

Научная статья

УДК 339.54

EDN [RKVOUY](#)

DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(4).12

**Н.Р. Эпова** **М.А. Балашова***Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация*Автор, ответственный за переписку: Н.Р. Эпова, natalia_epova@mail.ru

ПРОБЛЕМА КОНТРАФАКТА ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НИМ

АННОТАЦИЯ. Одной из проблем международной торговли на современном этапе является рост продаж контрафактной продукции, с которым сталкиваются не только развивающиеся страны, но и развитые. Производство контрафактной продукции является по сути одним из экономических преступлений, связанных с нелегальным использованием чужой интеллектуальной собственности. В связи с этим полезно изучить и сравнить методы противодействия и борьбы с данным явлением в разных по уровню развития и географическому положению странах. А также проанализировать используемые в России инструменты выявления контрафакта и привлечения нарушителей к ответственности. В данной статье уделяется внимание и современным каналам распространения контрафактной продукции через онлайн-продажи на маркетплейсах, ставшие популярными у потребителей всего мира в условиях пандемии. Характерно, что озабоченность данной проблемой отмечается не только у государственных структур, но и у самих известных онлайн-ритейлеров как за рубежом, так и в России. В связи с этим результат будет положительным только в случае совместных усилий со стороны предпринимателей, контролирующих органов и непосредственно потребителей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Контрафакт, методы борьбы с контрафактом, ТРОИС, производители контрафакта, онлайн-ритейлеры.

ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ. Дата поступления 23 августа 2022 г.; дата принятия к печати 18 ноября 2022 г.; дата онлайн-размещения 22 декабря 2022 г.

Original article

N.R. Epova **M.A. Balashova***Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation*Corresponding author: N.R. Epova, natalia_epova@mail.ru

COUNTERFEITING ISSUES IN FOREIGN TRADE AND METHODS OF COMBATING IT

ABSTRACT. At present, one of the main issues of international trade concerns the growth of selling counterfeit products, which is characteristic not only for developing economies, but also for developed ones. In fact, the production of counterfeit products is considered to be one of the economic crimes associated with the illegal use of someone else's intellectual property. In this regard, studying and comparing the methods of counteracting and combating this phenomenon in countries with different levels of economic potential and geographical location as well as analyzing the mechanisms used in Russia to identify counterfeit products and bring violators to justice make it relevant. This article also focuses on the modern channels for distribution of counterfeit products through online sales on marketplaces that have become popular with consumers around the world during a pandemic period. It is characteristic that this problem is noted not only among state authorities, but also among well-known online retailers, both abroad and in Russia. Finally, the result is supposed to become positive only in the case of joint efforts of entrepreneurs, regulatory authorities and directly consumers.

© Эпова Н.Р., Балашова М.А., 2022

Baikal Research Journal

электронный научный журнал Байкальского государственного университета

KEYWORDS. Counterfeit, anti-counterfeiting methods, TROIS, counterfeit manufacturers, online retailers.

ARTICLE INFO. Received August 23, 2022; accepted November 11, 2022; available online December 22, 2022.

Начнем с того, какое определение дано контрафакту в российском законодательстве. Под контрафактом (от франц. *contrafaction* — «подделка») понимают фальсификацию оригинального объекта интеллектуальной собственности. Согласно гражданскому законодательству товары, этикетки, упаковки товаров, на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными (п. 1 ст. 1515 ГК РФ).

С юридической точки зрения термины «контрафакт» и «фальсификация» различаются: контрафакт связан с нарушением интеллектуальных прав, а фальсификация — с нарушением технологии производства. Следовательно, контрафактная продукция может быть и фальсифицированной, но фальсифицированная продукция может не быть контрафактной [1].

Термины контрафакт и пиратство также имеют различную юридическую природу. Понятие «пиратство» широко используется в литературе, а также международных актах, но в законодательстве РФ не применяется [2].

Изготовление и распространение контрафактной продукции нарушают исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации, поэтому такая продукция может быть изъята из оборота и уничтожена на законных основаниях без какой бы то ни было компенсации. По просьбе обладателя авторских прав или смежных прав ему могут быть переданы конфискованные экземпляры произведений и фонограмм (п. 3 ст. 32.4 КоАП).

В 40 % приговоров связанных с нарушением авторских прав, отмечено, что нарушители заказывали контрафактные экземпляры видеофильмов или программных продуктов (игр) через социальные сети чтобы затем сбывать с помощью розничной торговой сети [3].

Виды контрафактной продукции представлены на рис. 1.

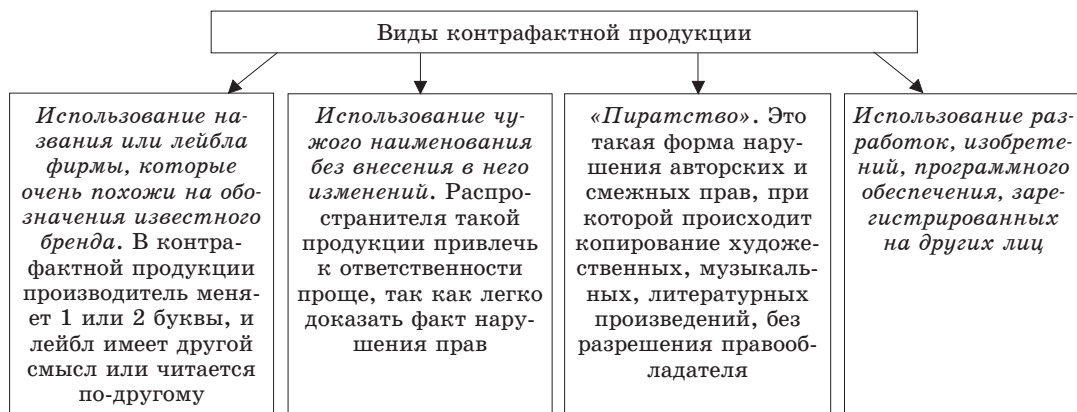


Рис. 1. Виды контрафактной продукции

Один из способов защиты исключительных прав — конфискация, такое требование может быть предъявлено к изготовителям, импортерам, хранителям,

перевозчикам, продавцам, иным распространителям, а также недобросовестным приобретателям контрафактной продукции (в соответствии с пп. 4 п. 1 ст. 1252 ГК РФ).

Покупателей вводят в заблуждение либо размещая на продукции чужие товарные знаки (схожие с ними обозначения), либо копируя внешний вид (оформление) известного товара с использованием другого товарного знака.

Контрафакт, связанный с изобретениями, полезными моделями, промышленными образцами встречается реже, потому что их труднее изготовить. В список товаров, которые подделывают повсеместно, традиционно попадают одежда, обувь (27 % всей обуви в мире — подделка), CD и DVD диски, алкогольная продукция, косметические и фармацевтические средства, продукты питания. Nike, Adidas, Puma — известные спортивные бренды, подделки которых встречаются чаще всего.

