

УДК 316.334.2  
ББК 60.56  
О-75

Исследование выполнено по заказу  
Некоммерческого партнерства «Содружество производителей  
фирменных торговых марок» (НП «РусБренд»).

Издание осуществлено при финансовой поддержке НП «РусБренд»

Авторский коллектив:  
д.э.н. *В.В. Радаев* (разд. 1–2, 3.1, 3.4, 4–5, 11),  
к.с.н. *Е.С. Бердышева* (разд. 3.5, 6, 9),  
к. ист. н. *Н.В. Конрой* (разд. 3.3, 8, 10),  
к.с.н. *З.В. Котельникова* (разд. 3.2, 7)

**О-75** **Основные** формы незаконного оборота продукции на потребитель-  
ских рынках России и меры противодействия [Текст] / В. В. Радаев  
(рук. проекта), Е. С. Бердышева, Н. В. Конрой, З. В. Котельникова ;  
отв. ред. сер. В. В. Радаев ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономи-  
ки» ; Лаб. экон.-социол. исслед. — М. : Изд. дом Высшей школы эконо-  
мики, 2017. — 418 с. — 300 экз. — (Аналитика ЛЭСИ. Вып. 17). — ISBN  
978-5-7598-1599-0 (в обл.). — ISBN 978-5-7598-1658-4 (e-book).

Лаборатория экономико-социологических исследований Национального  
исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)  
по заказу Содружества производителей фирменных торговых марок (НП «Рус-  
Бренд») провела исследование масштабов, динамики и основных форм неза-  
конного оборота продукции на восьми потребительских рынках России. В дан-  
ном издании представлены основные результаты исследования, включая анализ  
статистических данных, экспертных интервью, законодательной базы и пред-  
лагаемых мер противодействия незаконному обороту продукции. Особое вни-  
мание в работе уделяется общей характеристике выделенных потребительских  
рынков, поскольку ситуации на рынках легальной и нелегальной продукции,  
как правило, тесно взаимосвязаны.

УДК 316.334.2  
ББК 60.56

doi:10.17323/978-5-7598-1599-0

Опубликовано Издательским домом Высшей школы экономики  
<<http://id.hse.ru>>

ISBN 978-5-7598-1599-0 (в обл.)  
ISBN 978-5-7598-1658-4 (e-book)

© Лаборатория экономико-социологических  
исследований НИУ ВШЭ, 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

### ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Общий замысел и структура исследования .....	9
2. Методология исследования .....	13

### ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

3. Незаконный оборот продукции и его основные формы .....	21
3.1. Основные понятия .....	21
3.2. Контрафактная (поддельная) продукция .....	23
3.3. Серый импорт .....	55
3.4. Параллельный импорт .....	83
3.5. Неучтенное производство .....	95
4. Рынок алкогольной продукции .....	119
5. Рынок табачной продукции .....	162
6. Рынок продовольственных товаров .....	193
7. Рынок изделий легкой промышленности .....	238
8. Рынок парфюмерно-косметической продукции .....	279
9. Рынок товаров личной гигиены и ухода за собой .....	303
10. Рынок бытовой химии .....	319
11. Основные выводы .....	340

**ПРИЛОЖЕНИЯ  
(исследовательский инструментарий)**

Вопросник для интервью  
с представителем компании ..... 367

Анкета представителя компании ..... 374

**SUMMARY OF RESEARCH METHODS  
AND FINDINGS**

1. Research Project Outline ..... 389

2. Research Methods..... 392

3. Basic Concepts Used in the Survey..... 395

4. Main Findings and Conclusions ..... 396

**ОБЩАЯ  
ХАРАКТЕРИСТИКА  
ИССЛЕДОВАНИЯ**

# 1. ОБЩИЙ ЗАМЫСЕЛ И СТРУКТУРА ИССЛЕДОВАНИЯ

## Постановка проблемы

В 2003–2011 гг. Содружеством «РусБренд» и ЛЭСИ НИУ ВШЭ была проведена серия исследований ситуации в сфере контрафактной продукции и параллельного импорта на потребительских рынках России<sup>1</sup>. Были обнаружены в целом стабильно-позитивные тенденции, связанные с сокращением масштабов недобросовестной конкуренции и незаконного оборота продукции, выявлены сохраняющиеся проблемы.

Проблема с незаконным оборотом продукции вновь обострилась после 2012 г. в период начавшейся рецессии и последующего экономического кризиса. Опыт предшествующего кризиса 2008–2009 гг. показывает, что при ухудшении экономической ситуации и возрастающем стремлении конечных потребителей к экономии временно снижается их требовательность к качеству и происхождению товаров. Это создает дополнительные риски оживления недобросовестной конкуренции на потребительских рынках, связанной с уклонением от уплаты налогов и таможенных платежей, с нарушениями прав интеллектуальной собственности, приводящей к повышению масштабов прямого и косвенного ущерба для государства и бизнеса. Неслучайно в 2015 г. Федеральная таможенная служба России зафиксировала 50%-й рост контрафактной продукции, импортированной

---

<sup>1</sup> Радаев В.В. Новые тенденции на рынках контрафактной продукции. Препринт WP4/2004/03. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004; Радаев В.В. Тенденции производства и распространения контрафактной продукции на российском рынке потребительских товаров // Вопросы статистики. 2008. № 10. С. 44–49; Рынки контрафактной продукции в России / В.В. Радаев, С.Ю. Барсукова, З.В. Котельникова // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 2. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008; Основные тенденции на рынках контрафактной продукции и возможное влияние Единого таможенного союза / В.В. Радаев, С.Ю. Барсукова, З.В. Котельникова, А.А. Куракин // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 7. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010; Легализация параллельного импорта и ее влияние на товарные рынки России / В.В. Радаев, З.В. Котельникова, М.Е. Маркин, Е.А. Назарбаева // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 9. М.: Изд. дом ВШЭ, 2011.

в Россию<sup>2</sup>. По данным исследования, проведенного Российским союзом промышленников и предпринимателей и Fleishman Hillard Vanguard, с 5% в 2015 г. до 29% в 2016 г. выросла доля представителей иностранного бизнеса, которые указали на недобросовестную конкуренцию как на существенный фактор, мешающий предпринимательской деятельности в стране<sup>3</sup>.

В 2000-е годы серьезно возросла активность государства и компаний-правообладателей в области борьбы с серыми схемами, с распространением контрафакта и параллельного импорта, с другими нарушениями в поставках импортных товаров и незаконным производством продукции на территории России, с уклонением от уплаты налогов. В частности, в 2015 г. Указом Президента РФ создана Государственная комиссия по противодействию незаконному обороту промышленной продукции.

В то же время разными государственными ведомствами обсуждаются определенные меры, которые, по мнению ведущих участников рынка, могут оказать неоднозначное воздействие на развитие потребительских рынков и эффективность противодействия недобросовестной конкуренции. В частности, на уровне Евразийского экономического союза (ЕАЭС) происходит обсуждение проекта изменений в Договор о ЕАЭС для введения международного принципа исчерпания прав для отдельных категорий товаров.

Оценка происходящих изменений на наиболее чувствительных потребительских рынках (изделий пищевой, легкой промышленности и др.) и эффективности принимаемых регулятивных мер требует проведения специального исследования.

### Цель исследования

Анализ форм и последствий незаконного оборота продукции на российских потребительских рынках, связанных с уклонением от уплаты налогов, с нарушениями прав интеллектуальной собственности, с нарушениями правил внутренней торговли, оценка эффективности мер противодействия недобросовестной конкуренции, выработка рекомендаций для улучшения борьбы с нарушениями.

<sup>2</sup> <<http://www.kommersant.ru/doc/2862686>>.

<sup>3</sup> <<http://www.retailer.ru/item/id/141645/>>.

### Задачи исследования

- Оценка основных тенденций в сфере незаконного оборота продукции, связанного с налоговой оптимизацией и нарушениями прав интеллектуальной собственности, на российских потребительских рынках в 2010-е годы, в том числе:
  - а) оценка объема незаконного оборота продукции;
  - б) основные источники поступления и каналы сбыта незаконной продукции;
  - в) проблемы борьбы с незаконным оборотом продукции (хранение доказательств, выявление, уничтожение и т.д.).
- Выявление особенностей и основных форм незаконного оборота продукции на отдельных потребительских рынках, выступающих объектами исследования.
- Влияние акцизной политики государства на динамику незаконного оборота алкогольных и табачных изделий.
- Оценка прямого и косвенного ущерба для государства и ведущих участников рынка от незаконного оборота продукции.
- Оценка эффективности ключевых мер (ранее принятых и планируемых) регулирующего воздействия государства на конкурентную ситуацию на потребительских рынках, в том числе в случае введения международного принципа исчерпания прав для отдельных категорий товаров.
- Выработка предложений и рекомендаций по повышению эффективности противодействия незаконному обороту продукции и недобросовестной конкуренции, по защите интересов добросовестных участников рынка, в том числе:
  - а) выработка рекомендаций для компаний — правообладателей товарных знаков и бизнес-ассоциаций;
  - б) выработка рекомендаций по развитию законодательства и деятельности государственных органов;
  - в) выработка рекомендаций по исключению товарных позиций из списка категорий, для которых может быть введен международный принцип исчерпания прав (параллельный импорт).

### Объект исследования

Объект исследования ограничен потребительскими рынками Российской Федерации, в том числе:

- продукты питания;
- алкогольная продукция;
- табачные изделия;
- изделия легкой промышленности (включая спортивную одежду);
- парфюмерия и косметика;
- предметы женской и детской гигиены;
- средства ухода за телом;
- чистящие и моющие средства.

В данном исследовании мы не анализируем международный опыт, концентрируясь на изучении российских рынков.

### **Выражение благодарности**

Мы благодарим всех представителей компаний и экспертов за плодотворное сотрудничество. Особо благодарим исполнительного директора «РусБренда» А.В. Поповичева и Е.В. Астафьеву за помощь в организации исследования.

### **Правила конфиденциальности**

Исследователи соблюдают принятые правила конфиденциальности. Все тексты интервью и полученные первичные материалы не подлежат распространению. Прямые упоминания имен респондентов и их компаний без согласия самих компаний не используются в отчетных документах по проекту.

## **2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Сложность объекта исследования и отсутствие систематической информации о незаконном обороте продукции порождают необходимость использования множественных, дополняющих друг друга методов сбора и анализа данных.

### **Статистические данные**

Прежде всего, мы использовали статистику, собираемую из разных открытых или лицензионных источников, включая ведомственную статистику. В числе основных источников:

- Федеральная служба государственной статистики (Росстат);
- Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование);
- Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор);
- Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент);
- Федеральная таможенная служба России;
- Судебный департамент при Верховном Суде Российской Федерации;
- Евразийская экономическая комиссия.

Активно использовались статистические данные международных агентств:

- Euromonitor International;
- Nielsen;
- UN Comtrade.

В ряде случаев авторы производили специальные расчеты на основе данных из упомянутых источников. Рассчитывались связи между разными параметрами, применялся балансовый метод на основе сопоставления данных, например, об объеме продаж и объеме производства данного товара или данных о вывозе товаров из определенных стран в Россию и о ввозе этих товаров в Россию.

В частности, для расчета доли серого импорта использовалась так называемая зеркальная методология Банка России, которая основывается

на сопоставлении данных об импорте Российской Федерации и экспорте стран, являющихся ее торговыми партнерами. В расчетах учитываются все группы товаров. Для перевода цен CIF в FOB мы воспользовались параметрами Банка России: для сопоставления данных по всему миру — 4%, для сопоставления данных с Европейским союзом — 5,9%, для сопоставления со странами СНГ — 10,2%. В отличие от методологии Банка России, при которой они обращаются к разнородным источникам данных, мы опирались на единую базу внешнеторговой статистики, администрируемую Международным валютным фондом (International Monetary Fund).

### Экспертные интервью

Поскольку доступные статистические данные не позволяют ответить на все поставленные вопросы и в ряде случаев они оказываются неконсистентными, исследовательским коллективом производился сбор дополнительной информации специально для нужд данного проекта. Вторым методом сбора данных стала серия углубленных экспертных интервью. Всего в ходе исследования записано 26 интервью, организованных в форме личной беседы (вопросник интервью см. в Приложении). Опрашивались представители компаний, занимающиеся вопросами противодействия незаконному обороту продукции. По каждой обследуемой товарной категории взято по 2–4 интервью. В число других категорий опрошенных экспертов вошли:

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

### Стандартизованный опрос

Следующим методом сбора данных стал специальный стандартизованный опрос, посвященный распространенности всех основных форм незаконного оборота продукции. В качестве респондентов выступили представители ведущих компаний, входящих в состав Содружества «РусБренд», Ассоциации европейского бизнеса, Союзлегпрома и других

крупных деловых ассоциаций. Опрос проходил в электронном формате (анкету см. в Приложении). Всего опрошены менеджеры 56 компаний. Наибольшее число респондентов оценивали сегменты продовольственных товаров (14) и алкогольной продукции (10), в остальных сегментах анкеты заполнили по 2–4 респондента. Поскольку число опрошенных невелико, а различие в ситуации по разным потребительским рынкам значительно, мы использовали результаты опроса не как статистическую информацию, а как стандартизованные экспертные оценки, дополняющие материалы интервью. Большинство таких оценок используется применительно к отдельным товарным категориям, а не по выборке в целом.

### Ценовой аудит

В рамках исследования был реализован ценовой аудит изучаемых рынков. Ключевой задачей ценового аудита было выявление ценовых вариаций в торговых точках различного организационного формата и предположительно разницы цен на законную и незаконную продукцию.

Ценовой аудит осуществлялся с 1 сентября по 15 октября 2016 г. в форме трех-, двухдневных раундов, в ходе которых фиксировались цены на выбранные товары в торговых точках различного формата. Повторные замеры совершались для устранения возможных ценовых флуктуаций, возникающих в том числе в ходе периодических скидочных кампаний.

Для аудита отбирались товары наиболее продаваемых марок в своей товарной категории (в основном массовая продукция). Среди них по итогам экспертных интервью, анализа ведомственных отчетов и публикаций СМИ отбирались товары, наиболее подверженные риску вовлечения в незаконный оборот (см. табл. 2.1).

Исследование затрагивало как офлайн-розницу, так и онлайн-ритейл интернет-магазины. В офлайн-рознице, помимо сбора данных из магазинов сетевого ритейла (гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры в различных районах Москвы), фиксировались цены на розничных рынках и в независимых магазинах «около дома». По отдельным товарным категориям учитывались цены в специализированных магазинах (табачные магазины, винные супермаркеты).

При определении происхождения реализуемого товара использовались следующие параметры:

- страна — производитель товара (в том числе производится ли товар на территории России или только импортируется);
- наличие отклонений в оформлении этикетки, искажения в названии, смазанность шрифтов и т.п.;
- наличие в данном магазине товаров-имитаций и цены этих товаров;
- обоснования более низких цен, предъявляемые магазином (товар участвует в акции, программе лояльности, реализуется сток, реализуются товары из Duty Free, товар реализуется по оптовой цене, товар позиционируется как реплика и т.д.).

Таблица 2.1. Виды товаров, отобранных для ценового аудита

Рынок	Вид товаров
Продовольственный рынок	Пакетированный чай (100 пакетиков) Холодный чай, 1 л Газированный напиток, 0,5 л Минеральная вода, 0,5 л (стекло) Сыр (цена за 1 кг) Мед акациевый (цена за 0,5 кг)
Алкогольный рынок	Виски, 1 л Водка, 0,5 л
Табачный рынок	Сигареты известной премиальной марки (цена за пачку, цена за блок)
Парфюмерно-косметический рынок	Туалетная вода (мужская) Шампунь для всех типов волос, 250 мл
Рынок товаров личной гигиены	Сменные кассеты для бритвы Детские подгузники
Рынок бытовой химии	Универсальное чистящее средство, 500 мл
Рынок одежды и обуви	Резиновые сапоги детские Кеды женские Спортивные брюки женские
Рынок спортивных товаров	Кроссовки мужские Сумка спортивная

## Результаты опросов населения

В качестве особого источника данных мы используем результаты опросов населения. Среди них основное место занимают данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE)<sup>1</sup>. Мониторинг представляет собой серию ежегодных общенациональных репрезентативных опросов индивидов и домашних хозяйств, проводимых на базе вероятностной стратифицированной многоступенчатой территориальной выборки. Эти данные репрезентируют взрослое население всех регионов России и все типы поселений. На основе этих данных мы, как правило, выявляли динамику доли потребителей тех или иных товаров в период с 1994 по 2015 г.

## Дополнительные материалы

В качестве дополнительных материалов использовались результаты предшествующих исследований НИУ ВШЭ и других аналитических центров, тексты законодательных и нормативных актов, аналитические материалы СМИ. Ряд важных материалов был предоставлен нам представителями компаний, принявших участие в исследовании.

<sup>1</sup> RLMS-HSE проводится Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел-Хилле и Института социологии РАН. Сайты обследования RLMS-HSE: <<http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms>> и <<http://www.hse.ru/rlms>>.

# ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

### 3. НЕЗАКОННЫЙ ОБОРОТ ПРОДУКЦИИ И ЕГО ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ

Начнем изложение полученных результатов с определения основных понятий, используемых в данном исследовании, а затем поочередно рассмотрим основные формы незаконного оборота продукции.

#### 3.1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

**Незаконный оборот продукции** — производство и распространение продукции, осуществляемые с нарушением действующего законодательства Российской Федерации и международных договоров. К незаконному обороту продукции относятся: неучтенный оборот продукции, серый и черный импорт (контрабанда), параллельный импорт, контрафактная и фальсифицированная продукция, использование заведомо ложных документов с нарушениями процедур оценки (подтверждения) соответствия продукции.

**Неучтенный оборот** — незаконное производство и продажа продукции легальными или подпольными предприятиями без учета в ФНС России, связанные с уклонением от уплаты налогов<sup>1</sup>.

**Серый импорт** — ввоз импортируемых товаров с недостоверным декларированием (занижение физического объема или таможенной стоимости товара) в целях уклонения от уплаты таможенных платежей и НДС.

Особая форма серого импорта связана с незаконным перемещением товаров между государствами — членами Евразийского экономического союза, в том числе в целях уклонения от уплаты налогов и акцизных сборов.

**Контрабанда (черный импорт)** — ввоз импортируемых товаров без таможенного оформления в целях уклонения от уплаты таможенных платежей и НДС или ввоз запрещенных товаров.

---

<sup>1</sup> В данном случае мы не включаем важную форму неучтенного оборота, связанную с неформальной экономикой домашних хозяйств, которая не сопряжена с нарушением действующего законодательства.

**Товарный знак** — средство индивидуализации с помощью зарегистрированных обозначений (названий, логотипов, символов), закрепленных в собственности компании, функция которого состоит в различительной способности однородных (сходных/одной группы) товаров.

**Параллельный импорт** — импорт товара, защищенного торговой маркой, введенного в гражданский оборот в другой стране, без авторизации правообладателя торговой марки в условиях национального принципа исчерпания прав на товарный знак.

**Национальный принцип исчерпания прав на товарный знак** — потеря правообладателем исключительных прав на использование товарного знака, предусмотренных национальным законодательством об охране интеллектуальной собственности, после первого введения товара в гражданский оборот им самим или с его согласия внутри страны.

**Региональный принцип исчерпания прав на товарный знак** — потеря правообладателем исключительных прав на использование товарного знака после первого введения товара в гражданский оборот им самим или с его согласия не только внутри страны, но и во всем регионе (например, в объединении нескольких государств).

**Международный принцип исчерпания прав на товарный знак** — потеря правообладателем исключительных прав на использование товарного знака после первого введения товара в гражданский оборот им самим или с его согласия в любой части мира.

**Смешанный (дифференцированный) принцип исчерпания прав на товарный знак** — одновременное действие запрета на параллельный импорт одних товаров, содержащих охраняемые товарные знаки, и легализации параллельного импорта других товаров, содержащих охраняемые товарные знаки.

**Контрафактная продукция** — продукция, выпущенная с неправомерным размещением на ней (с подделкой) товарных фирменных знаков и нарушением исключительных прав собственников зарегистрированных товарных знаков на использование этих товарных знаков.

**Товар-имитация** — продукция, «сходная до степени смещения» с оригинальным продуктом, выпущенная с копированием или стилевым заимствованием отдельных элементов товарных фирменных знаков и нарушением исключительных прав собственников зарегистрированных товарных знаков.

**Фальсифицированная продукция** — продукция, сопровождаемая неполной или недостоверной (ложной) информацией о ее составе, характеристиках или свойствах в целях введения потребителей в заблуждение.

**Нарушение процедур оценки соответствия продукции** — изготовление и использование заведомо ложных документов, подтверждающих соблюдение обязательных требований и качества продукции (санитарные сопроводительные документы, декларации и сертификаты соответствия).

### 3.2. КОНТРАФАКТНАЯ (ПОДДЕЛЬНАЯ) ПРОДУКЦИЯ

В данном разделе кратко рассмотрим основные тенденции на рынках контрафактной продукции, эволюцию законодательного регулирования в сфере нарушения исключительных прав на товарный знак, изменение практик правоприменения и форм борьбы с подделками.

#### Определение контрафакта

В самом широком смысле под контрафактом принято понимать «спектр незаконной деятельности, связанной с нарушением прав на товарный знак»<sup>2</sup>. При этом в научной литературе нет консенсуса в отношении того набора незаконных действий, которые однозначно относят к контрафакту<sup>3</sup>. Например, можно встретить работы, где нарушения прав на товарные знаки группируются в пять категорий: 1) контрафакт, предполагающий намеренный обман потребителей; 2) пиратство; 3) имитации; 4) серый импорт; 5) подделки, изготовленные по заказу потребителей<sup>4</sup>.

Опираясь на Гражданский кодекс РФ (ч. 4) и экспертные интервью, мы предлагаем следующую структуру контрафактной продукции<sup>5</sup>:

<sup>2</sup> OECD. The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy: The Executive Summary, 2007. <<http://www.oecd.org/dataoecd/13/12/38707619.pdf>>.

<sup>3</sup> Lai K.K., Zaichkowsky J.L. Brand imitation: Do the Chinese have different views? // Asia Pacific Journal of Management. 1999. Vol. 16. No. 2. P. 179–192.

<sup>4</sup> Hogg L., Hogg G., Hart S. Fakin' It: Counterfeiting And Consumer Contradictions // European Advances in Consumer Research. 6 / ed. D. Turley, S. Brown. Provo, UT: Association for Consumer Research, 2003. P. 60–67.

<sup>5</sup> Подробнее см.: Рынки контрафактной продукции в России / В.В. Радаев, С.Ю. Барсукова, З.В. Котельникова // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 2. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. <<https://www.hse.ru/mag/analitics/2008--2.html>>.

- *прямые копии*: товары, этикетки, упаковки этих товаров, на которых незаконно размещен чужой товарный знак;
- *имитации*: товары, этикетки, упаковки этих товаров, на которых размещено сходное с чужим товарным знаком до степени смешения средство индивидуализации;
- *нарушения исключительных прав правообладателей на использование зарегистрированных товарных знаков*: ввод оригинальной продукции в коммерческий оборот без разрешения правообладателя (например, неавторизованная продажа товаров, произведенных в третью смену на официальной фабрике, имеющей (или имевшей ранее) контракт с правообладателем).

Важно подчеркнуть, что контрафакт отличается от пиратства и фальсификации продукции. *Фальсификация* предполагает обман потребителей в отношении ингредиентов и свойств товаров, но обязательно при этом сопровождается нарушением прав владельцев товарных знаков. В свою очередь, вопросы пиратства и контрафакта изначально регулируются гражданским законодательством, защищающим интересы юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: *пиратство* нарушает авторские права, а *контрафакт* — исключительные права собственников на средства индивидуализации (фирменные названия, товарные знаки, коммерческое обозначение и т.д.). Контрафакт и пиратство регулируются корпоративным законодательством по той причине, что их распространение не всегда нарушает права потребителей. Известно, что существует устойчивый спрос потребителей на подделки: примерно одна треть покупателей осознанно приобретают контрафактные товары<sup>6</sup>. Поэтому успех борьбы с контрафактом во многом зависит от политики самих правообладателей в отношении подделок.

### Тенденции на рынках контрафактной продукции в 2000-е годы

В наших предыдущих исследованиях зафиксированы важные тенденции в динамике соотношения легальных и нелегальных рынков в России, которые были вызваны многочисленными изменениями в регулировании защиты прав на интеллектуальную собственность и в фор-

<sup>6</sup> *Bian X., Moutinho L. An Investigation of Determinants of Counterfeit Purchase Consideration // Journal of Business Research. 2009. No. 62. P. 368–378.*

мах борьбы с контрафактом. Далее кратко охарактеризуем эти основные тенденции.

### Сокращение масштабов контрафактной продукции и усиление ее сегментации

По сравнению с 1990-ми годами в новом тысячелетии присутствие контрафакта на российских рынках заметно уменьшилось. К концу 2000-х годов в среднем его доля не превышала 15–17% розничного оборота торговли. При этом, конечно, объемы подделок сильно варьировались в зависимости от товарной категории<sup>7</sup>.

### Размыwanie границ между подделками и оригинальным товаром

Присутствующая на рынках контрафактная продукция сильно различается как по качеству, так и по цене. В 2000-х годах в целом качество подделок улучшалось. Вместе с качеством росли и цены на контрафактные товары. В результате цены перестали выполнять сигнальную функцию для покупателей, которые ранее могли с легкостью отличить подделку от аутентичного товара всего лишь на основе значительной ценовой разницы между ними.

### Сегментация каналов продаж контрафактной продукции

В 1990-х годах ключевым каналом дистрибуции подделок были мелкокоррозичная торговля и розничные рынки. Благодаря усилению государственного контроля над торговой сферой и закрытию розничных рынков контрафакт начал перемещаться в небольшие магазины, располагающиеся в отдаленных районах, и в Интернет. Однако, по свидетельствам экспертов, никто не застрахован от покупки подделок. Их можно встретить даже в крупных торговых сетях, хотя речь идет, как правило, о незначительных масштабах.

### Уменьшение размеров бизнеса по распространению подделок

Эксперты отмечали постепенное сокращение количества крупных производителей и дистрибьюторов среди тех, кто участвует в схемах распространения контрафакта на российских рынках. Локальное производ-

<sup>7</sup> *Радаев В.В. и др. Основные тенденции на рынках контрафактной продукции и возможное влияние Таможенного союза // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 10. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010.*

ство поддельного товара главным образом представлено средним и малым бизнесом, а также индивидуальными предпринимателями. Хотя и здесь встречаются важные исключения, связанные с крупными изготовителями и торговцами.

### Основные изменения на рынках контрафактной продукции в 2014–2016 гг.

#### *Масштабы распространения подделок*

Проблема контрафакта по-прежнему значима для российских рынков потребительских товаров. Тем более что отмеченные ранее положительные тенденции были приостановлены финансовым кризисом 2008–2009 гг., а затем проблема была подогрета новым экономическим кризисом 2014–2016 гг. В последнее время масштабы присутствия подделок на отечественных рынках не только не сокращаются, но даже демонстрируют тенденцию к росту.

*«Самое первое мое понимание проходящих процессов: контрафакта меньше на нашем рынке не стало, его стало больше»* (руководитель агентства по защите интеллектуальной собственности).

Оценки масштабов распространения подделок среди участников рынка сильно варьируются в зависимости от товарной категории — от 1–2 до 45%, в среднем составляя около 10–12%. Наблюдаемый разброс оценок объясняется и тем, что никто не обладает надежной информацией о реальных масштабах незаконного оборота, поскольку располагаемые инструменты измерения позволяют это сделать лишь косвенно и приблизительно.

В этом отношении потребительские рынки можно условно разделить на две группы. Первая группа — широкого распространения контрафакта, здесь поддельная продукция составляет примерно от 10 до 20% (изделия легкой промышленности, парфюмерия и косметика, бытовая химия). Вторая группа — умеренного распространения подделок, где доля поддельной продукции находится в пределах 3–5% (продовольственные товары, табачные изделия, средства по уходу за кожей и волосами).

#### *Качество подделок*

Согласно нашему опросу предпринимателей, лишь 1/5 респондентов полагают, что подделки сильно уступают по качеству оригиналам. При

этом эксперты единодушно указывают на то, что качество подделок, особенно отечественного производства, продолжает улучшаться. Беспокойство экспертов вызывает и то, что нередко качество контрафактных товаров оказывается абсолютно идентичным качеству оригинала, в результате чего без специальной экспертизы невозможно, в принципе, определить, является ли товар оригинальным.

Возможность внешнего различия поддельного и контрафактного товаров для правообладателей очень важна. С одной стороны, идентификация оказывается менее затратной по сравнению с лабораторной экспертизой состава продукции, а с другой — для многих производителей важно не раскрывать формулу содержимого и состав ингредиентов, поскольку эта формула является их конкурентным преимуществом и часто держится в секрете. В ответ на улучшение качества контрафакта некоторые производители начинают изобретать специальные знаки, позволяющие экспертам определить оригинальность товара по внешним признакам.

*«Качество подделок выросло настолько, что сам правообладатель и его представители не могут сделать заключение иной раз о том, является эта продукция оригинальной или это контрафакт, без специальной экспертизы»* (руководитель компании, оказывающей услуги по обеспечению безопасности).

Объясняя причины улучшения качества подделок, эксперты приводят следующие аргументы. Сегодня недобросовестные предприниматели все чаще отказываются от ручного труда в пользу автоматизированного. Более того, в кризисные периоды расширяются рынки вторичного оборудования, на которых, по свидетельствам экспертов, можно приобрести самые современные и высокотехнологичные машины и производственные линии.

*«Высвободилось и продавалось за бесценок огромное количество производственного оборудования, которое раньше было недоступно, например, полиграфическое оборудование, упаковочное оборудование. Сейчас оно свободно продается и недорого, потому что многие избавляются от бизнесов и продают его по бросовым ценам»* (руководитель агентства по защите интеллектуальной собственности).

Немаловажным фактором является вовлечение в процесс сопутствующих отраслей — отечественных производителей упаковок, стеклотары и типографий, которые нередко берутся за выполнение любых заказов. Последних довольно сложно привлечь к юридической ответственности: на их территории, как правило, обнаружить сам контрафактный товар невозможно, а только лишь отдельные элементы для его производства.

Еще одна тенденция на рынках контрафактной продукции, которую отмечают эксперты, связана с переориентацией нарушителей на производство и дистрибуцию подделок массовых товаров повседневного спроса. Если раньше подделки главным образом концентрировались в сегменте премиальных товаров и известных люксовых брендов, то сегодня контрафакт сместился в сторону более дешевого ценового сегмента.

*«Это продукты питания, это парфюмерия и косметика, средства гигиены, то, чем человек пользуется каждый день. Больше проблем стало, топовые вещи по подделке – это алкоголь и сигареты»* (руководитель агентства по защите интеллектуальной собственности).

В случае люксовых брендов контрафакт и оригинал занимают разные рыночные ниши, т.е. не пересекаются ни по цене, ни по местам продажи, ибо они нацелены на разные целевые аудитории потребителей. В случае же товаров повседневного спроса оказывается, что подделки и оригинальные товары вращаются на одних и тех же нишах: их зачастую невозможно распознать ни по цене, ни по качеству, нередко они реализуются в одних и тех же торговых точках. В данном случае существенно возрастают риски для потребителей, которые оказываются жертвами прямого обмана со стороны продавцов. Последние тоже иногда не знают, что реализуют контрафакт.

### **Источники поступления контрафакта**

По своему происхождению контрафактные товары имеют два основных источника: местное производство и импорт. Тенденции в этом отношении оцениваются по-разному. С одной стороны, указывают на увеличение объемов локального производства подделок, в том числе в результате девальвации рубля.

*«Если в начале 2010-х годов основная доля подделок завозилась из Юго-Восточной Азии, из Турции, сопредельных стран, то в настоящее время, на мой взгляд, 80% подделок изготавливается в РФ, а из сопредельных стран завозятся комплектующие, сырье»* (руководитель агентства по защите интеллектуальной собственности).

С другой стороны, отмечается и явный рост притока подделок из-за рубежа. При этом подчеркивается важный вклад ослабления контроля на внутренних границах стран — участниц ЕАЭС. Однако ключевым источником контрафакта по-прежнему пока называют Китай, Турцию и

Восточную Европу. Отмечается и тенденция к ввозу комплектующих, т.е. отдельных элементов товара и его упаковки, которые собираются уже непосредственно на территории РФ.

*«Тренд последнего времени: меньше производится в России. В России, вообще, мало что производится в последнее время, и, конечно, это все попадает к нам из других стран. В основном это Китай, иногда Восточная Европа. Конечно, этому способствует наше открытие границ в рамках ЕАЭС. Большую озабоченность вызывает особенно Кыргызстан, он тоже открыл границы»* (партнер международной юридической компании).

Расхождения в оценках экспертов объясняются разными экономическими условиями, которые формируются в различных товарных сегментах и определяют соответствующие стимулы для недобросовестных предпринимателей.

*«Экономическая ситуация определяет приоритеты в отношении того, что более выгодно. ... Парфюмерию и одежду можно производить локально, а также алкоголь и табак. Но есть какие-то вещи, которые в Китае делают на раз-два, а для нас это будет сложно. Это бытовая техника, электроприборы, комплектующие — можно их привезти и здесь заниматься сборкой»* (руководитель агентства по защите интеллектуальной собственности).

Характерно, что поддельваются не только иностранные, но и отечественные бренды, которые в том числе изготавливаются за рубежом и затем поставляются в Россию и в другие страны. По данным Федеральной таможенной службы РФ, в 2016 г. таможенниками было изъято более 20,4 млн ед. контрафактной продукции на сумму более 7,7 млрд руб. Около 30% контрафакта (не менее 2,5 млрд руб.) составили товары с российскими брендами (чаще всего это кондитерские изделия, водка и автозапчасти к российским автомобилям).

Остановимся чуть подробнее на причинах, по которым локальное производство подделок в настоящее время расширяет свои масштабы в России:

- в связи с кризисом и экономическими санкциями в России объемы внешней торговли (импорта и экспорта) заметно сократились;
- из-за резких колебаний курса рубля дешевле стало производить некоторые товары на территории РФ, чем за ее пределами (например, в Китае);
- сложная экономическая ситуация в РФ способствует расширению рынка вторичного оборудования, которое можно приобрести по низким ценам;

- в избытке доступна дешевая рабочая сила; отечественные предприниматели активно привлекают в том числе временных мигрантов из Центральной и Юго-Восточной Азии;
- на территории РФ внутренний контроль со стороны правоохранительных органов за обращением подделок на рынках осуществляется слабее, чем внешний контроль, реализуемый Федеральной таможенной службой.

Наблюдается и профессионализация бизнеса по производству подделок. Сегодня все сложнее вычислить всю цепочку движения товара от производителя до продавца. Подпольные дилеры совершенствуют деловые схемы, в том числе выстраивают распределенный бизнес и сложную логистику. Такой бизнес зачастую располагается в труднодоступных (иногда в режимных) зонах, создавая барьеры для проникновения посторонних. Этот бизнес мобилен и быстро реагирует в случае возникновения угрозы. Как правило, серьезный бизнес не ограничивается подделкой одного бренда, в его ассортименте оказывается широкий пул товарных знаков.

*«Никогда не продают с места производства, всегда есть промежуточные склады для этого. ... А человек со стороны туда не попадает. ... Сейчас все магистральные распространения настолько засекречены. ... Все отправляется через транспортные компании, и эти перемещения никак не контролируются. ... Идет фургон с надписью известной транспортной компании, и никто не будет его досматривать»* (руководитель агентства по защите интеллектуальной собственности).

Также нередко подпольные производства организуются в знакомых и хорошо освоенных ими населенных пунктах, находясь в том числе под патронажем местных правоохранительных органов и местных властей.

*«Когда мы занимаемся закрытием каких-то производств, к сожалению, мы обращаем внимание на то, что происходит это в знакомых местах. ... Кооперация может быть достаточно серьезной, она включает и местные правоохранительные органы, и администрацию, потому что пребывание большого числа людей на предприятии не может остаться незамеченным»* (руководитель компании, оказывающей услуги по обеспечению безопасности).

Помимо организованного преступного бизнеса, существует и другой тип отечественных предпринимателей, практикующих производство подделок. Эти предприниматели на легальном основании производят оригинальный товар, но для гарантированного повышения продаж используют чужой, более раскрученный товарный знак или его имитацию. Такие нарушители редко оказываются злостными. После первого разбирательства

со стороны правообладателя они, как правило, прекращают заниматься подделками.

### **Каналы реализации контрафакта**

Распространены подделки на территории России неравномерно. Наиболее заметно их присутствие в приграничных районах с Китаем, а также в южных регионах, имеющих общую границу с Казахстаном. Отдельно называется и Северный Кавказ.

В столице объемы контрафакта, судя по экспертным оценкам, меньше, чем в регионах. Объяснением служит не только более плотный контроль со стороны правоохранительных органов, но и более широкое распространение цивилизованной торговли. Так, по мнению экспертов, контрафакта больше там, где при прочих равных менее развита сетевая защита от подделок. Практикуются разные схемы, в результате которых подделки подмешиваются недобросовестными продавцами к оригинальным товарам на полках современных супермаркетов и гипермаркетов. Но все же это явление не становится массовым.

Основными каналами реализации подделок по-прежнему называются розничные рынки и Интернет. Важная роль интернет-торговли особенно подчеркивается экспертами. На практике ее оказывается сложнее контролировать и мониторить, чем розничные рынки. Непросто и привлечь выявленных нарушителей к ответственности, поскольку сложно установить, в чьей собственности находится незаконный товар. Особую роль здесь играет трансграничная торговля с покупками в иностранных интернет-магазинах. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), в почтовых посылках в Россию ежегодно доставляют контрафактных товаров как минимум на 30 млрд руб.

Нередко правообладатели пытаются для решения подобного рода споров обращаться в суды. Эксперты работают сразу в нескольких направлениях: во-первых, закрывают сайты, в доменных именах которых используются наименования брендов, во-вторых, контролируют сайты, на которых неправомерно размещены товарные знаки и изображения продукции, и наконец, пытаются через курьеров раскрутить всю цепочку, т.е. добраться до производителя.

*«Интернет — это целое новое направление, которое успешно развивается. Поэтому что не нужно арендовать площади, не нужно готовить продавцов, издержки*

снижаются, а прибыль растет. Да, это серьезная проблема, этот вопрос один из ключевых» (руководитель компании, оказывающей услуги по обеспечению безопасности).

Эксперты ведут проработку вопроса и по привлечению к наказанию интернет-провайдеров. На сегодняшний момент довольно сложно доказать вину провайдера в гражданском судопроизводстве. Как правило, наказанию подвергаются администраторы сайтов, которые несут ответственность за размещение информации.

### Эволюция законодательства в сфере регулирования интеллектуальной собственности

Ситуация с пресечением контрафакта в 2000-х годах в России улучшалась в том числе благодаря серьезным изменениям в государственной политике в отношении распространителей контрафактной продукции. Законодательство в части использования товарных знаков уточнялось. В 2002 г. были внесены важные дополнения в специальный Федеральный закон о товарных знаках. А далее в 2008 г. все специальные законы, регулирующие защиту прав интеллектуальной собственности, были интегрированы в четвертой части Гражданского кодекса Российской Федерации.

На протяжении 2000-х годов основное направление эволюции законодательства в области интеллектуальной собственности было связано с явным ужесточением ответственности за нарушения в сфере интеллектуальной собственности. Во всех кодексах постепенно ужесточались меры наказания за незаконное использование товарного знака, а именно:

- в Уголовном кодексе РФ нарушение исключительного права на товарный знак было отнесено в разряд тяжелых (максимальное уголовное наказание увеличено до 6 лет со штрафом в размере до 500 тыс. руб. или в размере заработной платы либо иного дохода осужденного за период до 3 лет либо без такового);
- в Кодексе РФ об административных правонарушениях максимальный штраф для юридического лица определен в размере пятикратного размера стоимости товара, явившегося предметом административного правонарушения, но не менее 100 тыс. руб. с конфискацией предметов;
- в Гражданском кодексе РФ максимальный размер компенсации равен 5 млн руб. Размер компенсации определен: а) от 10 тыс. руб.

до 5 млн руб. (по усмотрению суда исходя из характера нарушения) либо б) в двукратном размере стоимости товаров, на которых незаконно размещен товарный знак, или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака<sup>8</sup>.

Важно отметить, что правообладатели и эксперты высоко оценивают существующее в России законодательство в области защиты объектов интеллектуальной собственности и с точки зрения его соответствия международному праву, и с позиции его нацеленности на решение практических задач. Однако принятые в последнее время поправки в законодательство породили сомнения в его эффективности<sup>9</sup>. Рассмотрим основные изменения в законодательстве, которые были приняты в последние годы.

### Уголовное законодательство

Уголовная ответственность наступает в случае, если деяние совершено неоднократно или причинило крупный ущерб. Уголовный кодекс РФ (ст. 180) предусматривает следующие наказания:

- незаконное использование чужого товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или сходных с ними обозначений для однородных товаров, если это деяние совершено неоднократно или причинило крупный ущерб, наказывается штрафом в размере от 100 тыс. до 300 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 2 лет, либо обязательными работами на срок до 480 ч, либо принудительными работами на срок до 2 лет, либо лишением свободы на срок 2 лет со штрафом в размере до 80 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 6 месяцев. В отношении товарного знака, не зарегистрированного на территории РФ, наказание в виде штрафа в размере

<sup>8</sup> Радаев В.В. и др. Основные тенденции на рынках контрафактной продукции и возможное влияние Таможенного союза // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 10. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010.

<sup>9</sup> Изменения об обязательном досудебном претензионном порядке по большинству дел были внесены в ст. 4 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации Федеральным законом от 02.03.2016 № 47-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «О внесении изменений в Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации».

до 120 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного года, либо обязательных работ на срок до 360 ч, либо исправительных работ на срок до одного года;

- деяния, совершенные группой лиц по предварительному сговору, наказываются штрафом в размере от 200 тыс. до 400 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от 18 месяцев до 3 лет, либо принудительными работами на срок до 4 лет, либо лишением свободы на тот же срок со штрафом в размере до 100 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного года либо без такового;
- деяния, совершенные организованной группой, наказываются штрафом в размере от 500 тыс. до 1 млн руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от 3 до 5 лет, либо принудительными работами на срок до 5 лет, либо лишением свободы на срок до 6 лет со штрафом в размере до 500 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 3 лет, либо принудительными работами на срок до 5 лет, либо лишением свободы на срок до 6 лет со штрафом в размере до 500 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 3 лет либо без такового.

В ст. 180 УК РФ было внесено много изменений. Во-первых, практически во всех частях статьи были увеличены размеры наказаний, включая штрафы, количество часов обязательных работ, сроки лишения свободы. При этом юристы утверждают, что нынешние поправки направлены не столько на ужесточение законодательства, сколько на конкретизацию мер с целью сокращения вариантов возможного ухода от наказаний.

Во-вторых, в ч. 1 статьи добавили наказание в виде лишения свободы на срок до двух лет. В предыдущей версии ч. 1 ст. 180 максимальное наказание сводилось к двум годам исправительных работ.

В-третьих, в ч. 1 статьи дифференцировали наказание для тех, кто совершил нарушения в отношении товарных знаков, зарегистрированных на территории РФ, и для тех, кто незаконно использовал товарные знаки, не имеющие регистрации на территории РФ. В последнем случае предполагаются наказания чуть более легкого характера, в том числе не предусматривается возможность лишения свободы. По всей видимости,

подобное нововведение объясняется необходимостью защитить товарные знаки, зарегистрированные на территории стран — участниц ЕАЭС.

В-четвертых, в ст. 180 УК РФ разграничили понятия «группа лиц, совершившая деяния по предварительному сговору» и «организованная группа». В первом случае максимальное наказание составляет 4 года лишения свободы со штрафом до 100 тыс. руб., а во втором — 6 лет лишения свободы со штрафом до 500 тыс. руб. Данное нововведение эксперты восприняли неоднозначно, ибо на практике очень сложно доказать, что преступное деяние было совершено организованной группой.

*«С точки зрения практики доказать “организованную группу” практически невозможно. Максимум, на чем останавливается доказательная база, — это “предварительный сговор группы лиц”»* (представитель юридической фирмы).

Теперь в результате внесения поправок в ст. 180 УК РФ оказывается, что доказуемые на практике деяния отныне переходят из категории тяжких преступлений в категорию средней тяжести. Это, в свою очередь, привело к осложнению взаимодействия экспертов и правообладателей с Главным управлением экономической безопасности и противодействия коррупции. Последнее заинтересовано в работе именно с тяжкими преступлениями, поскольку данные по раскрытию преступлений по ч. 3 ст. 180 УК РФ не повышают показатели эффективности их деятельности.

*«Структуру УБЭПа интересовали только тяжкие преступления, их интересовала ч. 3 ст. 180. После того как внесли эти изменения, получается, что им ч. 3 в статистические данные по раскрытию преступлений уже не идет, т.е. им уже неинтересно заниматься всем этим блоком. Они говорят о том, что, в принципе, им теперь смысла нет инициировать эти все разбирательства, проверки проводить и т.д.»* (представитель юридической фирмы).

В уголовном законодательстве есть еще одно важное изменение. В 2010 г. применительно к ряду статей гл. 22 «Преступления в сфере экономической деятельности», в число которых попала и ст. 180 о незаконном использовании товарных знаков, были увеличены пороги крупного и особого крупного ущерба с 250 тыс. и 1 млн руб. до 1,5 и 6 млн руб. соответственно. Данные изменения вызывали опасения у экспертов в силу того, что они создавали дополнительные сложности в процессе сбора доказательной базы, что приводило к снижению общего числа уголовных дел. Затем благодаря совместным усилиям участников рынка и регуляторов планка определения крупного ущерба в случае ст. 180 УК РФ была понижена до прежнего уровня — 250 тыс. руб. И это снижение порога

определения крупного ущерба воспринимается участниками рынка крайне позитивно, ибо оно должно способствовать повышению активности правоохранительных органов.

