

# Контрафакция товарной продукции — НОВЫЙ ВЫЗОВ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

*Исследуются масштаб, структура и динамика глобальной торговли контрафактными товарами. Раскрывается негативное влияние контрафакта на «белую» экономику, на ее развитие по инновационному пути. Рассматриваются меры борьбы с распространением контрафакта, особое внимание уделено инновационным антиконтрафактным технологиям.*

**Ключевые слова:** интеллектуальная собственность, товарный знак, контрафактная продукция, экономические потери от контрафакта, инновационные антиконтрафактные технологии.



**В. П. Клавдиенко,**  
*д. э. н., ведущий научный сотрудник,*  
**МГУ им. М. В. Ломоносова**  
*klavdienko@econ.msu.ru*

**В** инновационной экономике для многих компаний, фирм и предприятий нематериальные активы в развитии бизнеса приобретают особую роль, порой более значимую, чем материальные активы. В балансах некоторых зарубежных компаний доля нематериальных активов составляет 60-70% и более. Так, в компании Coca Cola соотношение нематериальных и материальных активов составляет — 96/4, в компании IBM — 83/17, в British Petroleum — 70/30 [6, 7].

Одним из видов нематериальных активов является исключительное право на закрепленный в собственности компании товарный знак — средство индивидуализации товара с помощью обозначений (названий, логотипов, символов и т. п.). Товарный знак, делая товар узнаваемым, выделяя его среди других однородных изделий, служит активным средством привлечения внимания покупателей к маркируемым товарам, обеспечивает устойчивый спрос на продукцию компаний — правообладателей товарного знака, увеличивает стоимость товарной продукции, «генерирует» дополнительную прибыль.

В большинстве стран мира товарному знаку предоставляется правовая охрана, и за незаконное использование товарного знака установлена гражданская, административная и уголовная ответственность. В США, например, в соответствии с Федеральным законом «О товарных знаках» (Закон Лэнхема, 1846 г.) и Федеральным законом «О нарушении товарных знаков» (1984 г.) за незаконное использование чужих товарных знаков и реализацию контрафактной продукции виновный может быть наказан штрафом до \$2 млн и/или тюремным заключением до 10 лет. В России товары, этикетки, упаковки товаров, на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение считаются контрафактными. В этом случае правообладатель

товарного знака вправе требовать от нарушителя возмещения убытков либо компенсацию в сумме от 10 тыс. до 5 млн руб. (конкретная сумма устанавливается судом) [2]. В последние годы во многих странах ужесточены наказания за незаконное использование товарного знака. В частности, повышены верхние границы штрафных санкций и сроков лишения свободы для нарушителей (в Болгарии, Индии, Италии, России и др.), введена ответственность за сбыт контрафактной продукции в странах, где ранее такая ответственность распространялась только на изготовителей контрафакта (восточноевропейские страны) и т. п. Вместе с тем, несмотря на всеобщее ужесточение законодательства в части борьбы с контрафактом, это явление продолжает нарастать и шириться, охватывая новые группы товаров, сектора экономики, страны, международную торговлю.

Контрафакт (контрафактная продукция) — явление многообразное, проявляющееся в различных формах. К наиболее распространенному типу контрафактной продукции относятся товары, на которых незаконно размещен товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, имитирующее чужой товарный знак. Другой, набирающий обороты тип контрафактной продукции — товары, произведенные с нарушением авторских прав (незаконное тиражирование аудио- и видеозаписей, программных продуктов, книг и др.). Такой вид контрафакта широко известен под термином «пиратство». Продукцию, в производстве которой незаконно использованы чужие патенты на изобретения, промышленный образец или полезную модель, по сути, также можно трактовать как контрафактную. Характерным признаком контрафакта является нарушение прав интеллектуальной собственности. В отличие от подделок, которые вводят в заблуждение покупателя относительно свойств реализуемого товара (состава, срока годности и пр.),

контрафакт нарушает в первую очередь интересы других экономических агентов. При этом не всегда и не столь очевидно нарушаются права потребителей.

В предлагаемой статье в фокусе внимания находится первый из отмеченных типов контрафакта — товары, незаконно маркируемые товарным знаком или сходным с ним до степени смешения обозначением, имитирующим чужой товарный знак. И хотя в современной мировой экономике атакам правонарушителей подвергаются не только товарные знаки, но и чужие патенты на изобретения, промышленные образцы, полезные модели и другие объекты интеллектуальной собственности, львиная доля правонарушений в этой сфере (95% общего количества выявленных случаев) приходится именно на незаконное использование товарного знака [13].