С каждым годом проблема контрафакта в интернет-рознице становится все актуальней, наиболее часто с ней сталкиваются в США, Китае и Индии. По данным ОЭСР значительная доля мирового контрафакта была изготовлена в Китае, Турции, Сингапуре, Таиланде и Индии. При этом потери несут больше всего производители из США, Франции и Италии.

Согласно исследованию, проведенному в 2019 г. ОЭСР (OECD), мировые продажи контрафактной продукции выросли до 509 млрд. долл. (3,3 % от всего объема мировой торговли). В 2013 г. аналогичный показатель был ниже (2,5 %), а объемы продаж достигали 461 млрд. долл.¹ На ЕС из этой суммы приходилось 134 млрд. долларов (около 6 % импорта). 24 % изъятой контрафактной продукции произведено с нарушением прав на объекты интеллектуальной собственности правообладателей из США, 16,6 % — из Франции, 15,1 % — из Италии, 11,2 % — из Швейцарии, 9,3 % — из Германии, около 6 % — из Японии и около 1,3 % — из Китая.

Основная причина увеличения оборотов торговли подделками связана с растущей популярностью электронной коммерции. Цифровые платформы упрощают процессы купли-продажи, давая возможность сторонним продавцам создавать учетные записи в относительно нерегулируемой среде онлайн-ритейлеров, что в конечном итоге ведет к росту контрафакта в интернете.

В таблице 1 представлены результаты исследования ОЭСР, по которым видно, что Россия менее предрасположена к экспорту контрафакта по сравнению с США, Германией и Швейцарией. Однако, необходимо понимать, что в некоторых случаях индекс возможно завышен, так как страна выступает в качестве транзитного пункта, как часть логистической цепочки, и не производит контрафактную продукцию. В большинстве случаев перемещение контрафакта осуществляется по сложным схемам, через несколько транзитных стран. С целью анализа данных маршрутов эксперты выбрали десять основных категорий товаров, подверженных контрафакции. Исследование подтвердило, что крупнейший производитель контрафактных товаров (в девяти из десяти проанализированных категорий товаров) — это Китай, а мировыми центрами экспорта указанных товаров являются Гонконг (Китай), ОАЭ и Сингапур. Существует и некая специализация по товарным группам, в частности, производством контрафактных лекарств занимается Индия (поставки идут в Африку, ЕС, Соединенные Штаты), контрафактных изделий из кожи — Турция, контрафактных продуктов питания — Индонезия.

¹ OECD Home Newsroom Trade in fake goods is now 3.3 % of world trade and rising. URL: <https://www.oecd.org/newsroom/trade-in-fake-goods-is-now-33-of-world-trade-and-rising.htm>.

Таблица 1

**Предрасположенность стран к экспорту контрафактной продукции
(индекс варьируется от 0 до 1)**

Страна	Индекс	Страна	Индекс
Гонконг	1,000	Швейцария	0,142
Китай	1,000	Германия	0,140
ОАЭ	0,995	США	0,139
Марокко	0,989	Россия	0,135
Пакистан	0,955	Япония	0,135
Турция	0,946	Литва	0,132
Грузия	0,255	Беларусь	0,128
Польша	0,165	Казахстан	0,127
Великобритания	0,160	Дания	0,086
Италия	0,160	Ирландия	0,085
Иран	0,154	Финляндия	0,044
Армения	0,145	Кыргызстан	–

Источник: URL: https://read.oecd-ilibrary.org/trade/trends-in-trade-in-counterfeit-and-pirated-goods_g2g9f533-en#page5.

По данным Всемирной таможенной организации (ВТамО) в 2017 г. среди изъятых товаров преобладали одежда, обувь, аксессуары, электронные приборы, игрушки, парфюмерия и косметика, которые в основном доставлялись с помощью почтовых отправок. Странами назначения для контрафактных товаров были США, Дания и Саудовская Аравия, а главными транзитными пунктами — Германия (в 46 % случаях) и Саудовская Аравия. Необходимо отметить, что отчет ВТамО о незаконной торговле за 2017 г., также, как и исследования ОЭСР, не отражает целостную и объективную ситуацию, связанную с международной торговлей контрафактными товарами, так как статистическая отчетность предоставляется членами ВТамО на добровольной основе. Но такие исследования помогают понять какие изменения происходят на мировом рынке контрафакта.

На территории ЕАЭС наблюдаются аналогичные тенденции, рост оборота контрафактными товарами можно объяснить следующими факторами:

- повышение цен на оригиналы, что ведет к более активному спросу на поддельную продукцию;
- правообладатели не проявляют заинтересованности в защите потребительского рынка от контрафактной продукции, что объясняется репутационными рисками, приводящими к сокращению продаж товаров;
- потребители не всегда понимают к каким последствиям может привести употребление контрафактной продукции сомнительного качества;
- развитие онлайн-ритейла и торговли на рынках, с помощью которых происходит реализация основного объема контрафакта.

Большая часть нарушений связана с незаконным использованием товарного знака — 79 %, оставшаяся доля (около 21 %) приходится на нарушения авторских и смежных прав. гораздо реже встречаются случаи нарушения патентных прав и прав на наименование места происхождения товара (0,14 % и 0,02 % соответственно). Основные страны, поставляющие контрафакт в ЕАЭС — Китай (52 %), Турция (12 %) и Иран (1 %).²

² Отчет о состоянии правоприменительной практики в сфере защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в Евразийском экономическом союзе за 2018 год. URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/finpol/dobd/intelsobs/Documents/%D0%9E%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%D0%9F%D0%9F%D0%9F%D0%B7%D0%B0%202018%D0%B3%D0%BE%D0%B4.pdf>.

Что касается Казахстана, рынок этой страны уже почти полностью заполнен контрафактом. Эксперты утверждают, что это связано с Законом о товарных знаках 2018 г. До внесения в него поправок действовала достаточно простая схема: выявленный контрафактный товар подлежал изъятию и уничтожению. Однако после внесения изменений появилась норма, допускающая введение в оборот контрафактной продукции, если это соответствует общественным интересам. Общественные интересы в этом контексте — вопрос полезности и доступности. То, что раньше невозможно было купить, сегодня доступно всем, пусть и в виде подделки. Идентифицировать подделку порой бывает трудно даже производителям оригинальной продукции.

В последние годы страны-лидеры мировой электронной коммерции, в то же время являющиеся и огромными рынками контрафактных товаров, стали проводить политику, направленную на активную борьбу с подделками. Доказательством этому служат изменения в законодательстве.

Таможенные органы Китая обязаны проводить таможенный контроль, ограничивая ввоз и вывоз контрафактной продукции, перемещение физических и юридических лиц, а также проводить проверку документов и сведений [4]. С января 2019 г. действует закон, по которому китайские платформы для онлайн-магазинов несут солидарную ответственность за реализацию контрафакта третьими лицами через свои сайты. В соответствии с этим законом онлайн-ритейлеры должны незамедлительно информировать о выявлении нарушений и изымать из оборота контрафактные товары. При несоблюдении этого правила электронную платформу могут оштрафовать на сумму от 50 000 до 500 000 юаней (7 200–72 000 долл.). Если же контрафактная продукция несет угрозу для здоровья покупателей (например, продукты питания, фармацевтика, медицинские препараты косметика), то размер штрафа увеличивается до 2 млн юаней (288 тыс. долл.).