#### **Административное законодательство**

Статья 14.10 КоАП РФ за незаконное использование чужого товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или сходных с ними обозначений для однородных товаров предполагает:

- наложение штрафа на граждан в размере от 5 до 10 тыс. руб. с конфискацией контрафактных предметов, а также материалов и оборудования, используемых для их производства, и иных орудий;
- наложение штрафа на должностных лиц в размере от 10 до 50 тыс. руб. с конфискацией контрафактных предметов, а также материалов и оборудования, используемых для их производства, и иных орудий;
- наложение штрафа на юридических лиц в размере от 50 до 200 тыс. руб. с конфискацией контрафактных предметов, а также материалов и оборудования, используемых для их производства, и иных орудий.

За производство в целях сбыта либо за реализацию товара, содержащего незаконное воспроизведение чужого товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или сходных с ними обозначений для однородных товаров, предполагается:

- наложение штрафа на граждан в размере двукратного размера стоимости товара, явившегося предметом административного правонарушения, но не менее 10 тыс. руб. с конфискацией 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;
- наложение штрафа на должностных лиц в размере трехкратного размера стоимости товара, явившегося предметом административного правонарушения, но не менее 50 тыс. руб. с конфискацией 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;

- наложение штрафа на юридических лиц в размере пятикратного размера стоимости товара, явившегося предметом административного правонарушения, но не менее 100 тыс. руб. с конфискацией 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

Как и в УК РФ, в Кодексе об административных правонарушениях заметно увеличены размеры штрафов: верхнюю планку подняли для физических и юридических лиц в 5 раз, а для должностных лиц — в 2 раза. Кроме этого, в случае физических и должностных лиц добавили возможность конфисковать не только сам контрафактный товар, но и материалы и оборудование, используемые для его производства. Раньше эта мера применялась только к юридическим лицам.

Было разграничено незаконное использование чужого товарного знака и производство с целью сбыта либо реализация товаров с чужим товарным знаком в два отдельных типа административных нарушений. При этом сохраняется некоторая правовая неопределенность в отношении определения самого понятия «незаконное использование чужого товарного знака».

И наконец, для группы нарушений, попадающих в категорию «производство с целью сбыта либо реализация товаров, содержащих чужой товарный знак», уточнили порядок расчета штрафов, которые отныне вычисляются исходя не из установленных пределов, а из стоимости партии контрафактного товара. Это нововведение было также позитивно воспринято экспертами. По их мнению, раньше у судей была неоднозначная практика установления размера штрафов. Теперь судьям дали четкий ориентир рассчитывать штраф исходя из стоимости контрафактного товара.

*«Изменения коснулись в основном наказаний, выросли штрафы. У судов была очень неоднородная практика применения наказания в виде штрафов, там была вилка от 10 до 50 тыс. руб. Для того чтобы стабилизировать эту ситуацию, были приняты поправки в КоАП, которые сказали, что в некоторых случаях штраф нужно оценивать исходя из стоимости контрафакта»* (юрист компании, оказывающей услуги по обеспечению безопасности).

### Гражданское законодательство

В настоящее время Гражданский кодекс РФ предусматривает:

- признание исключительного права на товарный знак;
- удаление за счет нарушителя незаконно используемого товарного знака с контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров и проч., с материалов, которыми сопровождается выполнение таких работ или оказание услуг, в том числе с документации, рекламы, вывесок;
- изъятие из оборота и уничтожение за счет нарушителя контрафактных товаров, содержащих незаконно размещенный товарный знак или ведущих к нарушению права на его исключительное использование;
- возмещение убытков или компенсация при нарушении исключительных прав на товарный знак.

Размер компенсации составляет: а) от 10 тыс. до 5 млн руб. (определяется по усмотрению суда исходя из характера нарушения) либо б) двукратный размер стоимости товаров, на которых незаконно размещен товарный знак, или двукратный размер стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака.

Изменения в Гражданском кодексе РФ не столь значительны, как в остальных кодексах. Был сокращен список мер, применяемых к нарушителям. Из нынешней редакции убрали две меры: пресечение деятельности нарушителя при условии неоднократного или крупного нарушения и публикацию решения суда о допущенном нарушении. Также в пункте об изъятии из оборота материальных носителей была вычеркнута возможность изымать не только саму контрафактную продукцию, но и оборудование, которое использовалось для ее производства.

По мнению экспертов, причиной удаления меры «пресечение деятельности нарушителя» послужило то, что она нечасто применялась в судебной практике из-за сложности сбора доказательственной базы, в том числе о неоднократности совершаемых нарушений.

*«Что касается запрета деятельности предприятия — эта мера ответственности практически не применялась. Для того чтобы запретить предприятию какую-то деятельность, нужна неоднократность, нужны доказательства этого или судебного решение. Это была фактически нерабочая мера»* (юрист компании, оказывающей услуги по обеспечению безопасности).

В целом существующее гражданское законодательство эксперты оценивают позитивно.

### Эволюция форм борьбы с контрафактом

С начала 2000-х годов произошли существенные положительные сдвиги в части борьбы с контрафактом со стороны правоохранительных органов.

### Деятельность Федеральной таможенной службы

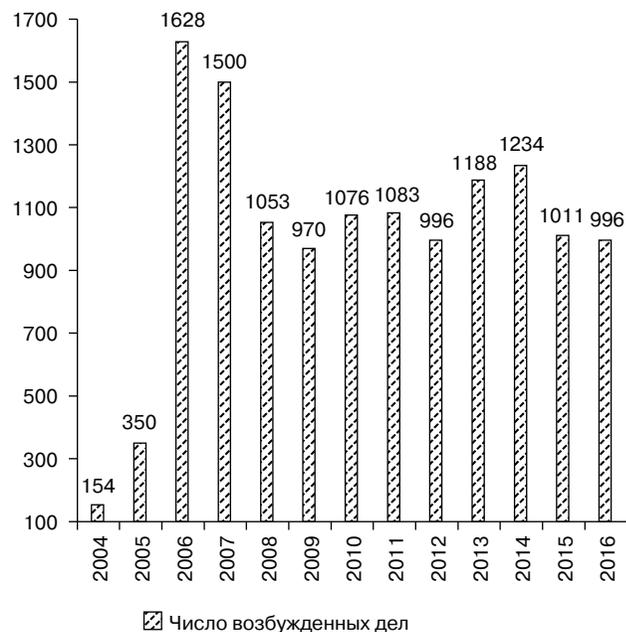
С середины 2000-х годов значительно активизировалась Федеральная таможенная служба, которая стала более активно откликаться на запросы компаний — правообладателей торговых марок и, со своей стороны, призывать их к сотрудничеству<sup>10</sup>. Достаточно отметить, что количество административных дел, возбужденных против компаний-нарушителей по инициативе ФТС России, только за короткий период 2004–2006 гг. выросло в 10 раз. А начиная с 2008 г. количество таких административных дел стабилизируется на достаточно высоком для России уровне, как правило, превышая 1000 возбужденных дел в год (рис. 3.1).

Начиная с 2007 г. таможенные органы ежегодно стали задерживать более чем по 10 млн ед. контрафактного товара, а в отдельные годы (в 2012 и 2015 гг.) это число почти удваивалось. В 2016 г. оно достигло максимального значения — 20,4 млн ед. (рис. 3.2). В 2015 г. потенциальный ущерб для правообладателей от задерживаемой контрафактной продукции ФТС оценила в 3,9 млрд руб., в 2016 г. — уже в 7,7 млрд руб. Чаще всего предметами правонарушений становятся пробки для водочных бутылок, одежда, обувь, алкогольная продукция, минеральные воды и соки, автозапчасти.

### Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности

Активное взаимодействие Федеральной таможенной службы и правообладателей происходит через Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС). Количество товарных знаков, поданных

<sup>10</sup> Рынки контрафактной продукции в России / В.В. Радаев, С.Ю. Барсукова, З.В. Котельникова // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 2. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. <<https://www.hse.ru/mag/analitics/2008--2.html>>.

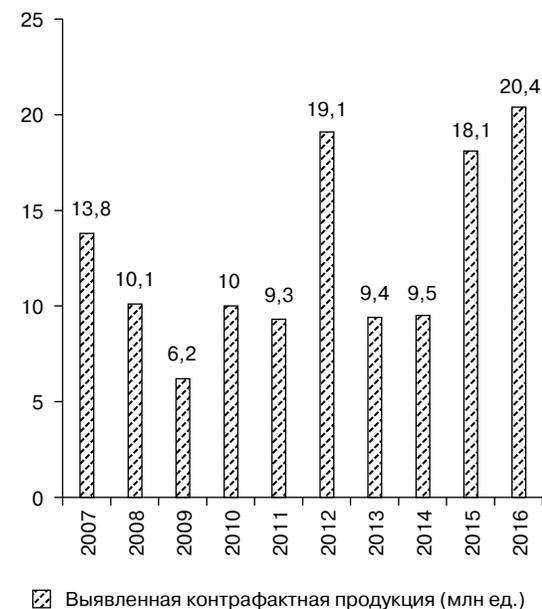


**Рис. 3.1.** Число дел об административных правонарушениях, связанных с незаконным использованием товарных знаков, которые возбуждены таможенными органами в 2004–2016 гг.

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

на государственную регистрацию в ТРОИС, неуклонно возрастало в течение всего периода наблюдения и в 2004–2015 гг. увеличилось почти в 10 раз (рис. 3.3). Это побуждало Таможенную службу более активно выявлять, останавливать и проверять товары сомнительного происхождения. Добавим, что примерно половина поданных заявок в ТРОИС приходит от иностранных компаний, а другая половина — от российских компаний, которые тоже давно озаботились вопросом защиты собственных прав.

В 2016 г. общее количество зарегистрированных объектов интеллектуальной собственности достигло 4295. Однако данный показатель отражает наряду с действующими объектами и те объекты, регистрация которых уже истекла или была аннулирована. Количество же объектов интеллекту-

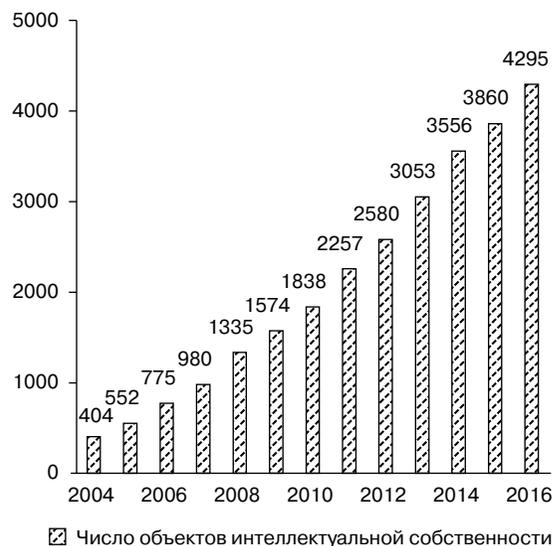


**Рис. 3.2.** Число единиц контрафактной продукции, выявленной таможенными органами в 2007–2016 гг., млн ед.

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

альной собственности, регистрация которых имеет актуальный статус на июль 2016 г., равнялось 2315, т.е. около 60% общего числа зарегистрированных ОИС.

В фокусе нашего исследования находятся 14 товарных категорий, на которые в совокупности приходится 73% всех действующих объектов интеллектуальной собственности в ТРОИС. В 2015 г. в его товарной структуре количественно преобладали продовольственные товары (15%), изделия легкой промышленности (14%) и алкогольные напитки (13%) (см. табл. 3.1). А наименее представлены предметы женской и детской гигиены (2%) и табачные изделия (3%). Эти показатели в целом отражают сравнительную остроту проблемы незаконного оборота продукции в данных товарных категориях.



**Рис. 3.3.** Динамика процесса внесения объектов интеллектуальной собственности в Таможенный реестр в 2004–2016 гг. (число объектов интеллектуальной собственности)

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

В период 2011–2015 гг. выросло число компаний, регистрирующих свои объекты интеллектуальной собственности в ТРОИС. При этом правообладатели регистрируют меньшее количество объектов. Например, в 2011 г. на сегмент спортивных товаров приходилось 7% (23 правообладателя, на 1 правообладателя — в среднем по 6 объектов), а в 2015 г. доля зарегистрированных объектов составляла 8% (70 правообладателей, на 1 правообладателя — по 3 объекта). В 2011 г. на парфюмерию и косметику приходилось 4% (23 правообладателя, на 1 правообладателя — в среднем по 4 объекта), а в 2015 г. мы видим, что их доля равнялась 8% (60 правообладателей, на 1 правообладателя — по 3 объекта) (см. рис. 3.4). В среднем по 14 категориям можно сказать, что на 1 правообладателя приходится по 3 зарегистрированных объекта. Больше всего правообладателей наблюдается в категории алкогольных напитков, там их насчитывается 153 (на 1 правообладателя приходится по 2 объекта).

### Деятельность правоохранительных органов на внутреннем рынке

На внутренних рынках структура контроля более сложная. Контроль осуществляется Главным управлением экономической безопасности и противодействия коррупции МВД, отделом по борьбе с правонарушениями на потребительском рынке и исполнению административного законодательства (ОБППРИИАЗ), а также Роспотребнадзором.

Структура при МВД занимается исключительно крупными делами, которые потенциально влекут возбуждение уголовных дел. ОБППРИИАЗ занимается более мелкими административными нарушениями. Известно, что его московское отделение было расформировано. Эксперты до сих пор вспоминают этот отдел, поскольку в свое время он выполнял важную функцию по зачистке рынков. Его обязанности во многом были перераспределены на участковых полицейских и Роспотребнадзор, что нельзя считать эффективной мерой.

### Судебные практики

В 2000-х годах серьезным образом изменились судебные практики, и все чаще решения принимались в пользу компаний — правообладателей торговых марок. Количество дел о незаконном использовании товарных знаков, рассмотренных арбитражными судами в 2004–2009 гг., увеличилось более чем в 10 раз, а в 2010–2015 гг. стабилизировалось на достигнутом высоком уровне (рис. 3.5).

В правоприменительной практике чаще привлекают к административной ответственности, нежели к гражданско-правовой и уголовной. Исходя из статистических данных, в 2015 г. 2740 лиц были подвергнуты наказанию по ст. 14.10 в результате рассмотрения дел судами общей юрисдикции. Их число выросло почти в 7 раз по сравнению с 2004 г. По-прежнему наказанию подвергаются преимущественно физические лица. Основными мерами наказания являются наложение штрафов и конфискация товаров. Суммы взыскиваемых штрафов за наблюдаемый период увеличились в несколько раз. По всей видимости, это произошло в результате изменений в КоАП, предполагающих пятикратное увеличение размеров штрафов и возможность нового способа их расчета.

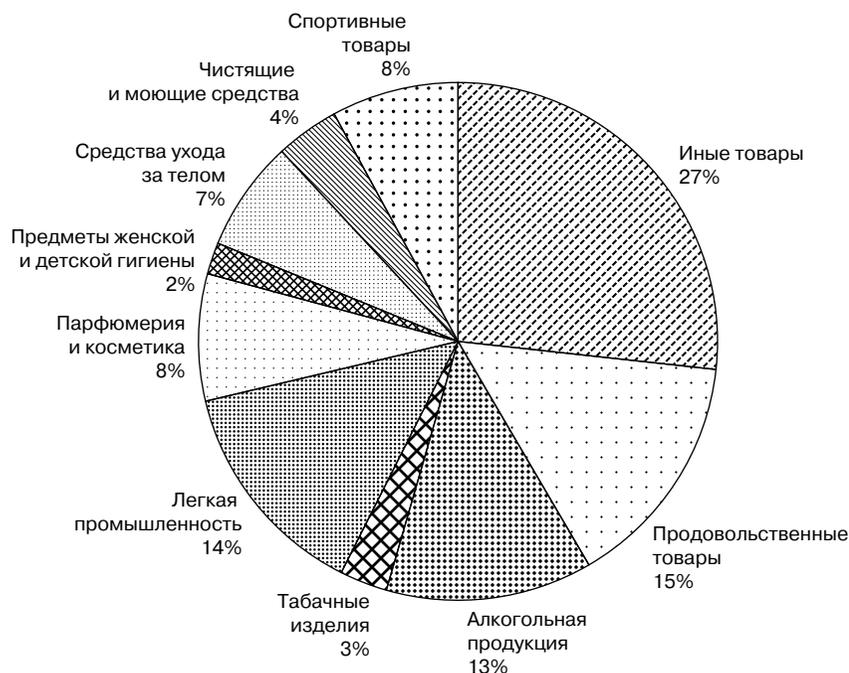
Как говорилось выше, уголовная ответственность за распространение контрафактной продукции тоже была ужесточена. В результате число недобросовестных участников рынка, осужденных по ч. 1 ст. 180 УК РФ

**Таблица 3.1.** Статистика дел по административным правонарушениям (незаконное использование товарного знака, ст. 14.10 КоАП РФ) судами общей юрисдикции и мировыми судьями

	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Всего рассмотрено (по числу лиц)	565	639	1 229	1 495
Всего лиц, подвергнутых наказанию	405	295	702	900
юридические лица	4	—	—	1
должностные лица	195	48	66	103
лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица	—	—	—	9
иные физические лица	—	—	—	787
иностранцы лица либо лица без гражданства				
Наложены административные наказания				
	<i>Основные</i>			
предупреждение (письменное)	4	—	—	—
штраф	398	294	696	882
административный арест	—	—	—	—
лишение специального права	—	—	—	—
дисквалификация	—	—	—	—
приостановление деятельности	—	—	—	—
конфискация (как единственная мера наказания)	3	1	6	18
	<i>Дополнительные</i>			
конфискация	135	129	304	564
Суммы штрафов,	<i>Штрафы</i>			
наложенных по вынесенным постановлениям в отчетном периоде	н/д	н/д	н/д	2 209 790
взысканные по вынесенным постановлениям в отчетном периоде	н/д	н/д	н/д	697 233
взысканные по постановлениям прошлых лет	н/д	н/д	н/д	114 000

Источник: Судебный департамент при Верховном Суде РФ.

2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1 610	2 194	3 186	2 992	2 867	3 315	3 603	3 891
1 023	1 508	2 168	2 117	2 152	2 367	2 538	2 740
—	—	1	2	2	3	4	7
128	196	245	201	234	206	291	261
6	9	11	18	28	23	50	43
889	1 303	1 911	1 896	1 888	2 135	2 193	2 429
			н/д	н/д	146	214	204
—	—	1		—	—	1	1
1 022	1 503	2 157	2 069	2 135	2 345	2 525	2 734
—	—		—	—	—	—	—
—	—		—	—	—	—	—
—	—		—	—	—	—	—
1	5	10	48	17	22	12	5
620	1 054	1 318	1 283	1 316	1 351	1 499	1 692
2 607 500	3 881 709	5 638 382	5 094 002	6 774 926	7 173 541	15 797 346	57 208 505
797 670	1 345 980	2 003 821	1 651 947	1 802 052			8 726 701
208 500	119 500	242 741	339 972	296 000			



**Рис. 3.4.** Товарная структура Таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности в 2015 г.

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

(незаконное использование товарного знака), за 2004–2010 гг. выросло в 18 раз (см. рис. 3.6). В 2011–2012 гг. это число заметно снизилось, что может объясняться обстоятельством, на которое мы указывали ранее: в 2010 г. применительно к ст. 180 о незаконном использовании товарного знака был повышен порог крупного и особо крупного ущерба, размера дохода либо задолженности в крупном и особо крупном размере. Тем не менее с 2013 г. этот показатель снова растет, с 2014 г. он превысил 100 осужденных в год, а в 2016 г. вырос более чем в 1,5 раза. Цифра может показаться небольшой, но еще в начале 2000-х годов данная статья об уголовной ответственности применялась буквально в единичных случаях.



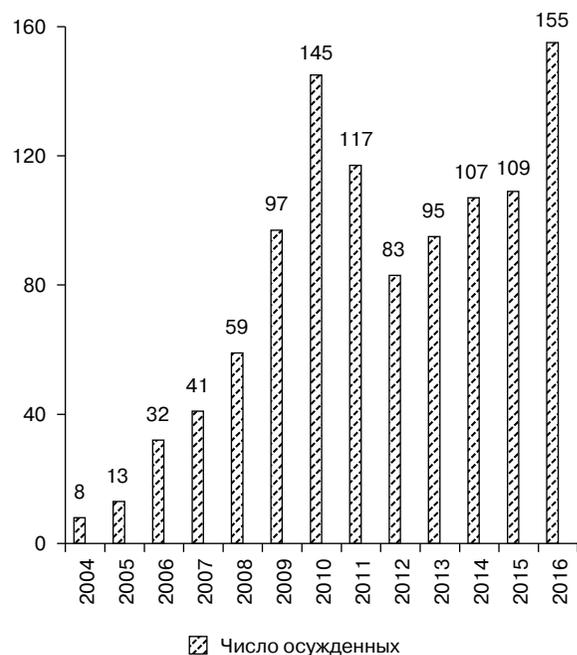
**Рис. 3.5.** Рассмотрение дел арбитражными судами по административным нарушениям (незаконное использование товарного знака, ст. 14.10 КоАП РФ) в 2004–2015 гг. (число лиц, подвергнутых наказанию)

Источник: Данные Высшего арбитражного суда РФ.

### Деятельность Роспатента

Роспатент по-прежнему играет важную роль в охране прав на интеллектуальную собственность. Годовое число заявок на государственную регистрацию и защиту товарных знаков в 2004–2012 гг. выросло более чем в 1,5 раза, а затем относительно стабилизировалось на максимальном достигнутом уровне (см. рис. 3.7). К 2016 г. общее количество действующих зарегистрированных товарных знаков составляет 340 441, что превышает в 3 раза показатель 1998 г.

Роспатент осуществляет информационную и организационную поддержку различных государственных органов. В 2015 г. Роспатентом исполнено в общей сложности 5655 обращений и запросов органов исполнительной власти, а также органов прокуратуры. Сегодня наиболее активно делают обращения в Роспатент следующие службы: ФССП, МВД, ФАС, ФТС и ФНС.



**Рис. 3.6.** Число осужденных по ч. 1 ст. 180 УК РФ (незаконное использование товарного знака) в 2004–2016 гг.

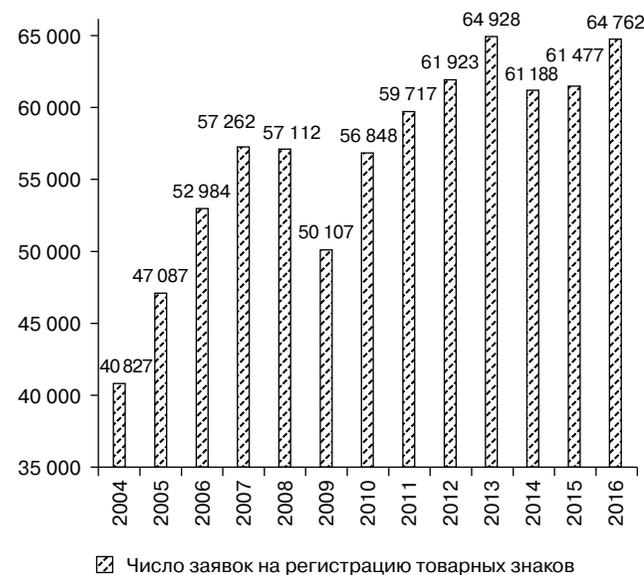
Источник: Судебный департамент при Верховном Суде РФ.

### Проблемы правоприменения

Несмотря на все изменения в законодательстве в сфере интеллектуальной собственности, по-прежнему сохраняются некоторые пробелы и зоны неопределенности, которые главным образом связаны с процессуальным регулированием.

#### Отсутствие профильных подразделений

Одной из наиболее актуальных проблем, которую первым делом называют эксперты, является отсутствие профильных подразделений и специализированных кадров в правоохранительных органах для защиты прав



**Рис. 3.7.** Динамика подачи заявок на государственную регистрацию товарного знака Российской Федерации в 2004–2016 гг. (число заявок)

Источник: Роспатент.

в сфере интеллектуальной собственности. Из-за постоянной реорганизации последних система находится в непрекращающемся движении, что порождает высокую степень неопределенности для всех участников процесса. В результате процесс становится излишне трудоемким. И хотя эксперты стараются работать со всеми доступными для них и заинтересованными структурами, порядок взаимодействия оказывается порой слишком неопределенным.

*«Что касается работы полиции, то с 2011 г. в системе МВД было проведено несколько реформ подразделений, которые уже были слажены и понимали, как работать с контрафактом, достаточно эффективно с этим справлялись. Произошли изменения, в том числе по сокращению кадрового состава, что привело к тому, что сотрудники, которые сейчас выделены для борьбы с контрафактом, перегружены и, в принципе, не обеспечивают той эффективности и опера-*

тивности, которые требуются в таких делах» (представитель юридической фирмы).

В практике правоприменения появился дополнительный сюжет, связанный с возложением дел по защите интеллектуальной собственности на участковых. С учетом того что для участковых это новый предмет, который требует специального погружения и обучения, а также в связи с их загруженностью и незаинтересованностью в такого рода административных делах работа с ними для экспертов оказывается затруднительной.

*«Например, административное производство вообще не идет в показатели, поэтому участковые пытаются все это спихнуть. Они только по уголовным делам, причем многие не работают по первой части, им это тоже неинтересно, по первой части тоже работают только на местах»* (руководитель агентства по защите интеллектуальной собственности).

Вышесказанное усугубляется двумя обстоятельствами. С одной стороны, правоохранительные органы, как правило, работают согласно заявительному принципу: необходимо, чтобы кто-то к ним обратился и указал на нарушение прав потребителей. С другой стороны, ситуация осложняется стремлением правоохранительных органов в некоторых случаях использовать полученную информацию в собственных целях. В результате, по мнению экспертов, контроль над внутренними рынками сегодня оказывается весьма слабым.

### **Хранение вещественных доказательств**

Хранение вещественных доказательств — еще одна проблема, на которую ссылаются эксперты. По мнению наших респондентов, эта проблема оказывается особенно актуальной в тех случаях, когда выявляется крупное производство, которое включает большое количество единиц продукции. В таких случаях необходимо организовывать транспортировку, погрузочно-разгрузочные работы и хранение продукции. Как правило, все расходы при этом ложатся на правообладателей. Важно, что от правообладателей требуется хранить вещественные доказательства в полном объеме до окончания судебного разбирательства. Процесс же может тянуться годами.

*«Живой пример: затянули дело, оно идет два года, задержанная продукция где-то хранится, мы платим деньги, транслируем правообладателю эти расходы, но у полиции нет возможности это хранить»* (руководитель агентства по защите интеллектуальной собственности).

Эксперты полагают, что в тех ситуациях, когда контрафактная продукция изъята на месте производства и проведена соответствующая экспертиза, можно подумать над специальным положением, которое позволило бы ее уничтожить, не дожидаясь окончания судебного процесса, ведь для судебного разбирательства, как правило, достаточно фотографий и результатов экспертизы.

### **Уничтожение контрафактной продукции и оборудования**

Не менее важной проблемой для правообладателей оказывается неурегулированность процесса уничтожения контрафактной продукции и оборудования, используемого для ее производства. В данном пункте эксперты указывают несколько направлений, в отношении которых требуется совместная работа с регуляторами.

Во-первых, далеко не всегда в рамках административного судопроизводства предписывают уничтожение продукции. Иногда они не только не предписывают такого уничтожения, но и не понимают важность меры конфискации, ограничиваясь штрафом для нарушителей и предписанием к изъятию из оборота продукции. В таких случаях экспертам приходится обжаловать решения судей. В том числе правообладатели стремятся обжаловать решения судей, которые предписывают только конфискацию товаров без уничтожения.

Во-вторых, сама процедура уничтожения контрафактного товара непрозрачна, забюрократизирована и многосубъектна. На этот пункт участники процесса обращают внимание регуляторов уже давно, но каких-либо положительных сдвигов в этом направлении не наблюдается.

*«Создается специальная комиссия в Фонде федерального имущества, которая осуществляет уничтожение. Это очень серьезная работа, и в действие включается большая бюрократическая система, потому что надо, чтобы пристав забрал товар у таможни, отнес его в Фонд федерального имущества, там создали комиссию, комиссия провела тендер, по тендеру отобрали компанию, которая имеет лицензию на уничтожение, переработку и т.д., заключают с ней договор (кто-то это должен оплачивать!), и после этого все это передается для уничтожения. Можно догадаться, что процедура очень длительная, и в связи с этим вызывает сомнение эффективность уничтожения контрафакта»* (представитель юридической фирмы).

В-третьих, не прописана роль самого правообладателя в процедуре уничтожения контрафакта. Правообладатели бьются за то, чтобы их приглашали на процедуру уничтожения или хотя бы оповещали о ее резуль-

татах, но наталкиваются на большие препятствия. В результате этого вся процедура и деятельность вовлеченных субъектов в процессе уничтожения контрафакта выглядят непрозрачными. Ситуация усугубляется свидетельствами со стороны экспертов о том, что продукция порой не уничтожается, а повторно всплывает на рынках. Все это вызывает недоверие у правообладателей и экспертов к судебной системе и снижает стимулы к противодействию незаконному обороту продукции.

*«Мы делали по нескольким крупным делам запросы поэтапно: приставы, Росимущество. От всех получали документы, что товар уничтожен. Просим: пришлите акт об уничтожении. Нет. Самый большой результат, который был: мы получили от Росимущества решение комиссии об уничтожении. Неучастие правообладателя, права которого нарушены, — просто нонсенс»* (юрист компании, оказывающей услуги по обеспечению безопасности).

Показательно и то, что, по словам экспертов, нередко и для самих правоохранительных органов не понятна и запутана процедура уничтожения незаконной продукции, в результате чего они вынуждены обращаться к представителям правообладателей за разъяснением вопроса.

### Политика правообладателей

Правообладатели играют активную роль в борьбе с контрафактом. Они делают предложения по поправкам к действующему законодательству, обучают таможенных инспекторов и представителей правоохранительных органов отличать контрафактную продукцию от оригинальной и проч. Однако правообладатели нередко проявляют осторожность в борьбе с контрафактом из-за боязни нанести урон собственным брендам в глазах потребителей. Многие предприниматели, наоборот, пытаются скрыть от потребителей информацию о наличии подделок, поскольку любой скандал вокруг бренда может обернуться потерей части рынка. В дополнение некоторые правообладатели, оценивая издержки борьбы с контрафактом, не хотят нести подобные расходы, особенно в периоды кризисов.

Тем не менее число активных борцов с контрафактом со временем растет. При этом основной целью борьбы для правообладателей является не посадить нарушителей, а очистить рынки от контрафактной продукции, чтобы прекратилась деятельность, которая может нанести ущерб их брендам. Способы борьбы складываются из следующих элементов:

- в качестве источника информации используется общение с потребителями (горячие линии, форумы и проч.);

- вторым источником служит информация от дистрибьюторов, мерчендайзеров, менеджеров продаж;
- не менее информативными оказываются мониторинги маркетинговых служб, которые занимаются ритейл-аудитом;
- многие компании сотрудничают с агентствами по безопасности и охране, которые профессионально мониторят рынки;
- информация также поступает от государственных проверяющих органов, которые по долгу службы осуществляют проверки и контрольные закупки в торговле.

### Основные выводы

1. Под распространением контрафакта понимается широкий спектр незаконной деятельности, связанной с нарушением исключительных прав на фирменный товарный знак. В более точном определении к контрафакту относятся прямые подделки и товары-имитации, сходные с оригиналом до степени смешения.
2. В 2000-х годах на российских рынках наблюдались положительные тенденции, связанные с заметным сокращением масштабов контрафакта. В дополнение наблюдались усиление продуктовой сегментации контрафакта, перемещение подделок из офлайна в онлайн, размывание границ между оригинальной продукцией и контрафактом.
3. Положительные тенденции прерывались в периоды финансового кризиса 2008–2009 гг. и последующего экономического кризиса в 2014–2016 гг. В последние годы эксперты обращают внимание на сигналы, свидетельствующие о росте количества и доли подделок.
4. Эксперты отмечают дальнейшее улучшение качества подделок и переориентацию распространителей контрафакта на массовые сегменты товаров повседневного спроса.
5. Существуют два источника поступления контрафактной продукции: импорт и локальное производство. В зависимости от товарных категорий на одних рынках становится больше контрафакта отечественного производства, а на других — происходит усиление потока подделок из-за рубежа, главным образом по причине образования ЕАЭС, страны-участницы которого традиционно служили транзитными путями для контрафакта в Россию.

6. Расширение локального производства контрафакта во многом обусловлено текущей экономической ситуацией: девальвацией рубля, снижением объемов внешней торговли, доступностью вторичного оборудования, наличием свободной дешевой рабочей силы, ослаблением контроля над внутренними рынками.
7. Эксперты отмечают профессионализацию криминального бизнеса, который становится все сложнее и который труднее привлечь к ответственности, поскольку нарушители изобретают более распределенные и изолированные схемы ведения бизнеса, в том числе в кооперации с местными правоохранительными органами и местными органами власти.
8. Контрафактная продукция неравномерно распределена на территории РФ. В наибольшей степени она присутствует на приграничных территориях и в регионах, где менее развита цивилизованная торговля. Ключевыми каналами дистрибуции подделок на сегодняшний день выступают розничные рынки и Интернет.
9. В целом правообладатели высоко оценивают существующее законодательство в области защиты объектов интеллектуальной собственности, которое соответствует международному законодательству и позволяет эффективно решать споры на практике. Тем не менее не все поправки, внесенные в последнее время в законодательство в области интеллектуальной собственности, позитивно оцениваются экспертами. Особенно это касается изменений в процессуальном законодательстве.
10. Претерпели существенные изменения ст. 180 УК и ст. 14.10 КоАП РФ. В Уголовном и Административном кодексах были заметно увеличены размеры наказаний. Вновь понижен порог определения крупного размера ущерба до 250 тыс. руб. Помимо существенного увеличения размеров штрафов, в КоАП был добавлен новый способ расчета штрафов исходя из стоимости задержанного контрафакта.
11. Несмотря на все изменения в законодательстве в сфере интеллектуальной собственности, по-прежнему сохраняются проблемы в практике правоприменения. Прежде всего, отмечается ослабление контроля над внутренними рынками из-за постоянной реорганизации правоохранительных органов и отсутствия между ними координации. Также долгое время не удается решить проблему уничтожения контрафактной продукции и оборудования.

12. На протяжении 2000-х годов продолжается активизация всех правоохранительных органов в борьбе с контрафактом на российских рынках: увеличивается объем задержанной продукции, повышается число возбуждаемых дел в рамках административного и уголовного судопроизводства.
13. На протяжении 2000-х годов увеличивается число борцов с контрафактом среди правообладателей. Основная цель их борьбы заключается в очистке рынков от контрафактной продукции, которая может нанести вред их репутации. Правообладатели используют широкий спектр средств для получения информации о распространении контрафакта и мониторинга рынков. Тем не менее нельзя не отметить, что степень активности правообладателей в этом отношении по-прежнему очень разная.

### 3.3. СЕРЫЙ ИМПОРТ

*Серый импорт* — это ввоз импортируемых товаров с недостоверным декларированием (занижение физического объема или таможенной стоимости товара) в целях уклонения от уплаты таможенных платежей и НДС. Особая форма серого импорта связана с незаконным перемещением товаров между государствами — членами Евразийского экономического союза, в том числе в целях уклонения от уплаты налогов и акцизных сборов на территории, где производится реализация товара. Практикуется также черный импорт — ввоз импортируемых товаров без таможенного оформления в целях уклонения от уплаты таможенных платежей и НДС или ввоз запрещенных товаров.

В данном разделе проанализируем основные тенденции динамики серого импорта с 1990-х годов, используемых схем и потоков, а также изменения политики государства и запросов участников рынка в отношении принимаемых мер по «обелению» российского рынка.

#### Характер, масштабы и динамика серого импорта в 1994–2015 гг.

##### *Статистические оценки*

Для оценки доли серого импорта Банк России разработал «зеркальную» методологию, с помощью которой как самим Банком, так и независимыми исследователями проводятся регулярные сравнения внешнетор-

говой статистики России и других стран. Источниками данных для Банка России являются базы ФТС России («Таможенная статистика внешней торговли Российской Федерации»), МВФ («Direction of Trade Statistics»), Евростата («Intra- and extra-EU trade») и Статкомитета СНГ, в расчетах учитываются все группы товаров. Сравнения указывают на систематическое наличие расхождений между экспортом из определенной страны в Россию и импортом из этой страны в Россию (см. табл. 3.2). Помимо методологических и технических причин, эти расхождения могут свидетельствовать о наличии серого импорта и об умышленном искажении статистических данных, в том числе в таких формах, как:

- намеренное уклонение от регистрации товара при пересечении национальной границы;
- использование импортерами двойных счетов-фактур с занижением количества и цены товара с целью сокращения взимаемых таможенных платежей и уменьшения НДС;
- декларирование товаров импортерами под ложными товарными кодами (перекодировка) с целью минимизации ставок таможенных платежей;
- преднамеренное завышение экспортерами количества и стоимости экспортируемого товара для увеличения возвращаемого НДС;
- ложное указание страны, в которую ввозится товар (транзитные схемы)<sup>11</sup>.

По данным Центра развития НИУ ВШЭ, в первой половине 2000-х годов доля серого импорта, рассчитанная на основе «зеркальной» методологии Банка России с использованием сравнения таможенных данных России и статистики других стран-партнеров, держалась на уровне 25–30%, затем во второй половине 2000-х годов снизилась до 13–15%. Масштабы теневого бизнеса составляли от 30 до 40 млрд долл. в год (в основном за счет недостоверного декларирования товаров). В части потребительских товаров большая часть поступала из Китая, Польши и Турции<sup>12</sup>.

В рамках данного исследования была предпринята попытка самостоятельно рассчитать долю серого импорта путем адаптации методо-

<sup>11</sup> Радаев В. Российский бизнес: на пути к легализации? // Вопросы экономики. 2002. № 1. С. 68–87.

<sup>12</sup> Почему растет серый импорт? // Бюллетень «Кризис. Государство. Бизнес». 2009. № 22. <<https://www.hse.ru/data/2012/05/29/1252456455/36.pdf>>.

**Таблица 3.2.** Сравнительные данные импортa Российской Федерации товаров и экспорта остального мира за 2002–2014 гг., млн долл.

	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Экспорт ФОБ стран- партнеров	57 612	75 120	102 485	129 163	164 406	229 749	288 959	162 670	225 794	301 527	317 491	321 370	292 424
Импорт СИФ, по данным ФТС России	46 173	57 347	75 569	98 707	137 807	199 754	267 101	167 348	228 912	305 760	317 263	315 298	286 669
Импорт, по данным ФТС России, приведенный к условиям поставки ФОБ	44 489	55 280	72 869	94 800	132 256	191 786	256 440	160 646	220 219	294 173	305 035	302 751	275 549
Расхождение (импорт ФОБ России минус экспорт стран- партнеров)	-13 123	-19 840	-29 616	-34 963	-32 150	-37 963	-32 519	-2 024	-5 575	-7 354	-12 456	-18 619	-16 875
Расхождение, % к экспорту ФОБ стран- партнеров	-23	-26	-29	-27	-20	-17	-11	-1	-2	-2	-4	-6	-6

Источник: Расчеты Центрального банка РФ.

логии Банка России. Используя параметры Банка России для перевода цен CIF в FOB (при сопоставлении данных по всему миру — 4%, с Европейским союзом — 5,88%, со странами СНГ — 10,2%), мы не обращались к разнородным источникам данных, а опирались на единую базу внешнеторговой статистики, администрируемую Международным валютным фондом (International Monetary Fund). Также чтобы сгладить текущие флуктуации, мы рассчитали средние доли за трехлетние периоды.

Результаты проведенных нами расчетов показывают, что на протяжении 1994–2015 гг. динамика серого импорта имеет форму перевернутой параболы (см. рис. 3.8). С середины 1990-х годов доля серого импорта растет, достигает своего максимума к середине 2000-х годов, после чего начинает снижаться. Похожая картина наблюдается во всех рассматриваемых случаях — для общего объема импорта из всех стран, импорта из стран Европейского союза и импорта из стран СНГ. Объяснить такой профиль динамики можно следующими обстоятельствами. С середины 1990-х годов, после того как отменили возможность для фондов, имеющих официальные льготы, ввозить товары с пониженными ставками таможенных платежей, стали стремительно разрастаться серые схемы. В свою очередь, в начале 2000-х годов государство приступает к активной борьбе, в результате которой был постепенно достигнут перелом — доля серого импорта стала снижаться.

По нашим оценкам, доля серого импорта в общем импорте товаров в Россию в середине 1990-х годов составляла 18%, затем к середине 2000-х годов она выросла до 30%, а впоследствии снизилась и к 2015 г. составила около 4%. Эта цифра немного ниже полученной Банком России, согласно расчетам которого, в 2013–2014 гг. доля серого импорта была равна 6%. Самая высокая доля серого импорта характерна для потоков товаров из стран ЕС, которая с середины 1990-х до середины 2000-х годов выросла с 25 до 42%, а затем резко снизилась, но все равно в 2015 г. составила 20%. Наименьшая доля серого импорта поступает из стран СНГ (3%), за исключением всплеска 2009–2012 гг.

Мы полагаем, что более надежным показателем являются данные о потоках импорта из стран ЕС благодаря большей адекватности их статистики. В свою очередь, статистика стран СНГ не вызывает доверия в силу разных обстоятельств. Например, это проявляется в пропуске данных, в результате чего возникают резкие годовые колебания. Из-за ненадежности статистики следует поставить под сомнение и низкую долю серого

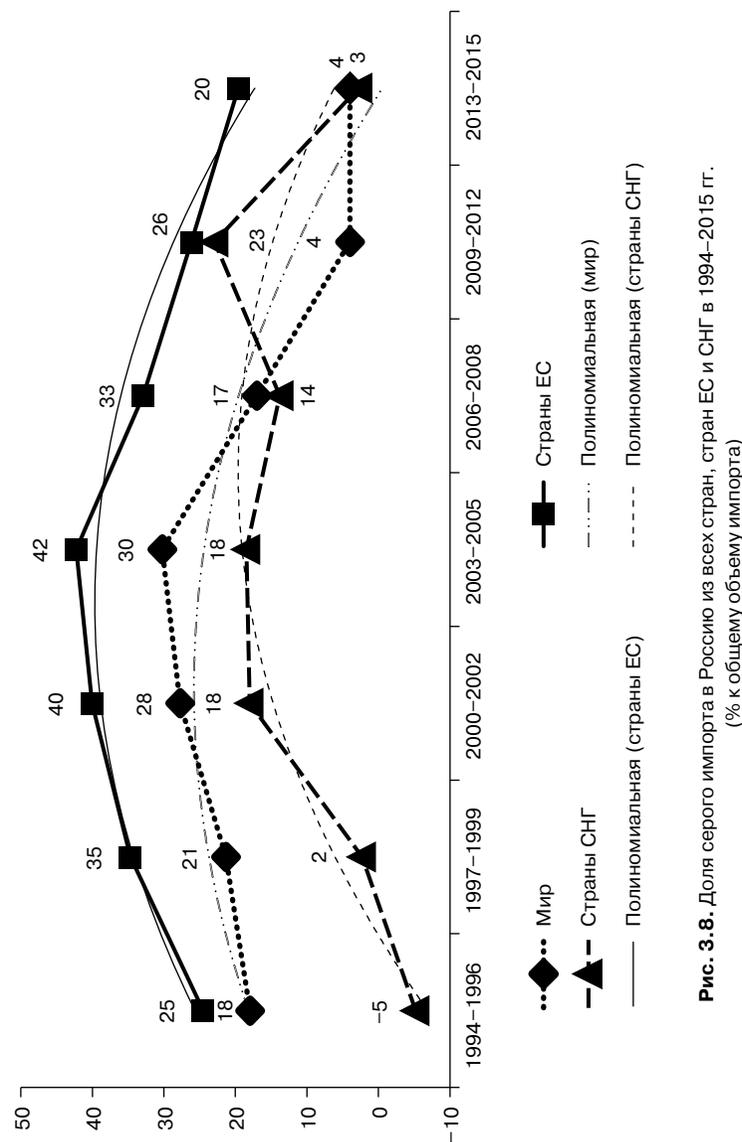


Рис. 3.8. Доля серого импорта в Россию из всех стран, стран ЕС и СНГ в 1994–2015 гг. (% к общему объему импорта)

Источник: Расчеты авторов по данным Международного валютного фонда.

импорта из стран СНГ, поскольку сами потоки из этих стран учитываются далеко не в полном объеме. Реальная доля серого импорта из этих стран может оказаться выше. Хотя после создания и последующего расширения Таможенного союза на пять стран эта доля должна была снизиться.

Стоит отметить, что в 2013–2015 гг. не наблюдается всплеска серого импорта, а поток серого импорта из стран Европейского союза продолжает снижаться. Главной причиной, вероятно, является общее сокращение импорта в результате девальвации рубля и введения разного рода санкций.