## Новая глобальная пандемия

В последние полтора десятилетия одной из устойчивых тенденций глобальной экономики является рост производства и сбыта контрафактной продукции. В 2000-2015 гг. динамика контрафактной продукции в каналах международной торговли неизменно опережала темпы роста мирового товарооборота (рис. 1).

При росте торговли товарами в 2,9 раза объем контрафактной продукции в каналах международной торговли увеличился почти в 6 раз. В результате доля контрафакта в мировой торговле товарами возросла с 1,8 до 3,3%. В докладе, подготовленном в 2016 г. экспертами ОЭСР и Европейского ведомства по интеллектуальной собственности, объем контрафактной продукции в мировой торговле оценивается в \$461 млрд. И это, как отмечают эксперты, лишь надводная часть айсберга, не включающая торговлю контрафактом в рамках национальных экономик, а также через сеть Интернет [19].

Официальная статистика большинства стран пока не приводит полных данных о масштабах торговли контрафактной продукцией в рамках национальных границ. Компании, как правило, таких сведений также не предоставляют. Оценки объема контрафактной продукции на внутреннем рынке даются экспертным путем, и рассматриваются как приблизительные. Так,

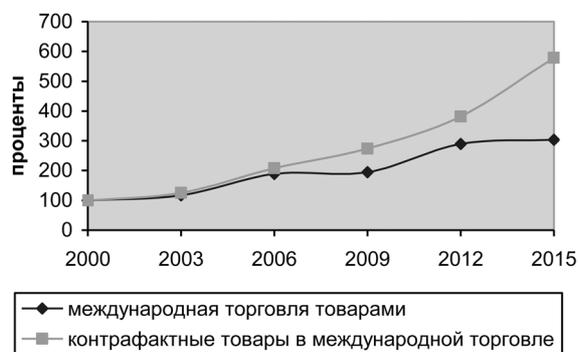


Рис. 1. Динамика международной торговли товарами и темпы роста контрафактной продукции в международной торговле (рассчитано и составлено по [8, 16, 18, 19])

по оценкам экспертов международной организации «Союз производителей против контрафакта и пиратства» (Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy — BASCAP) объем контрафактной продукции в рамках национальных экономик в 2015 г. составил \$370-570 млрд [9].

Производство и торговля контрафактной продукцией распространены во многих странах мира. Однако бесспорным лидером производства контрафактной продукции и главным ее экспортером является Китай. По данным ОЭСР и Европейского ведомства по интеллектуальной собственности, основанным на анализе 500 тыс. случаев конфискации контрафактных товаров таможенными ведомствами различных стран мира, на долю этой страны приходится более 2/3 объема мировой торговли контрафактными товарами. За Китаем с большим отрывом следуют Турция (3,3%), Сингапур (1,9%), Таиланд (1,6%), Индия (1,2%) [19].

Контрафактное производство и торговля охватывают все более широкий спектр товарной номенклатуры — от детских игрушек и продуктов питания до запасных частей к автомобилям и самолетам. Традиционно велики масштабы контрафакта на рынке алкогольной, табачной, фармацевтической продукции. По оценкам экспертов ОЭСР, на мировом рынке алкогольной продукции доля контрафакта составляет не менее 25%, а на мировом рынке табачной продукции — 11,6% общего объема продаж. Подделка лекарств, по сути, приобрела характер глобальной проблемы. Доля контрафакта в мировом обороте фармацевтической продукции составляет в среднем 7-10%. При этом в ряде стран Азии и Латинской Америки — достигает 30, а в некоторых регионах Африки — 40% [10]. Высок интерес фальсификаторов к сектору бытовой электроники (26%), программного обеспечения (10), продовольственной продукции (8), автозапчастей, игрушек, одежды и обуви (см. рис. 2).

Особым интересом правонарушителей пользуется продукция компаний и фирм США, Франции, Италии, Швейцарии, Германии. Наиболее часто их атакам подвергаются товары всемирно известных брендов, например: Nike, Adidas, Chanel, Dolce&Gabbana, Gucci, Rolex, Hugo Boss, Marlboro [19]. Пользуясь тем, что известные производители товаров вложили в свои