В принятом законе предусмотрено также и регулирование продаж через социальные сети. В частности, огромное количество иностранных и китайских брендов реализуются с помощью популярной социальной сети WeChat (微信). Контроль за соблюдением законодательства в сфере ИС осуществляет в Китае Государственный департамент по ИС (The State Intellectual Property Office of the P.R.C. — SIPO), выдающий патенты. Также Госсовет КНР принял решение выпустить публичный черный список недобросовестных производителей и продавцов контрафактной продукции. Эффективной защите прав на ОИС способствует специально разработанная операция по борьбе с контрафактными товарами «Меч контроля качества» [5].

Интересно изучить также опыт Индии, которая занимает 4 место среди производителей контрафакта. Именно эта страна знаменита своими поставками контрафактной лекарственной продукции в Европу. Здесь производят порядка 30 % поддельных фармацевтических препаратов (чуть меньше в ОАЭ и Китае), что говорит о достаточно высоком уровне развития промышленности этой страны.

В 2019 г. индийское правительство приняло проект национальной политики в сфере онлайн-торговли, нацеленный на противодействие распространению контрафакта. Сравнивая индийский законопроект с китайским, можно отметить большую лояльность к продавцам. Интернет-магазины будут платить компенсации потребителям (вместо штрафов государственным органам) в случае размещения на сайте и реализации контрафактных товаров. Кроме этого, в Индии планируют проводить работу с населением, чтобы покупатели понимали условия обмена или возврата товаров, самостоятельно подавали жалобы, требовали возмещения в случае обнаружения подделок.

В 2020 г. проект был обновлен, в частности, больше внимания уделено правам потребителей. Необходимо отметить, что ответственность за контра-

факт возлагается на онлайн-магазин и продавца товаров, на которых поступили жалобы. Продавцу дается 2 суток с момента поступления претензии, чтобы доказать подлинность товара, в противном случае товары удалят с сайта интернет-магазина.

Еще один из методов борьбы — проведение полицейских рейдов в магазинах и в уличных лавочках по всей стране. Также многие иностранные компании устраивают собственные рейды в местах продажи контрафакта. Например, Hypertherm, который проводит рейды в Дели, Мумбаи, Фаридабаде и Гургаоне.

Также в Индии распространена локализация для получения иностранных технологий и дальнейшего их внедрения в местное производство. Требования по локализации распространяются на такие сферы деятельности, как энергетика, телекоммуникации, автомобилестроение, информационные технологии, металлургия, легкая промышленность. Примером в данном случае является проект по развитию альтернативных источников энергии Jawaharlal Nehru National Solar Mission (JNNSM), в котором предусмотрено, что ячейки солнечных панелей будут производиться в Индии. Затем требования распространились и на другие компоненты, что вызвало спор с США. Достичь соглашения по этому спору в рамках ВТО не удалось, так как в Индии альтернативные источники энергии важны для национальной безопасности страны.

Рассмотрим, какие методы борьбы с контрафактом используют в США. Эта страна была инициатором диалога на многосторонних форумах по борьбе с коррупцией и незаконной торговлей, включая проблему пресечения потока опасной контрафактной продукции [6].

В 2020 г. Министерством внутренней безопасности США был представлен доклад, посвященный борьбе с контрабандой контрафактных и пиратских товаров. В нем отмечено, что контрафактная продукция, поступающая в США через платформы электронной коммерции и онлайн-рынки третьих стран, несет угрозу здоровью населения, препятствует развитию инноваций и конкуренции. В связи с этим был принят закон, предусматривающий более жесткие меры для онлайн-магазинов, реализующих контрафакт (в качестве наказания будут применять штрафы). Интересным является то, что в США административные наказания используют не только для производителей контрафакта, но и для потребителей.

Еще один метод защиты от подделок в США — система маркировки товаров. В данном случае используют уникальный идентификатор, который сравнивают с эталоном. Как эталон используют голограммы, микропечать, кодирование и другие технические решения. Система технического регулирования предусматривает участие как бизнес-структур, так и самого потребителя, заинтересованного в получении качественного и безопасного товара.

Анализ и сравнение практики борьбы вышеуказанных стран позволяют сделать вывод о разных подходах к решению проблемы контрафакта. Китай занимает более жесткую позицию в этом вопросе, используя большие штрафы. Власти Индии уделяют внимание обучению потребителей для эффективной борьбы с контрафактом. В США наказывают только в том случае, если подделки наносят вред здоровью покупателей.

Мировыми лидерами по борьбе с контрафактной продукцией считаются США, Великобритания, Германия и Франция. У них накоплен значительный опыт по борьбе с недобросовестными поставщиками на законодательном, административном и техническом уровнях. Применяемые меры воздействия включают: изъятия, штрафы до 300 тыс. евро (не менее стоимости контрафактной продукции), лишение свободы до трех лет. Также используются технические и технологические методы защиты от подделок:

- специальная маркировка и упаковка как защита от копирования продукта (лазерная маркировка, необычный внешний вид товара, голограммы, нестандартная упаковка);
- использование специальных методов печати, включение специальных волокон, видимых только в УФ- или ИК-лучах для защиты документации;
- разработка технологий кодирования (штрих-коды, радиочастотное кодирование);
- изотопные, химические и био-маркеры.

В странах ЕС защита объектов интеллектуальной собственности (ОИС) обеспечивается общеевропейскими и национальными нормативно-правовыми актами. В Германии созданы специальные отделы на таможне, которые выявляют нарушения законодательства в сфере прав на ОИС, контролируют процесс изъятия контрафакта в случае заявления от правообладателей и проводят экспертизу. Даже если заявление не поступило, но есть подозрение в нарушении законодательства, таможня имеет право наложить арест на товары.

В европейских странах применяется уголовное наказание (лишение свободы на срок до 5 лет) за изготовление контрафактных товаров в промышленных масштабах. Если нарушение не столь серьезное, срок лишения свободы сокращается до трех лет или ограничивается штрафом. Также могут конфисковать товар и публично огласить приговор.

Еще одно направление борьбы с импортом некачественных товаров — программа по созданию безопасных логистических поставок. Проект предусматривает обмен информацией о товарах, перевозимых между Китаем, Великобританией и Нидерландами. Как только на таможне одной из стран ЕС обнаружили контрафакт, электронная система передает эти сведения другим таможенным органам.

Также важным моментом является ужесточение законодательной базы по борьбе с контрафактом. Это проявляется в наказании не только продавцов, но и покупателей контрафактной продукции в ряде стран Европы. Применение указанных мер в совокупности с таможенными методами контроля, позволило добиться снижения доли контрафактных продовольственных товаров.

