

**К вопросу о насыщении рынка контрафактной продукцией и
способы борьбы с ней**

*Шахшаева Лиана Магомедовна,
старший преподаватель кафедры «Маркетинг и коммерция»
ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного
хозяйства», Махачкала, Россия
liana2187888@mail.ru*

Увеличение популярности бренда неизбежно ведет к росту количества контрафактной продукции. Российский рынок наполнен подделками самого разного качества. Например, обувная контрафактная продукция делится на несколько категорий в зависимости от качества подделки: начиная с моделей дешевого сегмента низкого качества, которые ассоциируются с брендом только из-за нанесенного товарного знака правообладателя, и заканчивая подделками конкретных моделей и линеек обуви, которые отличить от оригинала можно только при пристальном изучении.

Реализация подделок носит масштабный характер и происходит как через интернет, так и в оптовых и розничных магазинах вплоть до крупных торговых центров. Выявление и пресечение деятельности таких недобросовестных предпринимателей не всегда осуществляются в полной мере, в связи с чем правообладателю приходится самостоятельно организовывать защиту товарного знака. В условиях конкуренции брендов организация такой практики может позиционироваться как конкурентное преимущество при привлечении контрагентов.

Кризисные симптомы в экономике только обостряют масштаб проблемы контрафактной продукции, а методы контрафактщиков становятся всё более изощрёнными. Для реализации их продукции всё чаще используются интернет-технологии, а легальным производителям подделки наносят не только репутационный ущерб.

Россия сейчас занимает второе после Китая место среди производителей контрафактной продукции. Причём если в начале десятилетия российские «народные умельцы» подделывали в основном иностранные бренды, то в настоящее время они чаще проявляют интерес к отечественным маркам.

При развале системы ГОСТа полки продовольственных магазинов заполнились либо откровенным фальсификатом, либо продукцией сомнительных разливающих и разделочных подпольных цехов. А когда в России появились фирменные магазины мировых марок, параллельно во всю работали пошивочные, обувные мастерские, выбрасывающие на рынки продукцию «под Шанель». Среди главных центров производства контрафакта традиционно были Ростов-на-Дону, Пятигорск, Махачкала.

С подпольными мастерами пытались бороться, и даже добились некоторых успехов, главным образом в сфере продаж аудио- и

видеопродукции. По данным Федеральной антимонопольной службе, если в 2000 году уровень контрафактной продукции на юге России в определённых товарных группах достигал 60%, то к концу десятилетия эта цифра снизилась до 10–15%. Однако в масштабах страны размах рынка всё равно остаётся гигантским: общие потери добросовестных производителей от контрафактщиков, по некоторым оценкам, достигают 30 млрд долларов в год.

С началом нового экономического кризиса ситуация в этой сфере вновь обострилась. Эксперты Высшей школы экономики установили, что в ЮФО и СКФО чаще всего подделывают программное обеспечение, парфюмерию, бытовую химию, спортивную одежду и обувь, GSM, продукты, минеральную воду, алкоголь и медикаменты — большинство соответствующей продукции на Юге в больших количествах выпускают легальные производители.

Одним из самых коммерчески выгодных считается производство контрафактной минеральной воды, которое (особенно в весенне-летний сезон) приносит владельцам подпольных цехов доход, сопоставимый с нелегальной торговлей оружием. Доля подделок на этом рынке колеблется от 50 до 75% всего объёма, причём без адекватной реакции контролирующих структур оборот контрафакта будет только расти. Объём российского рынка питьевой и минеральной воды сегодня превышает 300 млн дал (или 1,2–1,5 млрд долларов) и ежегодно увеличивается на 12–15%, особенно в сегменте бутилированной воды и бутылок большого литража для кулеров. Если средний европеец ежегодно потребляет свыше 100 литров бутилированной воды, то житель России — всего 10–15 литров, что даёт значительный потенциал роста для производителей контрафакта под известными марками, многие из которых зарегистрированы на Юге.

Большую тревогу вызывает и рост контрафакта в сегменте фармацевтических препаратов, где доля фальсификата оценивается на уровне 15–20% и приносит доходы теневому бизнесу на уровне 300–350 млн долларов в год. Рынок контрафактной косметики и парфюмерии (главным образом из Турции и ОАЭ) превышает половину от всей поставляемой на российские прилавки продукции (в Москве — до 80%) и приносит теневикам до 3 млрд долларов.

Для Северного Кавказа особая контрафактная статья — подделка горючего. В Дагестане хищения сырой нефти из трубопровода Баку — Махачкала — Новороссийск стали повсеместным явлением и без преувеличения высокотехнологичным бизнесом. Специалисты «Транснефти» говорят, что авторы незаконных врезок в «трубу» используют спутниковые технологии и часто являются сварщиками высочайшего уровня, способными сделать врезку, несмотря на давление в несколько атмосфер. По мнению отраслевых экспертов, из ежегодно прокачиваемых через Дагестан 4,5–5 млн тонн нефти на территории республики воруют 300–500 тысяч тонн. Нефть перерабатывают в низкокачественное топливо на нелегальных мини-НПЗ, а затем продают на заправках под брендами-подделками типа «Росснефть», «Русьнефть», «Луксойл», «Укойл» и даже ЮКОС.