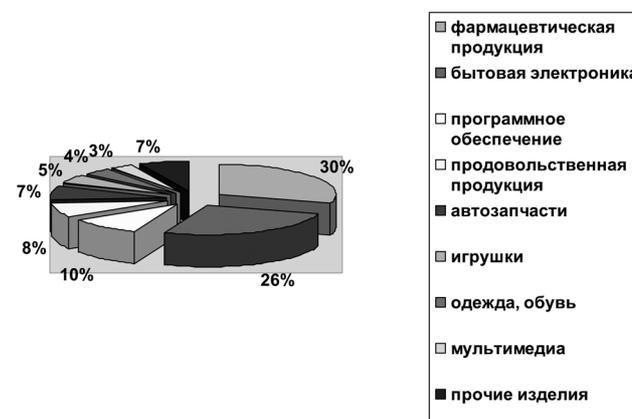


Рис. 2. Основные товарные группы в глобальном обороте контрафактной продукции, % (2014 г.) (рассчитано и составлено по [4, 8, 11, 19])

бренды огромные финансовые средства и интеллектуальные ресурсы, сделали их узнаваемыми и престижными, производители и торговцы контрафактной продукцией, паразитируют на брендовых товарах и получают преступные доходы. Масштабы контрафакции оригинальных товаров в мировом хозяйстве продолжают нарастать, принимая характер глобальной пандемии, нанося при этом ущерб не только законным правообладателям товарных знаков, но экономике и обществу.

## Потери «белой» экономики от контрафакта

Потери «белой» экономики от контрафактной продукции включают следующие основные компоненты: потери государства (бюджета), убытки компаний-правообладателей, ущерб потребителей (предприятий, частных лиц).

Изготовление и продажа контрафактной продукции лишает государственный бюджет части поступлений в форме акцизов и налогов. Так, в 2014 г. только от продажи контрафактных сигарет российское государство недополучило более 11 млрд руб. в виде налогов (акциза и НДС) [3]. В странах ЕС от неуплаты налогов с продажи контрафактных сигарет государственные бюджеты теряют сумму, эквивалентную \$12,5 млрд, а в масштабах мирового хозяйства по этой причине в казну разных стран не поступает более \$50 млрд [10, 20].

К общегосударственным издержкам от контрафакта следует отнести также расходы бюджета на профилактику контрафактной деятельности, на содержание и финансирование правоохранительных и таможенных органов в части выполнения ими функций по выявлению и пресечению контрафакта. Кроме того процесс аутентификации товаров требует затрат времени квалифицированных экспертов, а это тоже общественные издержки, которые обусловлены распространением контрафакта.

Для компаний – правообладателей товарных знаков основные потери связаны с уменьшением объема продаж оригинальных товаров и недополучением прибыли в результате замещения их продукции контрафактными изделиями. Например, в результате снижения продаж своих оригинальных изделий из-за наплыва контрафактной продукции на мировом

рынке автодеталей, автомобильные компании Toyota, Hyundai ежегодно теряют по \$30 млрд каждая. Это больше чем ВВП таких стран как Армения, Исландия, Киргизия, Монголия, Таджикистан и многих других.

Европейские фирмы – производители модной одежды, обуви и аксессуаров в 2014 г. потеряли 26,3 млрд евро из-за наплыва контрафактной продукции (преимущественно из Китая, Турции, ОАЭ, Индии). И это только прямые денежные убытки компаний данного сектора. К ним следует добавить ущерб легитимных производителей в сопряженных секторах экономики, а это еще 17 млрд евро. Похожая картина и в других секторах европейской экономики (табл. 1).

Наступление контрафакта на «белую» экономику заставляет легитимных производителей нести дополнительные расходы на модернизацию дизайна и новые технологии для изготовления сложных упаковок и защитных элементов, снижающих риск подделок маркированных изделий. Немалые средства компании – производители маркированной продукции вынуждены тратить на мониторинг рынка, выявление случаев фальсификации оригинальных изделий, содействие юридическому оформлению правонарушений и судебному преследованию правонарушителей и др.

Полная и точная оценка ущерба от контрафактной деятельности для экономики и общества затруднена в связи с фрагментарностью публикуемых данных и отсутствием соответствующих методик, однако речь идет о многих миллиардах долларов. По данным Союза производителей против контрафакта и пиратства (BASCAP), наибольший ущерб от притока контрафактной продукции испытывают экономики США, Мексики, Японии, Китая (табл. 2).

В ряде стран (Канада, Турция, Индия и др.) по масштабам и, соответственно, по доле в ВВП, ущерб от контрафакта сопоставим с внутренними затратами на НИОКР, а в некоторых странах (Мексика, Венгрия, Колумбия, Парагвай и др.) – превышает национальные вложения в эту сферу. В России, по разным оценкам, потери от контрафактной торговли для компаний – производителей оригинальных товаров составляют в среднем 10%, а для экономики в целом – от \$3 до 8 млрд [5, 14].

В результате распространения контрафактной продукции страдают не только компании – правообладатели товарных знаков, недополучающие прибыль.