В числе британских товаров, которые подделывают чаще всего, парфюмерия, косметические средства, одежда, обувь, кожаные изделия, телекоммуникационное оборудование, электроника, автомобили и мотоциклы.

Характерно, что до недавнего времени в Англии уголовное преследование распространялось только на видеопиратство, в остальных случаях нарушения интеллектуальных прав применяли гражданско-правовые меры. Однако, сейчас правительство решило приравнять кражу зарегистрированных дизайнерских изображений и реализацию контрафакта к преступлениям. Наказанием для нарушителей прав на промышленные образцы (дизайн авто, компьютеров, смартфонов и т.д.) станет лишение свободы на срок до 10 лет. Выиграть в суде смогут только те, кто зарегистрировал дизайн товаров в ЕС или Англии.

Как уже упоминалось выше, контрафакт влияет на здоровье и безопасность потребителей. Великобритания наряду с США, Саудовской Аравией и Германией считается привлекательным рынком сбыта контрафакта, который импортируется из Китая, Индии, Пакистана, Гонконга, Турции и Бангладеш. Большую часть пиратских товаров в Британии покупают те, кто прекрасно понимает, что это подделки.

Основными проблемами, связанными с уголовным преследованием контрафакта, являются следующие:

1. Правоохранительные органы рассматривают вопросы контрафактной продукции как низкий приоритет. Государственные структуры начинают судебные

разбирательства или уголовные преследования, только если была замешана организованная преступность или это связано с незаконным оборотом наркотических средств или оружия, или же если возникла угроза для здоровья и безопасности населения из-за партии контрафакта.

2. Длительный процесс судебных разбирательств, что препятствует эффективному уголовному преследованию и ведет к росту стоимости судебных издержек.

3. Недостаточно строгие административные меры. Размер штрафов зачастую является слишком низким и с лихвой покрывается прибылью, полученной от продажи контрафакта.

4. Отсутствие знаний и опыта у сотрудников правоохранительных органов. Не во всех случаях государственные структуры бывают знакомы с нормативно-правовыми документами в сфере ОИС.

5. Нехватка финансовых средств для проведения тщательных расследований, несоответствие приоритетности дела и его стоимости (выбор делают в пользу более дешевых или более важных для той или иной структуры дел) [7, с. 68–69].

Большая доля контрафакта на территории ЕС — это товары, ввозимые из Китая. Что касается логистики контрафактной табачной продукции, выделяют два направления: поставка через Албанию из Афганистана, Юго-Восточной Азии и вторым крупным источником поставок является Прибалтика, в частности Литва [8]. И здесь стоит отметить эффективную работу европейских таможенных органов. Как указано в отчете Парламентской ассамблеи Совета Европы, «в 90 % случаев задержанная контрафактная продукция уничтожается после взаимного согласия производителя и правообладателя или после иницируемого владельцем ИС судебного дела. Лишь 7,5 % товаров выходит на рынок, либо так как они подлинны (3 %), либо потому что правообладатель не реагирует на уведомления таможни (4,5 %)» [9].

Интересен также опыт Японии, где бизнес несет убытки из-за подделок и пиратских копий, при этом наблюдается рост причиненного ущерба. В частности, компания Torrap Printing для борьбы с продажей контрафакта создала электронные этикетки для бутылок с вином. Они выглядят как тонкие микросхемы и надеваются на горлышко бутылки так, чтобы было невозможно открыть бутылку и закупорить ее снова после заполнения поддельным вином вместо дорогого напитка. Даже пробка защищена таким образом, что ее невозможно незаметно проколоть самой тонкой иглой. Покупатели могут отсканировать специальный код на этикетке и получить всю информацию о вине. Приложение для смартфона предупредит покупателя, если бутылку уже открывали или было проделано отверстие в пробке. Стоимость таких этикеток зависит от объема заказа, например, если заказать 300 тыс. этикеток, то цена за штуку составит всего 90 йен.

Из опыта Австралии можно отметить событие, которое существенно повлияло на методы борьбы с контрафактной продукцией на австралийской границе. Были введены в действие поправки к австралийскому законодательству об интеллектуальной собственности, изменившие порядок, в котором таможня занимается изъятием товаров, подозреваемых в нарушении торговых марок. В отличие от прежнего законодательства о товарных знаках, где вся нагрузка по работе с импортерами контрафактной продукции возлагалась на владельцев торговых марок, новое законодательство с внесенными в него поправками, вступившее в силу в апреле 2018 г., теперь возлагает первоначальное бремя на импортеров товаров, имеющих поддельные торговые марки.

В качестве дополнительного преимущества процесса поставки контрафакта можно отметить, что каждый покупатель имеет право ответить таможне, если их поддельные продукты будут изъяты, что товары предназначены исключительно

но для личного использования, а не для перепродажи. Согласно действующему законодательству Австралии, ввоз товаров с поддельными торговыми марками исключительно для личного пользования не является ни правонарушением, ни нарушением прав владельцев торговых марок. Очевидно, что это одна из следующих целей лоббирования для владельцев брендов, и безусловно, критический пробел, который активно используют продавцы контрафактных товаров.

Кроме государственных структур обеспокоенность проблемой контрафакта проявляют непосредственно электронные площадки, поэтому стоит рассмотреть какие методы борьбы с подделками они используют.

Amazon в 2019 г. в своем отчете отметил: «Поскольку в соответствии с нашей программой гарантий мы возмещаем покупателям затраты в случае приобретения ими контрафакта, то по мере роста продаж сторонних продавцов стоимость этой программы будет только увеличиваться и может негативно повлиять на наши операционные результаты».³

Платформа получает большую часть прибыли благодаря сторонним продавцам (во II квартале 2020 г. 53 % продаж пришлось на независимых продавцов).⁴ Это положительный момент, но в последние годы все чаще стали возникать проблемы из-за судебных исков, связанных с продажей подделок на Amazon, со стороны крупных брендов. Например, в 2017 г. немецкий концерн Daimler AG судился с Amazon из-за нарушения патентного законодательства, в связи с продажей поддельных колес. В свою очередь Amazon настаивает, что нести ответственность за эти нарушения должны сторонние продавцы. Кроме Daimler в суд обратился бренд модной одежды Ella Moss с таким же обвинением.

Китайской платформой электронной коммерции Alibaba в 2017 г. был создан Антиконтрафактный Альянс (Alibaba Anti-Counterfeiting Alliance — ААСА). В него вошли порядка 500 известных брендов из 17 стран, товары которых реализуются на площадке онлайн-ритейлера. Участниками Альянса являются Louis Vuitton, Tapestry, Michael Kors, Prada, Apple, Samsung, Huawei, Adidas, Burberry, Ralph Lauren и т.д.

И Alibaba, и Amazon пытаются бороться с контрафактом используя искусственный интеллект, при этом Alibaba не афиширует особенности работы своей системы. Антиконтрафактный Альянс регулярно проводит конференции, а результаты борьбы с подделками публикуются в годовых отчетах.