### Экспертные оценки

В ходе проекта мы просили экспертов от крупных компаний и юридических фирм оценить серую и черную составляющие рынка. Необходимо отметить, что среди участников рынков нет конвенциональных определений таких понятий, как «черный», «серый», «контрафактный», «неучтенный», поэтому многие эксперты их избегали. Когда же эксперты пытались отдельно оценить долю серого импорта, она, как правило, превышала по сравнению с нашими расчетами на основе официальной статистики (15–30%). Скорее всего, в этих случаях транслировались оценки не по всему рынку, а по товарным категориям, наиболее подверженным схемам серого импорта. Также при отсутствии данных, позволяющих объективно оценить динамику, объем и частоту выявления контрабандного ввоза, при определении его доли участники нашего исследования опираются на сигналы таможи, предполагая, что это показатели минимального порога.

*«Честно говоря, сложно оценить масштабы этой проблемы. Она есть — это факт. И периодически мы с таможи получаем уведомления, что в рамках ст. 16.2, т.е. по недостоверно декларируемому, недеклаируемому товару, выявляются какие-то товары с нашими товарными знаками, и надо срочно подтверждать, контрафакт или не контрафакт. Таких случаев я бы не сказал, что очень много. Большинство, конечно, относится к ситуациям, когда выявляется товар уже при декларировании, тем не менее если в процентном соотношении — может быть, процентов 15 обращений с таможи в отношении контрабанды у нас имеется»* (начальник юридического отдела московского адвокатского бюро).

Представители компаний уверены в необходимости дифференцированного подхода к оценке доли серого импорта не только в пределах

укрупненных рынков, но и в отдельных рыночных сегментах, а также считают нужным проводить различия по типам участников рынков, характеризующихся разной степенью «белизны».

*«Точную цифру вам никто не назовет — примерно от 30%, в сегменте аксессуаров [для популярных смартфонов] даже выше. Поэтому, когда мы говорим о контрафакте и сером рынке, это разные истории [для разных рынков и сегментов], и они варьируют в динамике. [...] Под серым импортом мы понимаем импорт товаров с занижением стоимости, эта тема характерна для всех рынков, не только для России, так что [30%] это оптимистическая цифра, с моей точки зрения. Потому что есть рынок телевизоров — он белый, есть рынок крупной бытовой техники — он белый, а есть мелкий быт [рынок мелкой бытовой техники] — он непрозрачен. Потому что себестоимость производства чайника может быть 3 или 7 долл., а чайники всегда везутся по стоимости 2–3 долл., т.е. всегда идет занижение [таможенной стоимости]»* (менеджер крупной компании рынка электроники и бытовой техники).

Ряд экспертов считают, что в отсутствие надежных данных при оценке степени «небелизны» крупных рынков корректнее придерживаться пессимистичного сценария, ориентируясь на те сегменты, проблемы которых хорошо известны (т.е. оценивать не по минимуму/посегментно/в среднем, а по максимуму).

*«Если смотреть совсем грубо, официальный импорт [ меховых изделий ] в Россию на протяжении последних 5 лет колебался от 250 до 300 тыс. изделий. Производство в России по этой группе товаров составляло еще около 300–400 тыс. изделий, при этом на сегодняшний момент участниками рынка заказано знаков [радиочастотных меток] почти 6 млн. Сколько из них будет выпущено в оборот, мы точно пойдем к 5–7 декабря, тем не менее это показывает, что уровень теневой экономики в мехах порядка 90%. Ожидать того, что это существенно лучше на других рынках, которые относятся к товарам народного потребления, честно говоря, никаких оснований нет»* (президент торговой компании в сфере одежды и обуви).

Вторая половина 2016 г. ознаменовалась повышением интереса к теме серого и контрабандного ввоза в аналитических СМИ, которые обращаются за оценками к экспертам разных рынков. Так, РБК приводит мнение исполнительного директора Союзлегпрома И. Ульянова о том, что объем контрабандных поставок товаров легкой промышленности в Россию в 2015 г. мог составить от 0,5 до 1 трлн руб. Глава Национального обувного союза Н. Демидова оценила натуральный объем серого товара на обувном рынке в 20% (общий объем продаж — 500 млн пар в год, внутреннее про-

изводство — 100 млн пар, официальный импорт — 300 млн пар, нелегальные поставки — 100 млн пар в год)<sup>13</sup>.

### Серые схемы

В целом участники нашего исследования выделили два актуальных типа схем: ввоз товара по недостоверным кодам и ввоз товара с занижением стоимости. Соотношение между ними менялось с течением времени. Так, если в конце 1990-х были популярны практики перекодирования товаров в грузовых таможенных декларациях, то к началу 2000-х годов широко распространилось менее рискованное занижение декларируемой стоимости. В настоящее время фиксируются оба нарушения (в число громких событий 2016 г., например, попал ввоз через Себежскую таможенную четырех автомобилей марки Porsche Cayenne под видом 37 т синтетических моющих средств<sup>14</sup>). Кроме того, существуют различные вариации в реализации базовых схем.

В расследовании, проведенном летом 2016 г. аналитической службой РБК и основанном на таможенных документах логистической компании ULS Global, были подробно описаны действующие схемы нелегального ввоза («тушканы», «перегруз», подмена таможенной декларации)<sup>15</sup>, частью которых являются сотрудники таможенных постов, а в схемах с подменами деклараций — и служащие более высокого уровня.

Самая простая схема реализуется с помощью физических лиц (обычно — Выборгских пенсионеров), которые на личных автомобилях пересекают финскую границу, чтобы получить из фуры 100 кг недекларируемого контрабандного товара «для личных нужд», а затем на российской стороне сдать его в другую фуру, идущую к получателю. За день «тушкан» совершает до 3 поездок, зарабатывая за каждую 1000 руб.

Схема «перегруз» технически более сложная и предполагает подмену документов с помощью задействованного в схеме сотрудника российско-

<sup>13</sup> Телегина Н., Рождественский И. Кураторы контрабанды. 26 июля 2016 г. <<http://www.rbc.ru/newspaper/2016/07/26/5780e7819a7947ddcaae48a9>>.

<sup>14</sup> В Россию пытались ввезти четыре Porsche под видом моющих средств. 13 октября 2016 г. <<http://провзд.рф/custom-house/frontier/37789-v-possiyu-pytalisy-vvezti-chetyre-porsche-pod-vidom-moyushutih-spedstv.html>>.

<sup>15</sup> Телегина Н., Рождественский И. Кураторы контрабанды. 26 июля 2016 г. <<http://www.rbc.ru/newspaper/2016/07/26/5780e7819a7947ddcaae48a9>>.

го таможенного поста. Водитель выезжает из Финляндии по подлинным документам, но на российской стороне отдает сотруднику подменные декларации — на товар, облагаемый низкой пошлиной, и без досмотра пересекает границу. Затем по пути на таможенный терминал он сворачивает на склад, где перегружает контрабандный товар в другую фуру, отдает ее водителю правильные документы, а сам, забрав груз, указанный в подложной декларации, отправляется на растаможку.

В схеме с поддельной декларацией вместо перегруза товара водитель на российской стороне проходит растаможку без досмотра по одним фиктивным документам (например, на стройматериалы), а потом получает от сотрудников таможни другую подделку, но на этот раз на тот товар, который действительно находится в фуре.

Эксперты, участвовавшие в нашем исследовании, отмечают, что, не меняясь по существу (в основе всегда лежит налоговая оптимизация), серые схемы конкретизируются исполнителями под определенные типы задач, условия, время и место ввоза (прямой, через страны Таможенного союза, через определенные таможенные посты). Так, например, участникам рынка электроники и бытовой техники хорошо знакома так называемая «калининградская схема», популярная среди российских производителей, импортирующих отдельные компоненты.

*«Когда мы говорим о продукции, произведенной в России, здесь на 20% сидит “калининградская схема”. Калининград — это часть РФ, для Калининграда действовал особый режим, который был прописан в законе об особых экономических зонах. Он предполагал определенные льготы, например на ввоз комплектующих, и специфические условия по заработной плате, по отчислениям в фонды. Наши умельцы что делали — они фактически не ввозили товар на территорию Калининграда, а просто делали так называемый бумажный импорт. И получали прибыль»* (менеджер крупной компании рынка электроники и бытовой техники).

Сказанное выше, в частности, справедливо и для описанной нами ранее относительно универсальной схемы, с помощью которой осуществлялся уход от уплаты налогов и обязательных платежей. Она организовывалась следующим образом. Торговая компания создавала цепочку из формально независимых, но реально аффилированных с ней фирм. «Независимые» компании, зарегистрированные за рубежом, покупали товары по рыночной цене у глобальных производителей и их официальных дистрибьюторов. Другие «независимые» компании регистрировались в России как участники внешнеэкономической деятельности для проведения операций по импортированию товаров. Они покупали товары у зарубеж-

ных аффилированных компаний по многократно заниженной цене, чтобы минимизировать уровень таможенных платежей и НДС, подлежащих к уплате при таможенной очистке товара. Лишь небольшая часть положенных сумм действительно уплачивалась официально, а основная часть шла через так называемые «боконики» в виде неформальных платежей и откатов: таможенникам за отказ от серьезного досмотра, таможенным брокерам за их посреднические услуги, собственникам таможенных терминалов. После таможенной очистки товар перепродавался фирмам-однодневкам, создаваемым для нескольких транзакций или даже для одной крупной транзакции, совершаемых в пределах трех месяцев, пока они не становились объектами налоговых проверок. В свою очередь, эти фиктивные фирмы-однодневки продавали товары оптовикам, но уже по максимальной цене, фиксируя значительную прибыль. После этого данные фирмы исчезали или бросались до предоставления налоговой отчетности, извлеченный ими нелегальный доход переводился назад в аффилированные зарубежные фирмы через банки, оказывавшие серые услуги, а очищенная во всех смыслах продукция поставлялась оптовиками розничным компаниям уже по нормальной рыночной цене (см. рис. 3.9).

### Участники серых схем

Участниками серых схем в тех или иных ситуациях становились практически все, кто вел внешнеэкономическую деятельность в период с середины 1990-х годов до настоящего времени, поэтому общее содержание и типология схем были хорошо известны. На официальных сайтах таможенных брокеров можно найти описания как самих схем, так и сопряженных с ними рисков. Формально эта информация адресована неискушенным в ВЭД предпринимателям, чтобы помочь последним вовремя идентифицировать опасность и не оказаться вовлеченными в подобную схему. Как отмечают аналитики ПРОВЭД, по данным ФТС, в настоящее время внешнеэкономическую деятельность в Российской Федерации ведут около 80 тыс. компаний и индивидуальных предпринимателей. В 2016 г. в совокупности они оформили 3,9 млн товарных партий, примерно две трети из них пришлись на импорт. При этом 47% импортных поставок пришлось на 2800 компаний, которые ФТС относит к так называемому низкому уровню риска, 40% были определены ведомством как «рисковые поставки». «Не охваченную» таможенным контролем долю (10–13%) аналитики называют зазором для контрабандистов и для тех, кому просто повезло проскочить.

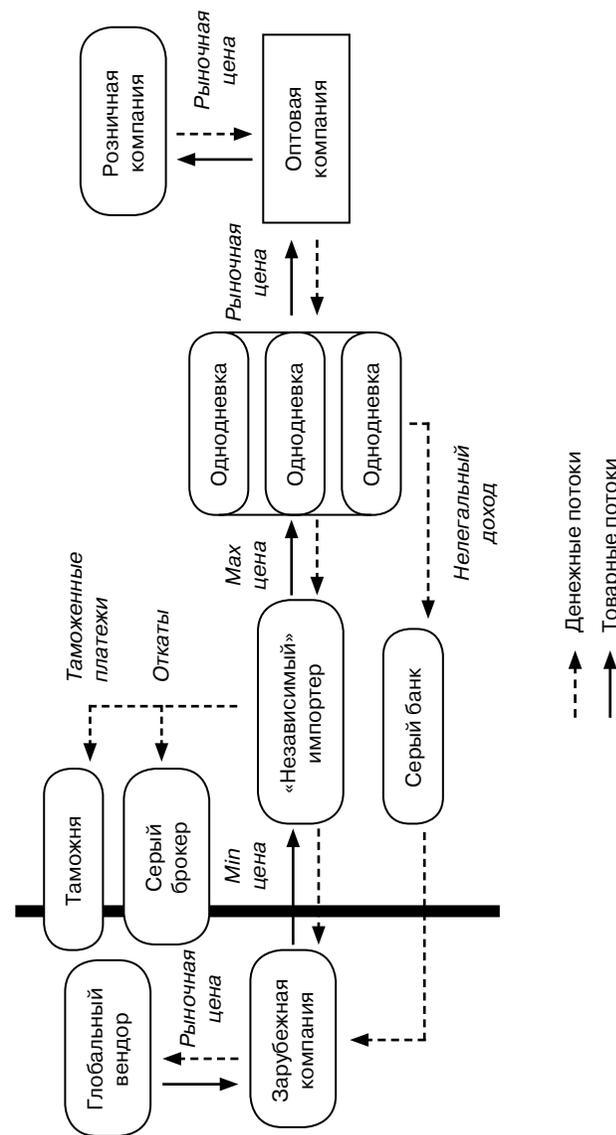


Рис. 3.9. Организация серых схем с цепочкой аффилированных фирм

Однако если взглянуть на ситуацию не со стороны объема перемещаемых товаров, а со стороны перемещающих, то окажется, что 96% участников ВЭД связаны именно с «рисковыми поставками»<sup>16</sup>. Описать все разнообразие этих участников (экспортеры, импортеры, крупные, средние и небольшие компании разных форм собственности и др.) непросто, но можно взглянуть на них опосредованно, рассмотрев лишь одну категорию участников ВЭД, выступавших в роли организаторов и исполнителей серых схем.

### **Таможенные представители**

Анализ российского рынка таможенных услуг, проведенный в 2005 г. Центром коммуникативных технологий «ПРОПаганда» по результатам экспертного опроса участников ВЭД, определил этот рынок как растущий: через брокеров на тот момент проходило около 20% всех таможенных оформлений. В январе — апреле 2016 г., по данным аналитической группы VED-STAT.RU, таможенные представители оформили полмиллиона таможенных деклараций на товары, что составило 46% всего объема деклараций, поданных в таможенные органы России, и обеспечило 74,4% объема всех таможенных платежей. По объему таможенных платежей лидируют брокеры, занимающиеся экспортным оформлением углеводородов (в то же время таких компаний немного). По данным аналитического издания ПРОВЭД, 86% таможенных представителей занимаются оформлением импорта, на долю которого приходится не менее половины таможенных деклараций, а 72% клиентов таможенных брокеров — это импортеры.

По числу компаний рынок кажется стабильным (так, в 2012 г. в России осуществляли свою деятельность 450 таможенных представителей<sup>17</sup>, а на 1 января 2016 г. их насчитывалось 464<sup>18</sup>). По данным ФТС, в 2016 г.

<sup>16</sup> Романов А. Таможня не для всех. 13 апреля 2017 г. <<http://провэд.рф/custom-house/national/41696-tamozhnya-ne-dlya-vseh.html>>.

<sup>17</sup> Аналитический отчет контрольно-финансового управления ФАС России по результатам анализа конкурентной среды на рынке услуг таможенных представителей в 2012–2013 гг. М., 2014. <<http://fas.gov.ru/upload/documents/archive/571aa7c2af8ad54bfa4dd95423087351.pdf>>.

<sup>18</sup> Быркова Е. Обзор рынка таможенных представителей России в 2016 г. 22 июня 2016 г. <<http://провэд.рф/analytics/research/35153-obzor-pynka-tamozhennyh-ppedstaviteley-possii-v-2016-godu.html?limitstart>>.

в реестр таможенных представителей было включено 35 организаций, исключено 89 и по итогам года числилось 409 таможенных представителей. Последние цифры наглядно демонстрируют, что этот рынок отличается не только высоким уровнем конкуренции, но и высокой «смертностью» компаний, а экспертные оценки свидетельствуют о том, что доля каждой из трех компаний, лидирующих по числу оформленных деклараций, не превышает 2%.

Исследователи ЦКТ «ПРОПаганда» отмечали, что специфика запроса на услуги посредников в России была обусловлена тремя факторами:

- непрозрачностью таможенного администрирования, волюнтаризмом решений и коррумпированностью представителей госорганов;
- сложностью законодательства и неоднозначностью правоприменительной практики;
- реализацией таможенной службой налоговых функций<sup>19</sup>.

В то время как западные клиенты, обращающиеся к таможенным брокерам, были ориентированы на качество предоставляемых услуг, российские участники ВЭД прежде всего стремились сэкономить, а более низкие цены могли предложить брокеры, работающие в сером секторе. Разделение на «белый сегмент» и «серый сегмент» участники ВЭД проводили условно: по их мнению, в силу особенностей существующего таможенного администрирования одни товары, в принципе, невозможно было оформить «вбелую», а для других предлагались альтернативы (белая, серая, черная схемы).

Косвенно активное участие большинства таможенных представителей в реализации серых схем подтверждают результаты мониторинга, проведенного в 2013 г. в Санкт-Петербурге экспертами некоммерческого партнерства «Гильдия профессиональных участников рынка оказания услуг в области таможенного дела и ВЭД “Гермес”» (НП «ГПУ ВЭД»). Из 100 компаний, опрошенных по телефону методом «тайной закупки», только 35% были готовы предоставить потенциальному клиенту типовые договоры на оказание услуг таможенного брокера, 35% скрывали прайс-листы, 20% с настороженностью относились к клиентам, обра-

<sup>19</sup> Российский рынок таможенных услуг: особенности, проблемы и перспективы развития. Основные выводы по итогам экспертного опроса. М., 2005. <<http://ilts.ru/files/file32.pdf>>.

щавшимся по телефону, 10% выразили незаинтересованность в общении<sup>20</sup>.

В ходе нашего исследования бухгалтер — участник логистического рынка оценила долю черного оборота небольших и средних операторов на уровне 60–70%.

*«Когда мы начинали работать 11 лет назад, у нас была такая ситуация. Мы были посредниками, и наши заказчики нам перечисляли деньги, и мы даже перевозчикам ничего не платили, они работали только за нас, они были полностью скрыты от учета. Мы обналчивали, пуская деньги на помоечные фирмы. Наша комиссия оставалась у нас и иногда — на счете для налоговой. Остальное обналчивалось: налом рассчитывались с перевозчиками, остальное руководство забирало себе. И так работали все. Соответственно, это и уход от НДС, от налога на прибыль и все-все-все [...] Лет 7–8 назад мы с начальником взяли курс на работу “в лобовую”. Поэтому мы процентов, наверное, 30–40 сделали белыми. Остальное — 60–70% — идет вчерную. До сих пор»* (главный бухгалтер логистической компании, осуществляющей международные перевозки и таможенное сопровождение).

Другой особенностью рынка таможенных представителей является высокая степень аффилированности с ФТС России. Так, анализ конкурентной среды, проведенный контрольно-финансовым управлением ФАС в 2014 г., выявил на рынке 45 хозяйствующих субъектов, аффилированных с государственным предприятием (ФГУП «РОСТЭК»), созданным ФТС России, которые в 2012–2013 гг. оказали услуги таможенного представителя на сумму 4 266 003 723 руб. Доля группы РОСТЭК на рынке в 2012–2013 гг. оценивалась в 6,39%<sup>21</sup>.

В то же время профессиональные участники ВЭД, принявшие участие в опросе ФАС, отметили следующее:

- практика таможенного администрирования ставит таможенных представителей в неравное и неконкурентное положение с обычными участниками ВЭД, импортерами, экспортерами, уполномоченными экономическими операторами (УЭО) и возлагает на

<sup>20</sup> Таможенные представители — 2013. 29 августа 2013 г. <[http://www.redtrans.ru/news/custom\\_news/tamozhennye-predstaviteli-2013/](http://www.redtrans.ru/news/custom_news/tamozhennye-predstaviteli-2013/)>.

<sup>21</sup> Аналитический отчет контрольно-финансового управления ФАС России по результатам анализа конкурентной среды на рынке услуг таможенных представителей в 2012–2013 гг. М., 2014. <<http://fas.gov.ru/upload/documents/archive/571aa7c2af8ad54bfa4dd95423087351.pdf>>.

них ответственность, не сбалансированную соответствующими правами;

- выход на рынок и включение в реестр таможенных представителей требуют значительного финансового обеспечения (1 млн евро и договор страхования на 20 млн руб.), а основанием для исключения из реестра может стать неоплаченная корректировка таможенной стоимости (КТС) в размере 0,5 млн руб., хотя около 80% КТС при обжаловании в судах признаются незаконными;
- передача полномочий по таможенному декларированию товаров таможенным представителям не упрощает процедуру оформления и не дает гарантий клиенту<sup>22</sup>;
- таможенные представители исключены из процесса определения категорий рисков в рамках системы управления рисками (СУР).

В 2012–2013 гг. Федеральная антимонопольная служба России отметила также новую тенденцию, связанную с появлением специализированного программного обеспечения для заполнения деклараций: на рынок таможенных услуг открылся доступ разнообразным посредникам по вопросам ведения ВЭД, которые с помощью софта были готовы предоставлять все услуги таможенных представителей, кроме декларирования от своего имени и уплаты таможенных платежей. Отмеченное выше отсутствие преимуществ у таможенных представителей при осуществлении профессиональной деятельности стимулировало рост фирм-однодневок и выход физических лиц на рынок для оказания нелегализованных услуг, что сопровождалось снижением юридической ответственности перед заказчиками (по качеству оказываемых услуг) и финансовой ответственности перед государством (по уплате налогов), а также не могло способствовать сокращению серого ввоза.

В 2014–2016 гг. вследствие общего экономического кризиса, снижения объемов импорта и экспорта, санкций и девальвации рубля сократились как число участников ВЭД, так и количество таможенных брокеров. По свидетельству участников нашего исследования, конкуренция и необходимость оптимизации расходов способствуют профессионализации кадров и повышению качества услуг таможенных представителей.

<sup>22</sup> Этот вывод представляется нам особенно важным, поскольку основная цель обращения участников ВЭД к таможенным представителям — это снижение издержек, связанных с таможенным оформлением товара, и управление рисками ВЭД.

«...в 2014–2016 гг., наверное, около 25% профессиональных участников логистического рынка закрылись вообще, перестали существовать... В 2015 г. мы уже столкнулись с 30–40%-м снижением потока импорта в Россию, я имею в виду в физических величинах, и поменялась инфраструктура. Физически он сдулся и стал другим. Мы видим в целом уход в масс-маркет, в дешевые товары, отказ от всего, что связано с избыточным потреблением. Остались и остаются те, кто может эффективно работать. При этом у нас резко улучшилось качество персонала. Все сотрудники уменьшили свои запросы по оплате труда, стал большой выбор, и сейчас мы легко можем найти персонал — очень качественный, с серьезным послужным списком» (генеральный директор логистической компании).

Изменение условий ведения профессиональной деятельности способствовало «обелению» способов работы и понизило для таможенных брокеров значение коррупционных связей в целом и с сотрудниками таможенных постов в частности.

«Значение административного ресурса для того, чтобы делать логистический бизнес, было очень важно до 2014 г., без него нельзя было фактически прийти на этот рынок. Надо было иметь связи, чтобы работать. Сейчас это не нужно, сейчас нужны профессионализм, эффективность труда и понимание процессов. Раньше для того, чтобы перевести груз, был посредник на посреднике, т.е. импортер обращался к российскому экспедитору, который обращался ко второму российскому экспедитору, который обращался к балтийскому экспедитору, который обращался далее, и это все удваивало, утраивало стоимость логистики, и это нормально ложилось на себестоимость и спокойно проходило. Потому что можно было проехать через какой-нибудь таможенный пост, где могли закрыть глаза на твои поддельные документы. Теперь этого нет. Теперь государство очень серьезно взялось за вопрос собираемости с тех скудных потоков того, что можно собрать, поэтому проезды через какие-то места, чтобы у тебя пропустили контрабанду, не работают. И у нас теперь все достаточно официально» (генеральный директор логистической компании).

### Сокращение импортно-экспортных операций в 2015–2016 гг.

Масштабы серого импорта зависят в том числе и от общего объема импортных потоков. Поэтому важно посмотреть на динамику российского импорта.

По данным Минэкономразвития, внешнеторговый оборот России в 2015 г. составил 525,8 млрд долл., уменьшившись на 32,9% относитель-

но 2014 г., при этом экспорт снизился на 30,9%, до 343,4 млрд долл., импорт — на 36,3%, до 182,4 млрд долл.<sup>23</sup>

В 2016 г., по данным ФТС, внешнеторговый оборот России составил 471,2 млрд долл. (снижение на 11% к 2015 г.), в том числе экспорт — 287,6 млрд долл. (сокращение на 17%), импорт — 183,6 млрд долл. (сокращение на 0,4%).

В российском импорте преобладали промежуточные товары<sup>24</sup> с долей 45,9%, объем их поставок составил 83,8 млрд долл., снизившись относительно 2014 г. на 29,8%. Импорт потребительских товаров (доля — 29,6%) снизился на 38,8%, до 54,0 млрд долл., инвестиционных товаров (доля — 24,5%) — на 40,3%, до 44,6 млрд долл.<sup>25</sup>

Как отмечали аналитики, наметилась тенденция к улучшению ситуации по импортным операциям (в сравнении с экспортными), хотя общее количество оформленных деклараций на 1 апреля 2016 г. составило 836 992 (–26% к тому же периоду 2015 г.).

По данным ФТС, в страновой структуре внешней торговли России ведущее место продолжает занимать Европейский союз, на долю которого в январе — марте 2016 г. приходилось 42,9% российского товарооборота (в январе — марте 2015 г. — 45,6%), на страны СНГ — 11,6% (11,8% соответственно). Обращает внимание тенденция к росту доли стран ЕАЭС (8,2 и 7% соответственно) и АТЭС (30,2 и 27,9% соответственно)<sup>26</sup>.

### Новые международные обязательства

Важным для темы нашего исследования внешним фоном происходящих в 2014–2016 гг. изменений в экономической жизни страны была продолжающаяся работа по согласованию и принятию Таможенного кодекса стран ЕАЭС, которая выявила ряд существенных проблем союз-

<sup>23</sup> Доклад «О результатах и основных направлениях деятельности Минэкономразвития России на 2016–2018 гг.». М.: МЭР РФ, 2016. С. 168. <[http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/4658c0f4-c515-4416-bef3-6784ad10a7c2/Doclad\\_2016\\_web.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=4658c0f4-c515-4416-bef3-6784ad10a7c2](http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/4658c0f4-c515-4416-bef3-6784ad10a7c2/Doclad_2016_web.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=4658c0f4-c515-4416-bef3-6784ad10a7c2)>.

<sup>24</sup> Товары, используемые не для конечного потребления, а для дальнейшего производства товаров и услуг.

<sup>25</sup> Там же. С. 171.

<sup>26</sup> Там же.

ного таможенного регулирования. В частности, эксперты отмечали, что действующая практика основана на достижении консенсуса (т.е. правила разрабатываются для тех областей, где странам-участницам удается договориться), в то время как сохраняется необходимость дать базовое определение «единой таможенной территории» и выявить конкретные области, в которых создаются барьеры для беспрепятственного перемещения товаров (например, в одних государствах союза есть режимы налоговых льгот для экспортеров, в других — нет)<sup>27</sup>.

Одновременно в 2015—2016 гг. продолжилось исполнение обязательств по процессу присоединения к ВТО. С 1 сентября 2015 г. сократились ставки ввозных таможенных пошлин почти на 4000 кодов Единого таможенного тарифа ЕАЭС (продукция сельского хозяйства, машиностроения, легкой промышленности, черной и цветной металлургии, электромашин, электроники и др.). По оценке Минэкономразвития, средневзвешенная ставка ввозной пошлины составила 6,7% (была 7,2%), по оценкам ЕЭК — 5,43%. Экспортные платежи сократились на 1856 млрд руб., импортные — на 83,9 млрд руб. С 1 сентября 2016 г. ввозные таможенные пошлины сокращены более чем на 1700 кодов ТНВЭД (по оценкам ЕЭК, средневзвешенная ставка составляет 5,2–5,3%), снижены вывозные пошлины на 7 кодов, отменены — более чем на 200 кодов.

Эксперты аналитического издания ПРОВЭД негативно оценивают последствия этих изменений. По их мнению, низкие ввозные ставки наносят урон российскому производству, снижение экспортных ставок стимулирует вывоз товаров отдельных важных категорий, в том числе сельскохозяйственной продукции, и создает дефицит по ним на внутреннем рынке<sup>28</sup>.

### **Меры, направленные на борьбу с коррупцией и повышение собираемости налогов и сборов**

#### ***Центральный банк и ужесточение валютного контроля***

Последние годы характеризуются ужесточением валютного контроля, которое в глазах участников рынка является частью общей политики ЦБ,

<sup>27</sup> Баландина Г. Единая таможенная территория: что необходимо и чего достаточно для ее обеспечения. 4 августа 2016 г. <<https://www.youtube.com/watch?v=BVnKntjK8kY>>.

<sup>28</sup> Быкова Е. Снижение таможенных пошлин: возможные последствия для бюджета и внутреннего рынка. 13 сентября 2016 г. <<http://www.np-srv.ru/stati/316/>>.

ФНС и ФТС России, направлено на сокращение нелегальных сегментов рынка и серьезно повышает издержки серых игроков.

*«В первое время [после начала экономического кризиса] был всплеск [запроса на серые схемы], он связан с переходом нелегального серого ввоза в Киргизию, Казахстан, Белоруссию. И это нормально работало до тех пор, пока была возможность оплачивать из России нелегально ввезенные товары реальному поставщику. Для того чтобы оплатить контрабандный товар за границей, нужно нарушить закон о валютном контроле. И пока это было возможно, это процветало. После того как в 2015 г. началась кампания ЦБ по выделению финансового черного сектора, на сегодняшний день это уже не интересно. Для того чтобы нелегально заплатить за границу валюту, на сегодняшний день нужно заплатить комиссию порядка 9% и потом еще легализовать товар так, чтобы тебя налоговая не вычислила, это еще 5%, а НДС для легального ввоза — 18%. Кроме того, когда ты пользуешься этой схемой, ты не гарантирован от того, что тебе потом не доначислят налоги задним числом. Я хочу сказать, что после этого всплеска сейчас мы видим обратную картину [снижение запроса на серые схемы]» (генеральный директор логистической компании).*

#### ***Деятельность Федеральной таможенной службы***

Эксперты, принимавшие участие в нашем исследовании, отмечают, что в последние годы в работе ФТС наметились позитивные перемены, ведомство активно реализует мероприятия «дорожной карты» «Совершенствование таможенного администрирования» (утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 29.06.2012 № 1125-р (ред. от 12.12.2015) «Об утверждении плана мероприятий (“дорожной карты”) “Совершенствование таможенного администрирования”»<sup>29</sup>). В то же время формы, в которых осуществляется совершенствование фискальных функций ФТС, оцениваются неоднозначно.

#### ***Корректировка таможенной стоимости (КТС)***

В январе 2016 г. участники форумов на интернет-ресурсах, посвященных внешнеэкономической деятельности, начали активно обсуждать изменения, появившиеся в судебной практике в части споров по корректировкам таможенной стоимости в рамках контроля, осуществляемого до и после выпуска товаров. 16 декабря 2015 г. Судебная коллегия по экономи-

<sup>29</sup> Дорожная карта проекта «Совершенствование таможенного администрирования» в редакции от 03.05.2012 доступна на сайте Агентства стратегических инициатив: <[http://asi.ru/upload\\_docs/DK/DK%20tamognja.pdf](http://asi.ru/upload_docs/DK/DK%20tamognja.pdf)>.

ческим спорам Верховного Суда РФ вынесла два определения по кассационным жалобам таможенного органа на судебные акты нижестоящих судов об оспаривании решений о корректировке таможенной стоимости (дела № А51-32919/2014, А51-30666/2014), обозначив ряд новых правоприменительных ориентиров для участников ВЭД, таможенных органов и нижестоящих судов<sup>30</sup>. К февралю эксперты пришли к выводу, что после решения Коллегии таможенные органы уже ведут в подобных делах со счетом 12:3 (появились постановления судов кассационной инстанции, отменяющие судебные акты нижестоящих судов, принятые в пользу участников ВЭД, со ссылкой на рассматриваемую позицию Верховного Суда, например, дела № А56-15351/2015, А51-896/2015 и др.).

Если раньше<sup>31</sup> выявление таможенным органом признаков недостоверности заявленных сведений о таможенной стоимости товаров было только поводом к проведению дополнительной проверки (в форме запросов на документальное подтверждение цены и др.) после выпуска товара, то теперь отсутствие у декларанта подтверждающих стоимость товара документов в момент таможенного оформления, а также заметное несоответствие цен на декларируемые товары ценовой информации, содержащейся в базах данных таможенных органов, стало достаточным основанием для принятия решения о корректировке таможенной стоимости<sup>32</sup>. Кроме того, Верховный Суд пришел к выводу, что при ввозе товаров по цене, значительно отличающейся от цен сделок с однородными товарами, декларант в соответствии с принципами разумности и осмотрительности обязан заранее собирать доказательства, подтверждающие указанную им стоимость.

В 2016 г. в результате корректировок таможенной стоимости товаров таможенными органами дополнительно взыскано более 25,1 млрд руб., это

<sup>30</sup> Сизов А.В. Новый вектор судебной практики по рассмотрению споров о таможенной стоимости // Запись на форуме www.tks.ru в теме: «Новая эпоха в судебной практике по корректировке таможенной стоимости». 24 марта 2016 г. <<http://www.tks.ru/forum/showthread.php?t=363480&page=7>>.

<sup>31</sup> В соответствии с постановлением Пленума ВАС РФ от 25.12.2013 № 96 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с определением таможенной стоимости товаров, ввозимых на таможенную территорию Таможенного союза».

<sup>32</sup> Сизов А.В. Новый вектор судебной практики по рассмотрению споров о таможенной стоимости // Запись на форуме www.tks.ru в теме: «Новая эпоха в судебной практике по корректировке таможенной стоимости». 24 марта 2016 г. <<http://www.tks.ru/forum/showthread.php?t=363480&page=7>>.

на 29,2% больше, чем в 2015 г. (19,5 млрд руб.). Только за I квартал 2016 г. было возбуждено 935 дел об административных нарушениях за незаконное перемещение товаров и 66 уголовных — за контрабанду<sup>33</sup>.

По мнению наших экспертов, занижение таможенной стоимости является одной из наиболее распространенных практик опасного балансирования на грани легального и нелегального. Тем не менее к таким практикам прибегают почти все участники ВЭД, отдавая себе отчет, что в случае потери равновесия решение будет вынесено не в их пользу.

*«Занижают всегда и во всех странах, но в нынешних условиях это занижение носит уже, скорее, полуполегалный характер. Это не ввоз с заявлением таможенной стоимости ниже себестоимости, это близко к реальным цифрам, но все равно идет игра на микровеличинах. Потому что объемы большие, и даже микровеличины дают преимущество»* (менеджер крупной компании рынка электроники и бытовой техники).

Важно отметить, что крупные и средние участники рынка ВЭД, признавая экономическую необходимость и своевременность принимаемых мер по «обелению» таможенных процедур, реализацию этих мер считают, с одной стороны, формальной, поверхностной и не слишком эффективной, а с другой — силовой по используемым методам.

#### *Приказ ФТС «О повышении эффективности контроля таможенной стоимости в рамках применения системы управления рисками»*

В качестве следующей меры, направленной на снижение уровня коррупции среди сотрудников таможенной службы и повышение собираемости таможенных сборов, в феврале 2016 г. ФТС был принят приказ № 280 «О повышении эффективности контроля таможенной стоимости в рамках применения системы управления рисками», в соответствии с которым ввозная таможенная стоимость не может устанавливаться ниже той, что указана в стоимостном профиле риска. Целью приказа стало пресечение налоговой оптимизации на грани занижения таможенной стоимости, к которой прибегали импортеры. Участниками такой оптимизации нередко становились, с одной стороны, таможенные представители, а с другой — сотрудники конкретных таможенных постов, на уровне которых реализовывались коррупционные схемы. В случае ФТС

<sup>33</sup> Под понятие «контрабанда» согласно ст. 188 Уголовного кодекса подпадают стратегически важные сырьевые товары или культурные ценности, а также перемещения товара через границу на сумму более 250 тыс. руб.

профиль риска в системе управления рисками (СУР) — это показатель вероятности несоблюдения таможенного законодательства. Профили, больше всего интересующие импортеров, — это разработанные ФТС исключительно для внутреннего пользования списки товаров с рекомендуемыми ввозными ценами, на которые сотрудники таможенных постов должны ориентироваться при декларировании грузов. Профили постоянно обновляются и централизованно доводятся до всех таможенных подразделений. Однако до недавнего времени у импортеров были обходные пути, позволявшие ознакомиться с примерными ценами на сайтах таможенных брокеров<sup>34</sup> или через самих брокеров, чтобы указать стоимость, максимально приближенную к рекомендуемой, и оптимизировать свои расходы.

*«Есть система управления рисками. Это автоматизированная система контроля, которая применяется к электронным таможенным декларациям, в них содержатся сведения о товарах, есть набор профилей риска, это документ официальный, в котором сказано: если расходы больше, чем 25% по товару, то досмотреть. Это называется профиль риска, и таких профилей риска несколько тысяч. Это неоткрытая информация, просто мы наблюдаем за тем, как это происходит, и понимаем. Плюс таможенные органы сообщают нам, что вот у вас профиль риска, хотя они не имеют права нам об этом сообщать»* (генеральный директор логистической компании).

Участники ВЭД считают принятую меру неправомерной, так как импортер, по сути, лишается возможности документально подтвердить отличную от профильной стоимость конкретного товара и добиться пересмотра решения таможни. По оценкам экспертов, пороговые цены стоимостных профилей часто оказываются выше реальных, поскольку, в частности, в них не учитываются возможности совершения сезонных и крупнооптовых закупок. Кроме того, эта мера превращает профили риска в инструменты политического давления, при этом не уничтожая коррупцию, а лишь перенося ее с одного уровня ФТС (таможенные посты) на другой (правоохранительная служба ведомства).

Потенциально от традиционных серых схем оптимизации и от коррупции на уровне таможенных постов выигрывали импортеры и потребители. В результате пресечения этих схем для многих российских производителей, ввозящих сырье, и для импортеров, совершавших оптовые закупки

<sup>34</sup> Пример профилей риска 2013 г., опубликованный на сайте таможенного брокера: <[http://www.tamojnyasud.ru/pro\\_risk.html](http://www.tamojnyasud.ru/pro_risk.html)>.

по наиболее низким ценам, ввоз стал убыточным<sup>35</sup>. Соответственно, от новых условий игры потенциально должны выиграть отечественные производители, ориентированные на импортозамещение и не закупающие сырье за рубежом, а также российский бюджет. Возможно, потребитель тоже не проиграет. Однако, как было отмечено выше, эксперты оценивают нововведение неоднозначно<sup>36</sup>. С одной стороны, собираемость таможенных сборов действительно стала выше. С другой стороны, у специалистов нет уверенности в том, что в долгосрочной перспективе такие инструменты сработают на пресечение серых схем.

*«На моей памяти был большой скандал на балтийской таможне, применили эту систему к тем, кто в суде отстаивал, отсуживал незаконное решение таможни особенно часто, к тем была применена система управления рисками в виде досмотров и усиленных проверок. И был скандал»* (генеральный директор логистической компании).

Тем не менее в краткосрочной перспективе некоторые участники ВЭД все же отмечают тенденцию снижения серого импорта. Так, по мнению руководителя компании «ВЭД—Агент» А. Дегтярева, если до 2016 г. были серыми или имели признаки серых схем около 50% импорта из Китая, а около 5–10% ввозились «вчерную», то уже через полтора месяца после вхождения приказа № 280 серый импорт из Китая сократился до 30–40%<sup>37</sup>.

### **Деятельность Федеральной налоговой службы**

ФНС и ФТС России являются крупнейшими администраторами бюджетных доходов: в 2015 г. ФНС собрала в федеральный бюджет 6,88 трлн руб., а ФТС — 4,93 трлн руб., как следует из данных Минфина. В сумме это 87% всех бюджетных доходов<sup>38</sup>. Экономический кризис predetermined

<sup>35</sup> *Быркова Е.* Приказ ФТС № 280: кошмар для участников ВЭД или польза для экономики? 10 мая 2016 г. <<http://провэд.рф/custom-house/national/34067-ppikaz-fts-280-koshmar-dlya-uchastnikov-ved-ili-polyza-dlya-ekonomiki.html>>.

<sup>36</sup> *Максимова А.* ФТС отменяет стоимость ниже риска. 19 февраля 2016 г. <<http://провэд.рф/custom-house/national/32174-fts-otmenyaet-stoimosty-nizhe-piska.html>>.

<sup>37</sup> *Новожилов Е.* Оттенки серого импорта. 10 апреля 2016 г. <<http://chinalogist.ru/book/articles/analitika/ottenki-serogo-importa>>.

<sup>38</sup> *Нетреба П., Миллюкова Я.* Правительство ужесточит российскую фискальную систему. 25 января 2016 г. <<http://www.rbc.ru/economics/25/01/2016/56a658e49a794772861fa8d3>>.

активизацию их политики, направленной на совершенствование реализации фискальных функций.

#### *Совершенствование налогового администрирования*

Передача ФТС в ведение Минфина России будет сопровождаться постепенной интеграцией информационных систем таможенного и налогового ведомств, что участники рынка расценивают как необходимую оптимизацию неэффективных процессов таможенного администрирования. Освобождение ФТС от фискальной функции позволит сократить численность служащих, упростить существующие на таможне процедуры и документооборот.

#### *Введение контрольно-кассовой техники нового поколения*

В соответствии с Федеральным законом от 03.07.2016 № 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт” и отдельные законодательные акты Российской Федерации» в двухлетний период будет осуществлен постепенный переход всех организаций и предпринимателей, работающих в розничной торговле, на новую контрольно-кассовую технику, автоматически передающую данные об операциях в налоговые органы в онлайн-режиме через оператора фискальных данных, электронная кассовая лента в новых ККМ заменяется на фискальный накопитель. Производители кассовых аппаратов и фискальных накопителей должны будут предоставлять уникальные данные по каждому устройству в ФНС России. С 1 июля 2018 г. онлайн-кассы станут обязательными для всех. Повышена мера административной ответственности для нарушителей (установлен штраф за расчеты без онлайн-кассы — не менее 30 тыс. руб., за повторное нарушение предусматривается остановка деятельности магазина на срок до 3 месяцев).

Большинство участников ВЭД отмечают, что упомянутые выше перемены затрагивают лишь относительно небольшую часть рынка, которая при этом в целом является добропорядочной и законопослушной. Уже сточения валютного и таможенного контроля, введение новых требований к контрольно-кассовой технике и др. не влияют на тех, кто по-прежнему ввозит и продает продукцию за наличные.

*«Но это [контрабанда] вопрос мелких лавочников, рынка. Часть страны так и живет. И не надо про это забывать. Китайский ширпотреб ввозится “вчерную” в*

*огромном количестве, и продается это на рынках. Мы в Москве все деловые, у нас торговые центры, а 100 км от Москвы и дальше люди живут, и они приходят с кэшем на рынок, отдают свой кэш. Продавцы его берут, каким-то образом переправляют в Китай, закупают хлам и везут его сюда. И это все остается, этот сегмент немаленький, страна потребляет немало товаров вне торговых центров»* (заместитель генерального директора логистической компании).

Кроме того, эксперты отмечают тенденцию к контейнеризации перевозок<sup>39</sup> и прогнозируют дальнейший рост сборных поставок, таможенная очистка их более трудоемка, поэтому чаще осуществляется по серым схемам, которые становятся невыгодными в России. Это также усложнит логистику и оттянет часть перевозок на оформление в Белоруссию и в Казахстан<sup>40</sup> (в этом же направлении действует режим экономических санкций).

По некоторым оценкам, в условиях кризиса всегда существовавший у российских участников ВЭД запрос на сокращение расходов усилился, поэтому значительного падения спроса на рискованные серые схемы не происходит, более того, в некоторых сегментах рынка отмечается возврат к контрабандным поставкам<sup>41</sup>. Вместе со ставками таможенного оформления снижаются и ставки серых брокеров. Эксперты, привлеченные РБК к оценке выгоды контрабанды, считают, что, поскольку не привязанные к инвойсам ставки на нелегальный провоз значительно ниже, расходы импортера, например, в Северо-Западном регионе по ввозу 20 т одежды или других товаров народного потребления составят 45–60 тыс. долл. (независимо от страны происхождения товара). Эта сумма включает 3 тыс. долл. таможенных пошлин на товар-прикрытие, 10–12 тыс. долл. на взятки представителям таможенных органов, полиции и ФСБ и маржу таможенного брокера (32–45 тыс. долл.). Платежи в бюджет с такой же фуры, ввезенной легально, ориентировочно могут составить от 90 до 175 тыс. долл., т.е. выгода может достигать 45–115 тыс. долл.<sup>42</sup>

<sup>39</sup> *Гладких А.* Полгода кризиса: экспорт уходит в контейнеры, импорт — выходит. 23 июля 2015 г. <<http://провзд.рф/economics/logistics/27798-polgoda-kpizisa-eksport-uhodit-v-konteynepy--impopt---vyhodit.html>>.

<sup>40</sup> Что ждет российскую логистику в 2015–2016 гг.? <<http://ati.su/Media/Article.aspx?HeadingID=1&ID=3812>>.

<sup>41</sup> Там же.

<sup>42</sup> *Телегина Н., Рождественский И.* Кураторы контрабанды. 26 июля 2016 г. <<http://www.rbc.ru/newspaper/2016/07/26/5780e7819a7947ddcaae48a9>>.