Таблица 1

Потери некоторых секторов «белой» экономики в странах ЕС от распространения контрафактной продукции [15]

	Одежда, обувь, аксессуары	Косметика, парфюмерия, личная гигиена	Алкогольная продукция	Фармацевтика	Ювелирные изделия, часы
Снижение объема продаж в секторе (в %)	9,7	7,8	3,3	4,4	13,5
Падение доходов легитимных предпринимателей в секторе (млрд евро)	26,3	4,7	1,3	10,2	1,9
Падение доходов легитимных предпринимателей в сопряженных секторах (млрд евро)	17,0	4,8	1,7	7,1	1,6
Сокращение рабочих мест в секторе (тыс.)	363,0	51,6	4,8	37,7	15,0
Сокращение рабочих мест в сопряженных секторах (тыс.)	155,3	27,4	18,5	53,2	13,5
Потери поступлений в госбюджет (млрд евро)	8,1	1,7	1,2	1,7	0,6

Топ-10 стран, по масштабам потерь от контрафактной продукции (2014 г.)

Страна	Размер потерь		Страна	Размер потерь	
	\$ млрд	% ВВП		\$ млрд	% ВВП
США	225	1,3	Канада	30	1,7
Мексика	75	5,5	Великобритания	22	0,7
Япония	75	1,6	Бразилия	15	0,6
Китай	60	0,5	Ю. Корея	14	1,0
Германия	32	0,9	Парагвай	12	20,4

Рассчитано по [4, 8, 16]

И не только бюджет страны, который не пополняется налоговыми поступлениями. Распространение контрафакта — это также серьезный вызов работникам предприятий, выпускающих оригинальную продукцию, маркированную товарным знаком. В странах «Большой двадцатки» (G-20) из-за наплыва контрафактной продукции, предприятия, производящие оригинальную продукцию, вынуждены ежегодно закрывать до 2,5 млн рабочих мест [9]. Важно и то, что сокращение рабочих мест затрагивает, прежде всего, наиболее «продвинутые», инновационные предприятия, выпускающие продукцию высокого качества. Замечу, что на таких предприятиях в странах ЕС, например, в среднем занято 25% работающего населения, в США — более 30% [13, 19]. В условиях глобализации мировой экономики двуединая тенденция — нарастание производства контрафактной продукции и сокращение работников на предприятиях, производящих оригинальные товары, характерна не только для национальных экономик, но и для мирового хозяйства в целом. Рабочие места из целого ряда секторов в странах — лидерах инновационного прогресса «уходят» в Китай, Вьетнам, Мексику и в другие страны с высокой долей «теневого» сектора в экономике.

Немалый ущерб наносят контрафактные изделия и обычным гражданам, потребителям. Контрафактные лекарства, продовольствие, запасные части для самолетов и автомобилей создают угрозу здоровью, и даже жизни людей. По данным Индийской ассоциации производителей автозапчастей, например, более 20% дорожных аварий в стране случаются в результате использования контрафактных автодеталей [17].

Тем не менее, отношение к контрафактным товарам у населения неоднозначное. Осуждая подделку продукции, потребление которой связано с риском для здоровья и жизни (продовольствие, лекарства, автозапчасти и т. п.), значительная часть населения не отказывается приобретать контрафактную парфюмерию, часы, эксклюзивную одежду и обувь и т. п. При сопоставимом качестве контрафактной продукции с оригиналом (и обычно более низкой цене) потребитель зачастую выбирает контрафакт. В Италии, например, опросы потребителей показали, что 25% из них покупают контрафактную одежду и аксессуары, зная о том, что приобретают подделки. Еще более лояльны к контрафактной продукции поляки. Исследования, выполненные в 2015 г. польской консалтинговой компанией «Rynek i Opinia», показали, что 48% поляков покупают контрафактную продукцию, зная, что покупают подделку, но соблазненные ее ценой. По

опросам потребителей, проведенным группой Gallup Organization совместно с компанией «Комком» выяснилось, что в России 38,4% россиян покупали товары, зная или предполагая, что это подделки [5, 12].

Особо следует отметить негативное влияние контрафакта на инновационные процессы и формирование экономики, основанной на знаниях и инновациях. В инновационной экономике интеллектуальная собственность является фундаментальной основой создания стоимости компаний и фирм, главным драйвером экономического роста и повышения конкурентоспособности экономики. Контрафактное производство, нарушая права интеллектуальной собственности, тормозит инновационную активность, подрывает основы творческой и изобретательской деятельности, ставит барьеры на пути инновационного развития на долгосрочную перспективу.