Ещё одна популярная среди подпольных умельцев отрасль южной экономики — производство алкогольной продукции, и здесь наличие контрафактного следа, как выясняется, может выступать весомым аргументом в борьбе за легальные активы. Например, контрафактные мотивы обнаружились в недавней инициативе руководства Дагестана, решившего приватизировать ГУП «Кизлярский коньячный завод» — старейшего российского производителя коньяка и одного из крупнейших налогоплательщиков в республике. Одним из аргументов в пользу перехода предприятия в частные руки стало якобы случившееся на ККЗ снижение качества продукции, в том числе из-за поставок на завод так называемых «грязных спиртов».

Затем с более подробным разъяснением в интервью РИА «Дагестан» выступил заместитель министра сельского хозяйства и продовольствия республики Гайдар Шуайбов. По его словам, анализ договоров о поставке виноматериалов и коньячных спиртов, заключённых заводом в 2011-2013 годах, вызывает серьёзные сомнения в их качестве. Продукция приобреталась у предприятий из Дагестана и Кабардино-Балкарии, которые фактически не осуществляли переработку винограда и не имели производственных мощностей для собственного виноградного спиртокурения. «Испорченные спирты, которые пропахли ацетоном, могли окончательно уничтожить авторитет продукции завода», — заявил г-н Шуайбов, заметив, что «грязные спирты» навязывались заводу из Махачкалы некоей «крышей». Поэтому позиция руководства Дагестана заключается в том, что негативные процессы, идущие на заводе, требуют вмешательства и незамедлительного оздоровления производственного процесса.

Заметим, что речь в данном случае идёт не о прямых подделках марок, выпускаемых ККЗ, а о выпуске низкокачественных напитков с названиями, напоминающими известные бренды типа «Лезгинка» и «Кизляр». Несколько лет назад в ходе кампании Росалкогольрегулирования по перелицензированию предприятий алкогольной отрасли ряд таких производителей не смогли продлить лицензии, однако это не привело к исчезновению сомнительной продукции, выдающей себя за настоящий кизлярский коньяк. Купить такие грубые подделки из коньячных спиртов неизвестного качества, смешанных с ректификатом и ароматизаторами, легко можно и в Дагестане, и за его пределами.

Вторая после алкоголя по масштабу подделок сфера, благодаря которой слово «контрафакт» прочно вошло в обиход, — это программное обеспечение. Крупным производителям ПО стоило невероятных усилий и многомиллионных маркетинговых бюджетов доказать россиянам необходимость платить за операционные системы, антивирусные программы и специализированный софт. Однако и здесь юг России не сдаётся — по оценке игроков и экспертов рынка, уровень проникновения пиратского софта в регионе стабильно выше, чем в стране в целом.

Ситуация в том или ином сегменте ПО полностью зависит от политики самих производителей. Валерий Исланов, гендиректор компании «Инсайт

Альянс», занимающейся дистрибуцией и поддержкой продуктов 1С, говорит, что сегодня объём контрафактной продукции в его сегменте сведён к минимуму — именно вследствие жёсткой политики производителя в отношении нелегальных продуктов. «В основном это касается технической поддержки: полный функционал также доступен только зарегистрированным продуктам, — поясняет г-н Исланов. — Важную роль играет и уголовная ответственность за незаконное использование нелегального софта юридическими лицами».

Компания Microsoft вообще одной из первых начала инициировать публичное обсуждение проблем контрафакта и последствий его использования: «По информации, которой мы располагаем, в 2013 году правоохранительные органы выявили около 140 случаев нарушения авторских прав корпорации в ЮФО и в СКФО, — сообщает Александр Метечко. — Из них около 80 случаев — это установка или продажа контрафактного ПО, а примерно 60 — это использование нелегального ПО в деятельности организаций» [1].

Несмотря на то, что использовать нелегальное ПО зачастую просто невыгодно, так как оно не обновляется и не справляется даже с базовыми функциями, уровень его проникновения на Юге по-прежнему высок.

Новые приёмы контрафактики начали применять и в сфере машиностроения. Они заводят в интернете сайты с адресами, похожими на названия подлинных заводов-изготовителей, но с другими реквизитами, и торгуют через них продукцией либо уже бывшей в использовании, либо собранной в кустарных мастерских неизвестными «умельцами». Из-за подобных схем в последнее время обострились проблемы с контрафактом у южных производителей компрессорного и газоразделительного оборудования. Успешный опыт борьбы с контрафактом, по-видимому, может быть накоплен лишь при наличии своеобразного административного ресурса.

Список литературы:

1. Антропова К.В. Контрафакт и фальсификация продукции: проблема современности // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. XVI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 1(16). URL: [http://sibac.info/archive/guman/1\(16\).pdf](http://sibac.info/archive/guman/1(16).pdf) (дата обращения: 16.09.2018)