### Политика ведущих компаний в отношении серых схем

По признанию бизнес-омбудсмена Б. Титова, у российского крупного и среднего бизнеса, объединенного в ассоциации, сегодня есть четыре основных запроса к работе таможенной службы:

- повышение открытости, прозрачности и понятности риск-ориентированного подхода для бизнеса;
- упрощение и минимизация документооборота;
- дебюрократизация;
- синхронизация/объединение баз данных таможенной и налоговой служб<sup>43</sup>.

Основную задачу службы эксперты крупных компаний видят не в повышении процента выявляемого нелегального ввоза (который сейчас, по некоторым оценкам, составляет не более 1–3%), а в подаче четкого и однозначного сигнала участникам ВЭД, что потенциально и на общих правовых основаниях проверке может быть подвергнут любой. Принимаемые же в настоящее время меры эксперты считают, скорее, силовыми, чем рыночными, хотя и отмечают положительные эффекты проводимых реформ.

*«Сейчас [происходит] движение в официальную часть: если мы посмотрим конец 1990-х — начало 2000-х, то официальная часть была вообще мизерной, а неофициальная часть была основной. На транспортное средство, которое прибывало в основном из Финляндии, на тот момент — 2 тыс. долл. [составляли] официальные платежи, а 22 тыс. — неофициальные платежи. На сегодняшний день все драматически поменялось. Теперь 100 долл. — неофициальная часть, а 22 тыс. — в бюджет РФ. Динамика, в принципе, позитивная»* (генеральный директор логистической компании).

Представители крупных компаний-производителей и импортеров отмечают, что от новой политики ФНС и ФТС, направленной на «обеление» рынков, они ожидают выравнивания конкурентных условий и оценивают текущие меры только как первый шаг на пути к такому равенству, потому что внимание регуляторов сейчас направлено прежде всего на тех, кто уже полностью или в значительной степени вышел из тени. Из поля зрения регуляторов по-прежнему выпадает большая часть рынка как в Москве и Санкт-Петербурге, где существуют площадки прямых продаж незаконно

<sup>43</sup> Борис Титов о таможене, поддержке бизнеса и рейдерских захватах. 11 августа 2016 г. <<http://www.np-srv.ru/stati/296/>>.

ввезенного товара за наличный расчет, так и в регионах, где даже крупные торговые сети, объединяющие десятки магазинов, с фискальной точки зрения видны государству только на уровне опта, розница же дробится на множество индивидуальных предпринимателей и уходит от уплаты НДС. Невозможность оценки нерегистрируемого товарного оборота создает замкнутый круг (нет документов — нет ошибок — нет повода для проверки).

Как было отмечено, в прозрачности заинтересованы прежде всего крупные компании. Тем не менее часть участников нашего исследования считают, что выравнивание условий, объяснение и последовательное соблюдение регуляторами правил способны вывести из тени большую часть игроков даже на традиционно проблемных рынках.

*«На рынке [...сейчас] 20% работают легально, платят; 10% [всегда] будут сознательно придумывать любой способ, чтобы не платить налоги, но оставшиеся 70% — люди здоровые, имеющие какой-то капитал, и, как любой здоровый человек, они боятся закона»* (президент торговой компании в сфере одежды и обуви).

### Основные выводы

С середины 1990-х годов у российского бизнеса устойчиво сохраняется запрос на сокращение издержек при ввозе готовой продукции и сырья, который удовлетворяется с помощью различных серых схем оптимизации таможенных платежей и НДС. За это время сложились устойчивые незаконные практики, частью которых являются сотрудники разных уровней таможенной службы, правоохранительных органов и компаний-посредников (прежде всего логистических операторов/таможенных представителей). В тех или иных масштабах оптимизация используется многими участниками ВЭД: часто они балансируют на грани допустимого, занижая декларируемую стоимость товара.

Объективная оценка доли серого и контрабандного ввоза затруднена, а субъективные оценки экспертов расходятся, но при этом почти всегда оказываются выше тех, что дают расчеты, основанные на официальной статистике. Результаты проведенных нами расчетов показывают, что на протяжении 1994–2015 гг. динамика серого импорта имеет форму перевернутой параболы. С середины 1990-х годов, когда после отмены льготников стали стремительно разрастаться серые схемы, доля серого импорта растет, достигая своего максимума к середине 2000-х годов. После того как государство приступает к активной борьбе, постепенно достигается

перелом — доля серого импорта начинает снижаться. Сходная картина наблюдается в случаях общего объема импорта из всех стран, импорта из стран Европейского союза и импорта из стран СНГ. В 2014–2016 гг. дополнительное снижение серого импорта было обусловлено общим снижением импортных потоков в результате девальвации рубля и экономических санкций.

По нашим оценкам, в 2015 г. доля серого импорта в общем импорте составляла около 4% с большими вариациями по отдельным товарным категориям. В некоторых сегментах эксперты оценивают долю серого импорта на уровне 15–30%. В последние годы участники внешнеэкономической деятельности тоже отмечают тенденцию к снижению доли серого импорта. Но в условиях кризиса и растущего запроса на оптимизацию издержек падение спроса на рискованные серые схемы объективно сдерживается.

Серые схемы эволюционировали с течением времени. В конце 1990-х были более популярны практики перекодирования товаров, в начале 2000-х годов распространилось менее рискованное занижение декларируемой стоимости. Эти базовые схемы также используются в разных сочетаниях. Строятся сложные схемы с созданием цепочки из формально независимых, но реально аффилированных фирм, включая фирмы-однодневки, и таможенных посредников. Однако продолжают активно использоваться и более простые схемы, реализуемые с помощью физических лиц, ввозящих недекларируемый товар «для личных нужд».

В последние несколько лет регуляторы осуществляют более или менее согласованную политику, целью которой является «обеление» российских рынков. Эксперты в целом позитивно оценивают меры, принятые Банком России для ужесточения валютного контроля, а также фиксируют улучшения деятельности Федеральной таможенной службы, хотя и видят в ней множество ограничений.

Специфика современной ситуации в сфере противодействия серому импорту заключается в совпадении фискальных интересов государства и деловых интересов ведущих компаний, которые создали или локализовали производство на территории Российской Федерации, полностью или в основном вышли из «тени» и готовы к сотрудничеству с государством в обмен на выравнивание конкурентных условий. Последнее понимается прежде всего как усиление контроля над компаниями-импортерами и производителями, которые ввозят товар или отдельные компоненты с занижением таможенной стоимости и уклонением от уплаты НДС, что дает недобросовестным игрокам ценовое преимущество на рынках.

### 3.4. ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ

В данном разделе кратко рассмотрим эволюцию законодательного регулирования в сфере исчерпания исключительных прав на товарный знак, изменение практик правоприменения и судебных практик, проанализируем опыт решения данного вопроса в государствах — членах ЕАЭС. Проследим, как развивалась дискуссия о легализации параллельного импорта, к каким последствиям может привести подобная мера.

#### Эволюция законодательного регулирования

Параллельным импортом называется введение в гражданский оборот товара, защищенного товарным знаком, посредством импорта без разрешения правообладателя в страну, не предназначенную для его распространения. Наличие и правовой статус параллельного импорта определяются концепцией исчерпания прав, установленной в государстве, на территорию которого импортируется товар.

В мировой практике существуют три принципа исчерпания прав. Национальный принцип исчерпания прав на товарный знак предусматривает потерю правообладателем исключительных прав на использование товарного знака после первого введения товара в гражданский оборот им самим или с его согласия внутри страны. Региональный принцип исчерпания прав на товарный знак предусматривает такую потерю после первого введения товара в гражданский оборот не только внутри страны, но и во всем регионе (например, в объединении нескольких государств). Наконец, международный принцип исчерпания прав на товарный знак означает потерю правообладателем исключительных прав после первого введения товара в гражданский оборот в любой части мира.

В России первоначально ст. 23 Федерального закона от 23.09.1992 № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» был установлен международный принцип исчерпания прав. Затем в соответствии с Федеральным законом от 11.12.2002 № 166-ФЗ в закон 1992 г. были внесены важные изменения, и международный принцип исчерпания прав был заменен на национальный. В 2008 г. национальный принцип был закреплен в ч. 4 ст. 1487 ГК РФ. Наконец, Соглашением о единых принципах регулирования в сфере охраны и защиты прав интеллектуальной собственности между Республикой Белоруссией, Республикой Казахстан и Российской Федерацией (ст. 13)

от 19.12.2011 национальный принцип был заменен на региональный. Последний был закреплен Договором о Евразийском экономическом союзе от 29.05.2014.

Соответственно, параллельный импорт, связанный с использованием другими лицами результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации без согласия правообладателя, является незаконным и влечет гражданско-правовую, административную и уголовную ответственность.

### Изменение практик правоприменения

Практики правоприменения по параллельному импорту в России можно разделить на два этапа<sup>44</sup>. На первом этапе — в 2002–2008 гг. — таможенные органы задерживали партию предполагаемого параллельного импорта и ставили в известность представителей правообладателя. После предоставления необходимых документов, подтверждающих неправомерность ввоза, таможня на основании административного протокола передавала дело в суд, где представители таможенных органов выступали против параллельного импортера, представляя государство как гаранта прав на интеллектуальную собственность. Компания-правообладатель, пострадавшая от параллельного импорта, проходила как третье лицо. Таким образом, на первом этапе — с 2002 г. до конца 2008 г. — параллельных импортеров привлекали к административной ответственности, и гражданско-правовых споров по данной теме не было. При этом судебная практика применения ст. 14.10 Кодекса об административных правонарушениях (КоАП РФ) в отношении параллельного импорта была неоднозначной. Первоначально суды отказывались привлекать независимых импортеров к ответственности либо применять к товару, не содержащему незаконное воспроизведение товарного знака, такую санкцию, как конфискация. Затем судебные решения стали приниматься в пользу как правообладателей, так и независимых импортеров.

Второй этап начался в 2009 г. после прецедентного решения Президиума ВАС по делу Porsche Cayenne (дело № А40-9281/08-145-128): параллельный ввоз продолжает трактоваться как нарушение по Гражданскому

<sup>44</sup> Легализация параллельного импорта и ее влияние на товарные рынки России / В.В. Радаев, З.В. Котельникова, М.Е. Маркин, Е.А. Назарбаева // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 9. М.: Изд. дом ВШЭ, 2011.

кодексу, но уже не признается правонарушением по КоАПу. Таможенные органы продолжают останавливать параллельный импорт и сообщать об этом правообладателю, но административные дела по ст. 14.10 КоАП РФ в отношении параллельного импорта прекращаются. Лишь правообладатели могут подавать иски и добиваться компенсации в рамках гражданско-правовых отношений. И защита прав в сфере параллельного импорта в решающей мере зависит от позиции компаний-правообладателей.

Выяснение отношений правообладателя и параллельного импортера проводилось, как правило, в арбитражных судах (значительно реже — в судах общей юрисдикции) в рамках Гражданского кодекса. В случае выигрыша пострадавшая компания по решению суда получает денежную компенсацию (до 5 млн руб.) или возмещение убытков (значительно реже). В итоге государство сняло с себя трансакционные издержки по делам о параллельном импорте, почти полностью переложив их на правообладателей.

Это немедленно отразилось на статистике работы таможенных органов. В 2007–2009 гг. количество единиц продукции, выявленной таможенными органами и признанной незаконной в судебном порядке, уменьшилось на 38%, а число дел, инициированных таможенными органами по КоАПу, снизилось на 35%. Это снижение показателей целиком было связано с уменьшением дел по параллельному импорту (составлявших до 30–40% всех судебных дел). В 2010 г. число задержанных единиц продукции вновь вернулось к уровню 2007 г., но уже за счет поддельной продукции.

Судебная практика рассмотрения гражданских дел на втором этапе тоже изменялась<sup>45</sup>. В 2009 г. было рассмотрено всего четыре дела по параллельному импорту, из них по двум искам отказано, но впервые два иска были удовлетворены. Первым стало дело Panasonic (№ А60-41915/2009), по которому суд пришел к выводу о необходимости изъятия и уничтожения неконтрафактного товара. Начиная с 2010 г. количество судебных процессов по параллельному импорту стало увеличиваться. Состоялось уже 12 процессов, по половине из них требования правообладателей в сфере косметики, медицинского оборудования и кожаных аксессуаров были частично удовлетворены. Отказы получили представители пивной индустрии. В 2011 г. ситуация решительно изменилась. Состоялось 30 су-

<sup>45</sup> Подробнее см.: Влияние ограничения параллельного импорта на товарные рынки Российской Федерации. Отчет Фонда «Центр стратегических разработок». М., 2013.

дебных процессов, и по всем процессам иски правообладателей были частично удовлетворены (речь идет о производителях пива, минеральной воды и автозапчастей). В 2012–2013 гг. ежегодно возбуждалось 20–30 дел, большинство из них решено в пользу правообладателей.

Впрочем, для компаний-правообладателей не все складывается столь гладко. Например, с 1 июня 2016 г. в соответствии с Федеральным законом от 02.03.2016 № 47-ФЗ «О внесении изменений в Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации» (ред. от 23.06.2016) введен обязательный досудебный претензионный порядок по большинству дел в области интеллектуальной собственности. Таким образом, правообладатель по каждому конкретному факту нарушения интеллектуальных прав обязан направить претензию нарушителю и выждать 30 дней до подачи в суд иска о нарушении прав.

Данное нововведение может серьезно осложнить работающий механизм пресечения незаконного ввоза продукции (особенно параллельного импорта), в основе которого лежит право таможенной службы приостанавливать подозрительный товар сроком на 10 дней для уведомления правообладателя и подготовки предварительных обеспечительных мер. Нарушаются конституционные права правообладателей на судебную защиту и положения ТРИПС, предусматривающие эффективное пресечение распространения незаконно ввозимого товара. Кроме того, обязательный 30-дневный претензионный порядок предоставляет нарушителю отсрочку, позволяющую скрыть следы или реорганизовать противоправную деятельность и, таким образом, избежать наказания.

### Защита объектов интеллектуальной собственности в странах ЕАЭС

Тема параллельного импорта получила свое дальнейшее развитие в результате создания Таможенного союза, а затем Евразийского экономического союза. Государства ЕАЭС действуют на основе Договора о ЕАЭС от 29.05.2014. Во всех государствах — членах ЕАЭС приняты национальные стратегии развития интеллектуальной собственности (в основном в 2011–2012 гг.). Кроме этого, в сфере правовой охраны товарных знаков они руководствуются нормами следующих международных договоров:

- Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности от 15.04.1994 (TRIPS);
- Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20.03.1883;

- Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14.04.1891 и Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков от 28.06.1989;

- Сингапурский «Договор о законах по товарным знакам» от 27.03.2006.

До 2011 г. в Белоруссии (как и в России) действовал национальный принцип, а в Казахстане — международный принцип исчерпания прав на товарный знак. Затем эти страны перешли на региональный принцип исчерпания прав в рамках созданного единого экономического пространства. Сегодня на всех территориях ЕАЭС применяется региональный принцип исчерпания исключительного права на товарный знак (с некоторыми временными исключениями для Киргизии и Армении), в соответствии с которым ввоз на территорию стран ЕАЭС товаров, обозначенных охраняемыми товарными знаками, осуществляется только с разрешения правообладателя<sup>46</sup>.

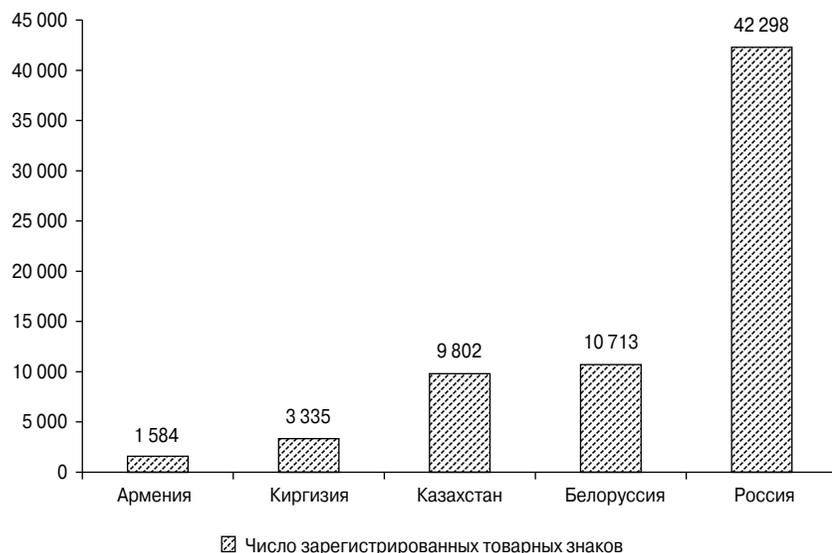
При этом ситуация в сфере защиты объектов интеллектуальной собственности в государствах — членах ЕАЭС различна. Так, ежегодное число заявок на регистрацию товарных знаков, поданных в Роспатент РФ в 2012–2014 гг., превышало в среднем соответствующее число заявок в Белоруссии и Казахстане в 5–6 раз, в Киргизии — в 18 раз, в Армении — более чем в 30 раз. Количество же зарегистрированных товарных знаков в России превышало аналогичный показатель в 2012–2014 гг. в среднем в Белоруссии — в 3,5 раза, в Казахстане — в 6 раз, в Киргизии — в 12 раз, в Армении — в 25 раз<sup>47</sup> (данные по 2014 г. см. на рис. 3.10).

Добавим, что число торговых марок, зарегистрированных в Таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности России (ТРОИС), в 100 раз и более превышает аналогичные показатели в других государствах — членах Союза (см. рис. 3.11). Единый таможенный реестр государств — членов Союза, несмотря на заявленные еще при создании Таможенного союза планы, пока создать не удалось.

Санкции за преступления в сфере интеллектуальной собственности в государствах — членах ЕАЭС тоже очень различаются. Например, максимальная уголовная ответственность в виде лишения свободы установлена на следующем уровне:

<sup>46</sup> Пункт 16 Протокола об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности, Приложение № 26 к «Договору о ЕАЭС» от 29.05.2014.

<sup>47</sup> Роль интеллектуальной собственности в развитии евразийской интеграции. М.: Евразийская экономическая комиссия, 2016. С. 27.



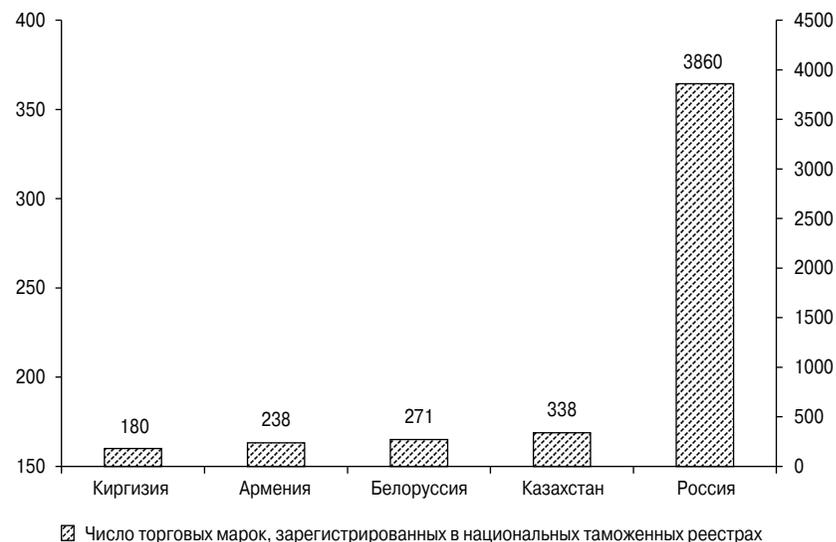
**Рис. 3.10.** Число зарегистрированных товарных знаков в национальных патентных системах государств — членов ЕАЭС (2014 г.)

Источник: Евразийская экономическая комиссия.

- в России — 6 лет;
- в Белоруссии — 5 лет;
- в Казахстане — арест на 75 дней;
- в Армении — арест на 3 месяца;
- в Киргизии — общественные работы до 240 ч<sup>48</sup>.

Помимо прочего, эти различия могут способствовать миграции преступности. Тем не менее вопросы унификации административного и уголовного законодательства, а также процессуальных норм пока не находятся в повестке интеграционных процессов. Усилия ЕЭК направлены на координацию деятельности уполномоченных в сфере защиты прав на объекты интеллектуальной собственности органов государств — членов

<sup>48</sup> Роль интеллектуальной собственности в развитии евразийской интеграции. М.: Евразийская экономическая комиссия, 2016. С. 76.



**Рис. 3.11.** Число торговых марок, зарегистрированных в национальных таможенных реестрах государств — членов ЕАЭС (конец 2015 г.)

Источник: Евразийская экономическая комиссия.

ЕАЭС в соответствии с «Договором о координации действий по защите прав на объекты интеллектуальной собственности» от 08.09.2015. Также предусматривается обеспечение постоянного мониторинга ситуации в области защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в государствах — членах Союза. Регламент информационного взаимодействия вступил в силу 1 октября 2016 г.

В настоящее время комиссия разрабатывает «Стратегию охраны, защиты и использования интеллектуальной собственности в Евразийском экономическом союзе». Разработан проект «Договора о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров Евразийского экономического союза», предусматривающий упрощенный порядок регистрации единого товарного знака ЕАЭС, что должно помочь и с формированием единого таможенного реестра.

Применительно к проблеме параллельного импорта решением Совета ЕЭК от 23.06.2014 № 45 была создана Рабочая группа по выработке пред-

ложений в отношении дальнейшего применения принципа исчерпания исключительного права на объекты интеллектуальной собственности. Рабочая группа, проанализировав ситуацию и результаты ряда исследований по вопросам параллельного импорта, сделала следующие предложения:

- сохранить региональный принцип исчерпания права, закрепленный в «Договоре о Союзе»;
- предусмотреть возможность установления на временной основе исключений из применения регионального принципа исчерпания права в отношении отдельных видов товаров.

В результате ЕЭК подготовлен проект протокола о внесении изменений в «Договор о ЕАЭС», наделяющий Евразийский межправительственный совет правом устанавливать в отношении отдельных видов товаров исключения из применения принципа исчерпания права, закрепленного «Договором о Союзе», в случаях, когда такие товары отсутствуют на внутреннем рынке товаров ЕАЭС, доступны в недостаточном количестве, по завышенным ценам, а также исходя из иных экономических интересов стран Союза. Также разработан проект порядка установления, продления срока действия и досрочного прекращения действия исключений из применения принципа исчерпания исключительного права на товарный знак, товарный знак Евразийского экономического союза в отношении отдельных видов товаров.

### Дискуссия о смене принципа исчерпания прав на товарный знак

Возвращаясь к России, отметим, что тема параллельного импорта стала здесь предметом активной дискуссии в 2011 г., когда ФАС России предложила ввести международный принцип исчерпания прав на объекты интеллектуальной собственности, т.е. полностью легализовать параллельный импорт. ФАС России полагала, что это устраним эксклюзивное дилерство и будет способствовать развитию конкуренции и снижению потребительских цен. Мнения других государственных ведомств по данному вопросу разделились. С резкой и развернутой критикой предложений ФАС выступили крупные деловые ассоциации, представляющие интересы правообладателей и ведущих участников рынка<sup>49</sup>.

<sup>49</sup> Наиболее активно с критикой легализации параллельного импорта выступили Содружество производителей фирменных торговых марок «РусБренд», Ассоциация европейского бизнеса, Консультативный совет по иностранным инвестициям (КСИИ),

Дискуссия продолжается уже более пяти лет. При обосновании легализации параллельного импорта часто ссылаются на опыт стран, где реализуется международный принцип исчерпания прав на товарные знаки (в первую очередь это США и Япония). Но исследования показали, что ни в одной из стран международный принцип исчерпания прав не действует без серьезных ограничений, предполагающих защиту правообладателей стран-участниц и защиту интересов конечных потребителей. Европейская же комиссия после специальных исследований по оценке возможных макроэкономических последствий легализации параллельного импорта отдала приоритет территориальному (региональному) принципу исчерпания прав<sup>50</sup>.

Поскольку идея полной легализации параллельного импорта не прошла, было сделано более мягкое предложение — ввести международный принцип исчерпания исключительных прав на товарный знак с определенными изъятиями для производителей, которые локализовали свои производства в России. Идея заключалась в том, чтобы дать им возможность защитить свои инвестиции от внутрибрендовой конкуренции. Кроме того, некоторые компании проводили локализацию в соответствии с особыми соглашениями (например, в сфере производства автомобилей и компонентов), и предлагалось при легализации параллельного импорта учесть условия этих соглашений.

Какие товарные категории в первую очередь могли быть затронуты при принятии подобного решения? Наиболее активно свое производство в России локализуют автопроизводители, производители косметики и бытовой химии, производители продуктов питания. За ними следуют бытовая электротехника и электроника, фармацевтические препараты, машиностроение, строительные материалы и алкогольная продукция<sup>51</sup>.

Это предложение в итоге было отклонено в силу правовой невозможности введения неравного объема прав для разных производителей одно-

Ассоциация торговых компаний и производителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК), Ассоциация производителей парфюмерии и косметики, предметов бытовой химии и гигиены, Комитет производителей алкогольной продукции.

<sup>50</sup> The Economic Consequences of the Choice of Regime of Exhaustion in the Area of Trademarks. Final Report for DG XV of the European Commission. NERA, SJ Berwin & Co and IFF Research. London, 1999.

<sup>51</sup> Подробнее см.: Влияние ограничения параллельного импорта на товарные рынки Российской Федерации. Отчет Фонда «Центр стратегических разработок». М., 2013.

го и того же вида товаров. Тогда было сделано следующее предложение: оставить региональный принцип исчерпания прав, но разрешить параллельный ввоз для отдельных категорий товаров (не отдельных брендов) в Россию при условии их выборочного контроля на специализированных таможенных постах. Речь идет в первую очередь о лекарствах и медицинских изделиях с возможным последующим расширением перечня таких товаров за счет парфюмерии, автозапчастей и продуктов питания после одного-двух лет пилотажа. Уполномоченным органам предложено разработать нормативную базу для реализации такого решения.

### Возможные последствия легализации параллельного импорта

Перед принятием решений по отдельным товарным категориям целесообразно все же более четко определиться с общим отношением к параллельному ввозу. Нам уже приходилось ранее в специальном исследовании подробно анализировать возможные последствия легализации параллельного импорта<sup>52</sup>. Кратко суммируем основные выводы.

В ответ на обвинения в попытках монополизации рынков ведущие компании в Меморандуме европейского бизнеса в России обращают внимание на то, что, поскольку объектом собственности выступает не сам товар, а результаты интеллектуальной деятельности (товарные знаки), действия правообладателя легальной монополии (исключительного права) по защите своих прав не являются нарушением антимонопольного законодательства, а легальная монополия правообладателя в этом отношении не исключает конкуренцию на товарных рынках<sup>53</sup>. Добавим, что на большинстве потребительских рынков конкуренция действительно высока.

Ключевым аргументом в пользу легализации параллельного импорта является надежда на существенное снижение цен за счет внутрибрендовой конкуренции. Эта надежда в целом не оправдана. Проведенный нами ценовой мониторинг на нескольких потребительских рынках показал высокий уровень их сегментации по уровню цен на одни и те же товары.

<sup>52</sup> Легализация параллельного импорта и ее влияние на товарные рынки России / В.В. Радаев, З.В. Котельникова, М.Е. Маркин, Е.А. Назарбаева // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 9. М.: Изд. дом ВШЭ, 2011.

<sup>53</sup> Меморандум европейского бизнеса в России, 2015/2016. М.: Ассоциация европейского бизнеса, 2015.

И сколь-либо существенной коррекции цен при увеличении объема параллельного импорта в большинстве случаев не произойдет, коррекция (если она произойдет) может ограничиться несколькими процентами.

Часто (хотя далеко не всегда) уровень цен на параллельный импорт ниже, чем на авторизованный товар. Но при этом не учитывается, что издержки производителя и его партнеров не сводятся к прямым текущим издержкам на единицу данного товара. Изготовление и продвижение товара сопряжены с крупными единовременными вложениями, а его продажа — с реализацией сопутствующего комплекса услуг. Более же низкие цены параллельного импорта часто обусловлены разного рода неблагоприятными действиями (закупка товара с истекающим сроком годности, снижение качества из-за ненадлежащих условий хранения, бракованных партий, продажа поддельной продукции или ворованных партий оригинальной продукции, использование серых схем при ввозе товаров).

Главная угроза при легализации параллельного импорта заключается в создании условий для недобросовестной конкуренции и роста незаконного оборота продукции. Под прикрытием оригинальной продукции в ряде рыночных сегментов осуществляется относительно массовый ввоз подделок и фальсификата. И даже небольшая доля такой продукции способна нанести конечному потребителю серьезный ущерб, особенно если ее использование связано со здоровьем населения. Эта угроза осознана всеми участниками дискуссий независимо от их позиций. Кроме того, параллельные импортеры часто недостоверно декларируют товары (занижают количество товаров и их таможенную стоимость, перекодируют виды товаров), используют фирмы-однодневки или фиктивные лица с целью ухода от уплаты налогов и сборов, незаконно уходят от сертификации товаров. Вдобавок государство недополучит налоги от использования сопряженных с этой деятельностью серых схем. Ущерб от серой продукции и параллельного импорта может достигать 3 млрд долл. в год<sup>54</sup>. И решить проблему контрафакта путем введения неких особых мер контроля вряд ли получится.

Правообладатель несет не только текущие, но и единовременные расходы на разработку и продвижение нового продукта, а параллельный импортер паразитирует на результатах, пользуется уже сформированным спросом. Таким образом, правообладателям наносится ущерб, и побоч-

<sup>54</sup> Там же.

ным эффектом может стать относительное сокращение вложений в инновации и продвижение новых продуктов. По данным исследования «ГФК-Русь», половина из 34 опрошенных крупнейших европейских инвесторов заявили о снижении инвестиционной привлекательности России в случае легализации параллельного импорта, а четыре компании планируют в этом случае полностью свернуть свои инвестиционные программы<sup>55</sup>.

Легализация параллельного импорта произведет не усиление, а ослабление позиций отечественных производителей, работающих преимущественно в экономичных ценовых сегментах, снижая спрос на недорогие отечественные товары. Общий нетто-эффект от легализации параллельного импорта на число рабочих мест тоже, скорее всего, будет отрицательным.

Переход к международному принципу исчерпания прав также будет связан с отказом России от взятых ранее международных обязательств, связанных со вступлением в ВТО, многочисленными двусторонними международными соглашениями. Это еще более ослабит международный имидж России.

### Общие выводы

В целом можно сказать, что позитивные макроэкономические эффекты от легализации параллельного импорта будут ограничены и иметь краткосрочный характер. В то же время среднесрочные эффекты для прямых иностранных инвестиций, локализации производства и развития отечественных производств будут негативными. Возникают также серьезные дополнительные риски для конечных потребителей, связанные со всплеском контрафакта, возможным снижением качества продукции и ухудшением послепродажного обслуживания. А государство недополучает средства в консолидированный бюджет из-за действий недобросовестных участников рынка. С учетом ухудшения международного имиджа России в сфере экономических отношений негативные эффекты в целом следует считать более ощутимыми.

Это позволяет сделать общее заключение об экономической нецелесообразности полного или частичного изменения территориального принципа исчерпания прав на товарные знаки.

<sup>55</sup> Исследования финансово-экономических последствий либерализации параллельного импорта в России. М.: ГФК-Русь, 2013.

### 3.5. НЕУЧТЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Под неучтенным оборотом продукции мы понимаем незаконное производство и продажу продукции легальными или подпольными предприятиями без учета в ФНС России, связанные с уклонением от уплаты налогов<sup>56</sup>. Речь идет о множестве схем оптимизации операционной деятельности предприятий, направленных на минимизацию налогооблагаемой базы и снижение издержек легальности. Далее на основе экспертных данных и показателей официальной статистики экономических преступлений будут описаны структура этих схем и предположительный ущерб от их использования фирмами с точки зрения потребителей, участников рынка и государства.

#### Подходы к оценке неучтенного оборота продукции

Поскольку неучтенный оборот — это деятельность, сознательно скрываемая от статистического и налогового учета, прямые измерители масштаба такой деятельности отсутствуют. Традиционно в социально-экономических науках для его оценки используются балансовый метод, монетарные методы или косвенные показатели.

С помощью балансового метода пытаются сравнить, например, масштабы расходов и доходов или объемов производства и объемов продаж в натуральных единицах, когда расхождение этих показателей указывает на наличие неучтенного оборота.

Монетарные методы отсылают к попыткам оценить масштабы неучтенного оборота через отслеживание динамики спроса на валюту. В основе данного подхода лежит предположение о том, что нелегальные бизнес-процессы в подавляющем большинстве обслуживаются наличными деньгами.

В свою очередь, оценка косвенных показателей — это, например, сопоставление динамики объемов регистрируемого производства и потребления электроэнергии или строительных материалов (в зависимости от отрасли).

<sup>56</sup> Мы не рассматриваем здесь криминальные сектора, связанные с производством и продажей продукции, запрещенной государством (наркотики, оружие и т.п.). Также мы не включаем важную форму неучтенного оборота, связанную с неформальной экономикой домашних хозяйств, которая не сопряжена с нарушением действующего законодательства.

Еще одной из конвенциональных методик является построение косвенных оценок масштабов неучтенного оборота на основе статистики экономических преступлений. Именно этот подход, дополняемый экспертными оценками, применяется в данной работе. Поскольку практики неучтенного оборота продукции связаны с нарушениями законодательства и, с точки зрения государства, они рассматриваются как объекты административной или уголовной ответственности, их можно изучать через статистику экономических преступлений, делая поправку на неизбежную ограниченность этой статистики, которая может быть неполной и отражать изменения уровня активности самих правоохранительных органов в отношении различных видов преступлений, продиктованные в том числе структурой ожидаемой от них отчетности. Последняя, впрочем, может прямо или косвенно указывать на остроту имеющихся проблем с незаконным оборотом продукции.

Не все практики нелегальной оптимизации операционной деятельности предприятий отражаются в статистике экономических преступлений. Кроме того, официальная статистика часто публикуется в агрегированном виде, без детальной разбивки по отдельным статьям. При этом не все эти статьи имеют отношение к неучтенному обороту. Тем не менее часть информации, например, касающейся статистики налоговых преступлений, имеет прямое отношение к делу. Также целесообразно принимать во внимание статистику незаконной банковской деятельности, в частности, по статье «легализация денежных средств» («обналичка»). Анализ новостных сводок МВД РФ за 2014–2016 гг. позволяет увидеть, что выявляемые органами незаконные производства также очень часто классифицируются по статье «незаконное предпринимательство», по статьям, близким к отчетному показателю «производства, перевозка и сбыт немаркированной продукции». Данные по этим статьям также могут быть полезными.

### **Динамика экономических преступлений в сфере хозяйственного оборота**

Перейдем к описанию тенденций, наблюдаемых в 2010–2015 гг. в отношении различных недобросовестных деловых практик, которые вносят вклад в увеличение масштабов неучтенного оборота потребительской продукции.

Доля экономических преступлений, связанных с потребительским рынком, в 2010–2015 гг. в среднем составляла 30% всех экономических

преступлений. Общее число выявляемых экономических преступлений в 2010–2015 гг. снизилось в 2,5 раза. Но важно отметить, что если с 2010 по 2014 г. количество зарегистрированных экономических преступлений монотонно снижалось, то в 2015 г. оно показало восходящую динамику. Станет ли это началом новой тенденции или останется текущей флуктуацией, пока сказать трудно. Но поскольку в 2015 г. наблюдаются и многие другие негативные явления, на данный индикатор следует обратить внимание. Рост числа экономических преступлений пока невелик (около 3%), однако, как будет показано далее, по отдельным видам преступлений он намного более значителен. Добавим, что общий материальный ущерб только от завершенных уголовных дел в 2015 г. составил 271,5 млн руб.

### **Налоговые преступления**

Далее кратко проанализируем динамику налоговых преступлений. В самом общем виде практики нелегальной оптимизации бизнес-процессов всегда направлены на уход от налогов и платежей в социальные фонды. В период 2010–2014 гг. в России наблюдалась тенденция к сокращению числа выявленных налоговых преступлений (снижение более чем в 2 раза). Однако в 2015 г. наметился перелом данного тренда: количество таких преступлений увеличилось примерно на 46%, при этом, по официальным заявлениям Следственного комитета, эта цифра была еще выше (+68%). Материальный ущерб по раскрытым уголовным делам вырос на 25% (табл. 3.4).

Добавим, что приведенная статистика не отражает целый ряд ситуаций, где попытки ухода от налогов были компенсированы денежными штрафами в бюджет, а соответствующие дела решены в досудебном порядке. Более того, можно увидеть, что на протяжении 2010–2015 гг. правоохранительные органы все больше концентрировались на раскрытии более крупных преступлений (средний ущерб от раскрытых преступлений за весь период вырос в 4 раза). Возможно, более мелкие нарушения часто остаются без внимания, и общее число подобных нарушений может быть заметно выше.

По нашему мнению, нисходящий тренд по числу налоговых преступлений в 2010–2014 гг. — это не просто эффект реструктуризации ответственности по выявлению налоговых преступлений между органами МВД и ФНС. Данные нашего исследования свидетельствуют о том, что в 2010–2014 гг. бизнес в основном еще держался курса на легализацию. Происходил переход от минимальных заработных плат и минимальной

демонстрируемой прибыли к повышению размера белых зарплат, уплачиваемого налога на прибыль и социальных налогов. Организации, обладающие потенциалом роста, искали легитимные возможности для повышения своей рыночной конкурентоспособности. Сыграло свою роль и то, что в 2010–2015 гг. в России был принят ряд мер, повысивших государственные требования к прозрачности экономических сделок, и эти меры существенно увеличили рискованность и стоимость нелегальных экономических операций.

В 2014–2015 гг. позиции бизнеса были ослаблены падением покупательной способности населения, укреплением доллара, дороговизной банковских кредитов. Для менее устойчивых игроков это означало актуализацию запроса на оптимизацию операционных издержек, в том числе за счет незаконных или полузаконных схем ведения бизнеса. Ниже мы увидим, что с 2013 г. в России начинает увеличиваться число выявленных преступлений, связанных с легализацией денежных средств.

#### Преступления, связанные с легализацией денежных средств

Согласно ст. 286 Гражданского кодекса оплата всех операций между предприятиями должна проводиться по безналичному расчету. Однако в стремлении уйти от уплаты налогов некоторые организации изыскивают возможности для оплаты сделок наличными деньгами. Из табл. 3.5 видно, что до 2013 г. число выявленных преступлений такого рода снижалось, а в 2013–2015 гг. оно вновь стало расти, увеличившись примерно на треть.

К сожалению, в открытом доступе отсутствуют данные о материальном ущербе, наносимом подобными операциями. Хотя МВД РФ публикует новостные сводки, в которых проходит информация о случаях выявления незаконной банковской деятельности и о доходах, полученных от такой деятельности. Однако даже на уровне самых поверхностных оценок масштаб происходящего весьма внушителен. При усредненном проценте за выполнение незаконных банковских операций по России, например, за неполный 2016 г. через обнаруженные МВД российские площадки по обналичиванию денежных средств прошло 9,3 млрд руб. По экспертным оценкам, это обеспечило коммерческим фирмам, воспользовавшимся подобными услугами, экономию в 40% ЕСН и НДС. Зеркально эта цифра отражает соответствующие налоговые недоимки в государственный бюджет.

Как было отмечено, институциональная среда, в которой работает сегодня российский бизнес, становится все более прозрачной для контро-

**Таблица 3.3.** Статистика экономических преступлений и материального ущерба по оконченным уголовным делам, 2010–2015 гг.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Выявлено преступлений экономической направленности	276 435	202 454	172 975	141 229	107 797	111 244
Материальный ущерб по оконченным уголовным делам, млн руб.	176,4	160,7	144,8	229,9	194,6	271,5

Источник: Статистика МВД РФ.

**Таблица 3.4.** Динамика выявления налоговых преступлений в 2010–2015 гг.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Выявлено налоговых преступлений	14 446	8 673	5 807	6 766	6 031	8 785
Материальный ущерб по раскрытым уголовным делам (налоговые преступления), млн руб.	44,2	37,6	24,3	76,6	39,6	49,4

Источник: Статистика МВД РФ.

**Таблица 3.5.** Динамика выявления преступлений, связанных с легализацией денежных средств, в 2010–2015 гг.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Отмывание денежных средств, число преступлений	1762	704	611	582	774	863

Источник: Статистика МВД РФ.

лирующих органов, и это существенно удорожает использование ранее популярных серых схем оптимизации деятельности. Срабатывают и повышенные требования к добросовестности контрагентов со стороны банков, и отзывы лицензий Банком России у многих банков, которые активно участвовали в обеспечении нелегальных расчетных операций (в том числе таких крупных, как Мастер-банк), и высокие риски того, что фирма не пройдет встречную проверку, что грозит доначислением налогов.

Если говорить о схемах легализации денежных средств, то, по данным нашего исследования, например, в Москве стоимость таких операций очень существенно выросла — с 5–7% в 2010–2011 гг. до 13–18% в 2016 г. Сводки МВД РФ по незаконной банковской деятельности позволяют увидеть, что в регионах процент, получаемый посредниками, значительно ниже, в зависимости от схемы он колеблется в пределах 0,5–5% (что, помимо прочего, указывает на большую жизнестойкость этих практик за пределами столицы). Добавим, что «оптовая обналочка» может проводиться по более низким тарифам.

Сопоставление данных нашего исследования со сводками МВД позволяет увидеть, что содержательно схемы обналочивания остаются прежними. Фиктивные сделки распределяются между большим числом фирм-однодневок («помойки», «мусорки»), юридически оформленных как индивидуальное предпринимательство, подпадающих под упрощенную систему налогообложения со ставкой 6%. Одна обнальная площадка в среднем использует 100–150 подобных организаций. Это количество косвенно указывает на внушительный масштаб реализуемой теневой деятельности.

### **Незаконное производство**

Существенный вклад в масштаб неучтенной потребительской продукции на российских рынках вносят практики незаконного производства. Один из последних пиков публичной дискуссии по проблеме незаконного производства в России пришелся на 2006–2009 гг., когда российские правоохранительные органы совместно с правообладателями смогли в судебном порядке прекратить выпуск фальсифицированных лекарств на площади бывшего завода им. Карпова, осуществляемый компанией «Феррейн» (прибыль от незаконной деятельности составила 80 млн руб.).

В 2010 г. эксперты предрекали дальнейшее сокращение подпольных производств в ряде отраслей. Причины для оптимистичных прогнозов были разные. Сказывалось характерное для периодов экономического

благополучия падение потребительского спроса на неоригинальную продукцию<sup>57</sup>. Существенную роль играло и то, что многие глобальные производители в ряде отраслей к 2010 г. локализовали производство своих товаров в России, что существенно снизило их операционные издержки и осложнило ценовую конкуренцию с оригинальной продукцией. При этом на фоне усиления конкурентной ситуации на российских потребительских рынках производство товаров становилось все более высокотехнологичным. Это обстоятельство не только мешало налаживанию параллельного выпуска, но и негативно влияло на перспективы его рентабельности. Более того, многие компании-правообладатели развернули систематическую деятельность по контролю и выявлению незаконной, в том числе нелегально произведенной, продукции на потребительских рынках. Вместе с усилением роли цивилизованной сетевой торговли на российском розничном рынке это потенциально сужало каналы сбыта неучтенной продукции, а значит, и ее привлекательность.

К сожалению, кризис 2014–2016 гг. приостановил, а во многих случаях и повернул позитивные тенденции вспять. Вновь обострился запрос на оптимизацию производственных издержек. Падение реальных располагаемых доходов российских потребителей способствовало переходу на более экономичные модели потребления, обострило ценовую чувствительность, создало готовность потребителей к компромиссам по поводу происхождения и качества продукции. В то же время произошло высвобождение части производственных мощностей, которые потенциально могут использоваться для организации неучтенного производства.

Дополнительным фактором стало усиление фискального давления на бизнес. Примером может послужить ускоренное повышение ставок акцизов с 2012 г. в алкогольной и табачной индустриях, что привело к росту розничных цен, способствовало снижению объема легальных продаж и создало дополнительные стимулы для незаконного производства.

Дополнительному осложнению ситуации способствовали экономические санкции и антисанкционные меры, принятые в 2014–2015 гг. российским правительством. Как минимум, они повлекли за собой сокращение

<sup>57</sup> Падение реальных располагаемых доходов в кризис 2008–2009 гг. составило 5%, что на фоне предшествующего ежегодного роста доходов в 12–13% не оказало заметного эффекта на потребительские настроения россиян, тем более что отставание было преодолено уже к концу 2009 г. См.: *Зубаревич Н.В.* Кризис в постсоветской России: региональный разрез // Региональные исследования. 2015. № 1. С. 23–31.

присутствия или уход с российского потребительского рынка ряда иностранных игроков, которые не только занимали значимые доли российского рынка, но и в силу своей корпоративной культуры являлись основными проводниками установок на транспарентность бизнес-деятельности в России. Компании же, которые продолжили свою работу, вынуждены были сокращать свои бюджеты, что нередко выливалось в снижение расходов на противодействие незаконному обороту продукции.

В совокупности перечисленные обстоятельства способствовали тому, что начиная с 2014 г. проблема неучтенного производства потребительской продукции в России снова заявила о себе.