К перечисленным аспектам негативного влияния контрафакта на экономику и общество следует добавить ряд негативных последствий этого явления, связанных с финансированием за счет средств, полученных от реализации контрафактной продукции, незаконного оборота наркотиков и оружия; преступной торговлей людьми и др.

### Инновационные технологии защиты от контрафакта

Мировое бизнес-сообщество и правительства многих стран, осознавая растущие угрозы контрафакта для экономики и общества, активизировали борьбу с этим явлением. Укрепляются правовые, административные, организационные основы антиконтрафактной политики. Теснее становится взаимодействие государства и бизнеса в борьбе с контрафактом, расширяется международное сотрудничество в области охраны прав владельцев товарных знаков. Одним из важных направлений антиконтрафактной политики является поиск эффективных методов и инструментов борьбы с контрафактом, воплощение в жизнь новых инженерных решений в области антиконтрафактных технологий.

В настоящее время на мировом рынке предлагаются десятки антиконтрафактных технологий, которые в данном контексте можно представить следующими группами: открытые, скрытые, специальные, цифровые/электронные (рис. 3).

Открытые технологии — группа защитных элементов, ориентированных, прежде всего на конечного потребителя. Эти элементы видны невооруженным



Рис. 3. Основные виды антиконтрафакционных технологий (составлено автором)

глазом, позволяют покупателю считывать защитные метки, не прибегая к использованию каких-либо инструментов или приборов, легко и быстро удостовериться в подлинности товара.

Скрытые технологии — включают метки, невидимые невооруженным глазом. Для их обнаружения и считывания требуются несложные приборы (сканер, детектор и др.). Конечный потребитель обычно не знает о наличии скрытых меток, они предназначены в основном для проверки подлинности товаров работниками таможен, дистрибутерами, контрольными органами.

Специальные технологии требуют для проверки и контроля специального (обычно лабораторного) оборудования и особых методов анализа.

Цифровые технологии предлагают защитные метки, считывание которых возможно лишь с помощью электронного оборудования.

Одним из наиболее распространенных способов защиты товарной продукции от контрафакта стала голография. Защитные метки (голограммы) наносятся на маркируемые объекты или на упаковку. На метке может быть изображен логотип фирмы или иное изображение. Голограммы изготавливаются на основе самоклеющихся многослойных пленок, и повторное использование голограммы невозможно, так как при попытке снять метку с изделия происходит ее разрушение. Голограммы на основе самоклеющихся многослойных пленок — относительно недорогой способ защиты товарной продукции от контрафакта, однако и не самый надежный.

Для повышения уровня защиты голограммы обычно снабжаются дополнительными защитными элементами. Например, включением в дизайн оригинального изделия рисунков с использованием оптически переменных красок, меняющих свой цвет от изменения угла обзора.

Разновидностью голограмм являются так называемые кинеграммы — «встроенные» в рисунок мини изображения, которые под различными углами обзора дают эффект движения или изменения геометрических форм изображаемого объекта.

Помимо видимых изображений голограммы могут быть снабжены полускрытыми или скрытыми элементами: например, микротекстом, размер которого так мал, что для его считывания необходим прибор с увеличительной способностью до 30 раз, или нано-

текстом, для чтения которого требуется не менее чем 100-кратное увеличение. Эти инновационные технологии маркирования широко используются для защиты фармацевтической продукции от контрафакта, а также при изготовлении акцизных марок и наклеек на акцизные товары. Они обеспечивают высокую степень защиты, их невозможно сканировать и сложно воспроизвести на полиграфическом оборудовании.

В последнее десятилетие в мировой практике получила распространение маркировка с использованием цветопеременных защитных красок, с добавлением в красители специальных добавок, придающих защитным меткам особые признаки. Эти признаки не видны при обычном дневном или искусственном свете и обнаруживаются только под ультрафиолетовым светом или инфракрасном излучении. Такие защитные краски могут наноситься на само изделие, на его упаковку или на контейнер. Верификация этих скрытых защитных элементов осуществляется по их характерным признакам, с помощью специальных приборов. К этой группе защитных элементов относятся также термохромные краски — меняющие свой цвет в ответ на изменения температуры.