Alibaba старается оперативно реагировать на запросы от участников из Альянса по поводу удаления аккаунтов продавцов, обвиняемых в контрафакте. Если при проверке этот факт подтверждается, товары подлежат изъятию, сведения о продавцах поступают в полицию, их страницы блокируются.

Результаты борьбы с контрафактом Альянса весьма успешны: стоимость конфискованных товаров в 2019 г. уменьшилась в три раза по сравнению с 2018 г., что свидетельствует о сокращении количества правонарушений, связанных с подделками и в целом положительных итогах работы ААСА.

Также актуальной является проблема охраны авторского права на рынке информационных технологий. В 2011 г. было разработано Торговое соглашение по борьбе с контрафактом (The Anti-Counterfeiting Trade Agreement — АСТА) по инициативе ряда промышленно развитых стран (США, Австралия, Канада, Япония, Марокко, Новая Зеландия, Сингапур и Южная Корея). Данное соглашение нацелено на противодействие пиратству в Интернете и сфере ИТ. Обсуждение основных положений АСТА проводилось без участия таких специализированных

³ Amazon наконец призналась инвесторам, что у нее есть проблема с контрафактом. URL: <https://qz.com/1542839/amazon-has-finally-admitted-to-investors-that-it-has-a-counterfeit-problem>.

⁴ URL: <https://www.statista.com/statistics/259782/third-party-seller-share-of-amazon-platform>.

международных организаций как ЮНЕСКО, ВОИС, в которые входят страны, замеченные в частых нарушениях авторского права. Содержание переговоров не разглашалось, поэтому международные организации не располагали сведениями о будущем договоре.

Страны-участницы АСТА планировали организацию международной системы контроля за соблюдением авторских прав, в рамках которой таможенные органы государств, подписавших данное Соглашение, имеют право проверять содержание ноутбуков, плееров и телефонов для выявления в них пиратского контента. Это вызвало протесты в европейских странах из-за ограничения основных гражданских свобод. Также все страны по замыслу создателей АСТА обязаны были разрешить владельцам авторских прав требовать от провайдеров удаления информации, нарушающей авторские права (даже без предоставления доказательств факта пиратства).

Проанализируем ситуацию в России. В 2021 г. российской таможенной службой предотвращен ущерб, который мог быть причинен правообладателям в связи с введением контрафактных товаров в оборот, на сумму 7,2 млрд р. Это на 50 % превышает показатели 2020 г. (4,7 млрд р.).

Благодаря таможенному контролю было изъято более 7 млн единиц контрафактной продукции, возбуждено 888 дел об административных правонарушениях: 801 по ст. 14.10 КоАП РФ (незаконное использование товарного знака), и 87 по ч. 1 ст. 7.12 КоАП РФ (нарушение авторских и смежных прав).

Среди контрафактных товаров преобладают: детские игрушки (35 %); одежда, парфюмерия и обувь (29 %); автозапчасти (20 %), электроника и аксессуары, включая наушники, зарядки, чехлы (17 %).

Сфера одежды и обуви входит в число лидеров в Российской Федерации по масштабам контрафакта. С подобной продукцией и ее поставщиками бороться сложнее в случае, когда контрафакт уже прошел санитарный, таможенный и другие виды контроля. Достаточно сложно ввести запрет на такие товары, если отсутствуют дефекты и собраны необходимые разрешающие документы.

Контрафактные товары также перемещают транзитом с территории Казахстана или Киргизии в Белоруссию, при этом во время досмотра ничего сделать нельзя, так как транзит не предусматривает введение товаров в оборот на территории данных стран.

Можно выделить отрасли, в которых контрафакт занимает весомую долю в обороте продукции: легкая промышленность (50–60 % нелегальных товаров приходится на импорт из стран дальнего зарубежья, 25–30 % из стран ЕАЭС, порядка 15 % производят в России); рынок автомобилей (20–30 % контрафактного производства и оборота); рынок топлива (переработка качественного топлива в аналог ниже по качеству ведет к тому, что доля нелегального топлива достигает 30 % от всего оборота); рынок табака и алкоголя (большая часть этой продукции перевозится через таможенную границу ЕАЭС) и др. [10].

В соответствии с Таможенным кодексом ЕАЭС таможенные органы принимают меры по защите прав на ОИС, включенные в ЕТРОИС (Единый таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности государств-членов ЕАЭС) или национальный таможенный реестр, который ведется таможенными органами государства-члена ЕАЭС. Для включения объекта в ЕТРОИС необходимо провести согласование с таможенными органами всех стран ЕАЭС (защита предоставляется в течение двух лет) [11, с. 24].

Проблема контрафакта не обошла стороной и российские платформы электронной коммерции. По данным международной компании Group-IB, около 20 % контрафактных товаров были проданы через российские интернет-магазины.

Если раньше крупнейший онлайн-ритейлер Wildberries тщательно проверял документы о качестве предлагаемых товаров, то, после 2018 г. поток товаров стал значительнее, а контроль слабее из-за нехватки специалистов и соответствующей техники. Реакция на поступающие жалобы тоже стала не такой оперативной, что дает возможность потенциальным продавцам реализовать большие партии товаров. Маркетплейс не является непосредственно участником сделки, но он работает с большим количеством продавцов, и имеет право потребовать от них сертификат качества на товар (Ростест, Роспотребнадзор), могут запросить права на использование брэнда от официального дистрибьютора, но сейчас эти вопросы не поднимают, так как западные компании боятся испортить репутацию, подтверждая поставки в Россию в нынешних условиях. Поэтому к вышеуказанным документам относятся лояльно, что способствует и росту контрафакта на маркетплейсах.

Борьбе с контрафактной продукцией в российском онлайн-ритейле препятствует существующее законодательство. Чтобы заблокировать сайт, через который реализуют контрафакт, необходимо решение суда, а это достаточно длительный и финансово затратный процесс. Также методы противодействия контрафакту самих российских ритейлеров устарели по сравнению с электронными системами выявления подделок, созданных Amazon и Alibaba.

Например, популярная в России платформа электронной коммерции Ozon, запустившая независимых продавцов на свою площадку в 2018 г., вручную занимается удалением продавцов, уличенных в контрафакте после реакции на запрос у них документов о связи с правообладателем торгового знака. Также практикуется сотрудничество с эксклюзивными дистрибьюторами и правообладателями известных брендов, но темпы роста продаж на Ozon демонстрируют, что применение только этих мер недостаточно.