#### **Оценка неучтенного производства по данным опроса компаний**

По данным реализованного в рамках настоящего исследования осенью 2016 г. анкетного опроса представителей компаний, проблема неучтенного оборота на изучаемых в рамках проекта российских потребительских рынках является весьма заметной. Две трети (64%) экспертов, принявших участие в опросе, оценили ее как значимую для рынков, где они работают. Причем каждый четвертый (26%) опрошенный считает, что для их рынков данная проблема является «очень острой»; еще 38% экспертов признают, что она «довольно ощутимая». Каждый второй эксперт говорит о том, что в структуре незаконного товарооборота именно практики незаконного производства и продажи продукции встречаются наиболее часто. В зависимости от рынка доля неучтенного оборота в совокупной стоимости продаж оценивается от 5 до 50%. Нередко незаконно выпущенная в оборот продукция сопровождается ложной документацией, скрывающей ее несоответствие стандартам безопасности и качества. По мнению 55% опрошенных экспертов, продукция теневого производства подвергается фальсификации.

#### **Незаконное производство на легальных предприятиях**

Производство незаконной продукции внутри России может осуществляться легальными предприятиями или в рамках так называемого подпольного производства. Последовательно рассмотрим каждую из этих двух форм.

Практики незаконного производства, как правило, не используются крупными компаниями, которые нацелены на долгосрочное присутствие на рынке. Эти компании больше заботятся о своей рыночной репутации, ориентированы на высокую транспарентность операционных процессов,

заданную в том числе стандартами антикоррупционной корпоративной культуры. Высокая устойчивость крупных, особенно транснациональных, компаний, наличие у них финансовых резервов (например, за счет экономии на масштабе в ракурсе мирового рынка) определяют готовность к долгосрочным инвестициям в производство, к отсроченной прибыли и переживанию экономических спадов. Следование отработанным схемам организации производственных процессов, в обязательном порядке включающим хорошо откалиброванные внутренние системы контроля качества, помогает уничтожить на корню нелегальности на производстве. Подобные компании сталкиваются лишь с единичными случаями производственных нарушений, которые зачастую сводятся к индивидуальному человеческому фактору (например, хищения, совершаемые отдельными сотрудниками).

Незаконное производство более характерно (при прочих равных) для некрупных компаний с недостаточным запасом экономической прочности и узким горизонтом бизнес-планирования, ограниченным максимум 3–5 годами.

*«Одно дело — крупные компании, которые могут себе позволить отслеживать изменения законодательства. Если что-то вдруг глобально поменялось, то они меняют ассортимент, разрабатывают новые формулы, тратят, тратят, тратят. У них сейчас может быть минус, а потом будет плюс. У них долгосрочное планирование, и нет такого, что сегодня минус и все — завтра можем не открыться. А у небольшого производителя — сегодня крупный минус, и вдруг на него навалилось какое-то ужесточение регулирования, этот минус стал еще больше, и завтра он может просто не открыться. Поэтому, балансируя между этим, нельзя исключать, что какие-то небольшие производители и так и так используют серые и черные схемы, не только уход от налогов, лишь бы остаться на рынке»* (представитель профессиональной ассоциации, рынок парфюмерии, косметики, бытовой химии).

Кроме того, институциональная среда российского рынка все еще испытывает эффекты советского прошлого, где изъятия советской плановой экономики амортизировались всевозможными неформальными схемами. Для крупных промышленных производств это означало в том числе:

- дополнительные рабочие смены, в рамках которых производилась неучтенная официальной статистикой продукция;
- отклоняющиеся от плановых показателей поставки сырья;
- неформальные договоренности между руководителями различных звеньев производственной цепочки, со временем переросшие

в налаженные социальные сети, в которых укоренены производство и сбыт незаконной продукции;

- отсутствие действенного внутреннего аудита;
- распространенность практики фальсификации показателей, отчетности.

Существовала и достаточно развитая теневая экономика так называемых цеховиков.

В 2010–2016 гг. структура практик незаконного производства на легальных предприятиях включала две основные разновидности схем:

- организация производства во внерабочее время («третья смена», выходные дни), в том числе выполнение легальными производственными предприятиями заказов, поступающих со стороны производителей нелегальной продукции;
- нарушение стандартов производственного процесса (фальсификация, замена сырья и материалов для производства более дешевыми аналогами или даже подмена наименований выпускаемой продукции, замена дорогой продукции дешевой; махинации с содержимым выпускаемой продукции — разбавление/наполнение водой, недосыпка требуемого упаковкой объема и т.п.).

Кратко рассмотрим каждую из этих схем.

### ***Производство незаконной продукции во внерабочее время***

Неформальное использование производственного оборудования для извлечения частной прибыли активно использовалось еще в период плановой экономики, в том числе за пределами СССР. Например, в Венгрии даже предпринимались попытки формализовать ее в виде внутрифирменных товариществ. В текущий период речь идет главным образом о выпуске дополнительного объема продукции, которая укрывается от отчетности предприятия посредством завышения показателей естественной убыли и отходов и в итоге с большей по сравнению с законной продукцией маржинальностью реализуется через легальную розницу. Для некоторых потребительских рынков данная проблема является весьма серьезной. Так, например, на алкогольном рынке налажена широкая неформальная сеть производства и реализации дополнительно выпущенной продукции, а масштаб полуполегалного производства крепкой алкогольной продукции приближается к 20 млн дал в год (см. раздел по рынку алкогольной продукции в данной работе).

Зачастую незаконная продукция, произведенная на легальных производствах, аналогична законной продукции, и предприятия могут использовать для ее реализации налаженные схемы дистрибуции. При этом в розницу она может поставаться по более низким ценам, что делает ее более конкурентоспособной, особенно в период экономического кризиса. На отдельных рынках давление такой продукции на легальный рынок оказывается весьма высоким.

Разновидностью практики производства за пределом запланированных объемов выпуска являются ситуации, когда производственное предприятие за счет имеющихся мощностей выполняет сторонние заказы. Особенно востребованными такие сторонние заказы становятся для предприятий, где производственные мощности простаивают. Последнее способствует готовности предприятий откликаться на предложения, поступающие со стороны недобросовестных дилеров.

*«В связи с тем что не загружены заказами многие официальные фабрики, которые у нас работают, и особенно если это производство упаковочных материалов, стеклянная промышленность, они с удовольствием берут заказы у производителей контрафакта. Если раньше всю печатную продукцию, упаковку для подделок привозили из Китая, то сейчас все производится в России»* (агентство по защите интеллектуальной собственности).

Как будет показано далее, в крайних случаях производственные мощности и вовсе уходят под выпуск незаконной продукции. Завершая описание данной практики, важно сказать, что контроль нарушений на производстве со стороны государства в 2010–2016 гг. был косвенным и реализовывался силами ФНС, нацеленной на улучшение собираемости налогов и пресечение схем уклонения от них. Случаи идентификации неучтенного производства возникали в рамках камеральных налоговых проверок предприятий на уровне внутреннего аудита.

### ***Нарушения технологий с целью оптимизации издержек***

Еще одной формой незаконного производства потребительской продукции является выпуск продукции с нарушениями технологий производственного процесса, что способствует сокращению издержек предприятия и тем самым повышению его конкурентоспособности.

Сегодня одной из острых проблем является практика фальсификации производственного сырья, сопровождающаяся последующей неверной маркировкой изделий. Особенно остро она ощущается в молочной и мясной отраслях. Здесь следует обратить внимание на существенные

расхождения в оценках продукции, реализуемой с отклонениями от установленных норм. Так, по итогам более 60 тыс. проверок производителей и продавцов молочных продуктов и исследования 600 тыс. проб в 2014–2015 гг. Роспотребнадзором было установлено несоответствие нормам в 6–7% случаев. По оценкам Россельхознадзора, доля фальсификата в молочной продукции доходит уже до 20–30% и при этом имеет тенденцию к росту. А по данным общественных организаций — например, союза потребителей «Росконтроль», — доля фальсифицированных продуктов в молочных и мясных изделиях превышает результаты Роспотребнадзора на порядок, достигая 60–70%<sup>58</sup>.

Страдает от недобросовестных действий рыбная отрасль, где практикуются и пересортица наименований, и раздувание объемов производства незаконными способами. По результатам проверок, проведенных территориальными органами Роспотребнадзора в 2014 г., доля изъятой рыбной продукции составила в натуральном выражении 5%, а по рыбным консервам и пресервам — 56%.

*«Вторая важнейшая проблема — это “глазурь” и “фосфатирование” (т.е. инъектирование рыбы водными растворами для увеличения продажного веса). Прежде всего, этот вид обмана потребителя характерен для таких категорий, как филе различных видов рыбы и замороженные креветки. Здесь нередки случаи, когда реальный вес продукта завывается на 50–60%. Но если говорить в целом, то оценочно около 50% продаваемых на российском рынке рыбы и морепродуктов — это продукция с тем или иным нарушением»<sup>59</sup>.*

Фальсифицированная продукция реализуется производителями через легальную розницу. При этом цена такой продукции зачастую близка к стоимости законно произведенной продукции. Зачастую фальсифицированная продукция не обладает внешними признаками незаконности. Производители манипулируют содержимым этикеток, камуфлируя несоответствующие стандартам качества вещества. По большинству товарных категорий потребитель не может определить, что приобрел фальсификат, до момента непосредственного потребления продукции, а иногда и после потребления. При этом фальсифицированная продукция не просто уступает оригинальной по качеству, но весьма часто является опасной для здоровья потребителей, особенно при постоянном использовании.

<sup>58</sup> <<https://roscontrol.com/journal/news/falsifikator-dolgen-sidet-v-tyurme/>>.

<sup>59</sup> <[http://www.fishnet.ru/news/novosti\\_otrasli/61900.html](http://www.fishnet.ru/news/novosti_otrasli/61900.html)>.

Угрозы фальсификата вполне осознаны госрегуляторами и ведущими участниками рынка. Необходимо более эффективно применять технические регламенты, а также развивать внутренние системы качества на производствах. На выявление данной проблемы брошены силы Росконтроля, Роскачества, Роспотребнадзора, Росалкогольрегулирования, тестирующих продукцию на предмет соответствия стандартам. Отчеты этих организаций используются для информирования потребителей, повышения уровня их рыночной внимательности.

В настоящее время обсуждаются предложения, связанные с введением обязательной маркировки при уклонении производства от должной рецептуры (подробнее см. раздел о рынках продовольственных товаров), ставится вопрос о возможности введения акцизов на вредные вещества в составе продукции. Однако пока введение этих мер отложено.

### **Подпольное производство**

Если в случае легальных производств речь идет о полузаконной деятельности и частичных потерях бюджета, то практики подпольного производства незаконной продукции полностью находятся в зоне нелегальности и полностью избегают выплат в государственный бюджет.

В 2010 г. эксперты редко сталкивались в своей практике со случаями обнаружения подпольных производств («2–3 раза в год»). И хотя на отдельных потребительских рынках (например, производство спортивных товаров или алкогольной продукции) на протяжении всего периода 2010–2015 гг. определенная доля подпольных производств сохранялась, ее масштабы были невелики. Текущий экономический кризис, а порой и излишнее государственное регулирование обострили эту проблему.

На увеличение числа подпольных производств работает не только смещение потребительского спроса в сторону более дешевой (в том числе незаконной) продукции. Ослабление рубля и экономические санкции повысили экономическую привлекательность теневого производства на территории России.

*«Производство в России стало дешевле, чем производство в Китае. В связи с кризисом у нас высвободилось огромное количество пустующих помещений — бывшие совхозы, колхозы, огромные фабрики, и они осваиваются вьетнамскими гастарбайтерами. Высвободилось и продавалось за бесценок огромное количество производственного оборудования, то, что раньше было недоступно, — например, полиграфическое оборудование, упаковочное оборудование. Сейчас это оборудование свободно продается и стоит недорого, потому что многие избавляются от бизне-*

сов и продают по бросовым ценам. Плюс рабочая сила. В связи с тем что экономическая ситуация не улучшилась, а огромная армия гастарбайтеров осталась, многие не уехали, есть избыток рабочей силы, очень дешевой, которая активно вовлекается в теневой бизнес. Поэтому производить в России гораздо дешевле, чем в Китае, минус накладные расходы на дорогу» (агентство по защите интеллектуальной собственности).

Более того, по мнению некоторых экспертов, экономическая ситуация в России сегодня настолько благоприятна для нелегальных производств, что у них есть все шансы расширить свои рынки сбыта и вывозить свою продукцию на экспорт. Не последнюю роль в данном контексте играет и создание ЕАЭС, в пределах которого потоки перемещения нелегальной продукции грозят стать разнонаправленными (не только из Китая через Казахстан в Россию, но и из России в другие страны ЕАЭС).

*«Сейчас уже стали обнаруживать контрафакт, произведенный в России, как можно судить по маркировке, на территории Казахстана, в приграничных регионах. В Белоруссии вот недавно нашли, но в Белоруссии тоже сразу пресекают»* (глобальный производитель потребительских товаров).

### **Отраслевая структура подпольных производств**

Результаты проведенного исследования позволяют говорить о том, что риску со стороны локализованных в России незаконных производств в большей или меньшей мере подвержены все изучаемые в рамках данного проекта потребительские рынки. Хотя четверку лидеров здесь все же составляют рынки алкоголя, табака, спортивной одежды и продовольственных товаров. Компактность необходимого для производства (или фасовки) оборудования, его простота повышают вероятность организации соответствующего подпольного производства.

*«Технологии по фальсификации элитного алкоголя — это все настолько просто, мировое пищевое производство достигло огромных успехов в этом деле. Чтобы производить элитный алкоголь в гараже, нужны кран с водой, несколько людей, которые будут размешивать, и бутылки. А сама жидкость — это спирт. Вторичный рынок спирта у нас тоже существует, и купить спирт очень просто. А потом есть добавки — один флакон 100 г на тонну этого напитка, вкусовые добавки и цветовые»* (глобальный производитель и дистрибьютор алкогольной продукции).

Высокая технологичность производства отдельных потребительских товаров, к которой сегодня приходят ведущие компании, направлена в том числе против возможности организации подпольного производства

в данном товарном сегменте. Их применение способствует сокращению подделок на отдельные категории товаров.

*«Касательно стиральных порошков и шампуней, когда можно крахмал с синькой смешать и получится похожая жидкость, мы можем говорить о локальном производстве в России. Зачастую Россия работает и на экспорт в страны Центральной Азии. Но чтобы сделать бритву, или дезодорант, или освежитель воздуха, или подгузники, нужны и оборудование, и технологи. Поэтому поддельных подгузников мы почти и не встречаем. Это затратное производство»* (глобальный производитель косметики и товаров личной гигиены).

### **Качество подпольно выпускаемой продукции**

В зависимости от товарной категории качество выпускаемой на подпольных производствах незаконной продукции оказывается очень разным. В некоторых категориях такая продукция мало отличается от законной, в том числе по химическому составу. Это позволяет недобросовестным производителям продукции выводить ее в розницу с минимальной ценовой скидкой. По другим товарным категориям продукция, произведенная на подпольном производстве, может уступать по качеству даже подделкам, изготовленным в Китае. Последнее связано с тем, что подпольные производители часто используют для изготовления продукции максимально дешевое сырье, не следят за санитарными условиями и гигиеной производственного процесса. Например, для упаковки подпольно произведенной продукции может использоваться вторичное сырье (собранные бутылки от выпитых безалкогольных напитков). Добавим, что дистрибуция незаконной продукции также нередко сопровождается нарушениями правил хранения и транспортировки.

### **Масштабы подпольных производств**

В 2010 г. эксперты говорили об «обмельчании» обнаруживаемых подпольных производств. Сегодня наблюдается обратная тенденция — их укрупнение и выход за рамки мелкого «гаражного» производства.

В целом организационные масштабы подпольного производства в России тоже весьма различны. В одних случаях речь идет о большом количестве мелких организаций, возможно, объединенных в сеть. В других случаях подпольное производство приобретает более крупные масштабы. Например, подпольные производства табака, по сводкам МВД РФ, чаще всего насчитывают около 15–40 занятых работников. В то же время обнаруженные полицией подпольные производства спортивной одежды

используют от 100 до 250 работников. Впрочем, число занятых не всегда является достаточным критерием для оценки масштабов подпольных производств. Так, в октябре 2015 г. в результате оперативно-розыскных мероприятий в Курске был обнаружен подпольный цех, на линиях которого производилось более 30 наименований табачной продукции известных брендов. На складе цеха находилось более 4500 коробок готовой продукции, свыше 30 т табачного сырья и табачных материалов, а также 15 млн поддельных специальных акцизных марок. При этом на данном подпольном предприятии трудились всего 15 сотрудников<sup>60</sup>.

В условиях текущего экономического кризиса учащаются ситуации, когда нелегальное производство организуется на высвобождаемых из-за кризиса легальных производственных мощностях. Косвенно это также указывает на увеличение объемов выпуска незаконной продукции.

*«Как правило, это производство в каких-то промзонах, на объектах с ограниченным доступом. Это режимные объекты, какие-то заводы, туда не просто войти. Чтобы войти, ты должен послать заявку, и там служба режима смотрит»* (глобальный производитель).

По заключению экспертов, даже мелкие «гаражные» производства наносят ощутимый ущерб рынкам, продукцию которых они подделывают. Очень часто в рамках подпольных цехов обнаруживается не столько производство, сколько фасовка продукции (дешевых видов чая и кофе — в пакеты известных брендов, дешевого молока — в бутылки премиального сегмента и т.п.). Ущерб в первую очередь связан с подрывом потребительского доверия к брендированной продукции в случае столкновения с кустарной подделкой, содержимое которой отличается низким качеством.

Более масштабные подпольные производства, как было сказано, могут выпускать внешне более качественные подделки, создавая также серьезное конкурентное давление на рынок оригинальной продукции. При этом важно понимать, что агентами таких бизнесов, как правило, оказываются организованные преступные группировки. ОПГ контролируют не только производственную цепочку, но и дистрибуцию произведенной незаконной продукции, формируя закрытые и устойчивые деловые сети. Это создает дополнительные сложности для выявления и пресечения незаконной деятельности.

<sup>60</sup> <<https://мвд.рф/news/>>.

*«Никогда не продают с места производства, всегда есть промежуточные склады для этого. Если вы хотите купить оптом тот же чай, ничего не получится, потому что вам никто не продаст. Есть оптовые рынки, есть около оптовых рынков люди, которым совершенно спокойно отгружают, зная, что уже налажены связи. А человек со стороны туда не попадает»* (представитель юридической фирмы).

Многие подпольные производства укоренены в так называемом этническом предпринимательстве. Криминализованный сегмент рынка не только осваивает простаивающие производственные мощности, но и обеспечивает предложение на рынке труда нелегальных трудовых мигрантов.

*«[У производств, которые мы обнаруживаем] есть выраженные этнические признаки. В самом низу чернорабочие — обычно выходцы из Азии, а выше — руководство, владельцы — армяне, самые продвинутые предприниматели»* (глобальный производитель продуктов питания).

Оценка нанесенного подпольными производствами государственного ущерба значительно затруднена. Известно лишь, что в случаях, когда сотрудники МВД РФ в 2013–2015 гг. «накрывали» подпольные производства, экономический ущерб правообладателям и потери государства всегда исчислялись в крупном или особо крупном размере. Так, ущерб от выпуска контрафактной спортивной одежды в каждом случае варьируется в интервале от 15 до 100 млн руб., а подпольное производство табака приносит от 2 до 150 млн руб. теневой прибыли, в конечном итоге не облагаемой налогами.

### **Борьба с подпольными производствами**

Помимо самостоятельных усилий правоохранительных органов, деятельность по разоблачению подобных производств направляется усилиями ведущих компаний, которые выделяют на это соответствующие бюджеты и привлекают специализирующиеся на проблеме адвокатские бюро и юридические агентства.

*«Правообладатели прибегают к услугам частных детективов, которые помогают выявить производства, и уже с этой готовой информацией можно идти в полицию и просить защиты»* (агентство по защите интеллектуальной собственности).

Чаще всего изготовленная в подпольных цехах продукция выявляется на этапе розничных продаж, а отследить всю цепочку поставок, дойдя до непосредственного производителя, очень сложно. Препятствует этому нередко и укорененная коррупционная составляющая. Поэтому чаще всего судебные

дела здесь инициируются в отношении ее розничных распространителей, которые получают предписания к выплате незначительных штрафов.

В открытом доступе находится лишь статистика МВД, фиксирующая случаи обнаружения незаконного производства продукции, подлежащей обязательной маркировке<sup>61</sup>. Однако даже при условии, что к таким товарам правоохранительные органы должны бы быть более внимательными, на всероссийском уровне случаи выявления подпольных производств сводятся к нескольким десяткам в год. Добавим, что число выявленных преступлений такого рода (за исключением всплеска 2013 г.) монотонно возрастает (табл. 3.6).

Даже в тех случаях, когда местонахождение незаконных цехов становится известно правообладателям или правоохранительным органам, прекращение незаконной деятельности часто оказывается небыстрым и нелегким делом. Возбуждение дела также не всегда ведет к сворачиванию таких производств. По опыту экспертов, заплатив соответствующие штрафы (относительно невысокие на фоне получаемой ими теневой прибыли), незаконные предприниматели достаточно быстро (в течение нескольких месяцев) возвращаются к своей деятельности.

Уничтожение подпольного цеха также представляет собой немалую сложность. Сегодня на законодательном уровне остаются проблемы, регулирующие данную процедуру. В результате в ходе следственных действий возникают вопросы о том, кто должен финансировать трудоемкую акцию изъятия, где должна храниться изъятая продукция и т.п.

*«Еще большая проблема, о которой нужно говорить и которая, к сожалению, остается за кадром. ... Если мероприятие небольшое, изъяли небольшую партию продукции — ее нужно где-то хранить месяцами и годами, и полиция этот мешок может где-то хранить. Но если речь идет о крупном производстве, где тысячи единиц продукции, то нужны огромные затраты для того, чтобы вывезти с объекта эту продукцию. Это транспортные расходы, это разгрузочные, погрузочные работы и хранение. Где это хранить? Во многих случаях правоохранительные органы говорят: “У нас нет возможностей, ищите сами”»* (представитель юридической фирмы).

<sup>61</sup> Это табачная, алкогольная продукция, одежда из натуральной кожи, ковры и текстильные напольные покрытия, ювелирные изделия и их части из драгоценных металлов или металлов, плакированных драгоценными металлами, изделия из природного или культивированного жемчуга, драгоценных или полудрагоценных камней (природных, искусственных или реконструированных), бензин автомобильный, шины, покрышки и камеры к легковым автомобилям, легковые автомобили.

**Таблица 3.6.** Динамика выявления преступлений по статье «производство, приобретение, хранение, перевозка в целях сбыта или сбыт немаркированных товаров», в 2010–2015 гг.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Производство немаркированных товаров, число преступлений	19	24	28	69	35	40

Источник: Статистика МВД РФ.

Отдельный весьма болезненный вопрос — судьба изымаемого в подпольных цехах оборудования. Эксперты сетуют на отсутствие соответствующих законодательных мер, которые позволяли бы уничтожать это оборудование. В результате оно остается на рынке и в дальнейшем может опять использоваться для нового незаконного производства.

*«Линии для производства высокотехнологичных товаров очень дорогие, и они передаются от одного контрафактчика к другому. По сути, мы сталкивались с ситуациями, когда изымается оборудование по уголовному делу в одном из регионов, а потом это же оборудование всплывает через несколько месяцев, лет у совершенно другого человека»* (представитель юридической фирмы).

### Меры регулирования

В 2010–2015 гг. был реализован ряд законодательных преобразований, направленных на оптимизацию делового климата в России. Улучшая условия бизнес-деятельности для добросовестных рыночных игроков, эти преобразования невольно способствовали и потенциальному улучшению положения недобросовестных участников рынка в части снижения строгости наказаний.

Облегчение налогового бремени и упорядочение системы сбора налогов способствовали тому, что многие налоговые нарушения стали регулироваться нормами административного права взамен уголовного. В 2010 г. в силу вступили изменения УК РФ, в соответствии с которыми лицо, впервые совершившее преступное уклонение от уплаты налогов и сборов в соответствии со ст. 198, 199, 199.1 УК РФ, освобождается от уголовной ответственности, если оно полностью уплатило суммы недоимки, пеней и штрафа в размере, определяемом в соответствии с НК РФ. У предпринимателей появилась возможность разрешать ситуации с выявленными на-

логовыми нарушениями в досудебном порядке и посредством денежных штрафов.

В 2011 г. Федеральным законом от 06.12.2011 № 407-ФЗ были введены соответствующие изменения в Уголовно-процессуальный кодекс РФ, в соответствии с которыми единственным законным «поводом для возбуждения уголовного дела по всем налоговым преступлениям (ст. 198–199.2 УК РФ) служат только те материалы, которые направлены налоговыми органами в соответствии с законодательством о налогах и сборах для решения вопроса о возбуждении уголовного дела». Этот закон фактически перераспределил зоны ответственности за регулирование налоговых преступлений между МВД и ФНС, делегировав налоговые нарушения в ведение последней. На данном этапе ни для налоговых, ни для правоохранительных органов направление дел по налоговым преступлениям в суд не являлось приоритетным. Это означало в том числе снижение стимулов для следователей заводить уголовные дела по налоговым преступлениям. Как указывают эксперты Института проблем правоприменения, «в сложившейся системе предприниматель, воспользовавшийся минимальной юридической помощью, в 2012–2013 гг. оказывался перед четкой, понятной цепочкой: пришла налоговая, по итогам есть заключение налоговой проверки, его можно обжаловать в вышестоящей инспекции, затем обратиться в арбитражный суд, пройти там все инстанции, выиграть или — в случае проигрыша или снижения суммы требований — заплатить в полном объеме и так и не увидеть следователя»<sup>62</sup>.

Кроме того, на этот период хронологически приходятся попытки российского правительства либерализовать Уголовный кодекс РФ, в том числе путем создания особого правового режима для предпринимателей. Так, в 2010 г. были ужесточены условия, при которых возможно заключение под стражу обвиняемых в совершении налоговых преступлений (ст. 198–199.1 УК), а также для обвиняемых в ряде других экономических преступлений (например, в мошенничестве). В этом же году пересмотрены критерии оценки масштабности совершенных преступлений налогового или другого экономического характера, суммы, позволяющие говорить, что преступления совершены в крупном или особо крупном размере. В 2010 г. декриминализована ст. 173 УК, касающаяся лжепредпринимательства.

<sup>62</sup> Активность правоохранительных органов в РФ по выявлению преступлений в сфере экономической деятельности, 2000–2011 гг. / В.В. Волков и др. СПб.: ИПП ЕУ, 2011.

Установки на либерализацию Уголовного кодекса получили развитие в 2011 г., когда было введено освобождение от уголовной ответственности по ст. 76.1 УК, если лицо возместило ущерб (ст. 198–199.1 УК), а в некоторых случаях совершения экономических преступлений дополнительно уплатило в федеральный бюджет пятикратный штраф или полученный от нелегальной деятельности доход.

Также в 2011 г. санкции по отдельным составам экономических преступлений были дополнены штрафами. Причем предполагалось, что штрафы могут применяться и в качестве основного наказания. Это, в частности, коснулось таких преступлений, как незаконное использование товарного знака, совершенное группой лиц по предварительному сговору или организованной группой, за которое законом предусматривается штраф в размере от 500 тыс. до 1 млн руб. В этом перечне преступлений также оказалось незаконное участие в предпринимательской деятельности, за совершение которого вместо заключения суда теперь могли назначать штраф до 300 тыс. руб.

В целом все эти меры были нацелены на то, чтобы дифференцировать или смягчить подход к наказанию за преступления в экономической сфере исходя из предпосылки, что эти преступления несут меньшую общественную опасность. По оценкам экспертов, введенные изменения действительно увеличили процент оправдательных приговоров по обвинениям в экономических преступлениях. И в целом движение в сторону либерализации и декриминализации хозяйственного законодательства заслуживает безусловной поддержки. Но необходимо обратить внимание и на его побочное следствие: создание дополнительных рисков увеличения незаконного оборота продукции ввиду смягчения наказаний.

Смягчение наказаний за совершение экономических преступлений хронологически совпало с масштабной реформой МВД РФ, реализованной в 2010–2011 гг. Серьезная перестройка правоохранительной системы породила временную дезориентацию ее сотрудников, что негативно повлияло на их активность и тем самым, по оценкам экспертов, заметно снизило их контролирующее воздействие на деловую среду. На фоне сужения стимулов к раскрытию экономических преступлений (возможность решать дела посредством штрафов в досудебном порядке, высокий процент оправдательных приговоров и т.д.) почва для расширения масштабов незаконной хозяйственной деятельности стала более благоприятной.

Нельзя оставить без внимания и тот факт, что параллельно с мерами по либерализации уголовного законодательства государство принимало

меры по повышению прозрачности институциональной среды, в которой действует российский бизнес. В 2010–2015 гг. были приняты меры по повышению требований к прозрачности экономических сделок, которые существенно увеличили риски и издержки нелегальных экономических операций. Поворотным моментом стало предъявление к банкам требования контролировать добросовестность контрагентов, счета которых участвуют в опосредуемых банком сделках. Кроме того, в 2014–2015 гг. увеличилась частота встречных налоговых проверок, что повышает риски привлечения к ответственности организаторов фирм-однодневок. Не последнюю роль играет масштабный процесс отзыва лицензий у многих коммерческих банков, часть которых до этого активно участвовали в обеспечении нелегальных расчетных операций.

### Основные выводы

Суть неучтенного оборота заключается в его сознательном сокрытии от статистического и налогового учета, поэтому прямые измерители его масштаба закономерно отсутствуют. В данной работе предпринята попытка оценить динамику неучтенного производства на основе косвенных показателей, включая статистику выявленных экономических преступлений.

Важно отметить, что до 2014 г. количество зарегистрированных экономических преступлений в России монотонно снижалось, а в 2015 г. (а по некоторым видам преступлений — чуть ранее) оно вновь возросло. В связи с этим возник вопрос: не станет ли это началом новой тенденции? Так, почти в 1,5 раза в 2015 г. увеличилось количество выявленных налоговых преступлений. На треть в 2013–2015 гг. выросло число преступлений, связанных с легализацией (обналичиванием) денежных средств. Почти монотонно возрастало в 2010–2015 гг. и число выявленных преступлений по статье «производство, приобретение, хранение, перевозка в целях сбыта или сбыт немаркированных товаров». Все эти свидетельства косвенно указывают на оживление незаконного производства на территории России.

Можно заключить, что экономический кризис 2014–2016 гг. приостановил, а во многих случаях и повернул позитивные тенденции в легализации бизнеса. Падение реальных располагаемых доходов российских потребителей способствовало переходу на более экономичные модели потребления, обострило их ценовую чувствительность, создало готовность

потребителей к компромиссу по поводу происхождения и качества продукции. В то же время произошло высвобождение части производственных мощностей, некоторые из них стали использоваться для неучтенного производства. Ослабление рубля и экономические санкции дополнительно повысили экономическую привлекательность теневого производства на территории России. Еще одним фактором в некоторых отраслях стало усиление давления государства. Это произошло в алкогольной и табачной индустриях, где ускоренное повышение ставок акцизов с 2012 г. привело к росту розничных цен, способствовало снижению объема легальных продаж и создало дополнительные стимулы для незаконного производства, связанного с уклонением от уплаты акцизов.

На указанные кризисные явления в 2010-е годы наложилось движение в сторону либерализации и декриминализации хозяйственного законодательства. Поддерживая эти инициативы в целом, необходимо обратить внимание и на их побочное следствие: создание дополнительных рисков увеличения незаконного оборота продукции ввиду смягчения наказаний и сужение возможностей правоохранительных органов по законному пресечению незаконных производств.

Неслучайно две трети опрошенных нами осенью 2016 г. представителей компаний оценили проблему неучтенного оборота как значимую для своих рынков, а каждый четвертый назвал эту проблему «очень острой». В зависимости от товарной категории доля неучтенного оборота в стоимости продаж оценивается ими от нескольких процентов до половины. Причем в большей степени подвержены риску рынки алкоголя, табака, спортивной одежды и продовольственных товаров.

Неучтенное производство внутри России осуществляется как легальными, так и подпольными предприятиями. Легальные предприятия производят неучтенную продукцию в дополнительные смены с использованием неучтенного сырья или путем завышения размера отходов. Их продукция по качеству может быть аналогична законной. Подпольное же производство часто сопровождается явной фальсификацией состава продукции, использованием самого дешевого и порой непригодного для потребительских товаров сырья, антисанитарными условиями и несоблюдением положенных стандартов. Подпольные производства скорее возникают в сегментах, не требующих высоких технологий (пошив одежды, розлив алкогольной продукции, фасовка чая и т.п.). Характерно, что если в начале 2010-х годов эксперты говорили об «обмельчании» обнаружива-

емых подпольных производств, то сегодня наблюдается обратная тенденция — к их укрупнению.

Чаще всего неучтенная продукция выявляется на этапе розничных продаж, а отследить всю цепочку поставок, дойдя до непосредственного производителя, очень сложно. Прекращение незаконной деятельности, даже в случае ее выявления, часто оказывается небыстрым и нелегким делом. После оплаты посильных штрафов незаконные предприниматели достаточно быстро возвращаются к своей деятельности. При этом уничтожение подпольных цехов представляет собой немалую трудность, поскольку на законодательном уровне остаются проблемы, регулирующие данную процедуру. Отсутствуют и специфицированные законодательные меры, позволяющие уничтожать оборудование, которое используется для незаконного производства. В результате в дальнейшем оно может снова появляться на рынке. Необходимо выделять государственные средства на уничтожение незаконной продукции, на вывоз и демонтаж оборудования, на котором она была подпольно произведена.

Следует усилить активность правоохранительных органов в отношении незаконных производств, включая подпольные цеха и незаконную деятельность на легальных предприятиях (в том числе формально остановленных), поскольку подобная деятельность не только наносит ущерб государству и ведущим участникам рынка, но и часто создает прямую угрозу для здоровья конечных потребителей. Надо вернуть контроль над нелегальными производствами на подведомственной территории в структуру отчетных показателей российских правоохранительных органов, утвердить более четкие регламенты действий правоохранительных органов в случае обнаружения незаконных производств.

Необходимо поддержать принятые в рассматриваемый период меры по повышению требований к прозрачности экономических сделок, которые существенно увеличили риски и издержки нелегальных экономических операций. Важным моментом стало предъявление к банкам требования контролировать добросовестность контрагентов, счета которых участвуют в опосредуемых банком сделках.

Целесообразно также рассмотреть возможность введения дифференцированных штрафов за организацию подпольного производства продукции пропорционально доходу от незаконной деятельности и в зависимости от той степени, в какой она может угрожать жизни и здоровью потребителей (особенно алкогольная продукция, продовольственные товары).

## 4. РЫНОК АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

В данном разделе проанализируем объем, структуру и динамику рынков легальной и нелегальной алкогольной продукции, меры новой алкогольной политики, принятые и предлагаемые меры противодействия незаконному обороту алкогольной продукции.

### Легальный рынок алкогольной продукции

Начнем с анализа легального рынка алкогольной продукции, опираясь на доступные статистические и опросные данные.

### Объем и структура легального рынка

В настоящее время розничный оборот алкогольной продукции составляет около 1,9 трлн руб. По данным Росстата, продажи алкоголя на душу населения в 2015 г. составили 6,8 л в пересчете на 1 л безводного спирта. Известно, что Росстат пытается учитывать в этих цифрах нелегальный алкоголь, но явно не в полной мере. Не учитывается здесь и доля домашнего алкоголя, значительная часть которого потребляется в домашних хозяйствах. В результате расчеты Росстата на 30–40% ниже расчетов потребления алкоголя, представленных Министерством здравоохранения России и Всемирной организацией здравоохранения (12 л на душу населения). По итогам 2016 г. Россия занимает 4-е место в мире по данному показателю.

Доля затрат на алкогольную продукцию в общей структуре потребительских расходов населения РФ, по данным Росстата, остается относительно стабильной: с 2005 г. она находится на уровне 2,3–2,5% с вариацией от 1,8% у наименее обеспеченных до 2,8% у наиболее обеспеченных групп.

Традиционно значительную долю в продажах алкоголя в России занимает крепкий алкоголь (напитки крепостью более 15°), составляя в денежном выражении около 43% рынка. Две трети этого стоимостного объема приходится на водку и ликеро-водочные изделия. В пересчете на чистый алкоголь имеем следующее распределение:

40% — водка и ликеро-водочные изделия;  
 40% — пиво;  
 12% — вино;  
 4% — бренди;  
 1–2% — слабоалкогольные напитки.

По данным Nielsen, на рынке крепких алкогольных напитков наблюдается консолидация. Доля 10 крупнейших компаний на рынке водки и ликеро-водочных изделий по объему продаж в натуральном выражении составила в 2014 г. 55% и продолжает возрастать. Рынок пива более консолидирован, здесь на долю 4 международных пивоваренных компаний в 2015 г. приходилось 74%. Но тенденция на рынке пива, скорее, обратная: за 5 лет ведущие участники уступили почти 10% рынка более мелким локальным игрокам, число которых оценивается до 700 производителей. Сектор торговли алкоголем также быстро консолидируется. Доля современных сетевых форматов здесь выросла в 2010–2014 гг. с 43 до 62% (данные Nielsen). А количество торговых точек, торгующих алкогольной продукцией, в 2012–2015 гг. снизилось на 25% (с 305 тыс. до 230 тыс.).

#### **Динамика легального рынка (статистические данные)**

По данным Росстата, в период экономического роста в 2000–2007 гг. продажи легального алкоголя на душу населения устойчиво росли с 8,0 до 9,7 л чистого алкоголя, затем с кризиса 2008 г. стали снижаться с небольшими колебаниями и к 2015 г. вернулись к точке, которая даже чуть ниже исходного уровня (6,8 л чистого алкоголя). Завершился своеобразный цикл.

По данным Euromonitor International, объемы продаж алкогольной продукции в стоимостном выражении (текущие цены) в 2011–2016 гг. устойчиво возрастали (общий прирост составил 27,5%), а в натуральном выражении (млн л) — столь же устойчиво снижались (общее снижение — 27,7%). Это касается всех основных алкогольных напитков — крепкого алкоголя, пива и вина.

Постепенно меняется структура продаж алкогольных напитков. По данным Росстата, в течение всех 2000-х и 2010-х годов происходило относительно устойчивое снижение душевых розничных продаж *водки и ликеро-водочных изделий*. В литрах чистого алкоголя они снизились с 8 до 5 л на душу населения. При этом до 2007 г. росли продажи *пива* — с 2 до 5 л, почти сравнявшись с продажами водки и ликеро-водочных изделий (ЛВИ). А по сравнению с советским временем продажи пива выросли в 4–5 раз.

Продажи *вина* на душу населения в этот период росли устойчиво, но куда более скромными темпами, увеличиваясь всего на 0,5 л чистого алкоголя и еще сильно отставая от советского уровня<sup>1</sup>. Продажи коньяка, виски и рома в натуральных единицах в 2000-е годы выросли в 3 раза, частично замещающая падающие продажи водки и ЛВИ.

Стоит заметить, что подобные изменения полностью соответствуют глобальным трендам в потреблении алкоголя, когда страны, которые традиционно относились к северному стилю потребления, сегодня движутся в направлении центрально-европейского и средиземноморского стилей с характерным для них более активным потреблением менее крепких алкогольных напитков<sup>2</sup>. Но Россия пока еще далека от этих стилей.

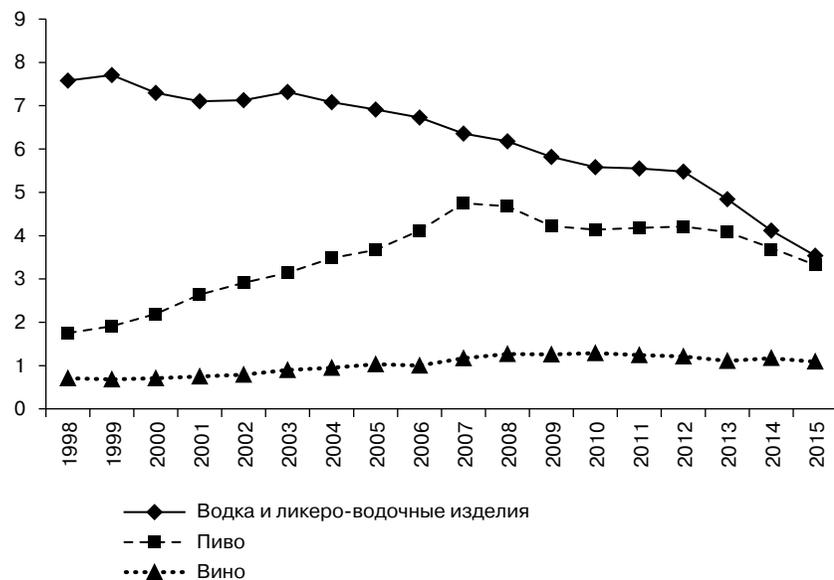
Начиная с кризиса 2008 г. основные тенденции (кроме падения продаж водки и ЛВИ) приостановились, и до 2012 г. с определенными колебаниями структура продаж основных алкогольных напитков в литрах чистого алкоголя остается относительно стабильной (см. рис. 4.1). Новая структура продаж алкогольных изделий 2010-х годов включает в пересчете на чистый алкоголь на душу населения:

5–6 л водки и ликеро-водочных изделий;  
 чуть более 4 л пива;  
 чуть более 1 л сухого вина;  
 1 л бренди, виски и других крепких алкогольных напитков.

В 2013–2015 гг. рецессия переходит в экономический кризис, и продажи алкоголя заметно снижаются — в целом и по основным категориям в среднем по 10% в год. Потребление водки уменьшается к 2015 г. до 3,5 л чистого алкоголя на человека. К водке присоединяется и пиво, душевое потребление которого тоже начинает снижаться, уходя в 2014–2015 гг. ниже отметки 4 л чистого алкоголя. Потребление вина держится более устойчиво, но и оно снижается до 1 л чистого алкоголя. При этом объемы импорта вина сократились на треть. Уменьшаются продажи импортируемого коньяка и других крепких алкогольных напитков, кроме рома (в том числе под влиянием девальвации рубля).

<sup>1</sup> Радаев В.В., Котельникова З.В. Изменение структуры потребления алкоголя в контексте государственной алкогольной политики в России // Экономическая политика. 2016. № 5. С. 92–117.

<sup>2</sup> Popova S., Rehm J., Patra J., Zatonski W. Comparing Alcohol Consumption in Central and Eastern Europe to other European Countries // Alcohol and Alcoholism. 2007. Vol. 42. P. 465–473.



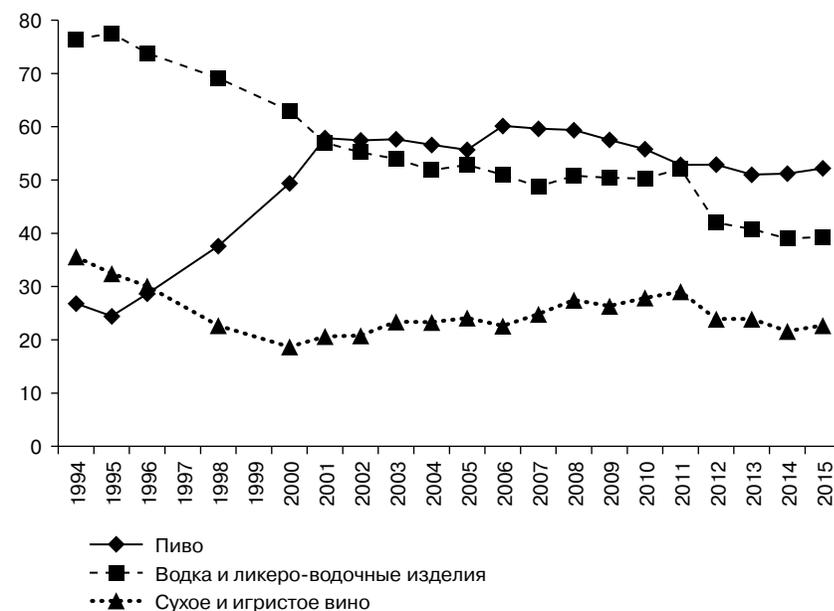
**Рис. 4.1.** Розничные продажи водки, пива, сухого и игристого вина в России в 1998–2015 гг., на душу населения в л чистого спирта

Источник: Рассчитано по данным Росстата.

### Динамика легального рынка (опросные данные)

Данные панельных опросов RLMS-HSE дополняют динамику объема потребления алкоголя и позволяют оценить уровень и динамику доли потребителей тех или иных алкогольных напитков в 1994–2015 гг. (респондентов ежегодно спрашивали о потреблении за последние 30 дней, предшествовавших опросу).

На рис. 4.2 видим, что доля потребителей *водки и ликеро-водочных изделий* устойчиво снижается с 1995 по 2007 г. В 2009–2011 гг. эта доля стабилизируется на время, а с 2012 г. — продолжает снижение. Доля потребителей *пива*, напротив, в 1996–2000 гг. резко выросла (с 24 до 58%) и относительно стабилизировалась в 2001–2005 гг., уже превысив при этом историческую отметку — долю потребителей водки. Хотя по объему потребления в литрах чистого алкоголя пиво еще продолжает отставать, разрыв существен-



**Рис. 4.2.** Доля потребителей водки, вина и пива в России в 1994–2015 гг., в % за последние 30 дней

Источник: RLMS-HSE.

но сократился. После этого символического превращения из «водочной» в «пивную» страну начиная с 2006 г. доля потребителей пива несколько снижается (с 60 до 52%). Что же касается *вина*, то после некоторого снижения в 1995–2000 гг. в период экономического роста в 2000-е годы происходит постепенное увеличение доли его потребителей, затем в период рецессии и кризиса с 2012 г. эта доля вновь несколько снижается<sup>3</sup>.

Добавим, что 14–15% респондентов пьют виски, бренди, коньяки, около 2% — слабоалкогольные коктейли, причем эта доля в последние

<sup>3</sup> Радаев В.В., Котельникова З.В. Изменение структуры потребления алкоголя в контексте государственной алкогольной политики в России // Экономическая политика. 2016. № 5. С. 92–117.