Надежной защитной маркировкой является технология, предполагающая «внедрение» в состав защитной метки уникальных микрочастиц, обладающих определенными свойствами. Эти невидимые невооруженным глазом микрочастицы интегрируются в метку в ходе полиграфического производственного процесса, их наличие обнаруживается при проверке с помощью компактного ручного детектора или выявляется при определенных условиях, известных экспертам. Защитные метки, выполненные по такой технологии, являются надежным маркером оригинального изделия, они не могут быть скопированы, отсканированы или размножены с помощью копировальной техники. К этой группе скрытых защитных элементов относятся, в частности, магнитные метки, с включением в красители металлизированных порошков, которые обнаруживаются магнитным детектором; уникальные маркировки с хаотическим распределением элементов (например, защитные метки с пузырьковым эффектом), проверяемые с помощью оптического сканера и другие инновационные технологии. Стоимость меток, выполненных по такой технологии пока высока, и сфера их использования ограничена дорогими эксклюзивными товарами.

Набирают популярность электронные технологии идентификации и защиты товарной продукции от контрафакта. Одной из распространенных технологий этого ряда является маркировка товара уникальным идентификатором (кодом от производителя). Эта система идентификации действует по принципу сопоставления кода, размещенного на упаковке (этикетке) товара с единой централизованной базой данных уникальных номеров продукции. Каждой единице товара присваивается уникальный проверочный код и вводится в специальную этикетку, расположенную на товаре и/или упаковке. Проверочный код в такой этикетке/маркировке скрыт от прочтения защитным покрытием. При покупке товара покупатель вскрывает защитный слой, находит уникальный идентификатор

(код) и отправляет его в единую базу данных производителя посредством электронной связи (Интернет, SMS), автоматически получая подтверждение в подлинности товара. Если же код в базе данных не найден — это означает что товар контрафактный. В этом случае покупатель в ответном сообщении получает номер телефона горячей линии, и операторы контакт-центра информируют его о дальнейших действиях и порядке возврата товара.

Оригинальный вариант такой защитной системы используют некоторые зарубежные фирмы — производители эксклюзивной одежды, обуви, дорогих вин: кроме этикетки с уникальным кодом, в упаковку товара вкладывается банкнота определенного номинала. При этом, чем более ценным является товар, тем более высокого номинала купюра закладывается в упаковку товара (обладающая защитными элементами более высокого уровня). Для подтверждения подлинности товара покупатель, как и в выше описанном случае, отправляет по электронной связи идентификационный код товара в единую базу данных производителя, автоматически получая в ответ соответствующий этому идентификационному коду серийный номер купюры. Сопоставляя полученный из централизованной базы данных серийный номер купюры с номером банкноты, вложенной в упаковку, покупатель убеждается в подлинности товара. Отсутствие банкноты или несоответствие серийного номера свидетельствуют о фальсификации товара.

К числу перспективных, завоевывающих мировой рынок антиконтрафактных технологий, относится радиочастотная идентификация (Radio Frequency Identification — RFID) — способ автоматической идентификации объектов (товаров) посредством радиосигналов. Эта защитная система предполагает, что в маркируемое изделие и/или упаковку имплантируются специальные RFID-метки (микрочипы), с записанными в них сведениями о защищаемом изделии. Излучая радиоволны, RFID-метка передает данные об объекте на считывающее устройство (ридер), которое осуществляет сбор и обработку информации. RFID-технология позволяет не только идентифицировать маркированные объекты, но и отслеживать их перемещение по всему маршруту.

В последние годы в США, Германии, Великобритании, Австрии, Нидерландах, Японии и ряде других стран технология радиочастотной идентификации товаров получила широкое применение в фармацевтической промышленности, логистике, секторе модной одежды, на предприятиях автомобильной промышленности. Например, сборочные заводы компаний Audi, BMW, Mercedes, Toyota в процессе сборки автомобилей устанавливают такие метки на некоторые автодетали. Установленная в изделие на этапе производства метка может в дальнейшем использоваться для подтверждения подлинности предмета, введенного в эксплуатацию. В Германии, Великобритании технология радиочастотной маркировки товаров успешно прошла апробацию в сети гипермаркетов Metro. Планируется, что в ближайшее время во всех магазинах этой сети кассиры перестанут пользоваться ручными сканерами.

Товары, маркированные радиочастотными метками, покупатель будет укладывать в тележку, и провозить ее через турникет на расчетно-кассовом узле. Продукты даже не придется доставать из тележки. Установленные сканеры (ридеры) автоматически считывают по радиосигналу всю информацию о товарах, которые лежат в тележке, и сразу же печатается чек.

Применение RFID-меток получило признание в библиотеках, в складском деле и других сферах, где требуется контроль перемещения объектов в реальном времени. В библиотеках RFID-метки помогают найти в хранилище и выдать на руки читателю книги, сократить время подбора и поиска нужных экземпляров, предотвратить хищение книг. На складе с помощью RFID-меток в реальном времени отслеживается перемещение товаров, ускоряется процесс разгрузки/погрузки, упрощается инвентаризация.

