизайна и графики, а также отчеты о результатах социологического опроса на предмет схожести обозначений «Мега» и «Мега-центр».

Но если исход почти предрешен, почему подобные ситуации регулярно возникают? Ответ прост: контрафактики успевают получить немалую прибыль прежде, чем их обнаружат и доведут судебные разбирательства до конца. Дело в том, что судебные разбирательства длятся довольно долго: если дело рассматривается в арбитражном суде, то после вынесения решения в первой инстанции можно подать апелляцию во вторую, затем кассационную жалобу в третью инстанцию, после чего остается Высший арбитражный суд. Очевидно, что хлопоты и издержки заставляют правообладателей взвешивать целесообразность этих разбирательств, вплоть до решения отступить перед «двойником», проведя собственный ребрендинг.

«Есть одна сеть быстрого питания, широко представленная в Москве. Они обнаружили, что некая компания, которая также занимается сетью ресторанов, использует в своей вывеске элементы их коммерческого обозначения. Сначала они занимали позицию невмешательства, поскольку таких ресторанов было мало. Предпочли не связываться, потому что не ощущали особого вреда. Позже, когда количество таких ресторанов достигло критического значения, они решили, что будет выгоднее провести ребрендинг, поменять свое

название, нежели проводить разбирательство и затевать судебные процессы».

Именно поэтому многие правообладатели переносят акцент борьбы против имитаций на их предупреждение. Выбирается стратегия правовой защиты упреждающего характера - регулярная деятельность по отслеживанию чужих заявок, подаваемых на регистрацию в Роспатент.

«Роспатент при регистрации может ошибиться и зарегистрировать знак, сходный до степени смешения, просто потому что товарных знаков огромное количество, патентный поиск - вещь сложная и трудоемкая. Поэтому чтобы в будущем у нас не было подобных проблем, мы стараемся еще на стадии рассмотрения заявок отслеживать сходные знаки и пытаемся противодействовать в тех случаях, где есть законные на то основания».

* *
*

Как видим, контрафакт неоднороден. Соответственно, и меры борьбы с ним должны различаться. При этом нужно понимать, что победить контрафакт полностью невозможно. По крайней мере, еще ни одной стране этого не удавалось. Вопрос борьбы с контрафактом имеет свою цену. Можно бросить все средства на решение этой проблемы, но тогда обществу слишком дорого обойдется «зачищенный от контрафакта рынок». Разумно остановиться у некоторой черты, которая, видимо, имеет отраслевую дифференциацию. Наконец, уменьшение контрафакта лишь в некоторой степени определяется мерами, имеющими узкую антиконтрафактную направленность. Неменьшую роль играют далекие от этой тематики экономические процессы: межстрановое соотношение доходов и цен, экономическая ситуация в стране, миграционная политика и т. д. Например, кризисное состояние отечественной легкой промышленности толкает предприятия искать заказы на стороне, соглашаясь на копирование чужих моделей. Можно пенять на недостаточное правосознание, но лучше не ждать его от умирающего предприятия. Или, например, борьба с курением как демонстрация заботы о здоровье нации может использоваться как предлог для роста административной составляющей цены на табачном рынке. Уже запланирован рост цен на акцизные марки (на 20% в год в течение ближайших трех лет), не исключено введение лицензирования с соответствующей платой. Если цены на российском табачном рынке начнут расти, то возрастет его привлекательность для изготовителей контрафакта, в том числе российского производства, пока ориентированного на экспорт. Таким образом, решение проблемы контрафакта не следует сводить к эффективности репрессивных мер. Более уместен широкий социально-экономический контекст его изучения и преодоления. Если данная статья внесла вклад в этот подход, автор считает свою задачу выполненной.