годы снижается (в 2008 г. она превышала 5%). Мы не приводим данные по этим напиткам, поскольку информацию начали собирать лишь в последние годы.

При сопоставлении данных Росстата и RLMS-HSE, несмотря на разный характер этих данных и различие используемых параметров, на рис. 4.1, 4.2 несложно заметить сходство фиксируемых тенденций с некоторыми частичными смещениями во времени. Мы видим, что доля потребителей *водки и ликеро-водочных изделий* снизилась в 2 раза (с 78 до 39%) и в большей степени, чем уровень их душевого потребления (с 8 до 5 л). Это происходит в том числе вследствие отказа от водки части потребителей и переключения их на виски, бренди, коньяки либо на слабоалкогольную продукцию (последнее в первую очередь касается представителей молодых возрастных групп).

Потребление *вина* в 2000–2008 гг. растет по обоим параметрам. Доля потребителей за этот период увеличивается в 1,5 раза (с 20 до 29%), а затем в 2010 г. возвращается почти к исходному уровню 22–23%. Душевой же уровень потребления вина вырастает в 2000–2008 гг. почти вдвое и затем стабилизируется на уровне 1,2 л. Это означает, что часть любителей вина несколько увеличили его потребление.

Наконец, доля потребителей *пива* в 1995–2000 гг. возрастает в 2,5 раза (с 24 до 60%). Сходный рост в 2,6–2,7 раза происходит и с уровнем душевого потребления пива, но начальной точкой здесь является 1998 г. (рост с 1994 г. явно более значителен — не менее 4 раз). Это означает, что в начальный период «пивной революции» второй половины 1990-х годов рост потребления пива происходил за счет вовлечения новых потребителей и увеличения потребления пива теми же самыми потребителями. Затем в 2001–2007 гг. вовлечение новых потребителей приостановилось, и повышение обеспечивалось преимущественно растущим потреблением тех, кто был приобщен к пиву ранее.

Итак, в период 2010-х годов происходит явное прерывание тенденций, которые мы наблюдали в 2000-е годы. Уровень потребления основных алкогольных напитков промышленного производства тормозится, а в 2014–2015 гг. снижается. Доли же потребителей этих напитков после некоторых колебаний стабилизируются.

#### **Алкогольная продукция ненадлежащего качества**

Более 20 лет Роспотребнадзор по результатам проверок в организациях торговли собирает данные о доле алкогольных напитков ненадлежаще-

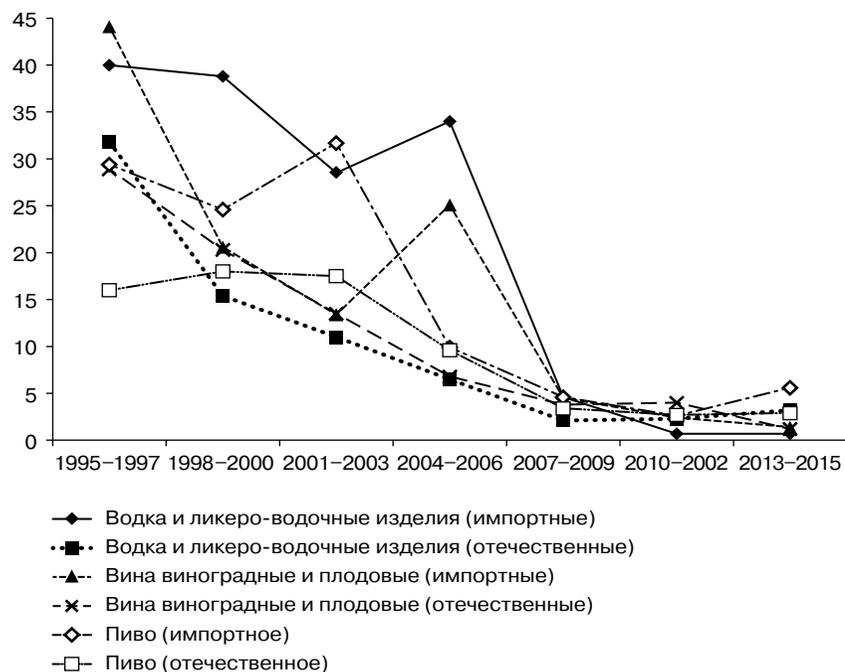
го качества или представляющих опасность для потребителей. В середине 1990-х годов, когда начали собирать эти данные, доля подобных некачественных алкогольных напитков была на весьма высоком уровне и в среднем по основной части алкогольных напитков достигала 30–40%. Затем с начала 2000-х годов доля выявленных алкогольных напитков ненадлежащего качества или представляющих опасность для потребителей уверенно снижается. Качество импортной водки и импортного вина начинает, судя по данным проверок, улучшаться в середине 2000-х годов, а доля недоброкачественного отечественного алкоголя (водки и вина) снижается в течение всего периода наблюдения и в итоге падает ниже 5%. В 2013–2015 гг. эта доля уже не снижается, а по отдельным позициям (импортное пиво) даже растет, что свидетельствует о некотором ухудшении ситуации. Однако все же по сравнению с 1990-ми годами доля некондиционной продукции остается на минимальном уровне (рис. 4.3).

По итогам проверок алкоголя на безопасность за 2016 г. доля некачественных образцов в категории «отечественная водка и ликеро-водочная продукция» составила 6,1% (вдвое больше, чем в 2015 г.). Доля выявленного некачественного вина снизилась с 1,5 до 1%, пива — с 4,3 до 1,3%. Доли некачественного коньяка и шампанского не изменились (0,7 и 0,3% соответственно). С отдельными категориями импортной продукции дела обстоят несколько более тревожно. По данным Роспотребнадзора, в 2016 г. не прошли проверку на качество 7,5% проб импортной водки и ликеро-водочных изделий, а также 8,1% проб импортного пива.

В конце 2016 г. алкогольная продукция была впервые включена в верные исследования Роскачества. В результате проверки полусладких игристых вин, проведенной совместно с Росалкогольрегулированием, почти треть образцов содержала отклонения по органолептике, содержанию этилового спирта или в них был искусственно добавлен углекислый газ (последнее не запрещено законодательством России, но такое вино не рекомендуется Роскачеством для употребления). В основном речь шла о дешевых марках игристого вина. Добавим, что полученные результаты оспаривались рядом производителей.

#### **Новая алкогольная политика в России**

Чтобы определить, в какой мере воздействуют на легальный и нелегальный рынки алкогольной продукции меры алкогольной политики, для начала кратко рассмотрим сами эти меры.



**Примечание.** Мы выделили семь трехгодичных интервалов, чтобы устранить годовые флуктуации и сделать тренды более различимыми.

**Рис. 4.3.** Доля алкогольных напитков ненадлежащего качества или представляющих опасность для потребителей в 1995–2015 гг., % от количества отобранных образцов (проб) товаров по каждой товарной группе

Источник: Росстат, по данным проверок Роспотребнадзора в организациях торговли.

Новая алкогольная реформа была развернута с 2006 г., когда были введены акцизные марки и Единая государственная автоматизированная информационная система (ЕГАИС), предназначенная для государственного контроля за объемом производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции. Активная же фаза антиалкогольной реформы началась в 2009 г., когда была создана Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование). В кон-

це этого же года Распоряжением Правительства Российской Федерации от 30.12.2009 № 2128-р принимается новая концепция государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией, основная цель которой — обеспечить к 2020 г. более чем двойное снижение общего потребления алкоголя в России<sup>4</sup>.

#### Принятые ограничительные меры

В ходе реформы вводятся разнообразные ограничительные меры, касающиеся производства, реализации и потребления алкогольных напитков. В 2011 г. до 80 млн руб. поднимаются требования к минимальному уставному капиталу производителей и дистрибьюторов алкогольных напитков, приведшее к сокращению их общего числа на 30–40%. С 2012 г. вводятся ограничения продаж алкогольной продукции в вечернее и ночное время. Торговые объекты, торгующие алкоголем, теперь должны размещаться на определенной дистанции от образовательных, медицинских, спортивных и культурных учреждений. В 2012 г. начинается ступенчатое ограничение, а потом и запрещение рекламы алкогольных напитков на телевидении и радио, в печатных средствах массовой информации. В 2013 г. принимается запрет на продажу пива в киосках. Продавать алкогольные напитки (включая пиво) теперь можно только в стационарных торговых объектах площадью не менее 50 кв. м (не менее 25 кв. м в сельских районах). 1 января 2017 г. окажутся под запретом производство и оборот, а с 1 июля 2017 г. — розничная продажа алкоголя в ПЭТ-таре объемом более 1,5 л.

#### Повышение акцизов и минимальных розничных цен

Наиболее заметной мерой стала введенная в 2012 г. ускоренная индексация ставок акцизов на алкогольную продукцию, сопровождаемая повышением минимальных розничных цен (МРЦ) на водку. Акцизы росли и раньше, но более умеренными темпами. Например, в 2009–2011 гг. ставки акцизов на водку повышались однократно по 10% в год. А в 2012 г. было

<sup>4</sup> Концепция реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 г. Одобрена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 30.12.2009 № 2128-р. <[http://fsrar.ru/policy\\_of\\_sobriety/konceptcia](http://fsrar.ru/policy_of_sobriety/konceptcia)>.

введено последовательно два повышения — на 10 и 20%. В 2013 г. эта ставка выросла на треть, а в 2014 г. еще на четверть. Соответственно, с 2012 г. растет и доля акциза в цене продукта.

В результате всего за 3 года (2011–2014 гг.) ставки акцизов на водку были повышены в 2,4 раза, на отечественное вино — в 2 раза, на пиво — в 1,8 раза (см. табл. 4.1). А минимальная розничная цена на пол-литровую бутылку водки была повышена за эти годы с 89 до 220 руб., т.е. также в 2,5 раза (см. рис. 4.4). В 2015–2016 гг. рост акцизов на крепкий алкоголь и на алкоголь со средним содержанием спирта удалось заморозить, а акцизы на вино и пиво продолжали повышаться по 1 руб. за литр в год.

### Введение ЕГАИС

Через 10 лет после внедрения Единой государственной автоматизированной информационной системы для производителей в 2016 г. произошло внедрение ЕГАИС в оптовых (с 1 января) и розничных (с 1 июля) точках продажи алкогольной продукции. С этих дат торговые предприятия предоставляют в ЕГАИС сведения о продаже алкоголя. Система позволяет в автоматическом режиме фиксировать объемы легальных продаж в каждом регионе и размеры уплаченного в бюджет акциза. Ее внедрение (в отличие от опыта 2006 г.) произошло относительно безболезненно для рынка. В качестве первого результата, по данным Росалкогольрегулирования, введение системы позволило обеспечить за 2016 г. рост поступления акцизов на 28,4% по сравнению с 2015 г.

### Смягчение алкогольной реформы

В то же время алкогольная реформа с 2015 г. несколько притормозилась. Снижение продаж легального алкоголя (и соответствующее уменьшение поступлений в государственный бюджет) в 2013–2014 гг. было воспринято российским правительством как прямой негативный эффект новой фискальной политики и как повод скорректировать эту политику. В результате вместо запланированного ранее дальнейшего повышения акцизов на крепкие алкогольные напитки на 32% в 2015–2016 гг. ставки акцизов в эти годы были заморожены, а в 2017 г. лишь проиндексированы (розничные цены продолжали расти, но более умеренно, чем раньше). Кроме того, минимальная розничная цена на водку в 2015 г. была снижена на 16% (с 220 до 185 руб. за 0,5 л) — впервые с момента введения этой цены в 1996 г. (см. рис. 4.4). С 2015 г. на телевидении и радио была вновь разрешена запрещенная в 2012 г. реклама вина, произведенного из отече-

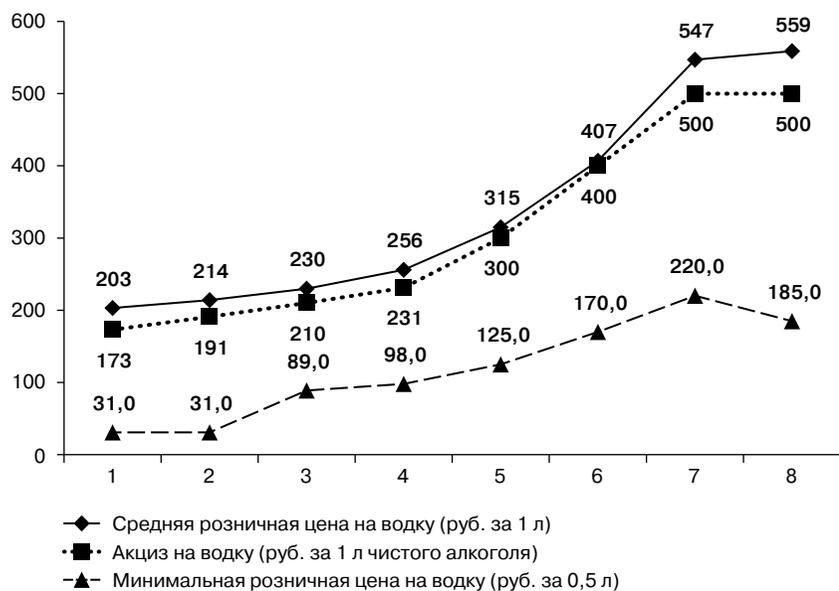
Таблица 4.1. Ставки акцизов на основные виды алкогольной продукции в 2006–2017 гг.

	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г. (1-я пол.)	2012 г. (2-я пол.)	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Алкогольная продукция крепостью свыше 9%, руб. за 1 л спирта	159/118	162	173	191	210	231	254	300	400	500	500	500	523
Алкогольная продукция крепостью менее 9%, руб. за 1 л спирта	83	162	110	121	158	190	230	270	320	400	400	400	418
Вина натуральные, руб. за 1 л	2,2	2,2	2,4	2,6	3,5	5	6	6	7	8	8	9	10
Вина шампанские, игристые, газированные, шипучие, руб. за 1 л	10,5	10,5	10,5	10,5	14	18	22	22	24	25	25	26	27
Пиво с содержанием объемной доли этилового спирта от 0,5 до 8,6% включительно, руб. за 1 л	1,91	2,07	2,74	3	9	10	12	12	15	18	19	20	21

ственного винограда, смягчены ограничения в отношении рекламы пива, она разрешена до 2019 г. во время спортивных трансляций. Смягчение антиалкогольных мер объяснялось прежде всего экспансией нелегального алкоголя, порожденной повышением цен на легальный алкоголь.

**Влияние роста акцизов на рынок легального алкоголя**

Повышение акцизов и МРЦ немедленно отразилось на росте розничных цен. По нашим расчетам, динамика средних розничных цен на водку тесно и значимо связана с индексацией акцизов и изменением минимальной розничной цены на водку (за период 2000–2014 гг. коэффициент Пирсона превышает 0,9 при  $p < 0,01$ ). По данным Росстата, в 2011–2014 гг. средние розничные цены на водку выросли в 2,4 раза, на отечественное вино и пиво — в 1,4 раза (см. рис. 4.4). Чтобы показать ощутимость дан-



**Рис. 4.4.** Динамика акцизов на водку, минимальной и средней розничных цен на водку (конец года) в России в 2008–2015 гг., руб.

Источники: Росстат; Росалкогольрегулирование.

ного роста, отметим, что реальные располагаемые денежные доходы населения выросли в 2011–2014 гг. лишь на 7%. Алкоголь значительно подорожал — и в абсолютном, и в относительном измерении.

Повышение розничных цен, в свою очередь, влияет на динамику продаж легальной алкогольной продукции. За годы ускоренного роста ставок акциза в 2012–2015 гг. произошло снижение продаж легального алкоголя в натуральном выражении в целом на 26%, в том числе:

- водки и ЛВИ — на 37%;
- бренди — на 25%;
- слабоалкогольных напитков — на 63%;
- пива — на 20%;
- вина — на 7%.

Ставка акциза на пиво с нормативным (стандартизованным) содержанием объемной доли этилового спирта свыше 0,5% и до 8,6% выросла в 2011–2014 гг. в 1,8 раза (с 2009 г. — в 6 раз, с 3 до 18 руб. за 1 л). Повышение акцизных сборов большей частью переходит в цену продукта. По данным Росстата, в 2011–2014 гг. средние розничные цены на отечественное пиво выросли в 1,4 раза (с 62 до 87 руб. за 1 л). В свою очередь, повышение розничных цен на фоне начавшегося экономического кризиса приводит к снижению регистрируемых продаж. В результате за этот же период продажи пива в натуральном выражении упали на 11,5%. Таким образом, наблюдается очень высокая и значимая линейная корреляция: положительная связь между ростом ставки акциза и ростом средних розничных цен (коэффициент Пирсона равен 0,98) и обратная связь между этими параметрами и объемом продаж в натуральном выражении (коэффициент Пирсона –0,84 и –0,82) (см. рис. 4.5).

Правда, следует учесть, что на воздействие реформ в этот период наслаиваются макроэкономические факторы, приводящие к изменению реальных доходов населения. В период 2001–2007 гг. среднегодовой рост реальных располагаемых доходов населения достигал 10%. В 2008–2013 гг. эти доходы прирастали с определенными колебаниями в среднем на 2–3%. А в 2014 и 2015 гг. они ушли в минус на 1 и 4% соответственно. Хотя воздействие кризисов на потребление алкоголя в российской и мировой практике не считается однозначным и может зависеть от конкретных складывающихся условий<sup>5</sup>, все-таки алкоголь относится к товарным категориям,

<sup>5</sup> De Goeij M.C.M., Suhrcke M., Toffolutti V., Mheen D. van de, Schoenmakers N.V., Kunst A.E. How Economic Crises Affect Alcohol Consumption and Alcohol-Related Health Problems:

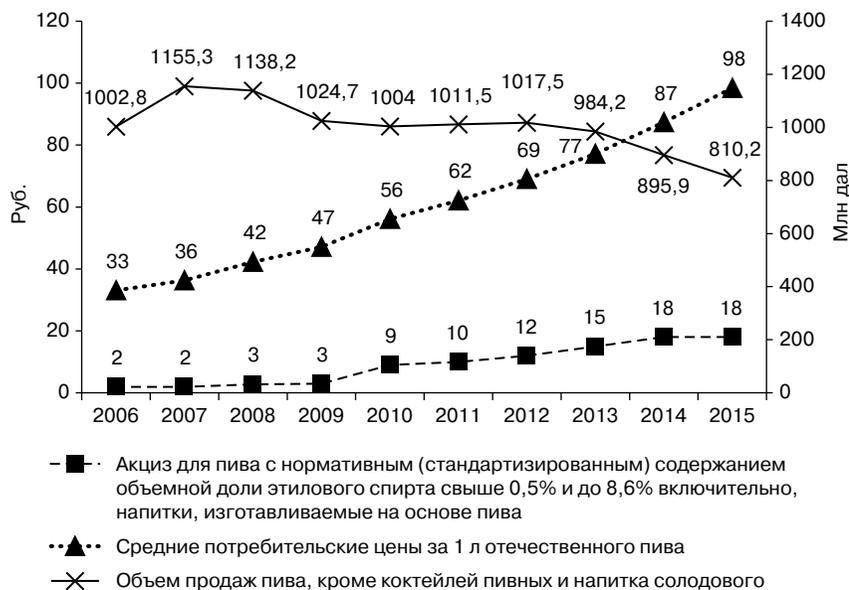


Рис. 4.5. Динамика акцизов, средних потребительских цен и объемов продаж на российском рынке пива в 2006–2015 гг.

Источник: Росстат.

которые уязвимы в кризисные периоды, когда потребление алкоголя, как правило, сокращается или потребители переходят к более дешевым видам продукции.

На рис. 4.6 видно, что, по данным Росстата, в 2001–2015 гг. кривая прироста продаж алкогольной продукции к предшествующему году довольно устойчиво следует за кривыми прироста физического объема розничной торговли и реальных располагаемых доходов населения. Коэффициент корреляции между этими тремя параметрами равен 0,7–0,8 при  $p < 0,01$ , т.е. связь сильная и значимая. Можем заключить, что здесь име-

A Realist Systematic Review // Social Science and Medicine. 2015. Vol. 131. P. 131–146; Jukkala T., Makinen I. H., Ferlander S., Vagero D., Kaslitsyna O. Economic Strain, Social Relations, Gender, and Binge Drinking in Moscow // Social Science and Medicine. 2008. Vol. 66. P. 663–674.

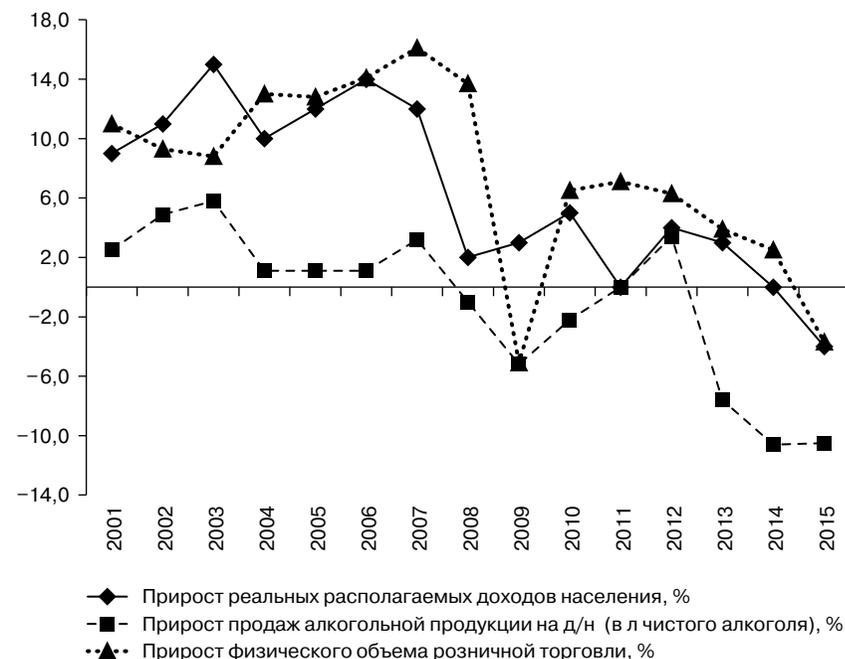


Рис. 4.6. Прирост физического объема розничной торговли, продаж алкогольной продукции и реальных располагаемых доходов населения в России в 2001–2015 гг., % к предшествующему году

Источник: Рассчитано по данным Росстата.

ем дело с комбинированным влиянием экономических и политических факторов. Но ускоренное повышение акцизов, повлекшее рост розничных цен, внесло в снижение продаж легального алкоголя свой серьезный вклад.

### Собираемость акцизов

Акцизы повышались не только для того, чтобы ограничить потребление алкоголя, но и во многом для увеличения поступлений в консолидированный бюджет. Этот расчет на увеличение поступления акцизов в результате повышения ставок в целом не оправдался. При росте ставки

**Таблица 4.2.** Сумма начисленных акцизов на алкогольную продукцию в 2013–2015 гг., млрд руб.

	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Алкогольная продукция в целом	308,3	336,0	295,6
Крепкая алкогольная продукция	158,9	168,0	146,2
Крепкая алкогольная продукция российского производства	133,0	143,6	128,4

Источник: ЦИФРРА.

поступление акцизов сильно отставало от этого роста, а при ее заморозке — даже снизилось в абсолютном выражении (табл. 4.2).

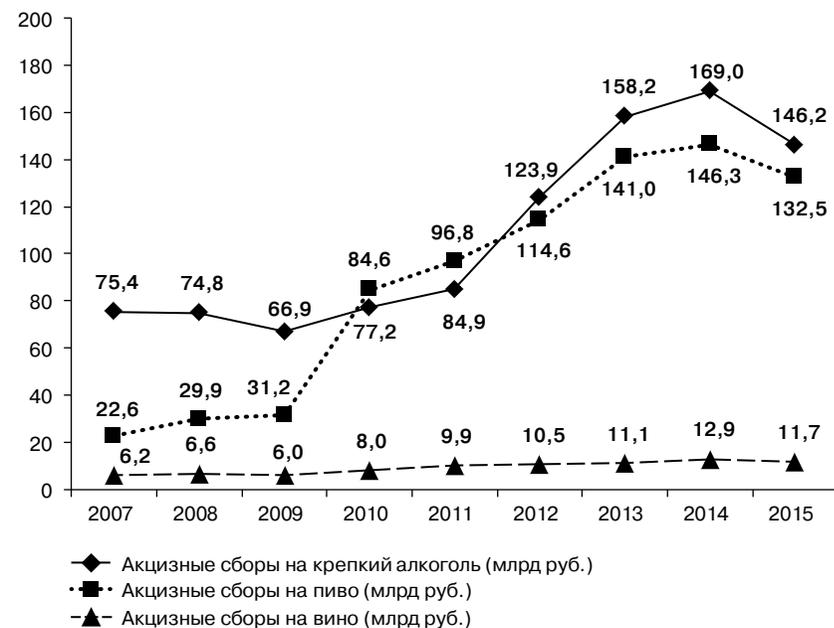
Мы видим, например, что в 2014 г. ставка акциза на крепкий алкоголь выросла на 25%. При этом, по данным Федерального казначейства, прирост фактических поступлений акцизов в консолидированный бюджет составил лишь 9%, в том числе на российскую крепкую алкогольную продукцию с долей спирта более 9% — на 8%. В 2015 г. ставка акциза осталась прежней, при этом поступления снизились на 12% (–40 млрд руб.), в том числе на российскую крепкую алкогольную продукцию — на 11% (–15 млрд руб.). Эти показатели оказались ниже поступлений 2013 г., когда ставка была меньше.

Поступления акцизов на пиво также росли до 2015 г., отставая от роста ставки акциза, но в 2015 г. падение легальных продаж и здесь перекрыло эффект от роста акциза, и поступления в бюджет снизились на 9% (см. рис. 4.7). Наряду с кризисными явлениями этому способствовал и рост неучтенного производства и продаж пива (в первую очередь разливного). В 2015 г. снизились в абсолютном выражении и поступления акцизов на вино (–9%).

Напомним, что в 2016 г. поступления акцизов на алкогольную продукцию выросли, но это произошло благодаря внедрению ЕГАИС в сферы оптовой и розничной торговли.

#### **Распределение акцизных сборов и региональный протекционизм**

В соответствии с существующей системой распределения акцизов 40% уплаченных акцизов на крепкую алкогольную продукцию поступают в бюджет субъекта Российской Федерации, 60% — в федеральный бюджет,



**Рис. 4.7.** Поступление акцизов по основным видам производимой и импортируемой алкогольной продукции и пива в 2007–2015 гг., млрд руб.

Источник: Федеральное казначейство РФ.

в то же время 100% уплаченных акцизов на пиво поступают в региональные бюджеты. Исходя из данной системы субъекты Российской Федерации стимулируются к увеличению любыми способами объемов производства и реализации местной алкогольной продукции при недостаточно эффективном контроле над незаконным оборотом продукции, что способствует его повышению.

До июля 2013 г. производителям алкогольной продукции предоставлялись субсидии в виде возврата от 20 до 70% уплаченных акцизов в бюджет субъекта Российской Федерации. Условия и размер предоставления субсидий определялись субъектом Российской Федерации. В 2013 г. был установлен прямой запрет на субсидирование юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, производящих подакцизные товары. Но

механизм распределения акцизов на алкогольную продукцию между бюджетами различных уровней остался прежним.

По материалам ФАС России и Росалкогольрегулирования, данный механизм порождает проявления регионального протекционизма, в том числе через дополнительную сертификацию и маркировку алкогольной продукции, установление отдельных временных, территориальных и ассортиментных запретов. Кроме того, ограничивается доступ легальной продукции, произведенной вне региона, путем квотирования ввоза алкогольной продукции из других регионов, установления более высоких минимальных цен на розничную продажу алкогольной продукции, ввозимой из других регионов<sup>6</sup>.

### **Рынок нелегальной и неучтенной алкогольной продукции**

В какой мере падение легального оборота алкогольной продукции замещается ее незаконным оборотом, и в каких формах происходит это замещение? Попробуем оценить количественные параметры рынка и проанализируем относительную важность разных форм незаконного оборота продукции для разных сегментов рынка алкогольной продукции.

#### ***Существующие оценки объема незаконного оборота***

Признано, что официальная (и вообще сколь-либо надежная) статистика нелегального алкоголя отсутствует. И все расчеты построены на сочетании балансовых методов и экспертных оценок.

Считается, что наиболее остро проблема стоит в отношении водки и ликеро-водочных изделий. Именно в этом сегменте падение продаж легальной продукции оценивается почти в 40% и наиболее высока доля незаконного оборота, который замещает продажи недорогой легальной водки еще более дешевым продуктом.

Весьма распространены оценки, в соответствии с которыми нелегальные водка и ЛВИ в 2014 г. достигали 60% рынка, а в 2015 г. выросли до 65%. Сопоставив разные источники, проанализируем, как получаются эти цифры, на примере 2014 г., где имеются более полные и множественные данные.

Первый шаг делается на основе балансового метода: по данным Росстата, сравниваются розничные продажи (112 млн дал) и производство

водки и ЛВИ в натуральном выражении (69 млн дал). Оказывается, что объем продаж на 60% (на 43 млн дал) больше их производства. Делается вывод о том, что это незаконно произведенная (неучтенная) продукция, с которой, весьма вероятно, не уплачен акциз и которая реализуется через легальную розницу. Доля такой продукции составляет 38% официальных продаж.

Второй шаг делается на основе экспертных оценок. К незаконно произведенной, но легально реализуемой продукции добавляется алкогольная продукция, реализуемая через нелегальную розницу (торговые объекты без соответствующих лицензий). Ее объем оценивается примерно в 20 млн дал, половина из которых (10 млн дал) производится в России, а другая половина поступает из стран ЕАЭС (преимущественно из Казахстана). Это увеличивает долю незаконной продукции до 48%.

На третьем шаге к незаконной продукции прибавляются еще две категории — неучтенный домашний алкоголь, продаваемый на нелегальном рынке, и неучтенные алкогольные суррогаты, продаваемые в легальной рознице, но не предназначенные для потребления (спиртосодержащие жидкости, аптечные настойки). Оба вида продукции не учитываются в составе алкогольной продукции, и с них не платится акциз. Их объемы оцениваются соответственно в 20 и 55 млн дал (источником данных является ЦИФРРА).

С учетом всех перечисленных категорий общий объем продаж вырастает примерно до 200 млн дал, а общий объем нелегальной и неучтенной продукции, с которой не платятся акцизы, оценивается на уровне 59–60%. Но если аккуратно посчитать все элементы на основе приведенных оценок, то доля незаконной продукции даже в 2014 г. вырастает до двух третей (до уровня 65%). А в 2015 г. по этой логике она должна оказаться еще выше.

#### ***Скорректированные оценки объема незаконного оборота***

Мы также начнем с сопоставления розничных продаж (112 млн дал) и производства водки и ЛВИ в натуральном выражении (69 млн дал) по данным Росстата, но внесем в приведенные оценки некоторые важные коррективы. Прежде всего при использовании балансового метода следует учесть разницу между экспортом и импортом водки и ЛВИ. Эта разница положительная, но она относительно невелика (около 1,5 млн дал) и снижает долю неучтенного алкоголя всего на 1% (до 37%).

У нас остается разница между продажами и производством, равная 41,5 млн дал. Здесь возникает более существенный момент. Не имея аль-

<sup>6</sup> Пресечение практики регионального протекционизма. М.: ФАС России, 2016.

тернативных данных, мы готовы принять ранее приведенную оценку объема водки и ЛВИ, реализуемых через нелегальную розницу (20 млн дал). Но здесь возникает более важная коррективa. Известно, что Росстат пытается досчитать неучтенный алкоголь в публикуемой статистике продаж, добавляя примерно 9–10% к регистрируемым продажам. Это означает, что половина алкоголя, реализуемого через нелегальную розницу (около 10 млн дал), уже учтена в официальном объеме продаж. И на легальную реализацию нелегально произведенного алкоголя остается 31,5 млн дал (28% зафиксированного Росстатом объема продаж в натуральных единицах).

В этих цифрах пока не учтены три очень разные категории алкоголя: нелегальный алкоголь, реализуемый через нелегальную розницу, домашний алкоголь и суррогатный алкоголь. На нелегальную розницу (за вычетом того, что уже учтено Росстатом) остается 10 млн дал. Соответственно общая сумма продаж увеличивается до 122 млн дал, а общая доля нелегального алкоголя по водке и ЛВИ равняется 51,5 млн дал, что составляет 42% продаж (26% реализуется через легальную розницу и 16% — через нелегальную розницу).

Далее, занимаясь собственными исследованиями домашнего алкоголя<sup>7</sup>, мы также согласимся с приведенными оценками объема домашнего алкоголя (20 млн дал), хотя и с одной важной поправкой: основная часть этого объема потребляется внутри домохозяйств или расходуется по неформальным сетям, и лишь меньшая доля продается на нелегальном рынке. Иными словами, основная часть домашнего алкоголя потребляется легально, но остается неучтенной с точки зрения официальной статистики.

Что же касается алкогольных суррогатов, потребление которых оценивается в 2,5 раза выше, чем потребление самогона (55 млн дал), то эта оценка вызывает серьезные сомнения. Подобные оценки исходят в том числе из того, что в качестве алкоголя выпивается 80% и более суррогатных спиртосодержащих жидкостей. Совершенно надежных данных здесь нет. Но, по альтернативным оценкам (данные компании Euromonitor International), потребление алкогольных суррогатов сопоставимо с потреблением самогона и может превышать его в пределах 40%. Это подтверждается косвенно и данными других исследований, проведенных на рос-

<sup>7</sup> Radaev V. Divergent Drinking Patterns and Factors Affecting Homemade Alcohol Consumption (The Case of Russia) // International Journal of Drug Policy. 2016. Vol. 34. P. 88–95.



Рис. 4.8. Объемы неучтенной алкогольной продукции по основным видам в 2015 г.

сийском материале<sup>8</sup>. Это означает, что объем выпиваемого суррогатного алкоголя, скорее всего, примерно вдвое меньше заявленной выше величины (около 28 млн дал) (рис. 4.8). Заметим, что суррогатный алкоголь также не является нелегальной продукцией, ибо реализуется в соответствии с нормами закона, но, подобно домашнему самогону, остается неучтенным в составе алкогольной продукции в официальной статистике.

В итоге общий объем потребляемого алкоголя с учетом самогона и суррогатов вырастает до 170 млн дал (что меньше заявленных выше 200 млн дал), а общая доля нелегальной и неучтенной продукции поднимается до уровня 59%, что тоже ниже заявленных выше оценок. Итак, когда мы стал-

<sup>8</sup> McKee M., Suzcs S., Sarvary A., Adany R., Kiryanov N., Saburova L., Tomkins S., Andreev E., Leon D.A. The Composition of Surrogate Alcohols Consumed in Russia // Alcoholism: Clinical and Experimental Research. 2005. Vol. 29. No. 10. P. 1884–1888; Tomkins S., Saburova L., Kiryanov N., Andreev E., McKee V., Shkolnikov V., Leon D.A. Prevalence and Socio-Economic Distribution of Hazardous Patterns of Alcohol Drinking: Study of Alcohol Consumption in Men Aged 25–54 Years in Izhevsk, Russia // Addiction. 2007. Vol. 102. P. 544–553.

квиваемся с экспертными оценками незаконного оборота крепкого алкоголя на уровня 2/3 всех продаж (65%), во-первых, следует иметь в виду, что речь идет не только о нелегальной водке и ЛВИ (здесь эта доля составляет чуть более 40%), но к ним добавляются оценочные величины по домашнему алкоголю и алкогольным суррогатам (в основном легальным, но неучтенным). А во-вторых, за счет переоценки масштаба выпиваемых суррогатов и не совсем точного использования статистики Росстата, эта совокупная доля несколько завышается, не превышая пока, судя по всему, 60% (что все равно следует признать очень большой долей).

Необходимо также добавить, что данные оценки нельзя распространять на другие категории алкогольной продукции, где доля нелегального алкоголя значительно ниже. Например, в сегменте крепкого импортного алкоголя доля контрафактной продукции приближается к 10%. По данным Euromonitor International, в 2013 г. доля нелегального вина составляла 9%, пива — 3,4%, в то время как доля нелегального крепкого алкоголя уже в 2013 г. была равна 30%. Очевидно, за прошедшие 3 года эти доли должны были вырасти, но разрыв между указанными категориями, скорее всего, сохранился.

Теперь рассмотрим отдельные формы незаконного оборота алкоголя.

#### **Контрафактный и фальсифицированный алкоголь**

Распространение контрафактной продукции с поддельными товарными знаками — наиболее болезненная тема для производителей крепкого импортного алкоголя. Обострение этой проблемы произошло недавно. На рубеже 2010 г., когда проводилось предыдущее исследование НИУ ВШЭ, фиксировались лишь единичные случаи подделок. Чаще использовались товары-имитации, использовавшие товарные знаки, сходные до степени смешения. Ситуация стала меняться с 2013 г., когда имитации начали замещаться прямыми подделками.

*«Мы меньше встречаем всяких изменений имен, все больше и больше встречаем бутылки и этикетки, которые очень сложно отличить от оригинала»* (глобальный производитель и дистрибьютор алкогольной продукции).

Объем контрафактной продукции в зависимости от категории оценивается от 1–2 до 10% и выходит за порог высокой чувствительности для правообладателей. Речь идет, как правило, о массовом, но в то же время достаточно дорогом продукте, привлекательном для изготовителей контрафакта. Из крепкого импортного алкоголя чаще всего подделывают виски.

Среди водок подделывают массовые относительно недорогие бренды. По многим брендам подделки отсутствуют вовсе. Но рынок контрафактной продукции демонстрирует повышенную гибкость. Если продажи определенного продукта начинают расти, вскоре появляется повышенный риск возникновения подделок.

Отмечается, что в прежние периоды контрафактная продукция ввозилась из других стран (например, из Польши или Китая). Теперь она чаще производится в России. Розлив поддельного продукта чаще осуществляется мелкими игроками. В последний период РАР отмечается тенденция к переносу подобного производства из подпольных промышленных цехов в мелкие кустарные цеха.

*«Это может быть маленькая линия в гараже..., необязательно большой завод по производству нашей продукции. Либо заброшенный завод без лицензии, который оказывается не совсем заброшенным, и там есть линии, которые производят контрафакт»* (глобальный производитель и дистрибьютор алкогольной продукции).

Что касается бутылок сложной формы, колпачков, этикеток, акцизных марок, то они изготавливаются промышленным образом, как правило, с весьма высоким качеством. Производство стеклянных изделий осуществляется в России (преимущественно в регионах, где менее строгий контроль), а колпачки и этикетки могут идти большими партиями из Китая.

Подделка алкогольных изделий, как правило, сопровождается фальсификацией продукта. Такой продукт редко напрямую опасен для здоровья и жизни потребителя, хотя риски всегда сохраняются (участились случаи отравлений поддельными продуктами). Но в целом качество подвальной продукции значительно хуже оригинала, кроме того, его реализация связана с прямым обманом потребителей и наносит ущерб собственникам фальсифицируемых брендов.

#### **Цены на поддельный алкоголь**

Цены на оригинальный и поддельный алкоголь различаются весьма существенно. По данным проведенного в рамках настоящего исследования ценового мониторинга, по одному из наиболее известных водочных брендов разброс розничных цен за 0,5 л среди добросовестных продавцов достигает почти двух раз. При этом разница между минимальной ценой сетевого магазина и ценами сомнительных продавцов составляет дополнительные 20%. Что же касается так называемого «дубликата» данного

бренда (т.е. открытой подделки), она оказывается в 3 раза ниже минимальной цены сетевого магазина.

Возьмем еще один пример: известный бренд виски. Разница между розничными ценами добросовестных и сомнительных продавцов за 1 л виски составляет от 10 до 50%. А «дубликат» (откровенная подделка) данного бренда дешевле оригинала более чем в 10 раз.

#### ***Потребители поддельного алкоголя***

Масштабы рынка поддельной алкогольной продукции оценить довольно сложно. По данным опроса RLMS-HSE за 2014 г., 6% тех, кто потреблял алкогольные напитки в течение последних 30 дней, по их мнению, потребляли и поддельный алкоголь (точнее, алкоголь с поддельными товарными знаками). Также 6% покупателей алкоголя в течение последних 30 дней сообщили, что покупали алкогольные напитки, которые были ими идентифицированы как контрафактные (поддельные) в процессе покупки или после ее завершения. Конечно, возможности покупателей отличить контрафактный алкоголь от оригинального объективно ограничены. Но это означает, что часть контрафактного алкоголя не распознается потребителями, и цифры реального потребления контрафакта могут оказаться выше.

#### ***Неучтенное производство и продажа алкогольной продукции***

Для сегмента «водка и ликеро-водочные изделия» наиболее острой проблемой выступает не контрафакт, но неучтенное производство и распространение продукции промышленного производства (в том числе оригинальной продукции) в целях уклонения от уплаты налогов. Этот тип нелегальной деятельности зачастую практикуется легальными (зарегистрированными) предприятиями, например, производящими водку из неучтенного спирта в течение ночных смен на том же самом оборудовании, на котором производится легальный продукт. Именно этот тип рынков нерегистрируемого алкоголя (несомненно, существовавший и ранее) приобретает особую важность в 2010-е годы.

Оценки объемов неучтенного алкоголя сильно расходятся. Известен пример, когда по итогам 2011 г. цифры незаконного производства водки и ликеро-водочных изделий в России, представленные Росстатом и Росалкогольрегулированием, разошлись более чем в 1,5 раза (36,5 и 23% розничных продаж соответственно). В любом случае объем неучтенного алкоголя оказывается весьма значительным.

Данный сегмент делится на нелегальное производство (черные схемы) и полулегальное производство (серые схемы). *Нелегальное производство* осуществляется на заводах, не имеющих лицензии (подпольные промышленные цеха и кустарные производства). С точки зрения географии известно, что зона наиболее массового производства нелегального спирта для последующего изготовления водки и других крепких алкогольных напитков расположена в регионах Северного Кавказа (Северная Осетия и др.), а также в разных регионах Центральной России. Продукция оклеивается поддельными акцизными марками, часто произведенными в Китае, иногда в Турции, и продается через лицензированную или нелицензированную розницу.

*Полулегальное (или псевдолегальное) производство* (серые схемы) продукции осуществляется на лицензированных заводах, например, изготавливающих водку из неучтенного спирта в течение ночных смен на том же самом оборудовании, на котором производится легальный продукт. Для ее маркировки используются легальные акцизные марки, но реально акциз с этой продукции государству не уплачивается. Для этого применяются схемы банкротства или фиктивное уничтожение якобы бракованной продукции.

Объем нелегального и полулегального производства оценивается в 40 и 20 млн дал соответственно с общими потерями консолидированного бюджета до 150 млрд руб. в год.

Поскольку прямые статистические данные по неучтенному обороту алкогольной продукции в сколь-либо систематическом виде отсутствуют, полезно привлечь косвенные эмпирические свидетельства и проанализировать соответствующие результаты контрольно-надзорной деятельности Росалкогольрегулирования. Речь идет о динамике количества алкоголя, изъятого в результате правонарушений по итогам проверок правоохранительных органов. По этим данным, мы видим, что в конце 1990-х годов уровень изымаемого незаконного алкоголя находился на максимально высоком уровне (рис. 4.9). В 2000-е годы этот уровень резко упал и в середине 2000-х годов стабилизировался на относительно низкой отметке. В кризисный 2008 год этот показатель еще более уменьшился, но затем в 2011–2014 гг. он начинает стремительно расти. Добавим, что водка составляет от 1/3 до 2/3 изъятого незаконного алкоголя, а объем изымаемого этилового спирта (основного ингредиента для изготовления водки) близок к объему изъятой водки в течение почти всего изучаемого периода. Это предоставляет дополнительные свидетельства в пользу того, что водка доминирует в незаконном обороте алкоголя.

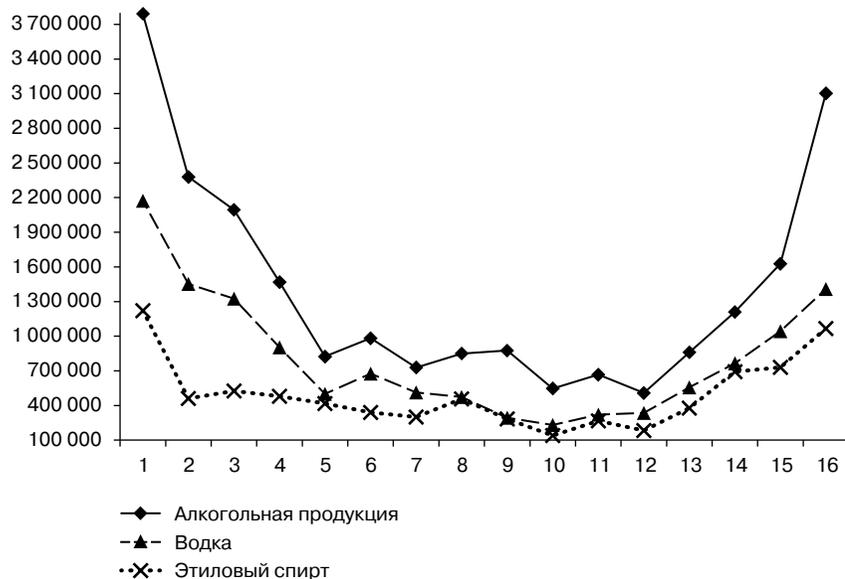


Рис. 4.9. Объем алкогольной продукции, водки и этилового спирта, изъятых по результатам проверок в России в 1999–2014 гг., дал

Источники: Росстат; Росалкогольрегулирование.