В настоящее время известно несколько десятков компаний, поставляющих антиконтрафактные RFID-технологии на мировой рынок. Среди них: FEIC Electronic (Германия), Vectron (США), Confidex (Финляндия), EM Microelectronic-Marin SA (Швейцария) и др. В России рынок радиочастотных защитных технологий только зарождается [1]. Однако освоение новых технологий в России идет высокими темпами, и динамика отечественного рынка этих технологий (около 20%) опережает темпы прироста мирового рынка RFID технологий (около 15% в год). В апреле 2016 г. в России стартовал пилотный проект по использованию радиометок при маркировке меховых изделий, производимых и реализуемых на территории стран Таможенного союза. С сентября 2016 г. электронная маркировка шуб стала обязательной и началась масштабная подготовка по использованию радиочастотных технологий для маркировки ценных пород древесины, фармацевтической и других видов товарной продукции. Предполагается, что маркировка будет производиться радиочастотными метками российского производства.

В каждой стране антиконтрафактная политика обеспечивается различными институтами, методами и инструментарием. Вместе с тем мировой опыт показывает, что эффективные решения в борьбе с контрафактом возможны только путем разработки и проведения в жизнь комплексных мер, включающих правовые, технические, экономические и социальные инструменты регулирования отношений в сфере интеллектуальной собственности. Успех в этой борьбе требует широкого международного сотрудничества и обмена накопленным опытом в использовании новых методов, практических подходов, инновационных антиконтрафактных технологий.

#### *Список использованных источников*

1. И. Г. Анцев, С. В. Богословский. Эволюция систем мониторинга на основе меток и датчиков на поверхностных акустических волнах//Иновации, № 12, 2015.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. М.: Проспект, КноРус, 2011.
3. Ю. Грибова, А. Рожков. Нелегальных сигарет стало больше// Вестник. 05.02.2015.
4. Защита от контрафакта. ChecktoCashup. Tallinn. 2015. <http://www.checktocashup.com/user files>.

5. Изменение масштабов и форм борьбы с контрафактной продукцией на российском рынке потребительских товаров/Под ред. В. В. Радаева. М.: RusБренд. 2008.
6. В. В. Смирнова, Ю. С. Васильева. Институциональная среда интеллектуальной собственности в России//Инновации, № 7, 2016.
7. Г. И. Хотинская. Нематериальные активы как фактор повышения конкурентоспособности компании: финансово-экономический аспект//Маркетинг в России и за рубежом, № 5, 2006.
8. Counterfeiting Losses by Country. Havocscope. 2015. <http://www.havocscope.com/losses-to-counterfeit-goods-by-country>.
9. Estimating the Global Economic and Social Impacts of Counterfeiting and Piracy. ICCI, BASCAP. Paris. 2011.
10. Illicit Trade: Counterfeiting Criminal Networks. Paris: OECD, 2016.
11. Intellectual Property Rights. Seizure Statistics. US. Customs and Bordes Protecting. F. Y. 2015.
12. Polacy kupuja podróbki, bo nie stac ich na oryginalne produkty. ARC Rynek i Opinia. 12.04.2016. <http://super.biz.se.pl/wiadomosci-biz/policy>.
13. Measuring the Magnitude to Global Counterfeiting / Global Intellectual Property Center. US. Chamber of Commerce. Washington, DC. June. 2016.
14. Promoting and Protecting Intellectual Property in the Russian Federation. ICCI, BASCAP. Paris. 2012-2014.
15. Quantification of IPR infringement. EUIPO. Alicante, Spain. 2016.
16. Rocznik statystyki miedzynarodowej. Warszawa: GUS, 2015.
17. V. Salomi. Fake spares cause 20% of mishaps: Report //Times of India. August 31, 2013.
18. The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy. Paris: OECD, 2009.
19. Trade in counterfeit and pirated Goods: Mapping the Economic Impact. Paris: OECD-EUIPO, 2016.
20. Countries near deal to crack down on cigarette smuggling// Washington Post. March 26, 2012.

## Counterfeiting as a new challenge to innovative economy

**V. P. Klavdienko**, Doctor of Science (Economy), leading researcher at Moscow State University n. a. M. V. Lomonosov.

The scale, structure and dynamics of global trade by in counterfeit goods are investigated. Negative impact of counterfeiting to «white» economy and its development on innovative way is reveals. The measures of struggle against counterfeiting are considered, in special attention there are innovative anticounterfeit technologies.

**Keywords:** intellectual property, trademark, counterfeiting goods, economic losses from counterfeiting, innovative anticounterfeiting technologies.