Если проанализировать статистику по Иркутской области, то ситуация получается следующая: согласно данным пресс-службы Иркутской таможни за 1-й квартал 2022 г. количество выявленного контрафакта превышает аналогичный показатель предыдущего года в 2 раза. Большая часть конфискованных товаров — это сигареты с незаконным использованием товарных знаков «Космос», «Родопи», «Стюардесса», «ВТ», «LD Compact Blue», «Петр I», «Marlboro» и др. Из других категорий контрафактных товаров можно выделить конструкторы «LEGO NEXO KNIGHTS» и «THE LEGO MOVIE 2», спортивную одежду и обувь «ADIDAS», «REEBOK», зажигалки «Feudor», батарейки «DURACELL», автосигнализации с незаконной маркировкой «Starline». Кроме того, иркутские таможенники проверили международные почтовые отправления, в которых находилась продукция с известными товарными знаками («BURBERRY», «LANCÔME», «CHANEL», «Disney», «L'oreal» и т.д.). После взаимодействия с правообладателями, некоторые товары были признаны контрафактными и их ввоз запретили.

Помимо ввоза из-за границы, контрафактные товары могут производить непосредственно в России. Поэтому используемые в нашей стране методы борьбы с контрафактом отличаются в зависимости от места производства продукции. В случае импорта контрафакта предприниматели для защиты своих товаров могут внести товарный знак в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС). В этом случае таможенные службы во время проведения контроля товаров обнаружат признаки контрафакта и сообщат об этом правообладателю. Таким образом предприниматели смогут не только остановить ввоз контрафакта, но и получить сведения о нарушителе и возмозной сумме ущерба, а также компенсацию в случае незаконного использования зарегистрированного товарного знака.

Среди инструментов по борьбе с контрафактом, которые вправе использовать владелец ОИС после их включения в вышеуказанный таможенный реестр, мож-

но выделить следующие: привлекать нарушителя к ответственности совместно с представителями ФТС; запрещать ввоз контрафактных товаров и накладывать на них арест; подавать иски в суды с целью уничтожения контрафакта и взыскания компенсации.

Административный штраф в результат выявления контрафакта согласно ч. 1 ст. 14.10 КоАП РФ, составляет:

- на граждан от 5 000 до 10 000 р.;
- на должностных лиц от 10 000 до 50 000 р.;
- на юридических лиц от 50 000 до 200 000 р.

Также могут применить меры в виде конфискации предметов, содержащих незаконное воспроизведение товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара, а также материалов и оборудования, используемых для их производства, и иных орудий совершения административного правонарушения.

Изменение количества объектов, включенных в ТРОИС с 2010 г. представлено на рис. 2. К 2019 г. данный показатель демонстрировал стабильный рост, достигнув 5 141 объекта.

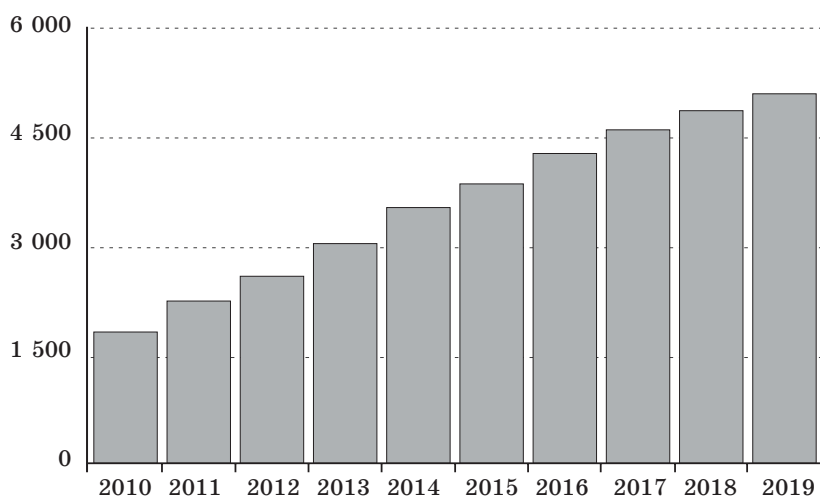


Рис. 2. Динамика количества объектов, включенных в ТРОИС

Источник: [12, с. 356].

В I квартале 2022 г. в Таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности находилось 5 857 объектов. Большую часть из них составляли товарные знаки. В товарной структуре преобладали алкогольные напитки, спортивная одежда и обувь, а также кондитерские изделия.⁵ За тот же период таможенными органами было выявлено 4,6 млн шт. контрафактных товаров и возбуждено 187 дел об административных правонарушениях.

Напомним, что 30 марта 2022 г. вступило в силу постановление Правительства РФ от 29.03.2022 г. № 506, которое утвердило легализацию параллельного импорта, позволяя поставщикам импортной продукции осуществлять ее реализацию в

⁵ Результаты защиты прав на объекты интеллектуальной собственности // Федеральная таможенная служба. 2022. URL: <https://customs.gov.ru/uchastnikam-ved/zashhita-prav-intellektual-noj-sobstvennosti/rezul-taty-zashhity-prav-na-ob-ekty-intellektual-noj-sobstvennosti>.

РФ без разрешения владельца товарного знака. Перечень товаров для параллельного импорта, подготовленный Минпромторгом РФ, включает 96 пунктов.

Как отмечал глава министерства Денис Мантуров, перечень будет корректироваться в зависимости от решений иностранных компаний по работе в России. При этом параллельный импорт не означает легализацию контрафакта: он предполагает ввоз оригинальных товаров, но через альтернативные каналы поставок.⁶

Во втором случае, когда контрафакт был произведен в России и подделка была выявлена — правообладатели могут подать иск в суд. Именно так добиваются запрета нелегального использования товарного знака и получают компенсацию полученного ущерба. Рекомендуется также оформлять заявление в УФАС и привлекать правонарушителя к ответственности за недобросовестную конкуренцию. Для выявления нарушения патентные поверенные проводят экспертизу товаров, по результатам которой становится понятно, нарушены права на товарный знак или нет.

Сложным моментом для взыскания компенсации является доказательство объема проданной продукции, так как эти сведения должны подтверждаться документально. К ответственности привлекают как юридических, так и физических лиц.

Аудио и видеозапись заключения договора розничной купли-продажи с целью приобретения спорного товара используют как способ защиты нарушенного права, по смыслу гражданского законодательства это относится к самозащите. Суды признают такой метод надлежащим доказательством.

Также стоит упомянуть про цифровую маркировку товаров. Эффективность принятия таких мер иногда оценивается скептически. В частности, применение маркировок в качестве метода борьбы с контрафактом было еще в 2010-е гг., когда Россия вступала в ВТО. Соответствующая инициатива не имела успеха: такие маркировки покупали нелегальные производители, также они покупали марки и без согласия легального производителя использовали для идентификации товара.

Надежная маркировка для защиты от подделок изготавливается по уникальной технологии включения в состав защитной метки микрочастиц с определенными свойствами (выше уже упоминалось подобное ноу-хау в Японии). Такие метки невозможно скопировать или отсканировать. К скрытым защитным элементам относят магнитные метки, с включением в красители металлизированных порошков, которые можно обнаружить магнитным детектором; уникальные маркировки с хаотическим распределением элементов, проверяемые с помощью оптического сканера и другие технологии. Надо понимать, что стоят такие инновационные метки недешево, и используют их только для дорогостоящих эксклюзивных товаров.