В 2015 г. Росалкогольрегулированием были опубликованы данные о сокращении объема выявленного нелегального оборота этилового спирта и алкогольной продукции на 36% по сравнению с 2014 г. (с 1 млн 220,8 тыс. до 776,7 тыс. дал). Мы затрудняемся объяснить эти данные, тем более что в 2015 г количество дел, возбужденных МВД России по фактам нелегального производства и оборота алкогольной продукции, возросло на 8,7%. Однако в 2016 г. Росалкогольрегулированием вновь заявлено о двукратном и даже более увеличении объемов изъятой из незаконного оборота алкогольной продукции, что подтверждает ранее зафиксированный тренд. Общий объем изъятой продукции к концу 2016 г. может выйти на максимальный исторический уровень, достигнутый в 1999 г. (за весь период, когда доступны ретроспективные данные). Об этом свидетельствуют и данные РАР, в соответствии с которыми в 2016 г. было выявлено и ликвидировано 170 нелегальных заводов и цехов (в 2015 г. — лишь 36).

Неучтенное производство может возникать и в результате сознательной фальсификации состава алкогольного напитка в связи с его «перекодированием», когда один вид алкогольного напитка выдается за другой. Примером могут служить спиртосодержащие слабоалкогольные коктейли, которые выдаются формально за пивные напитки в целях снижения ставки уплачиваемого акциза и избежания части положенных акцизных сборов. Это позволяет платить в 2016 г. 20 руб. за 1 л напитка вместо 400 руб. за 1 л безводного этилового спирта. В противоположность неучтенному производству в данном случае объемы продаж в определенной категории (пиво и пивные напитки), наоборот, завышаются. Одновременно растет неучтенное производство в другой категории (слабоалкогольные коктейли).

#### Домашний алкоголь

Домашний алкоголь (преимущественно самогон) играл значительную роль в истории потребления алкоголя в России, достигая в отдельные периоды послевоенного времени 2/3 общего потребления алкоголя<sup>9</sup>. К настоящему времени его роль заметно снизилась, но данный вид неучтенного алкоголя должен быть проанализирован отдельно.

Данные опросов RLMS-HSE позволяют нам дополнить картину свидетельствами о потреблении самогона, которые отсутствуют в официальной статистике. В 2012–2015 гг. домашний алкоголь потребляли в среднем около 10% тех, кто пил алкоголь за последние 30 дней. Домашний алкоголь в целом составлял чуть менее 10% общего объема потребления в граммах чистого алкоголя. В структуре потребления домашнего алкоголя доминирует самогон, составляющий более 80% общего объема, домашнее вино — около 15%, остальное приходится на брагу и домашнее пиво.

Анализируя динамику потребления самогона, обнаруживаем важный перелом, произошедший на рубеже 2000-х годов. До этого — во второй половине 1990-х годов — доля потребителей самогона заметно выросла с 5–6 до 19%, а после 2000 г. начинается устойчивое сокращение этой доли с возвращением к 5% пьющего населения к 2010 г. (см. рис. 4.10). Характерно, что в 2010-е годы снижение прекращается, но потребление самогона по доле респондентов остается на исторически минимальном уровне.

<sup>9</sup> Radaev V. Divergent Drinking Patterns and Factors Affecting Homemade Alcohol Consumption (The Case of Russia) // International Journal of Drug Policy. 2016. Vol. 34. P. 88–95.

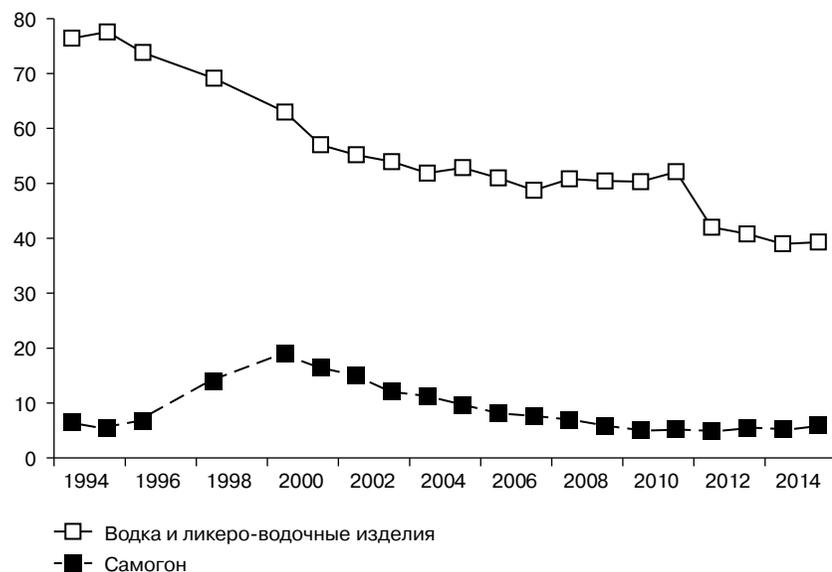


Рис. 4.10. Доля потребителей водки, ликеро-водочных изделий и самогона в России в 1994–2015 гг., % за последние 30 дней

Источник: RLMS-HSE.

Добавим, что мужчины потребляли самогон значительно чаще, чем женщины, в течение всего периода наблюдения. Более молодые возрастные когорты были менее вовлечены в такое потребление, чем представители старших возрастных когорт. А доля потребителей самогона среди сельских жителей, как правило, вдвое превышала средний уровень. Но для всех основных групп населения потребление самогона частично замещало снижающееся потребление водки лишь до 2000 г., а дальше потребление фабричного и домашнего крепкого алкоголя по доле потребителей снижается параллельно. И в отличие, скажем, от периода горбачевской антиалкогольной кампании, сокращение потребления водки уже не компенсируется растущим потреблением самогона и по статистическим данным об уровне потребления, и по опросным данным о доле потребителей.

Если говорить о социальном потреблении потребителей самогона, то они чаще обнаруживаются среди мужчин, представителей старшего возраста,

респондентов с более низким уровнем образования и дохода. Потребители самогона также более сконцентрированы в сельских поселениях и неюжных регионах России. Потребители домашнего вина по большинству данных параметров имеют прямо противоположные черты.

По действующему российскому законодательству с 2001 г. производство домашнего алкоголя для собственных нужд вполне законно, а реализация домашнего алкоголя третьим лицам без лицензии законом запрещена. По данным RLMS-HSE за 2014 г., 6% тех, кто приобретал алкогольные напитки в течение последних 30 дней (для себя или для других людей), покупали домашний алкоголь на нелегальном рынке. В 90% случаев речь шла о покупке самогона (домашнее вино оказывается на рынке сравнительно реже). Эти данные указывают на то, что нелегальный рынок коммерческого домашнего алкоголя по-прежнему существует (в последние два кризисных года он заметно активизировался), хотя размеры его уже не столь велики, как до 2000-х годов.

#### Алкогольные суррогаты

Традиционно серьезной проблемой для России выступает потребление алкогольных суррогатов, которые продаются в легальной рознице, но не предназначены для потребления и потому не учитываются в составе алкогольной продукции и реализуются без уплаты акциза. В основном речь идет о спиртосодержащих жидкостях (одеколоры, лосьоны) и аптечных настойках. Более опасны для потребителей предметы бытовой химии (жидкости для мытья стекол, незамерзающие жидкости), которые могут содержать метанол, несмотря на официальные запреты использования метанола в этих продуктах. Потребляют данные продукты в качестве алкоголя в основном представители маргинальных групп.

Данный сегмент относительно слабо изучен. По результатам существующих исследований, в середине 2000-х годов алкогольные суррогаты потребляли 7–8% мужчин, пивших алкоголь<sup>10</sup>. Это означает, что в среднем

<sup>10</sup> McKee M., Suzcs S., Sarvary A., Adany R., Kiryanov N., Saburova L., Tomkins S., Andreev E., Leon D.A. The Composition of Surrogate Alcohols Consumed in Russia // Alcoholism: Clinical and Experimental Research. 2005. Vol. 29 (10). P. 1884–1888; Tomkins S., Saburova L., Kiryanov N., Andreev E., McKee V., Shkolnikov V., Leon D.A. Prevalence and Socio-Economic Distribution of Hazardous Patterns of Alcohol Drinking: Study of Alcohol Consumption in Men Aged 25–54 Years in Izhevsk, Russia // Addiction. 2007. Vol. 102. P. 544–553.

доля таких потребителей не превышала 4–5%, и вряд ли эта доля серьезно возросла со временем<sup>11</sup>. В целом по доле потребителей это близко к потреблению самогона. По данным компании Euromonitor International на начало 2015 г., потребление алкогольных суррогатов может превышать потребление самогона примерно на 40%.

Производство лекарственных средств не всегда остается в легальной зоне. По результатам проверок Счетной палаты, в 2016 г. сохраняется нерегулированность законодательства в части учета объемов производства и оборота фармацевтической субстанции этилового спирта, что создает риски его прямого вовлечения в нелегальный оборот и использования на цели, не связанные с производством лекарственных средств.

### **Параллельный импорт**

Проблема параллельного импорта для рынка алкогольной продукции менее значима. Она фактически не затрагивает производителей крепких алкогольных напитков. Водка большей частью производится в России, а импорт крепкого алкоголя эффективно контролируется механизмом получения и учета акцизных марок, в том числе регистрацией данных в ЕГАИС и системой контроля за уплатой таможенных платежей, которые включают акциз.

Более значимой она считалась для импортеров пива, которые начиная с 2010 г. инициировали гражданские судебные процессы в арбитражных судах против параллельных импортеров<sup>12</sup>. Так, в 2010 г. импортеры пива подали 5 из 12 рассмотренных исков и по всем получили отказ. В 2011 г. ситуация изменилась, на долю пивоваров пришлось 19 из 30 рассмотренных судебных исков, и все они были частично удовлетворены. Закрепляя успех, в 2012 г. импортеры пива инициировали 7 из 20, а в 2013 г. — 19 из 30 поданных гражданских исков. Но в настоящее время проблема особого внимания не привлекает.

<sup>11</sup> В Эстонии, близкой к России по объему и культуре потребления алкоголя, доля потребителей алкогольных суррогатов, по опросам всего населения, фиксировалась на уровне 1,4% (см.: *Pama K., Leon D.A. Surrogate Alcohol Drinking in Estonia // Alcoholism: Clinical and Experimental Research. 2005. Vol. 35. No. 8. P. 1454–1457*). Мы полагаем, что уровень потребления суррогатов в России может быть выше в несколько раз, но явно не на порядок.

<sup>12</sup> Влияние ограничения параллельного импорта на товарные рынки Российской Федерации. Отчет фонда «Центр стратегических разработок». М., 2013.

### **Серый импорт**

Сразу оговорим, что речь идет не о традиционном сером импорте, связанном с оптимизацией таможенных платежей, а о нелегальном межстрановом перетоке продукции в рамках ЕАЭС. С момента образования Таможенного союза в 2010 г. и позднее ЕАЭС вопрос о незаконном обороте продукции уже не может решаться исключительно в национальных границах России, это вопрос Евразийского экономического союза в целом.

*«Сейчас уже начали обнаруживать контрафакт, который производится в России, который мы знаем и который маркирован, в том числе и именем нашей компании, а также в Казахстане, в Белоруссии недавно нашли (хотя в Белоруссии тоже сразу пресекают), а в Казахстане и в приграничных регионах России уже очень много»* (глобальный производитель и дистрибьютор алкогольной продукции).

Что же касается проблем российского рынка, то в первую очередь речь идет о неконтролируемом перетоке алкогольной продукции из стран Таможенного союза (преимущественно из Казахстана) без уплаты акциза в России.

Отчасти это связано с негармонизированными ставками акцизов на алкогольную продукцию в странах ЕАЭС. Например, при пересчете в евро в 2016 г. ставки акцизов на крепкий алкоголь в Казахстане оказываются почти в 2 раза ниже, чем в России, а разница ставок акциза на пиво и вино достигает четырех раз. Разница ставок с Белоруссией намного меньше — она составляет по крепкому алкоголю и вину чуть более 10%, но по пиву достигает 70%. Разница ставок примерно в 70% наблюдается по крепкому алкоголю и пиву также между Россией и Киргизией. Поскольку при экспорте товаров применяется освобождение от уплаты (возмещение уплаченной суммы) акцизов при условии документального подтверждения факта экспорта, недобросовестными участниками рынка применяются возвратные схемы с оформлением вывоза продукции из России и последующим недеklarированным реимпортом в Россию.

Но дело не сводится к проблеме ставок акцизов. Отсутствие ограничений на перемещение товаров (включая алкогольную продукцию) через границу между Россией и Казахстаном приводит к массовому перетоку алкоголя (преимущественно дешевой водки) из Казахстана в Россию без уплаты каких-либо акцизов с последующей продажей через нелегальную розницу, включая розничные рынки и Интернет. Значительная часть этой продукции перемещается физическими лицами.

К сожалению, в используемой нами базе Comtrade.com отсутствуют данные по вывозу алкогольной продукции из Казахстана в Россию, что не позволяет рассчитать объемы неучтенного ввоза по этой базе. По экспертным оценкам, объем такой продукции оценивается до 10 млн дал в год (примерно 8% общего объема потребляемой водки и ЛВИ).

#### **Каналы продаж незаконной продукции**

Значительная часть нелегально произведенной алкогольной продукции (по оценкам, около 60%) реализуется через легальную (лицензированную) розницу, а также через рестораны и бары, имеющие соответствующие лицензии. В то же время около 40% реализации незаконной алкогольной продукции осуществляется через торговые объекты и учреждения общепита, не имеющие лицензий. По данным исследования агентства INFOLine, проведенного в 2014 г. в 10 городах России, при сравнении реестров всех торговых объектов, торгующих алкоголем, с реестрами торговых объектов, получивших лицензии на торговлю алкогольными напитками, было выявлено, что 16% из 24 тыс. торговых объектов продавали алкоголь без специальных лицензий. Позднее публиковались данные агентства INFOLine, фиксирующие долю таких торговых объектов на уровне 23% (уточним, что в этих данных не учитываются точки по продаже самогона). Встречаются также экспертные оценки доли нелегальных торговых точек на уровне 30% (оценка Минпромторга).

Считается, что после сокращения в 2012–2015 гг. числа торговых точек на 25% часть операторов ушла в нелегальную розницу, не прекратив торговлю алкоголем. С географической точки зрения это особенно характерно для небольших городов, сельской местности и труднодоступных районов, где слабее контроль над потребительскими рынками и ограничено предложение легальной алкогольной продукции. В результате в последние годы торговля алкоголем через нелегальную розницу имеет тенденцию к росту.

Возрастает важность *интернет-торговли* в реализации незаконной продукции. Онлайн-торговля алкоголем сама по себе является незаконной, однако она активно развивается, становясь все более важным каналом для реализации всех форм незаконной алкогольной продукции. Так, например, по оценкам экспертов, в части импортного алкоголя примерно в 70% случаев речь идет о контрафакте (о подделках), а в 30% случаев — о контрабанде, включая утечки из магазинов дьюти-фри. Возник и специ-

альный рынок коммерческих услуг по блокировке сайтов недобросовестных распространителей товаров.

#### **Оценки представителей компаний по результатам анкетного опроса**

В качестве дополнительного источника информации мы используем данные, полученные в ходе проведенного нами в сентябре — октябре 2016 г. стандартизованного опроса представителей компаний. На вопросы анкеты о незаконном обороте продукции ответили в том числе 10 производителей и дистрибьюторов алкогольной продукции. Речь идет о глобальных и российских крупных компаниях с числом занятых в России от 300 до 1000 сотрудников. Поскольку число респондентов недостаточно для статистических расчетов, мы используем полученные данные для выявления преобладающих оценок (если они есть) и определения разброса этих оценок.

Почти все ответившие участники считают проблему незаконного оборота алкогольной продукции в целом «довольно ощутимой» или «очень ощутимой», было отмечено, что с начала экономического кризиса в 2014 г. данная проблема обострилась. Оценки его доли сильно расходятся, варьируя от 10 до 60% в зависимости от категории продукции.

Доля неучтенного оборота продукции (прежде всего водки и ликероводочных изделий) оценивается от 10 до 50%. Отмечается также ее увеличение за последние 2–3 года.

Участники алкогольного рынка в основном не видят проблемы параллельного импорта. В то же время большинство считают очень ощутимой проблему поддельной продукции и товаров-имитаций и оценивают ее долю от нескольких процентов до 40%, что кажется несколько завышенным. Большинство считают, что масштабы производства и распространения поддельной продукции с начала экономического кризиса в 2014 г. возросли. Отмечено, что выпуск такой продукции (как и в случае с неучтенной продукцией) часто сопровождается фальсификацией и использованием ложных документов для подтверждения соответствия.

По оценкам представителей компаний, основная часть незаконной продукции (от 60 до 90%) производится внутри России, остальное преимущественно ввозится из стран ЕАЭС и до 5–10% из других стран.

Чаще всего к незаконным практикам прибегают малые российские компании и индивидуальные предприниматели. Розничная цена незаконно выпущенной в оборот продукции ниже цен законно выпущенной продукции. Разница варьирует от 5–10% до двух раз.

Действующая ныне система противодействия незаконному обороту продукции и деятельность контрольно-надзорных и правоохранительных органов оцениваются, скорее, сдержанно с элементами негативных оценок. Считается, что правоохранительными органами выявляется и задерживается лишь 15–20% незаконно выпущенной продукции. Более позитивную оценку получила деятельность ФТС России.

Распространение незаконной продукции отражается и на собираемости налогов, которая оценивается представителями компаний (с некоторыми вариациями по их видам) на уровне 50–70%.

### Меры противодействия незаконному обороту алкогольной продукции

В результате осознания ситуации в 2014–2016 гг. правительством РФ был принят ряд серьезных мер противодействия незаконному обороту алкогольной продукции. Прежде всего, в 2015–2016 гг. ставка акциза на крепкий алкоголь была заморожена на уровне 2014 г. (500 руб. за 1 л безводного спирта). Ведется работа по гармонизации ставок акциза на алкоголь в рамках Таможенного союза в целях ограничения импорта дешевой водки из Казахстана.

В конце 2014 г. был принят Федеральный закон № 530-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части усиления мер противодействия обороту контрафактной продукции и контрабанде алкогольной продукции и табачных изделий», в котором:

- внесены изменения в ст. 171.1 Уголовного кодекса РФ, установлены новые штрафные санкции за производство, приобретение, хранение, перевозку или сбыт немаркированных товаров;
- производство или продажа контрафактных продовольственных товаров считаются деяниями, совершенными в крупном размере, если их стоимость превышает 250 тыс. руб., а в особо крупном — 1 млн руб. Применительно к контрафактным табачным изделиям или алкогольной продукции крупный размер установлен в сумме, превышающей 100 тыс. руб., а особо крупный — 1 млн руб.;
- внесено дополнение в ст. 14.7 КоАП РФ об установлении ответственности за введение потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств или качества товара (работы, услуги) при их производстве либо при реализации;

- ужесточена ответственность за незаконное использование средств индивидуализации товаров (работ, услуг) и за производство или продажу товаров и продукции, в отношении которых установлены требования по маркировке или нанесению информации;
- Уголовный кодекс РФ дополнен ст. 200.2, предусматривающей ответственность за контрабанду алкогольной продукции и (или) табачных изделий. Деяния, предусмотренные указанной статьей, признаются совершенными в крупном размере, если стоимость алкогольной продукции и (или) табачных изделий превышает 250 тыс. руб.

Таким образом, вновь снижены пороги для определения крупного и особо крупного размера правонарушений, причем для алкогольной продукции они установлены ниже общего уровня, что побуждает правоохранительные органы к большей активности. Также возвращена снятая ранее уголовная ответственность за контрабанду алкогольной продукции.

С 1 января 2015 г. вступили в силу изменения в Закон № 171-ФЗ, предусматривающие изъятие и уничтожение оборудования и транспортных средств, используемых для производства и оборота нелегального алкоголя. В конце 2015 г. заработали утвержденные правительством РФ правила, регулирующие порядок вывоза, хранения и утилизации изъятых из оборота этилового спирта и алкогольной продукции, основного технологического оборудования и транспортных средств. Был заключен договор с ОАО «Росспиртпром» на демонтаж и вывоз изъятых оборудования.

С 1 июня 2016 г. вступил в силу закон, меняющий сроки действия банковских гарантий и запрещающий предоставление налоговых вычетов по акцизам в случае возврата покупателем налогоплательщику алкогольной продукции. Он направлен против возвратных схем неуплаты акцизов.

Введение в 2016 г. ЕГАИС в оптовом и розничном звене расценивается как позитивная мера, которая будет способствовать «обелению» легальной розницы, здесь доля незаконно выпущенной продукции резко снизится.

Принято решение о подключении к ЕГАИС в 2017 г. производителей лекарств, продукция которых содержит более 0,5% этанола, что понизит риски вовлечения в нелегальный оборот этанола, используемого для фармацевтических целей. После массовых отравлений суррогатным алкоголем в Иркутске в декабре 2016 г. реализация этих мер, по всей видимости, будет ускорена. Был введен временный запрет на продажу непившевой

спиртосодержащей продукции. Обсуждаются также вопросы об отпуске спиртосодержащих лекарственных средств по рецептам и о запрете розничных продаж пищевой спиртосодержащей продукции.

Росалкогольрегулированием предложено ввести с 1 июля 2017 г. запрет продажи пива через торговые точки, зарегистрированные индивидуальными предпринимателями.

В результате внедрения ЕГАИС в 2016 г. отмечаются некоторые краткосрочные позитивные эффекты принятых мер. Например, впервые за 3 года произошли рост легального производства алкогольной продукции, в том числе производство водки выросло до 71,3 млн дал (+15% к 2015 г.), а также увеличение поступлений в бюджет от акцизных сборов на крепкую алкогольную продукцию российского производства на 28,4%. Однако принятые меры нельзя считать достаточными. Следует предположить, что в результате внедрения ЕГАИС часть незаконного оборота переместится в нелегальную (нелицензированную) розницу, доля которой возрастет. Особенно быстро будут расти незаконные продажи через Интернет. Для закрепления этих пока еще слишком слабых позитивных тенденций требуются дополнительные меры экономического, законодательного и административного порядка.

#### **Дополнительные рекомендации по снижению масштабов незаконного оборота**

Дополнительные рекомендации включают три группы мер противодействия незаконному обороту продукции:

- корректировка фискальных мер (прежде всего мер акцизной политики);
- снятие излишних барьеров для развития легального рынка;
- дополнительные контрольные меры по борьбе с незаконным оборотом продукции.

#### **Новые предложения в области акцизной политики**

Предложения разных ведомств по фискальной политике на ближайшие годы расходятся до противоположного. Так, в конце сентября 2016 г. Министерством экономического развития России выдвинуты предложения о снижении ставок акцизов на алкогольную продукцию с долей этилового спирта свыше 9% с 500 до 360 руб. за 1 л безводного спирта и минимальной розничной цены (МРЦ) на водку со 190 до 136 руб. за 0,5 л

с целью сокращения незаконного оборота этой продукции. Министерство промышленности и торговли России, поддерживая эту инициативу, предложило более радикальные меры — снизить МРЦ даже до 100 руб. за 0,5 л, а ставки акцизов — до 200–250 руб. за 1 л безводного спирта. В последнем случае фактически было предложено вернуться к уровню даже не 2012 г., а 2010–2011 гг.

Что же касается предложений Минфина, то они направлены в другую сторону<sup>13</sup>. Неожиданно было предложено установить акцизы на безалкогольное пиво, причем в таком же размере, как на пиво с нормативным содержанием объемной доли этилового спирта свыше 0,5% и до 8,6% включительно, — 21 руб. за 1 л. Данное предложение выглядит, по меньшей мере, неоднозначно, поскольку, по сути, оно противоречит целям государственной политики по сдерживанию потребления алкоголя, задерживая постепенный частичный переход потребителей от алкогольных к безалкогольным напиткам. В итоге это предложение не было принято — безалкогольное пиво остается с нулевой ставкой акциза. Зато повышены с 9 до 21 руб. за 1 л ставки акцизов на сидр, пуаре и медовуху на период 2017–2019 гг.

В ноябре 2016 г. Госдума приняла разработанный Минфином законопроект, согласно которому размер акциза на неигристые вина с географическим указанием остался неизменным — 5 руб. за 1 л, а вот ставка акциза на обычные вина выросла с 9 до 18 руб. за 1 л. Выросли акцизы на игристые вина — с 26 до 36 руб. за 1 л. В то же время ставки акциза на игристые вина с географическим указанием повышены лишь с 13 до 14 руб. за 1 л. Таким образом предлагается защитить интересы отечественных производителей.

Что же касается крепкого алкоголя, то ставка акциза на крепкий алкоголь в 2017 г. все же поднята до 523 руб. за 1 л, а затем будет заморожена на 2018 и 2019 гг. Минимальная розничная цена поднята в 2017 г. со 190 до 202 руб. за 0,5 л. Ставки акцизов на алкогольную продукцию с долей этилового спирта до 9% и на спиртосодержащую продукцию увеличились в 2017 г. с 400 до 418 руб. за 1 л.

<sup>13</sup> Проект «Основных направлений налоговой политики на 2017 г. и плановый период 2018 и 2019 гг.», направленный в правительство РФ и Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации. Информация официального сайта Министерства финансов Российской Федерации: <<http://minfin.ru/ru/#ixzz4MtiCs1S1>>.

Предложенное Министерством экономического развития и Министерством промышленности и торговли России снижение минимальной розничной цены на водку, вопреки экспертным предсказаниям, вряд ли сильно сократило бы незаконный оборот этой продукции. Какая-то часть нелегальной продукции могла бы легализоваться. Но при существующих ставках акцизов большинство легальных производителей, уплачивающих эти акцизы, не смогут поставлять водку по новой минимальной цене, а для дилеров, уклоняющихся от уплаты акцизов и других налогов, это не станет заметным стимулом.

В этом отношении более серьезным является предложение заморозить или даже снизить ставки акцизов на ближайшие годы, реализовав предложения Минэкономразвития и Минпромторга, чтобы поддержать легальных производителей, сделать производство и распространение нелегальной продукции относительно менее выгодными и заодно увеличить акцизные сборы. После массовых отравлений суррогатным алкоголем в Иркутске в декабре 2016 г. президент РФ поручил подготовить предложения о снижении действующих ставок акцизов на алкогольную и спиртосодержащую продукцию в целях снижения спроса на сурrogate алкоголя.

Наряду с этим необходимо усилить контроль за сбором акцизов, в том числе обязать отечественных производителей уплачивать акциз не по факту реализации алкогольной продукции, а по факту приобретения федеральных специальных марок с последующим распределением средств между федеральным бюджетом и бюджетами субъектов Российской Федерации (по аналогии с правилами, по которым работает ФТС России с 1995 г. в отношении импортной продукции). В связи с этим с начала 2017 г. регионы получают 50% налогов с алкогольной продукции (ранее — 40%), при этом 80% региональной доли алкогольных акцизов остаются в бюджете субъекта, где заплатил налоги производитель спиртного, а оставшиеся 20% распределяются Федеральным казначейством пропорционально объемам продаж алкоголя в регионах.

Предлагается усилить контроль объема выдаваемых федеральных специальных марок в соответствии с объемом уплачиваемого акциза и ужесточить уголовную ответственность за изготовление и использование любого рода поддельных акцизных марок до уровня ответственности, установленной за изготовление, хранение, перевозку и сбыт поддельных государственных ценных бумаг.

Следует поддержать предложение об изменении механизма распределения региональной части акциза, привязав его не к объемам местного производства, а к объемам легальных розничных продаж в регионе. Это призвано мотивировать региональные власти бороться с нелегальной розницей и поддерживать каналы легальной реализации продукции, поскольку только они могут контролировать большое количество торговых объектов на местах в части наличия лицензий и отсутствия продаж нелегальной продукции. Одновременно это позволит увеличивать поступления в региональные бюджеты, попутно восстанавливая конкурентную среду и уменьшая элементы регионального протекционизма.

Необходимо продолжить работу по гармонизации ставок акцизных сборов в странах Таможенного союза<sup>14</sup>, а также ограничить перемещение алкогольной продукции через границу физическими лицами.

#### **Снятие чрезмерных административных ограничений**

Целесообразно провести оптимизацию законодательства и снять некоторые ныне действующие чрезмерные ограничения деятельности торговых организаций, которые работают, скорее, против добросовестных участников рынка, слабо влияя на распространителей нелегальной продукции, и способствуют переходу части участников в теневой сегмент. Речь идет о введенных в 2011–2013 гг. ограничениях метража торговых объектов и их близости к социальным учреждениям, образовательным, спортивным и медицинским учреждениям. Так, Минпромторгом России предложено смягчить эти требования и отказаться от ограничений на размеры стационарных объектов, торгующих алкогольной продукцией.

Другое активно обсуждаемое предложение, ставшее предметом законодательной инициативы, связано с легализацией интернет-торговли алкогольной продукцией. Нужно разрешить торговлю в Интернете участникам рынка, обладающим лицензиями на производство или специальными оптовыми лицензиями и включенным в специальный реестр. Сегодня этот запрет на продажу алкоголя через Интернет работает против добро-

<sup>14</sup> В связи с этим отметим законопроект, разработанный Минэкономразвития России и Минфином Казахстана, согласно которому предлагается повысить акциз на крепкую алкогольную продукцию в Казахстане в 2017 г. в 1,5 раза, а к 2019 г. выравнять разницу ставок акцизов между странами, которая сегодня достигает почти двух раз.

совестных игроков, что приводит к обратному эффекту: увеличивает нелегальные продажи<sup>15</sup>.

В свою очередь, необходимы более активные действия в отношении недобросовестных игроков, не обладающих лицензиями. Сегодняшняя практика прекращения их деятельности посредством блокирования сайтов через суды крайне неэффективна, по опыту ведущих компаний, это занимает до 8–9 месяцев. Требуется введение несудебной блокировки таких сайтов в случае явного нарушения закона.

#### ***Дополнительные контрольные меры по борьбе с незаконным оборотом продукции***

В настоящее время остаются неурегулированными многие вопросы контроля и надзора за производством и оборотом этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции. По итогам проверки Счетной палаты в 2016 г. в их числе были указаны:

- нерегламентированность процедуры уничтожения алкогольной продукции, возвращенной производителю по причине несоответствия требованиям качества;
- отсутствие требований о декларировании объема использования этилового спирта для технических и иных целей, не связанных с производством алкогольной продукции, объемом меньше 200 дал в год;
- нерегламентированность порядка контроля и учета перевозок этилового спирта и нефасованной спиртосодержащей продукции;
- отсутствие нормативов затрат электрической и тепловой энергии на производство этилового спирта;
- отсутствие требований заполнения и представления налоговых деклараций по акцизам на алкогольную продукцию на основании данных об объемах производства, зафиксированных в ЕГАИС<sup>16</sup>.

Следует принять необходимые подзаконные акты и активнее применять закон, предусматривающий изъятие и уничтожение оборудования,

<sup>15</sup> В настоящее время предлагается разрешить онлайн-продажи алкогольных напитков при соблюдении следующих условий: доставка организуется только штатными курьерами интернет-магазина, которые имеют при себе терминал с 2D-сканером и функцией обмена данными с модулем ЕГАИС в режиме онлайн, а также мобильную кассу с возможностью распечатывать QR-код, полученный из ЕГАИС.

<sup>16</sup> <<http://www.gosman.ru/?news=46077>>.

которое используется для нелегального производства, и силами специальных подразделений МВД и РАР изымать, демонтировать и вывозить такое оборудование с заводов, задействованных в теневых схемах.

Целесообразно увеличить размер штрафных санкций в отношении юридических и физических лиц за совершение правонарушений, связанных с незаконным оборотом продукции.

Вопреки существующей судебной практике, создание и оборот комплекующих для контрафактной продукции (стекло, этикетки, колпачки, упаковка) должны квалифицироваться как самостоятельные нарушения законодательства в случае незаконного нанесения и использования чужих товарных знаков.

Правоохранительным органам следует более активно привлекать экспертизу компаний-правообладателей и бизнес-ассоциаций с целью взаимодействия и выявления источников и каналов поставок нелегальной продукции и комплекующих. Примером может послужить возможное использование базы данных химического состава стекла, собираемой Союзом производителей алкогольной продукции и позволяющей определять места производства тары для контрафактной продукции.

Целесообразно на данном этапе уделять алкогольной продукции большее внимание, в частности, включить эту категорию в веерные исследования Роскачества вслед за первым опытом исследования игристых вин.

В целом речь идет о комплексном подходе, сочетающем законодательные, экономические и административные меры воздействия.

#### **Основные выводы**

Ускоренное повышение ставок акцизов на алкогольную продукцию в 2,5 раза в 2012–2014 гг. привело к соответствующему росту розничных цен на легальный алкоголь. Это произвело двойной эффект. Во-первых, произошло существенное снижение продаж легального алкоголя. Продажи алкогольной продукции в натуральном выражении в целом упали в 2012–2015 гг. на четверть, продажи водки и ЛВИ — более чем на треть, пива — на 20%. Этому в немалой степени способствовал начавшийся в этот же период экономический кризис, который привел к замедлению, а затем к снижению реальных располагаемых доходов населения. Во-вторых, резко возросла выгодность производства и распространения незаконной продукции, а также была расширена потребительская ниша для такой продукции. Поскольку потребители начали искать более дешевые

варианты, легальная продукция в возрастающей степени стала замещаться нелегальной.

Многие отраслевые эксперты исходят из неизменного совокупного уровня потребления алкоголя и делают вывод, что снижающиеся продажи легального алкоголя полностью замещаются нелегальным и неучтенным алкоголем. Мы сомневаемся, что данная предпосылка правомерна, поскольку в текущий период экономического кризиса, сопровождающийся сокращением реальных доходов населения, объем общего потребления алкоголя — по опыту России и других стран — должен снижаться. Поэтому замещение нелегальным алкоголем происходит лишь частично.

Тем не менее, и по свидетельствам участников рынка, и по данным контрольно-надзорных и правоохранительных органов, в 2013–2016 гг. наблюдается явный рост незаконного оборота алкогольной продукции промышленного и кустарного производства в разных формах — неучтенного производства, прямых подделок, незаконного межстранового перетока. Наиболее острой данная проблема является для сегмента водки и ликероводочных изделий, где доля нелегальной и неучтенной продукции, с которой не уплачиваются акцизные сборы, превысила 40% (с учетом самогона и алкогольных суррогатов — почти 60%), в некоторых других сегментах доля незаконной продукции, по оценкам, приблизилась к чувствительному порогу в 10%.

Статистика задержания и изъятия незаконной алкогольной продукции в последние годы свидетельствует о растущей эффективности работы контрольно-надзорных и правоохранительных органов. Однако эффективность этой деятельности недостаточна, чтобы остановить рост незаконного оборота. Сыграло свою роль и создание Таможенного союза России, Белоруссии и Казахстана, а затем ЕАЭС с включением Киргизии и Армении, в результате чего, по свидетельствам экспертов, начал нарастать поток дешевого (в том числе незаконного) алкоголя в Россию (преимущественно из Казахстана).

В результате не решены и фискальные задачи государства — поступления акцизных сборов с алкогольной продукции в консолидированный бюджет в последние годы замедлялись, затем начали сокращаться в абсолютном выражении и лишь в 2016 г. вновь стали возрастать. Общие потери бюджета от нелегального оборота алкоголя оцениваются как минимум на уровне 200 млрд руб. в год. Наряду с этим выросли прямые и косвенные потери добросовестных участников рынка, теряющих рыночные доли в

результате замещения более дешевой нелегальной продукцией и ощущающие ущерб, наносимый их брендам распространением контрафактной продукции с поддельными товарными знаками. Поскольку подделываются наиболее известные бренды с растущим объемом продаж, именно по ним наносится основной удар. В отличие, скажем, от производства одежды или аксессуаров, потребители чаще всего не готовы покупать алкогольную продукцию, которая идентифицирована как поддельная, фальсифицированная, они переходят на другие бренды или другие потребительские продукты.

## 5. РЫНОК ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

В данном разделе проанализируем ситуацию на рынках легальной и нелегальной табачной продукции, принятые и предлагаемые меры противодействия незаконному обороту табачной продукции. Перед нами еще одна категория подакцизных товаров. Мы увидим, что рынок табачной продукции демонстрирует серьезную специфику по сравнению с рынком алкогольной продукции, но здесь обнаруживается и ряд сходных тенденций.

### Легальный рынок табачной продукции

Начнем с анализа легального рынка табачной продукции, опираясь на доступные статистические и опросные данные.

#### *Объем и структура легального рынка*

Основную долю в продажах табачной продукции занимают сигареты, их продажи в 2015 г. составили 294 млрд штук. Доля других видов табачной продукции (сигар и сигарилл) невелика и при исчислении в штуках составляет менее 1%.

Доля расходов на табачную продукцию в общей структуре потребительских расходов населения РФ, по данным Росстата, находится на уровне 1,4% (в 2010 г. — 1%). У наиболее обеспеченных групп населения расходы на табачную продукцию составляют около 1% их потребительского бюджета, а у наименее обеспеченных групп — 2,2–2,4%.

Рынок табачных изделий характеризуется высоким уровнем консолидации. По данным Euromonitor International, доля пяти крупнейших компаний, из которых четыре глобальных производителя и один отечественный производитель, составила в 2015 г. почти 98%. Причем в 2011–2015 гг. она увеличилась на 5%. Более 85% рынка дистрибуции сигарет поделено между двумя крупными компаниями (данные Nielsen).

Производство табачной продукции в основном локализовано. Импорт готовой продукции не превышает 2% объема производства. В то же время табачное сырье и прочие компоненты (кроме фольги и картона для

упаковки) в основном импортируются. Табачное сырье поступает из многих стран, главным образом из Бельгии, Бразилии, Индии, США, Турции, Греции и Болгарии<sup>1</sup>.

Продажа табачных изделий осуществляется преимущественно через организованную розницу. Доля розничных рынков и ярмарок в общем объеме продаж табачных изделий на рубеже 2000-х годов превышала четверть (27%), в дальнейшем она резко снизилась до 10% в 2005 г. и до 4% в 2010 г. В настоящее время эта доля менее 3% (2,8% — в 2014 г.) (данные Росстата).

### *Динамика продаж табачной продукции*

Объемы продаж на рынке табачной продукции в последние годы снижаются. По данным Росстата, продажи сигарет в натуральном выражении в 2011–2013 гг. были относительно стабильны, но в целом за 5 лет (2010–2015 гг.) они снизились на 21% (см. табл. 5.1). В последние два года это снижение оказалось наиболее заметным, составив в 2014 г. 11%, а в 2015 г. — 8%. Добавим, что, по данным Euromonitor International и некоторых компаний, в 2016 г. ожидается очередное падение продаж еще примерно на 7%. А к 2020 г. рынок сигарет в России может сократиться еще более чем на 20% по сравнению с 2015 г.

По данным Euromonitor International, продажи сигарет российского производства в натуральном выражении в 2010–2015 гг. снизились чуть меньше (на 14–15%). В то же время продажи сигар и сигарилл в 2010–2013 гг. выросли на 24%, а затем в 2014–2015 гг. снизились почти на 20%. Продажи курительного табака в 2010–2012 гг. снизились на 7%, а в 2013–2015 гг. относительно стабилизировались (см. табл. 5.2).

В то же время удешевление российского производства из-за ослабления рубля повысило выгодность экспорта табачной продукции, прежде всего в страны Европейского союза, но также и в страны ЕАЭС. Объемы экспорта в 2010–2015 гг. выросли более чем в 2 раза. При снижении объемов продаж на территории России доля экспорта к этому объему в 2010–2015 гг. увеличилась с 4,4 до 10,9%.

Объем импорта табачной продукции почти в 6 раз меньше, чем экспорта. Импорт сигарет снижался в 2010–2012 гг., затем подрастал в 2013–2015 гг., но в целом объем импорта за 5 лет вырос лишь на четверть, а доля

<sup>1</sup> Сборник статистических и оценочных показателей по табачному бизнесу Российской Федерации. М.: Ассоциация «Табакпром», 2016.

**Таблица 5.1.** Динамика продаж сигарет в России в 2010–2015 гг., млрд шт.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Продажи	371,8	358,0	355,8	359,1	319,9	294,0

Источник: Росстат.

**Таблица 5.2.** Динамика продаж сигарет в России в 2010–2015 гг., млрд шт.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Российское производство	401,7	402,1	408,5	389,6	355,0	343,7
Импорт	5,2	3,4	2,5	2,7	4,9	6,5
Экспорт	17,7	20,2	32,1	38,0	36,6	37,3

Источники: Euromonitor International; Росстат.

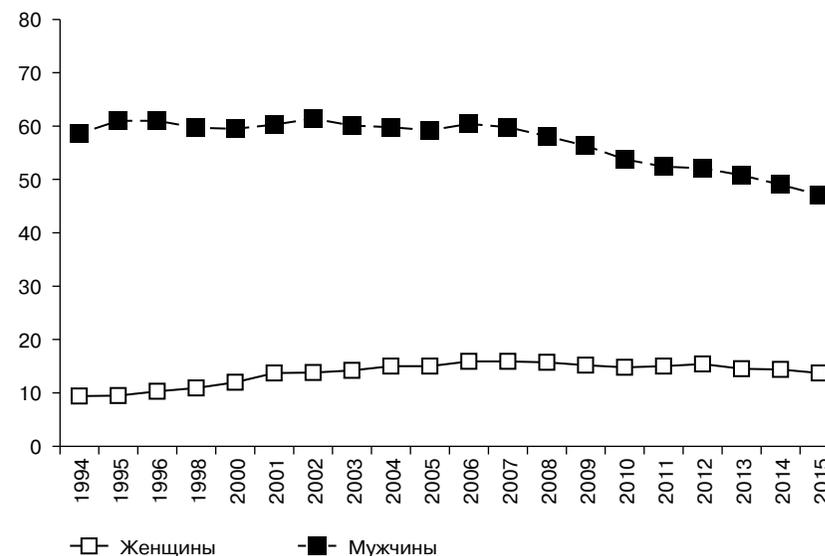
импорта по отношению к объему продаж сигарет российского производства выросла за 5 лет с 1,3 до 1,9%.

### Динамика доли курящих

Данные о доле курильщиков среди взрослого населения различаются по разным источникам. По данным Минздрава России, в 2016 г. в стране курит треть взрослого населения. Доля курильщиков среди мужчин составляет 52%, а среди женщин — 19%.

Для более подробного анализа доли курящих и ее динамики в России сравним данные Минздрава с опросными данными. По свидетельству ведущих опросных центров (Фонд «Общественное мнение», «Ромир», ВЦИОМ), в последние годы число курящих россиян (пачка в день, несколько сигарет в день или даже изредка) снижается, приближаясь к трети, тем самым почти достигая уровня, характерного для советского периода.

Больше возможностей в этом отношении предоставляют данные панельных опросов RLMS-HSE, которые позволяют оценить уровень и динамику доли потребителей табачных изделий (респондентов ежегодно спрашивали о том, курят ли они в настоящее время). По этим данным, общая доля курящих составила 28% в 2015 г. Сохраняется разрыв в доле курящих между мужчинами и женщинами (47 и 14%). Заметим, что все



**Рис. 5.1.** Доля курящих мужчин и женщин в России в 1994–2015 гг., %

Источник: RLMS-HSE (14 928 респондентов 15 лет и старше).

три цифры на 5% ниже, чем доля курильщиков, по данным Минздрава. Но динамика по двум группам в обследуемом периоде (1994–2015 гг.) тоже заметно различается. Число курящих мужчин до 2007 г. находилось на уровне 60% с минимальными колебаниями, а затем стало плавно сокращаться, опустившись до 47% в 2015 г. Число же курящих женщин до 2007 г. возрастает с 9 до 16%, а затем с некоторыми колебаниями тоже снижается, но менее значительно — до 14%. В результате за весь период с 1994 г. доля курящих женщин все же выросла на 4–5% (см. рис. 5.1). Добавим, что заметнее всего доля курящих мужчин снизилась в молодых возрастных группах (от 15 до 34 лет), а некоторое увеличение доли курящих женщин наблюдается во всех возрастных группах<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Quirnbach D., Gerry C.J. Gender, Education and Russia's Tobacco Epidemic: A Life-Course Approach // Social Science and Medicine. 2016. Vol. 160. P. 54–66.

## Политика по регулированию отрасли в России

Рассмотрим принятые ранее меры по регулированию рынка табачной продукции, чтобы определить, как они воздействуют на ситуацию на данном рынке. Начнем с краткого обзора самих этих мер.

### Принятые ограничительные меры

В последние годы принят ряд ограничительных мер, касающихся производства, реализации и потребления табачных изделий. Меры ограничения курения табака вводятся поэтапно. В результате принятия Федерального закона от 10.07.2001 № 87-ФЗ «Об ограничении курения табака» с 14 января 2002 г. введен запрет курения на рабочих местах и в транспорте.

На основе ст. 23 Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе» с 1 июля 2007 г. в России запрещены табачная реклама в теле- и радиопрограммах, при кино- и видеообслуживании, в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопроизведениях, на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов; наружная реклама и реклама в транспорте.