## ФОНД СОДЕЙСТВИЯ ИННОВАЦИЯМ ОБЪЯВЛЯЕТ О НАЧАЛЕ ВТОРОЙ ОЧЕРЕДИ КОНКУРСА «РАЗВИТИЕ-НТИ»

Цель конкурса – поддержка НИОКР в целях реализации планов мероприятий («дорожных карт») Национальной технологической инициативы (далее – дорожные карты НТИ).

В рамках конкурса планируется отбор проектов, предполагающих выполнение НИОКР в целях реализации дорожных карт НТИ, одобренных Президиумом совета при Президенте России по модернизации экономики и инновационному развитию России: Аэронет; Автонет; Маринет; Нейронет; Технет; Хелснет; Энерджинет.

Конкурс будет проводиться на основе перечня приоритетных тематических направлений, сформулированных совместно с Рабочими группами НТИ по каждой дорожной карте с учетом технологических барьеров. Перечень технологических барьеров, на которые рекомендуется ориентироваться при подготовке заявок по соответствующей тематике можно скачать по ссылке.

При отборе проектов будет учитываться ориентация НИОКР:

- на направления, предусмотренные указом Президента России от 01.12.2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации», которые позволят создать технологии, являющиеся основой инновационного развития внутреннего рынка продуктов и услуг, устойчивого положения России на внешнем рынке, и обеспечат: переход к цифровым, интеллектуальным производственным технологиям, роботизированным системам, новым материалам и способам конструирования, переход к экологически чистой и ресурсосберегающей энергетике, противодействие техногенным, биогенным, социокультурным угрозам, терроризму и идеологическому экстремизму, а также киберугрозам и иным источникам опасности для общества, экономики и государства, и др.;
  - сквозные промышленные технологии, необходимые для достижения результатов всех дорожных карт НТИ, в том числе развитие отечественной электронно-компонентной базы, создание композиционных материалов и др.;
  - содействие в выработке нормативно-правовых актов и стандартов, способствующих реализации целей дорожных карт НТИ.
- Основные параметры предоставляемой поддержки: размер гранта – до 20 млн руб.; внебюджетное софинансирование (за счет собственных или привлеченных средств) – не менее 30% суммы гранта; направление поддержки – выполнение НИОКР (зарплата, сырье, материалы, комплектующие, услуги соисполнителей); срок выполнения НИОКР – 12-24 месяца.

В конкурсе могут принимать участие предприятия:

- относящиеся к малым согласно № 209-ФЗ от 24.07.2007 г. и единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства;
- у которых нет незавершенных договоров гранта с Фондом.

Конкурс ориентирован на предприятия: успешно выпускающие собственную наукоемкую продукцию; имеющие положительную финансово-экономическую историю; имеющие защищенную интеллектуальную собственность по тематике проекта.

Следует обратить внимание: согласно изменениям в 209-ФЗ от 24.07.2007 г. акционерные общества с 1 августа 2016 года не являются субъектами малого и среднего предпринимательства (за исключением нескольких случаев, оговоренных законом) и не могут получать финансовую поддержку Фонда; в случае непредставления обязательных документов, заявка будет отклонена по формальным критериям; в случае если малое инновационное предприятие ранее получало поддержку Фонда, то оно в обязательном порядке должно представить справку о достигнутых результатах, в том числе объемах реализации инновационной продукции.

Заявки принимаются с 15:00 (мск) 04 апреля 2017 года до 23:30 (мск) 15 мая 2017 года.

Подать заявку можно через автоматизированную систему по адресу: <http://online.fasie.ru>.

Контактные лица по конкурсу (обращение только по электронной почте): Дворниченко Павел Алексеевич ([dvornichenko@fasie.ru](mailto:dvornichenko@fasie.ru)); Толстых Денис Валерьевич ([tolstykh@fasie.ru](mailto:tolstykh@fasie.ru)).

В случае технических проблем просим обращаться в службу технической поддержки: [support@fasie.ru](mailto:support@fasie.ru), тел.: +7 (495) 231-19-06 доб. 196 (с 9:00 до 13:00 и с 14:00 до 18:00 в рабочие дни, время московское)

Обращаем ваше внимание, что Фонд НЕ сотрудничает с компаниями, оказывающими услуги по подготовке заявок, содействию в «прохождении» заявок и сдаче отчетности. Аккредитованных организаций подобного профиля при Фонде нет. Фонд не несет ответственности за деятельность таких организаций и заверяет, что компании, гарантирующие успешное прохождение заявок, могут быть квалифицированы как мошеннические и подлежат преследованию в соответствии с действующим законодательством.