Электронные технологии идентификации и защиты товаров от контрафакта становятся все более востребованными, например, уникальный идентификатор для маркировки товара (код от производителя). Такая система использует принцип сравнения кода на упаковке товара с централизованной базой данных уникальных номеров продукции. У каждого товара уникальный код для проверки, который наносят на этикетку или упаковку, и этот код находится под защитным покрытием. Покупатель, удалив защитный слой, узнает уникальный код и отправляет его в базу данных производителя для получения подтверждения оригинальности товара. Если отправленный код не найден в базе, следовательно, товар контрафактный и покупателю сообщают телефон горячей линии для информации о последовательности действий и возможности возврата контрафакта. Подобный способ защиты используют в основном компании, производящие дорогостоящую одежду, обувь, эксклюзивные алкогольные напитки.

⁶ URL: <https://ria.ru/20220506/import-1787230318.html>.

Радиочастотная идентификация также является перспективной антиконтрафактной технологией. Этот способ предусматривает внедрение чипов с записанной информацией в товар или упаковку. Идентификатор благодаря радиоволнам передает сведения о товаре на специальное устройство для сбора и обработки информации. Данная технология дает возможность не только идентифицировать продукцию, но и осуществлять мониторинг ее передвижения, поэтому широко используется в таких странах как Япония, Германия, США, Великобритания, Нидерланды и некоторых других странах.

В нашей стране идет освоение радиочастотных защитных технологий, и темпы роста российского рынка этих технологий выше по сравнению с мировым рынком. В 2016 г. запустили пилотный проект применения радиометок при маркировке российских изделий из меха, экспортируемых в страны Таможенного союза. Затем электронная маркировка стала обязательной для шуб, а также началась подготовка по использованию этой технологии для маркировки ценных пород древесины, фармацевтической продукции и других видов товаров.

Кроме того, в России разработана Комплексная система мониторинга и оценки ситуации в сфере борьбы с контрафактом (Распоряжение Правительства РФ от 05.03.2021 г. № 551-Р). На первом этапе (2021–2022 гг.) было запланировано утверждение нормативно-правовой базы, разработка методики оценки рынков, проведение регулярного анализа и изучение мирового опыта, а также создание портала по противодействию контрафакту на базе Государственной информационной системы промышленности (ГИСП), с помощью которого будет автоматизирован сбор информации и ее обработка. Второй этап (2023–2025 гг.) предполагает расширение сферы применения освоенных механизмов, методическую поддержку региональных властей. Также планируется развивать международное сотрудничество по мониторингу контрафактной продукции.

В феврале 2021 г. Правительством была утверждена Стратегия по противодействию незаконному обороту промышленной продукции до 2025 г. Приоритетными отраслями для мониторинга в ней указаны химическая, электронная, пищевая и легкая промышленность, фармацевтика, автомобилестроение, сельскохозяйственное машиностроение, народные художественные промыслы.

Большое внимание в данной стратегии уделено развитию института общественного контроля, для этой цели по инициативе Минпромторга был создан Национальный научный центр компетенции в сфере противодействия незаконному обороту продукции.

Крупнейшие российские маркетплейсы Wildberries, Ozon и «Яндекс Маркет» создали единую информационную систему для борьбы с контрафактом. Решение реализовано на площадке Ассоциации компаний интернет-торговли — обмен информацией повысит уровень доверия к интернет-торговле и сможет гарантировать безопасность покупок, рассчитывают игроки.⁷

В систему вносятся данные о случаях размещения контрафакта, сведения об их продавце, а также документы, подтверждающие нарушение. После этого обнаруживший контрафакт маркетплейс блокирует предложение о его продаже на своих платформах. Остальные площадки при совпадении данных могут запросить у продавца документы, а при их отсутствии или недостоверности — также заблокировать предложение у себя. Если наличие подделок подтверждается, деятельность продавца на площадке приостанавливается на три месяца, при повторном нарушении этому поставщику может быть отказано в размещении товарных предложений на всех площадках страны, подключенных к системе. Полный доступ к

⁷ URL: <https://www.forbes.ru/biznes/473889-wildberries-ozon-i-andeks-market-sozdali-edinuu-sistemu-dla-bor-by-s-kontrafaktom>.

единой информационной системе будет предоставлен по запросу госорганам для проведения проверок.

Система борьбы с оборотом контрафактных товаров должна включать в себя законодательные, организационные, правоприменительные и образовательные меры. Согласно результатам инициативного опроса BrandMonitor, покупатели люксовых подделок отрицательно относятся к борьбе с контрафактом. Половина опрошенных потребителей возлагают ответственность за сокращение продаж контрафактной продукции на государство.⁸

Подведем итоги, проблема контрафакта является актуальной для большинства стран мира, однако существуют страновые и региональные особенности, не смотря на схожие методы борьбы с контрафактом. Тем не менее, изучение опыта разных стран и ассоциаций и его адаптация к российским условиям может дать положительный эффект. В России, несомненно, есть собственные разработки и стратегии по борьбе с контрафактом, однако ситуация в стране и мире быстро меняется, появляются новые схемы или каналы поставок, что требует адекватной реакции как со стороны государственных органов, так и со стороны предпринимателей. Что касается потребителей, то тут на наш взгляд, все будет зависеть от роста доходов и возможности покупать качественные брендовые товары.

⁸ URL: <https://brandmonitor.ru/materials/pokupateli-poddelok-ne-podderzhivayut-borbu-s-kontra-faktom>.

Список использованной литературы

1. Шаурина О.С. Актуальные проблемы ввоза контрафактной продукции на территорию Российской Федерации / О.С. Шаурина, А.С. Савватеева. — EDN [USMOCK](#) // Аллея Науки. — 2018. — № 5 (21). — С. 922–932.
2. Маслова И.С. Понятие контрафакта в российском законодательстве / И.С. Маслова, К.Н. Исаева. — EDN [YCNBDN](#) // Пробелы в российском законодательстве. — 2018. — № 5. — С. 74–76.
3. Соловьев В.С. Преступность в социальных сетях Интернета (криминологическое исследование по материалам судебной практики) / В.С. Соловьев. — DOI 10.17150/1996-7756.2016.10(1).60-72. — EDN [VPBFZR](#) // Криминологический журнал Байкальского государственного университета экономики и права. — 2016. — Т. 10, № 1. — С. 60–72.
4. Балиновская Д.В. Особенности развития русско-китайского таможенного сотрудничества / Д.В. Балиновская, С.А. Федорова. — DOI 10.17150/2411-6262.2021.12(2).16. — EDN [JVSQOH](#) // Baikal Research Journal. — 2021. — Т. 12, № 2. — URL: <http://brj-bguep.ru/reader/article.aspx?id=24537>.
5. Ши Икэ. Влияние внешнеторговой политики на экономическое развитие Китая / Ши Икэ, Н.Р. Эпова. — DOI 10.17150/2587-7445.2021.5(1).25-35. — EDN [CYSFUX](#) // Российско-китайские исследования. — 2021. — Т. 5, № 1. — С. 25–35.
6. Хижняк Д.С. Предупреждение транснациональной преступности и борьба с нею как стратегическая задача государства: опыт США / Д.С. Хижняк. — DOI 10.17150/1996-7756.2015.9(2).385-393. — EDN [TXKVPV](#) // Криминологический журнал Байкальского государственного университета экономики и права. — 2015. — Т. 9, № 2. — С. 385–393.
7. Ломсадзе Д.Г. Актуальные проблемы теневой экономики: опыт ЕС по борьбе с контрафактной продукцией и возможность его адаптации в России / Д.Г. Ломсадзе, Е.О. Дедюрина. — Воронеж : РИТМ, 2019. — 151 с.
8. Шихатов Н.В. Проблемы контрафактной и контрабандной продукции в Европе / Н.В. Шихатов. — EDN [LHQCUW](#) // Молодой ученый. — 2020. — № 18 (308). — С. 190–193.
9. DuBarry S. The paradox of free trade zones: economic prosperity and transnational crime / S. DuBarry, E. Ametova. — Miami : Florida International University, 2014.
10. Ботарева Е.А. Проблемы борьбы с незаконным оборотом контрафактной продукции / Е.А. Ботарева. — DOI 10.24411/2500-1000-2020-10163. — EDN [CJRVUE](#) // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2020. — № 2-2. — С. 104–106.

11. Шугурова И.В. Направления совершенствования таможенной защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в рамках ЕАЭС / И.В. Шугурова. — EDN [KGFSKY](#) // Журнал суда по интеллектуальным правам. — 2021. — № 3. — С. 21–32.

12. Башлыкова В.В. Возможности противодействия обороту контрафактной продукции как фактор социально-экономической безопасности России / В.В. Башлыкова. — DOI 10.18334/ecsec.3.3.110594. — EDN [UUWFQO](#) // Экономическая безопасность. — 2020. — Т. 3, № 3. — С. 351–362.

References

1. Shaurina O.S., Savvateeva A.S. Contemporary Issues of Counterfeit Products Import onto the Territory of the Russian Federation. *Alleya nauki = Alley-Science*, 2018, no. 5 (21), pp. 922–932. (In Russian). EDN: [USMOCK](#).

2. Maslova I.S., Isaeva K.N. The Concert of Counterfeit in the Russian Legislation. *Probeli v rossiiskom zakonodatel'stve = Gaps in Russian legislation*, 2018, no. 5, pp. 74–76. (In Russian). EDN: [YCNBDN](#).

3. Solov'ev V.S. Crime in Social Networks (Criminological Research Based on Udicial Practice Materials). *Kriminologicheskii zhurnal Baikalskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i prava = Criminology Journal of Baikal National University of Economics and Law*, 2016, vol. 10, no 1, pp. 60–72. (In Russian). EDN: [VPBFZR](#). DOI: 10.17150/1996-7756.2016.10(1).60-72.

4. Balinovskaya D.V. Features of the Development of Russian-Chinese Customs Cooperation. *Baikal Research Journal*, 2021, vol. 12, no. 2. (In Russian). EDN: [JVSQOH](#). DOI: 10.17150/2411-6262.2021.12(2).16.

5. Shi Ike, Epova N.R. The Impact of Foreign Trade Policy on China's Economic Development. *Rossiisko-kitaiskie issledovaniya = Russian and Chinese Studies*, 2021, vol. 5, no. 1, p. 30. (In Russian). EDN: [CYSFUX](#). DOI: 10.17150/2587-7445.2021.5(1).25-35.

6. Khizhnyak D.S. Prevention of Transnational Crimes and Combating Them as Strategic Task of the State : the USA Experience. *Kriminologicheskii zhurnal Baikalskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i prava = Criminology Journal of Baikal National University of Economics and Law*, 2015, vol. 9, no. 2, pp. 385–393. (In Russian). EDN: [TXKVPV](#). DOI: 10.17150/1996-7756.2015.9(2).385-393.

7. Lomsadze D.G., Dedyurina E.O. *Current Problems of Hidden Economy: EU Experience in Combating Counterfeit Products and Its Adaptation in Russia*. Voronezh, RITM Publ., 2019, 151 p.

8. Shikhatov N.V. The Problems of Counterfeit and Contraband Products in Europe. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*, 2020, no. 18 (308), pp. 190–193. (In Russian). EDN: [LHQCUW](#).


9. DuBarry S., Ametova E. *The Paradox of Free Trade Zones: Economic Prosperity and Transnational Crime*. Miami, Florida International University, 2014.

10. Botareva E.A., Paulov P.A. Problems of the Fight Against Illegal Trafficking of Counterfeit Products. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2020, vol. 2-2, pp. 104–106. (In Russian). EDN: [CJRVUF](#). DOI: 10.24411/2500-1000-2020-10163.

11. Shugurova I.V. Directions for Improving the Customs Protection of Intellectual Property Rights Within the EAEU. *Zhurnal suda po intellektual'nym pravam = Journal of the Intellectual Rights Court*, 2021, no. 3, pp. 21–32. (In Russian). EDN: [KGFSKY](#).

12. Bashlykova V.V. Opportunities to Counteract the Turnover of Counterfeit Products as a Factor of Socio-Economic Security of Russia. *Ekonomicheskaya bezopasnost' = Economic Security*, 2020, vol. 3, no. 3, pp. 351–362. (In Russian). EDN: [UUWFQO](#). DOI: 10.18334/ecsec.3.3.110594.


Информация об авторах

Эпова Наталья Рудольфовна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, natalia_epova@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-6743-0222>, SPIN-код: 6911-5749, AuthorID РИНЦ: 486609.

Балашова Мария Александровна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный уни-

верситет, г. Иркутск, Российская Федерация, mabalashova@mail.ru, SPIN-код: 4837-0827, AuthorID РИНЦ: 268057.

Authors

Natalia R. Epova — PhD in Economics, Associate Professor, Department of World Economics and Economic Security, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, natalia_epova@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-6743-0222>, SPIN-Code: 6911-5749, AuthorID RSCI: 486609.

Maria A. Balashova — PhD in Economics, Associate Professor, Department of World Economics and Economic Security, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, mabalashova@mail.ru, SPIN-Code: 4837-0827, AuthorID RSCI: 268057.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Для цитирования

Эпова Н.Р. Проблема контрафакта во внешней торговле и методы борьбы с ним / Н.Р. Эпова, М.А. Балашова. — DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(4).12. — EDN [RKVOUY](#) // Baikal Research Journal. — 2022. — Т. 13, № 4.

For Citation

Epova N.R., Balashova M.A. Counterfeiting Issues in Foreign Trade and Methods of Combating It. *Baikal Research Journal*, 2022, vol. 13, no. 3. (In Russian). EDN: [RKVOUY](#). DOI: 10.17150/2411-6262.2022.13(3).12.