В мае 2012 г. Министерство здравоохранения и социального развития РФ опубликовало приказ «Об утверждении предупредительных надписей о вреде курения, сопровождаемых рисунками». Документ регламентировал введение графических изображений о вреде курения, которые должны были размещаться на упаковках сигарет. Производителям был предоставлен один год для внесения изменений в дизайн упаковок табачных изделий. С мая 2013 г. половину задней поверхности пачки сигарет стали занимать изображения с иллюстрацией последствий курения сигарет. 30% лицевой стороны пачки занимает предупреждающая надпись. В результате принятия Федерального закона № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» вступили в силу следующие регуляторные нормы:

- с 1 июня 2013 г. — запрет на курение в общественных местах, кроме специально отведенных для этого зон. Одновременно запрещены спонсорская деятельность любых табачных компаний, а также любое продвижение сигарет;
- с 15 ноября 2013 г. — запрет на рекламу сигарет в печатных изданиях и интернет-СМИ;
- с 1 июня 2014 г. продажа сигарет разрешена только в магазинах и павильонах, запрещена выкладка табачных изделий на витринах

торговых точек. Введен полный запрет на курение в общественных местах и общественном транспорте.

После введения в действие поправок в КоАП предусмотрены следующие штрафы за нарушение запрета на курение в местах, определенных законом: для отдельных граждан — от 500 до 5 тыс. руб., для индивидуальных предпринимателей — от 30 до 40 тыс. руб., для должностных лиц — от 5 до 50 тыс., для юридических лиц — от 30 до 600 тыс. руб.

С июля 2016 г. в России запрещена продажа более 20 сигарет в пачках, которая позволяет понижать поступления в бюджет, связанные с адвалорной частью акциза, и является скрытой мерой стимулирования продаж, так как потребитель может экономить за счет более низкой цены единичной сигареты.

### Повышение акцизов на табачную продукцию

Важной ограничительной мерой выступает индексация ставок акцизов на табачную продукцию. Ставка акциза на сигареты (основной вид табачной продукции) в России является комбинированной и состоит из специфической и адвалорной частей. Специфическая ставка предполагает уплату фиксированной суммы с каждой тысячи произведенных сигарет. Адвалор — это процент, уплачиваемый с максимальной розничной стоимости каждой пачки сигарет, выше которой пачка не может быть продана потребителям. Предусматривается минимальный порог, ниже которого адвалорная часть не может снизиться. Соответственно, адвалорная часть зависит не только от количества сигарет, но и от их стоимости и, следовательно, в большей степени зависит также от потребительского поведения.

В 2016 г. специфическая часть акциза на сигареты и папиросы составила 1250 руб. за 1000 шт., а адвалорная часть — 12% максимальной розничной цены, но не ниже 1680 руб. за 1000 шт. Что касается других табачных изделий, то акциз на сигариллы составил 2112 руб. за 1000 шт., на сигары — 141 руб. за штуку, за разные виды табака (кроме табачного сырья) — 2000 руб. за 1 кг.

Ставки акцизов устойчиво растут в течение всего периода 2008–2016 гг. В 2010–2014 гг. специфическая и комбинированная (рассчитанная по минимальному уровню адвалорной части акциза) ставки на сигареты растут в среднем на 40% в год (с колебаниями от 37 до 45%). В 2015–2016 гг. их прирост находится на уровне 20–30% в год, а на 2017 г. запланирован их прирост на уровне 14%.

Что касается адвалорной части акциза, то она также повышается. Устанавливаемый процент от максимальной розничной цены в 2008–2014 гг. прирастал на 0,5%. В 2015 г. планировалось увеличение этой ставки сразу на 5,5% (до 14%) с последующим ежегодным 2%-м приростом. Но в итоге был принят более умеренный вариант: в 2015 г. ставка была установлена на уровне 11% с последующим приростом на 1% в год. В результате за последние 3 года (2013–2016 гг.) ставки акцизов на сигареты с фильтром были повышены в 4,5 раза.

В отличие от антиалкогольной реформы, меры которой были в 2014–2016 гг. смягчены, применительно к табачной индустрии столь явного смягчения не произошло. Наблюдалось лишь снижение темпов прироста акцизных ставок в 2015–2017 гг. При этом за счет более высокой базы расчета налогов даже относительно низкий прирост ставок акциза приводит к тому, что в абсолютных цифрах потребитель вынужден уплачивать больший налог.

Доля акциза в цене продукта также не остается постоянной. Эта доля акциза в средневзвешенной цене пачки выросла в 2011–2015 гг. с 23 до 29%, в 2017 г. достигнет трети, а вместе с НДС — почти половины стоимости.

### Собираемость акцизов

Посмотрим, как повышение ставки акциза повлияло на акцизные сборы в государственный бюджет. Минимальная комбинированная ставка акциза на сигареты за период 2010–2015 гг. выросла в 5 раз (с 455 до 2290 руб. за 1000 шт.). За эти же 5 лет акцизные сборы (включая акцизы на произведенные и ввозимые товары) также демонстрировали устойчивый рост. С 2014 г. акцизные сборы с табачной продукции вышли на первое место среди акцизных поступлений во всех других отраслях, превысив 300 млрд руб. в год (см. рис. 5.2). Тем не менее сумма акцизных сборов выросла в 2010–2015 гг. лишь в 3,6 раза. Иными словами, динамика собираемых акцизных сборов несколько отстает от повышения ставки акцизов, что, впрочем, может быть вызвано снижением объема продаж табачной продукции. Отчасти влияет и то, что в нынешних условиях растет доля низшего ценового сегмента табачного рынка, что негативно сказывается на адвалорной части акциза.

На рис. 5.2 видим, что в отличие, например, от алкогольной продукции, сумма акцизных сборов, несмотря на снижение объемов продаж в натуральных единицах, продолжает возрастать. Это означает, что потребитель пока преимущественно держится за легальный рынок. Но последующее

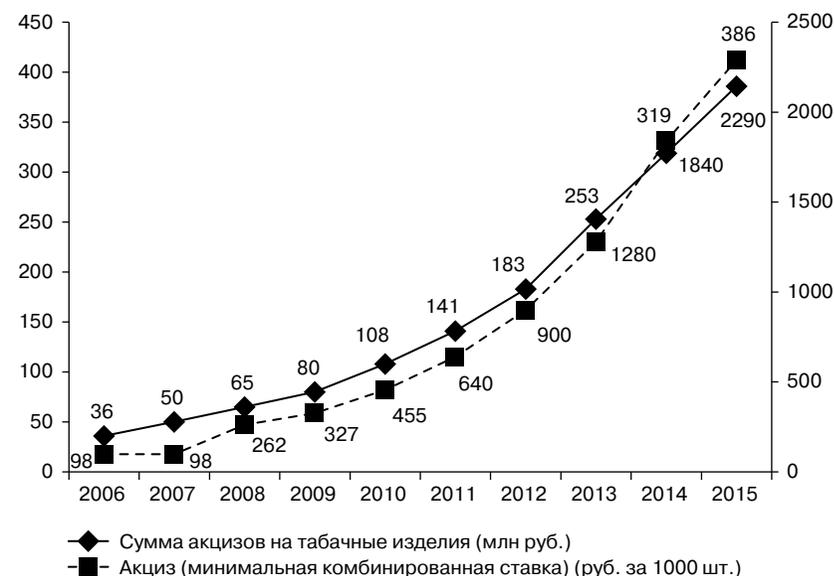


Рис. 5.2. Ставка акциза на сигареты и сумма начисленных акцизов на табачную продукцию ставки акциза на сигареты в России в 2010–2015 гг.

Источник: Федеральное казначейство РФ.

увеличение ставок акцизов как минимум по 10% в год приведет к дальнейшему росту потребительских цен, которое уже в 2017 г. может оказаться критическим. Если конечный потребитель начнет более активно уходить на нелегальные рынки за более дешевым товаром, то сумма акцизных сборов в абсолютном выражении будет снижаться, как это произошло в 2015 г. с акцизными сборами на крепкий алкоголь и пиво. В том же направлении работают и более высокие темпы прироста адвалорной составляющей табачного акциза. Это подталкивает производителей к относительному (и даже к абсолютному) снижению своих цен для оптимизации налоговых платежей.

### Влияние роста акцизов и ограничительных мер на рынок легальных табачных изделий

Повышение акцизов сопровождалось неизбежным ростом потребительских цен на табачные изделия. Напомним: минимальная комбиниро-

ванная ставка акциза на сигареты за период 2010–2015 гг. выросла в 5 раз. За этот период средние потребительские цены за пачку сигарет с фильтром отечественных марок увеличились в 3,5 раза (они росли в среднем на 25–30% в год). Средние же потребительские цены за пачку сигарет с фильтром зарубежных марок в 2010–2015 гг. увеличились в 2,1 раза, они росли медленнее, хотя и с явным ускорением от 7 до 21% в год (в среднем на 15–16% в год).

Таким образом, рост средних потребительских цен отстает от роста ставки акциза, но оба параметра коррелируют между собой на высоком уровне значимости (см. рис. 5.3). Добавим, что темп подорожания табачных изделий значительно опережает рост реальных доходов населения (которые в последние годы уже и не растут).

Повышение розничных цен, в свою очередь, негативно влияет на динамику продаж легальной табачной продукции. Напомним, что в 2010–2015 гг. произошло снижение продаж табачной продукции в натуральном выражении в целом на 21%.

Считается, что в условиях нынешнего запрета рекламы и продвижения основным фактором привлечения покупателей становится цена. В какой степени уровень цен на табачную продукцию влияет на потребительское поведение? Обратимся к данным репрезентативного опроса населения RLMS-HSE за 2015 г. Курящим респондентам был задан вопрос: «Что Вы предпримете, если цены на сигареты, папиросы, табак, которые Вы обычно курите, вырастут в 2 раза?». Важно, что лишь каждый третий из четырех с лишним тысяч опрошенных ответил, что не изменит своего поведения. Чуть более чем каждый пятый (21% мужчин и 25% женщин) заявили, что постараются меньше курить, но будут курить тот же сорт табачных изделий. Каждый четвертый (24% мужчин и 28% женщин) утверждает, что постарается бросить курить. И примерно каждый десятый будет покупать более дешевые сигареты, папиросы или табак (11% затруднились с ответом) (см. табл. 5.3).

Мы можем заключить, что влияние роста потребительских цен (в том числе под воздействием роста акцизов) на потребительское поведение достаточно велико. Правда, следует учесть, что это происходит на фоне экономического кризиса, и, как в случае с потреблением алкогольной продукции, на воздействие реформ в этот период наслаиваются макроэкономические факторы, приводящие к снижению реальных доходов населения. Но ускоренное повышение акцизов, повлекшее рост розничных

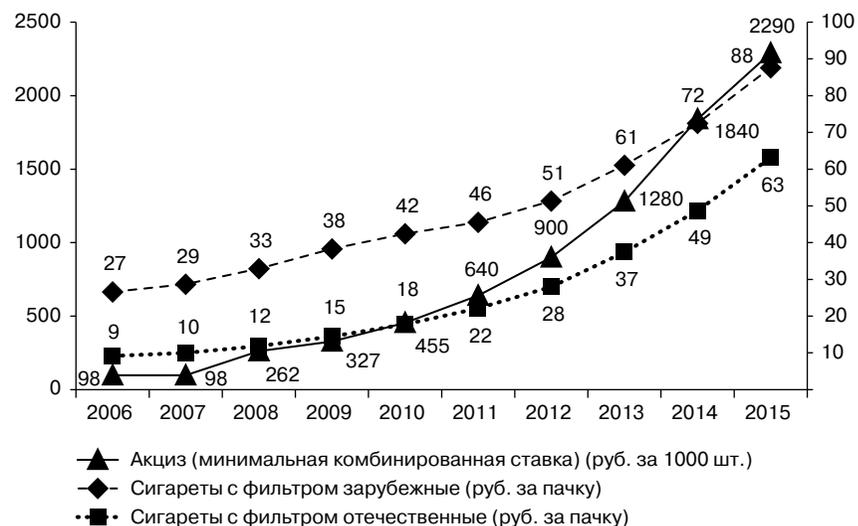


Рис. 5.3. Динамика средних потребительских цен и ставки акциза на сигареты в России в 2006–2015 гг., руб.

Источники: Росстат; Федеральное казначейство РФ.

Таблица 5.3. Ответы на вопрос: «Что Вы предпримете, если цены на сигареты, папиросы, табак, которые Вы обычно курите, вырастут в 2 раза?» (2015 г., общероссийская выборка, 4162 респондента, 15 лет и старше)

	Всего, %	Мужчины, %	Женщины, %
Постараетесь меньше курить, но будете курить тот же сорт	22,0	20,8	25,1
Постараетесь бросить курить	25,3	24,2	27,9
Будете покупать более дешевые сигареты, папиросы, табак	9,4	10,0	8,1
Не измените своего поведения	32,2	33,7	28,9
Затрудняетесь ответить	11,0	11,4	9,9

Источник: RLMS-HSE.

цен, несомненно, вносит серьезный вклад в снижение продаж легального алкоголя.

Кроме роста цен, на потребительское поведение влияют и введенные административные ограничения. В первую очередь это относится к запрету на открытую выкладку табачной продукции. Во-первых, снизилась прозрачность процесса покупки, у потребителя стало значительно меньше возможностей изучить этот продукт в процессе покупки. Во-вторых, у продавца появились дополнительные возможности складировать и реализовывать наряду с оригинальным и качественным продуктом продукцию сомнительного происхождения и качества. Наконец, в-третьих, нелегальная продукция получила дополнительные конкурентные преимущества, поскольку зачастую она выкладывается открыто. Здесь необходимо отметить, что запрет на выкладку в сочетании с запретом на рекламу и любое стимулирование продаж табачной продукции (т.е. фактический запрет на любые формы коммуникации с потребителем) во многом сводит соревнование между производителями к конкуренции по цене. Объективно это приучает потребителя к относительно более низкому уровню розничных цен, из-за чего низкая цена нелегальной продукции перестает выглядеть неестественной и перестает выполнять для потребителей роль сигнала о происхождении продукции.

*«Когда продают и легальную продукцию и нелегальную, то, как правило, легальная продукция стоит закрытая в ящике и рядом открыто лежит контрафакт»* (глобальный производитель и дистрибьютор табачной продукции).

Повлиял на объем продаж и запрет на торговлю табачной продукцией через нестационарные торговые объекты (киоски, лотки и проч.), которые представляли заметный канал продажи продукции, наиболее близкий к конечному потребителю. При этом часть продукта переключалась в нелегальный сектор.

### **Рынок нелегальной и неучтенной табачной продукции**

Теперь посмотрим, в какой мере падение легального оборота табачной продукции замещается ее незаконным оборотом. Проанализируем также отдельные формы незаконного оборота табачных изделий.

#### **Объем незаконного оборота табачной продукции**

Согласно оценкам Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), объем черного рынка сигарет составляет около 11% всего мирового по-

требления. На этом фоне ситуация в России выглядит относительно благополучно. Но ведущие участники рынка опасаются, что доля незаконно выпущенной продукции может быстро возрасти.

Официальная статистика по незаконному обороту табачной продукции отсутствует. По данным компании Nielsen, которая проанализировала свыше 15 тыс. пустых пачек, собранных летом 2016 г. в 89 городах в разных регионах России (за исключением Крыма и республик Северного Кавказа), доля нелегальной табачной продукции составила 2,2% общего объема рынка (годом ранее на незаконную продукцию приходилось около 1% рынка).

По данным Euromonitor International, доля незаконного оборота табачных изделий в России составляла в начале десятилетия 2,1% продаж, в 2015 г. она выросла до 3,1% (см. табл. 5.4), а, по данным табачных компаний, к концу 2016 г. оценивается на уровне 3,5–4%. По данным исследования агентства INFOLine, доля нелегальных сигарет в продаже в 2016 г. составляет 4,4%<sup>3</sup>.

При этом наблюдается серьезная дифференциация между регионами. В некоторых регионах доля значительно выше среднего уровня и стремительно нарастает. Так, в 2012–2015 гг. в приграничных областях с Казахстаном она выросла с 0,3 до 3%, на Северном Кавказе — с 0,3 до 7% (в отдельных частях — до 28%), в приграничных областях с Белоруссией — с 2 до 7–12%. Масштабы незаконного оборота продукции зависят не только от территориального расположения региона, но и от активности (или неактивности) местных контролирующих органов (Роспотребнадзора, полиции). Например, в Омске, по данным Nielsen, доля контрабандных и контрафактных сигарет в 2016 г. превысила 10%, увеличившись в 5 раз по сравнению с 2015 г., а в Рубцовске Алтайского края доля незаконной продукции достигла максимального значения, приблизившись к 30%.

Незаконный оборот табачной продукции осуществляется в трех основных формах: распространение контрафактной (поддельной) продукции, переток в Россию продукции, произведенной в других странах (прежде всего в странах ЕАЭС) и реализация продукции неучтенного российского производства.

Рынок нелегальной продукции очень гибок, и соотношение между формами незаконного оборота продукции постоянно меняется. Взлет

<sup>3</sup> См.: <<http://www.rbc.ru/business/15/11/2016/582b1e1f9a79470f647b1945?from=main>>.

**Таблица 5.4.** Доля незаконного оборота в продажах сигарет в России в 2010–2015 гг., %

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Доля незаконного оборота в продажах	2,1	2,1	2,2	2,4	2,8	3,1

Источник: Euromonitor International.

этого рынка в последние годы первоначально был связан с ростом контрафакта (подделок). По оценкам представителей табачных компаний, в 2014–2015 гг. контрафакт составлял примерно половину незаконного оборота продукции, другую же половину составляли нелегальный переток продукции через границу и неучтенное внутреннее производство (причем последнее находилось на минимальном уровне).

В 2016 г. улавливаются новые тенденции: доля контрафакта заметно снижается, поскольку производство подделок оказывается относительно рискованным делом, к тому же поддельная продукция зачастую отвергается потребителем и становится невыгодной для продавцов. Частично она выдавливается в периферийные области. Позитивную роль в этом процессе сыграло принятие пакета поправок в УК РФ и КоАП, которые ввели существенное ужесточение ответственности за производство и реализацию незаконной продукции.

*«Подделка стала рискованной, потому что ее качество не очень хорошее, потребитель начал от нее отказываться, и розница начала отказываться, потому что потребитель стал ее возвращать. Подделку начали вывозить в деревни, потому что там меньше контроля правоохранительных органов и менее требовательный потребитель»* (глобальный производитель и дистрибьютор табачных изделий).

В то же время резко вырос нелегальный переток продукции из смежных стран (преимущественно из стран ЕАЭС) вследствие выросшего разрыва цен на сигареты между российским и другими национальными рынками. Этот переток начинает преобладать в объеме незаконного оборота продукции. В последние два года отмечается также нарастание неучтенного внутреннего производства. Основная (хотя и не единственная) причина роста такого перетока: отсутствие гармонизированных ставок акцизного обложения в государствах — участниках ЕАЭС.

*«На протяжении 2015 г. основной проблемой было наличие контрафактной продукции на рынке. А сейчас я вижу, что будет смещение фокуса в сторону перето-*

*ка продукции (из других стран) и присутствия на российском рынке других форм нелегальной продукции»* (глобальный производитель и дистрибьютор табачных изделий).

Теперь кратко охарактеризуем отдельные формы незаконного оборота табачной продукции.

### **Контрафактная и фальсифицированная табачная продукция**

Распространение контрафактной продукции с поддельными товарными знаками — относительно новая тема для производителей табачных изделий. На рубеже 2010-х годов, когда проводилось предыдущее исследование НИУ ВШЭ, проблема считалась не слишком актуальной — доля поддельной табачной продукции оценивалась как близкая к нулю. Она обострилась в последние 2–3 года, когда на рынке стало возрастать количество подделок ведущих табачных брендов. Это фиксируется на основе исследований Empty Pack Survey (сбор пустых сигаретных пачек), которые проводят совместно глобальные табачные компании. По данным этих исследований, поддельные сигареты в 2013 г. составили 0,2%, в 2014 г. — 0,8%, в 2015 г. — 1,5%. Более заметное присутствие контрафактной продукции обнаруживается в приграничных с Казахстаном регионах (в Самарской, Саратовской, Оренбургской и Челябинской областях). Речь идет, как правило, о массовом продукте, привлекательном для изготовителей контрафакта. По данным Nielsen, за 2016 г. доля контрафакта заметно ниже: подделки известных брендов составляют почти 14% нелегальной продукции, еще 13% — сигареты неустановленного происхождения.

Недобросовестные дилеры применяют различные методы. Иногда контрафактную продукцию выдают за «более качественную» импортную продукцию или продвигают в виде «нового вкуса» либо продукции «ограниченного выпуска». Больше подделываются дорогие марки, но происходят и подделки более дешевых массовых марок. В целом нелегальный рынок работает очень гибко, быстро переключаясь на растущие сегменты и торговые марки.

Как правило, поддельная продукция маркируется поддельными российскими специальными акцизными марками. Часть такой продукции с поддельными российскими марками и российскими предупреждениями о вреде здоровью путем контрабанды направляется в страны Европейского союза.

Отмечается высокое качество поддельной упаковки. Что же касается качества продукции, подделка табачных изделий сопровождается ее

фальсификацией, нанося прямой ущерб потребителям и репутационный ущерб собственникам подделываемых брендов. Отметим, что, по данным Роспотребнадзора, в 2016 г. не прошли проверку на качество 11,1% проб импортных сигарет и папирос.

### **Параллельный импорт**

Проблема параллельного импорта для отрасли незначима. Импорт оригинальной продукции не превышает 2% и контролируется крупными игроками. Параллельный импорт без разрешения правообладателей административно затруднен в силу необходимости оформления на специальных пунктах подакцизной таможни и экономически невыгоден.

### **Серый импорт и контрабанда**

В прежние годы потоки контрабандной продукции в основном направлялись из России в страны с более высоким уровнем цен на табачную продукцию. Это касалось не только России. Одним из лидеров поставки контрабандных сигарет в Европейский союз и сегодня считается Белоруссия.

Ввозная контрабанда сигарет в Россию была незначительной по объему и в основном касалась утечки товаров из магазинов беспошлинной торговли. Сегодня ситуация изменилась, и обнаруживается растущий поток контрабандной продукции с Украины (и с западной, и с восточной частей), где цены на сигареты в 2–3 раза ниже российских цен, и из других стран. Хотя удельный вес контрабандной продукции в незаконном обороте по-прежнему невысок.

Прежде всего, заметный рост незаконной торговли табачными изделиями обусловлен притоком нелегальных табачных изделий с территории стран — участниц ЕАЭС, преимущественно из Белоруссии. По данным Nielsen, в 2016 г. более трети пачек сигарет, не предназначенных для продажи в России (38%), маркированы белорусскими акцизными марками, на долю Киргизии пришлось около 14% незаконно завезенных пачек, Казахстана — 6% незаконной продукции. Также нелегальные сигареты попадают в страну из Таджикистана, Армении, с Украины.

Росту незаконного перетока продукции способствует возросший в последние годы разрыв потребительских цен между указанными государствами (достигающий 3–4 раз), в сильной степени обусловленный быстрым ростом акциза на сигареты в России. Например, ставки акцизов на сигареты с фильтром в России (при переводе в евро), даже если взять

минимальную комбинированную ставку акциза, все равно в 2016 г. оказываются заметно выше, чем в странах ЕАЭС. При этом различие ставок с Белоруссией по более дорогим сигаретам с фильтром 2-й и 3-й групп (преимущественно международные торговые марки) составляет в 2016 г. соответственно 22 и 38%, а вот по сигаретам наиболее дешевой 1-й группы (в основном местные белорусские марки) оно достигает уже 3,3 раза. Ставка акциза на сигареты с фильтром в России превышает аналогичную ставку в Казахстане на 70%, в Киргизии — в 2,3 раза, а в Армении ставки акциза в данном случае вообще номинальные.

Добавим, что соглашение по гармонизации акцизов между странами ЕАЭС не подписано, вряд ли оно будет подписано в ближайшее время, и перспективы гармонизации акцизов остаются туманными.

Помимо различий ставок акцизов между странами ЕАЭС, влияет и отсутствие таможенного контроля при перемещении табачной продукции между странами. Значительная часть продукции перемещается физическими лицами или (по формальной документации) в интересах физических лиц. Задержаний партий сигарет, не маркированных вовсе или маркированных нероссийскими национальными марками, на границе России или стран — участниц ЕАЭС практически не происходит.

Мы называем эти потоки «серым импортом» с некоторой долей условности, ибо незаконность его перемещения через границы связана не с уклонением от уплаты или занижением таможенных пошлин, как в случае с обычным серым импортом, но с уклонением от уплаты акцизных сборов при продаже на территории России. Формально участник рынка, желающий реализовать на территории России табачную продукцию, произведенную на территории Белоруссии или Казахстана, должен задекларировать ее в специальных подакцизных таможнях, получить российские акцизные марки, заплатить за них и оклеить ими свою продукцию. Реально же в розничных торговых точках в России реализуется продукция, не маркированная специальными акцизными марками РФ. Происходит это в двух формах. Часть продукции реализуется с акцизными марками Белоруссии, Казахстана, Таджикистана, Армении или Киргизии. Другая часть продается без акцизных марок вообще. Такая продукция может декларироваться как производство на экспорт (не для продажи в России), а затем оказывается на российском рынке.

*«На территории России производится табачная продукция легальными производителями, предназначенная для экспорта изначально... Но мы видим ситуацию,*

при которой эта продукция возвращается на российский рынок. Она реализуется без акцизных марок и зачастую с надписью «Не для продажи на территории РФ» (глобальный производитель и дистрибьютор табачной продукции).

Точные объемы межстранового нелегального перетока продукции в настоящее время определить практически невозможно. Достаточно сказать, что в базе данных по внешней торговле Comtrade.com, позволяющей сопоставлять масштабы экспорта в страну по данным стран-экспортеров и масштабы импорта в Россию, данные по экспорту табачной продукции из Казахстана попросту отсутствуют.

### **Неучтенные производство и продажа табачной продукции**

Возрастающей с начала 2015 г. формой незаконного оборота выступает неучтенное производство и продажа табачной продукции внутри России. При отсутствии надежных статистических данных есть косвенные свидетельства в пользу роста такого неучтенного производства. Так, например, при падении объемов производства на 10–15% фиксируется заметное увеличение ввоза табачного сырья. Даже если часть этого дополнительного табачного сырья применяется для производства на экспорт, другая часть вполне может использоваться для производства нелегальной продукции.

Другим косвенным свидетельством является наличие в России неучтенных мощностей, составляющих, по оценкам участников рынка, около 15% текущего объема производства табачных изделий. И оборудование в Россию продолжает ввозиться. Часть этих мощностей может использоваться для неучтенного производства. В отличие от ряда других индустрий, производство табачных изделий требует серьезного оборудования, специальных сигаретных линий. Поэтому речь идет не о «гаражном», а о промышленном производстве. При реализации используются фальшивые акцизные марки, продажи часто осуществляются как через легальную торговлю, так и нелегально, через нестационарные торговые объекты.

При производстве и реализации незаконно выпущенной продукции применяются разные методы. Могут указываться редко встречающиеся товарные знаки, появляется продукция под брендами очень маленьких локальных производителей, которые считаются «мертвыми», не работающими, в том числе их бренды могут использоваться другими, нелегальными производителями. Иногда в качестве производителя указываются фабрики, которые практически невозможно идентифицировать. Или, наоборот, выпускается продукция известной фабрики, которая идентична

оригиналу, но сама фабрика объявляет эти изделия подделками. Подобная продукция маркируется поддельными акцизными марками или выпускается в оборот без всяких акцизных марок.

«[Происходит] интересное изменение дизайна пачек. Сначала были стандартные российские пачки, на которых просто не было акцизной марки. Потом пачка изменилась, на ней убрали заднюю картинку. На пачке писался производитель., но убрали картинку и написали «Не для продажи в РФ». И новая эволюция: когда написано «Не для продажи в РФ» и что произведено под контролем собственника марки, но производитель не написан. И марок никаких» (глобальный производитель и дистрибьютор табачной продукции).

Отследить цепочку распространения нелегальной продукции, оттолкнувшись от розничного или оптового звена, вплоть до производителя, очень сложно, и такие случаи относительно редки. Тем более что незаконно действующие фабрики могут периодически выбрасывать партии нелегальной продукции, а затем замирать на определенное время или исчезать вовсе. В индустрии такие появляющиеся и исчезающие фабрики получили название «летучие голландцы».

К неучтенному производству следует отнести домашнее производство табака на приусадебных участках. Такое производство для собственных нужд не является незаконным, и его доля пока минимальна. Но эксперты отмечают оживление и в изготовлении на продажу конечному потребителю табачного сырья, которое не является подакцизным товаром. Забытая некогда махорка вновь вышла на рынок.

### **Каналы продаж незаконной продукции**

По данным исследования агентства INFOLine, нелегальными сигаретами в России торгуют не менее 45 тыс. (13,4%) торговых объектов, включая прилавочные магазины, киоски, павильоны и точки на рынках. К ним следует добавить примерно 10 тыс. нестационарных лотков. По расчетам агентства, потери ритейлеров, торгующих легальным товаром, могут составлять около 45 млрд руб., а потери бюджета от неуплаты акциза, НДС и налога на прибыль — не менее 20 млрд руб.<sup>4</sup>

Характерно, что значительная часть нелегально произведенной табачной продукции реализуется через легальную розницу. По оценкам представителей табачных компаний, через легальную розницу продается преобладающая доля контрафакта, в то время как продукция, нелегально

<sup>4</sup> <<http://www.rbc.ru/business/15/11/2016/582b1e1f9a79470f647b1945?from=main>>.

притекающая из сопредельных стран, реализуется в большей степени через нелегальную розницу.

*«С точки зрения реализации контрафактной продукции у российского рынка есть ярко выраженная специфика. Она заключается в том, что если мы говорим о нелегальной торговле в странах ЕС, то там контрафактная продукция, как правило, реализуется через различные виды нелегальной торговли и изначально по цене, которая ниже оригинальной. А у нас — и через легальную торговлю тоже и практически по тем же ценам, что оригинальная продукция»* (глобальный производитель и дистрибьютор табачных изделий).

На торговлю табачными изделиями не надо получать специальные лицензии. Однако торговля в нестационарных форматах (киоски, розничные рынки) запрещена. Тем не менее в последнее время наблюдается увеличение продаж табачной продукции именно в нестационарной торговле, в том числе с бортов, с раскладных столов. При этом, как правило, при такой нелегальной торговле продукция лежит в открытом доступе. В результате потребитель не видит в торговых точках легальную продукцию, но видит нелегальную, что подталкивает его к приобретению последней. Пока через внемагазинные форматы реализуется небольшая доля табачной продукции (официально менее 3%), основная часть продаж производится через легальную розницу.

Часть нелегальной продукции (в основном оптовыми или мелкооптовыми партиями) реализуется через Интернет, в том числе через социальные сети. Такая торговля тоже незаконна, тем не менее она производится. Хотя объем онлайн-продаж пока невелик, специализированных сайтов по продаже табачных изделий относительно немного, но потенциальная угроза нарастания незаконного оборота через этот канал продаж существует.

### **Цены на нелегальную табачную продукцию**

По данным проведенного в рамках настоящего исследования ценового мониторинга, по одному из наиболее известных табачных брендов разброс розничных цен между добросовестными продавцами невелик (до 5–7%). Встречаются те же сигареты по оптовой цене, в этом случае цена падает как минимум на 25%. И наконец, в нелегальной продаже через онлайн-магазины можно встретить сигареты той же марки по цене, равной 30–40% розничной цены офлайн-продавцов, т.е. по цене, которая в 2–3 раза ниже. Как правило, речь идет об оптовых и мелкооптовых продажах. Здесь встречаются продукция, которая выдается за импорт из стран

ЕС, продукция из Киргизии и продукция с российскими акцизными марками. Иными словами, речь идет о сером импорте, о контрабанде и, вполне вероятно, о поддельных изделиях.

На тематических форумах можно встретить также упоминания о вероятных подделках, которые явно отличаются по вкусу, но продаются практически по той же цене, что и оригинальная продукция (разница может составлять лишь 3–5 руб. за пачку).

### **Оценки представителей компаний по результатам анкетного опроса**

В качестве дополнительного источника информации мы используем данные, полученные в ходе проведенного нами в сентябре — октябре 2016 г. стандартизованного опроса представителей компаний. На вопросы анкеты о незаконном обороте продукции ответили в том числе 4 производителя и дистрибьютора табачной продукции. Речь идет о глобальных крупных компаниях с числом занятых в России от 1000 до 4000 сотрудников. Поскольку число респондентов слишком мало для статистических расчетов, мы используем полученные данные для выявления преобладающих оценок (если они есть) и определения разброса этих оценок.

Все ответившие участники считают проблему незаконного оборота табачной продукции в целом «довольно ощутимой». И все считают, что с начала экономического кризиса 2014 г. данная проблема обострилась. Оценки его доли варьируются от 2 до 8%.

Проблема неучтенного оборота оценивается, скорее, как «не слишком ощутимая». Доля неучтенного оборота продукции оценивается в 1–3%, максимум 5%. Хотя отмечается некоторое увеличение этой доли за последние 2–3 года. Проблема серого и параллельного импорта также «не слишком ощутима».

В то же время большинство считают «довольно ощутимой» проблему поддельной продукции и товаров-имитаций и оценивают ее долю на уровне 2–3%. Все считают, что масштабы производства и распространения поддельной продукции с начала экономического кризиса 2014 г. возросли. Отмечено более низкое качество подобной продукции.

По оценкам представителей компаний, основная часть незаконной продукции производится внутри России (30–50%), остальное преимущественно ввозится из стран ЕАЭС (из других стран — около 10%).

Чаще всего к незаконным практикам прибегают малые российские компании и индивидуальные предприниматели. Крупные российские компании, по мнению респондентов, прибегают к ней лишь иногда.

Розничная цена незаконно выпущенной в оборот продукции ниже цен законно выпущенной продукции на 30%, иногда на 40–50%, а в случае с отдельными марками, произведенными в Белоруссии, — даже более.

Действующая ныне система противодействия незаконному обороту продукции и деятельность контрольно-надзорных и правоохранительных органов оцениваются в основном на среднем уровне с некоторыми отклонениями.

### **Принятые меры противодействия незаконному обороту табачной продукции**

В 2014–2016 гг. правительством РФ был принят ряд серьезных мер по противодействию незаконному обороту табачной продукции. В разделе о рынке алкогольной продукции мы уже характеризовали меры, предусмотренные принятым в конце 2014 г. Федеральным законом № 530-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части усиления мер противодействия обороту контрафактной продукции и контрабанде алкогольной продукции и табачных изделий». Эти меры распространяются и на табачную продукцию. Они включают:

- повышение штрафных санкций за производство, приобретение, хранение, перевозку или сбыт немаркированных товаров;
- установление применительно к контрафактным табачным изделиям порога деяний, совершенных в крупном размере, на пониженном уровне в 100 тыс. руб., а в особо крупном размере — в 1 млн руб.;
- установление ответственности за введение потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств или качества товаров при их производстве или реализации;
- ужесточение ответственности за незаконное использование средств индивидуализации товаров (работ, услуг) и за производство или продажу товаров и продукции, в отношении которых установлены требования по маркировке или нанесению информации;
- возвращение уголовной ответственности за контрабанду табачных изделий при квалификации деяний как совершенных в крупном размере, если стоимость табачных изделий превышает 250 тыс. руб.

Таким образом, вновь снижены пороги для определения крупного и особо крупного размера правонарушений, причем для табачной продукции они установлены ниже общего уровня, что побуждает правоохранительные органы к большей активности. Также возвращена снятая ранее отмененная уголовная ответственность за контрабанду табачной продукции, включая ее транспортировку и хранение. Но запреты касаются исключительно действий, совершаемых в целях сбыта (введение в хозяйственный оборот немаркированной продукции). Сбор доказательной базы во многих случаях затруднен, особенно когда действия (как декларируется) осуществляются для удовлетворения личных нужд.

В целом все же принятые меры нельзя считать достаточными. Очищению розничной торговли от нелегальной табачной продукции уделяется недостаточное внимание в деятельности контрольных и правоохранительных органов. Сотрудники полиции не всегда реагируют на поступающие сигналы, а если реагируют, то должны передавать дела в Роспотребнадзор, в компетенции которого они находятся в соответствии с административным законодательством. А Роспотребнадзор видит в качестве своей основной задачи защиту прав потребителей. Хотя в случае нелегальных продаж речь идет не только об уклонении от уплаты налогов, но и о других нарушениях, например, о продаже табачной продукции несовершеннолетним.

Отчасти недостаточное внимание вызвано тем, что у регуляторов и правоохранителей сложилось убеждение о чистоте рынка табачных изделий от незаконного оборота по сравнению со многими другими отраслями. И действительно, оцениваемая доля незаконно выпущенной табачной продукции на порядок меньше соответствующей доли на алкогольном рынке. К тому же заметной она стала совсем недавно. Но ведущие компании беспокоит появление и стремительный рост контрафактной и неучтенной продукции, пусть он и происходит с низкой исходной базы. Они считают, что необходимы дополнительные меры экономического, законодательного и административного порядка.

### **Обсуждаемые меры по дальнейшему регулированию оборота табачной продукции**

В начале октября 2016 г. Минфином РФ был опубликован проект «Ос- новных направлений налоговой политики на 2017 г. и плановый период

2018 и 2019 г.» (направленный в правительство РФ и Государственную Думу Федерального Собрания РФ)<sup>5</sup>.

Среди прочих мер предлагается включить в перечень подакцизных товаров электронные системы доставки никотина одноразового использования и никотинсодержащую жидкость, используемую в многоразовых электронных системах доставки никотина, а также признать подакцизным товаром табачные изделия, предназначенные для потребления путем нагревания, установив ставку акциза на уровне иных подакцизных табачных изделий. В результате в ноябре 2016 г. Госдумой принят закон о внесении изменений в Налоговый кодекс, в соответствии с которым одноразовые электронные сигареты и жидкости войдут в список подакцизных товаров, их предлагается обложить налогом по прогрессивной ставке: с 1 января 2017 г. — 40 руб. на одноразовые устройства и 10 руб. за 1 мл на жидкости с никотином, в 2018 г. — 44 и 11 руб. соответственно, в 2019 г. — 48 и 12 руб.

Минфин предлагал в 2017–2019 г. ежегодно индексировать ставки акциза на все виды табачной продукции на 10% к предшествующему году. В результате ставки акцизов на сигареты составят:

1562 руб. за 1000 шт. + 14,5% расчетной стоимости в 2017 г.;  
1718 руб. за 1000 шт. + 14,5% расчетной стоимости в 2018 г.;  
1890 руб. за 1000 шт. + 14,5% расчетной стоимости в 2019 г.

Это вызовет дальнейшее подорожание пачки сигарет в среднем на 20–35 руб. Также вырастут ставки на все виды табака и составят:

2520 руб. в 2017 г.;  
2772 руб. в 2018 г.;  
3050 руб. в 2019 г.

Также станет подакцизным товаром нагреваемый табак, ставка акциза составит:

4800 руб. за 1 кг в 2017 г.;  
5280 руб. за 1 кг в 2018 г.;  
5808 руб. за 1 кг в 2019 г.

Прорабатывается вопрос об умножении специфических ставок акциза на коэффициент 1,3, если табачная продукция реализуется в период с 1 сентября по 31 декабря, а объем месячной реализации превышает среднемесячный объем продаж данных подакцизных товаров в предыдущем календарном году. Цель данной меры — избежать манипулирования запа-

сами готовой подакцизной продукции, при производстве которой акциз уплачивается по более низким ставкам текущего года.

Кроме текущих налоговых новаций, обсуждаются и более серьезные предложения с потенциальными долгосрочными эффектами. Дело в том, что в 2008 г. Россия присоединилась к Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) по борьбе против табака (РКБТ). И в настоящее время идет речь о возможном включении ряда рекомендаций ВОЗ в проекты, разрабатываемые Министерством здравоохранения РФ.

Среди таких мер обсуждается возможность резкого повышения доли акцизного налога в розничной цене сигарет до уровня 70% в соответствии с проектными рекомендациями к ст. 6 РКБТ ВОЗ, которое может привести к серьезному росту цен на сигареты на легальном рынке и создать стимулы к быстрому расширению незаконного оборота.

В числе обсуждаемых вопросов — введение универсальной обезличенной упаковки для сигаретных пачек (plain packaging), с которой исчезнут обозначения брендов. Введение унифицированной упаковки для табачной продукции на рынке Евразийского экономического союза объективно снижает возможность идентификации продукта и его происхождения. Это способствует продвижению контрафактной продукции и увеличению потребления более дешевых и менее качественных товаров. В связи с этим следует отметить, что единственной страной, в которой с 2012 г. применяется унифицированная пачка, является Австралия. Результаты введения этой меры, как минимум, неоднозначны. Потребители начали переключаться на более дешевую продукцию с очевидными негативными последствиями как для налоговых доходов бюджета, так и с точки зрения решения задач по охране здоровья граждан. Заметно увеличился незаконный оборот продукции, поскольку потребителю сложно различать оригинальную и поддельную продукцию. А существенных сдвигов в части сокращения курения не произошло. Кроме того, правомерность принятого Австралией закона об обезличенной упаковке в настоящее время оспаривается во Всемирной торговой организации (ВТО). В ряде других стран (Новая Зеландия, Великобритания, Франция) соответствующее решение принято, но действует переходный период или решение отложено на несколько лет. О последствиях подобной меры в этих странах говорить пока не представляется возможным. Форсированное продавливание идеи унифицированной упаковки сигарет в момент, когда будущее соответствующих правил международной торговли неясно, может стать (поми-

<sup>5</sup> <<http://minfin.ru/ru/ixzz4MtiCs1S1>>.

мо последствий, аналогичных произошедшему в Австралии) негативным сигналом для инвесторов с неоднозначной репутацией для здоровья их потребителей.

Другим обсуждаемым предложением является выполнение проектируемых рекомендаций к ст. 9–10 РКБТ ВОЗ в части запрета производства форматов сигарет «слим» и «суперслим». Выполнение этой рекомендации приведет к изъятию из легального оборота товарной категории, занимающей на сегодняшний день до 40% российского рынка сигарет. Высока вероятность того, что часть этого рынка будет заполнена контрафактными или контрабандными сигаретами.

Минфином России предложено также распространение ЕГАИС на табачную продукцию. Эта мера стала объектом серьезной критики со стороны других ведомств и участников рынка, которые не считают ЕГАИС подходящим инструментом контроля и предлагают учитывать специфику индустрии, а также обратить внимание на существующие собственные системы отслеживания продукции у производителей в табачной отрасли.

В любом случае решения о воплощении в жизнь указанных мер должны приниматься с учетом их возможных последствий, в том числе для незаконного оборота табачной продукции.

### Основные выводы

Рынок табачной продукции демонстрирует серьезную специфику по сравнению с рынком алкогольной продукции, но здесь обнаруживается ряд сходных тенденций.

Рынок табачных изделий характеризуется высоким уровнем консолидации и в сфере производства (пять крупных компаний), и в сфере дистрибуции (две крупные компании). Продажа табачных изделий осуществляется преимущественно через организованную розницу. Доля розничных рынков и ярмарок в общем объеме продаж табачных изделий составляет менее 3%.

Доля расходов на табачную продукцию в общей структуре потребительских расходов населения РФ приближается к 1,5%. Объемы продаж сигарет в натуральном выражении за последние 5 лет (2010–2015 гг.) снизились на 1/5. Число курящих мужчин в 2007–2015 гг. сократилось с 60 до 47%. Число же курящих женщин за этот период, наоборот, выросло с 9 до 14%.

В последние годы принят ряд ограничительных мер. Они в первую очередь касаются разного рода запретов: на курение в общественных местах, на рекламу табачной продукции, на выкладку этой продукции на витринах, на продажу табачной продукции через нестационарные торговые точки.

Важной ограничительной мерой выступает быстрая индексация ставок акцизов на табачную продукцию. Минимальная комбинированная ставка акциза на сигареты за период 2010–2015 гг. выросла в 5 раз при том, что роль этой компоненты акцизного обложения табачной продукции оказалась существенно ослабленной непропорционально быстрым ростом адвалорной составляющей в структуре табачного акциза. За этот же период сумма акцизных сборов выросла лишь в 3,6 раза, несколько отставая от повышения акциза. Повышение акцизов непосредственно отразилось на росте средних потребительских цен за пачку сигарет, которые в 2010–2015 гг. выросли в 2–3,5 раза. Повышение розничных цен, в свою очередь, стало одним из главных факторов снижения продаж легальной табачной продукции и изменения потребительского поведения. В условиях запрета рекламы и продвижения табачной продукции роль цены еще более возрастает, и, по данным опросов населения, лишь каждый третий курильщик не изменит своего поведения при значительном повышении розничной цены.

Сумма акцизных сборов, несмотря на снижение объемов продаж в натуральных единицах, пока продолжает возрастать. Это означает, что потребитель еще преимущественно держится за легальный рынок. Однако увеличение ставок акцизов как минимум по 10% в год и возможное введение повышенного коэффициента при продаже запасов в конце года приведут к дальнейшему росту потребительских цен, которое в этот раз может оказаться критическим. Если конечный потребитель начнет более активно уходить на нелегальные рынки за более дешевым товаром, то сумма акцизных сборов в абсолютном выражении станет снижаться, как это произошло в 2015 г. с акцизными сборами на крепкий алкоголь и пиво.

На потребительское поведение влияет и запрет на открытую выкладку табачной продукции. Он снижает информированность покупателя и создает дополнительные возможности для роста незаконного оборота продукции. Дальнейшее движение в том же направлении путем введения унифицированной упаковки сигарет, несомненно, будет способствовать росту незаконной торговли.

Доля незаконного оборота табачных изделий в России составляет около 4%. При этом в некоторых регионах (преимущественно в приграничных с Белоруссией и Казахстаном) эта доля значительно выше среднего уровня и стремительно нарастает в последние годы.

Незаконный оборот табачной продукции осуществляется в трех основных формах: распространение контрафактной (поддельной) продукции, переток в Россию продукции, произведенной в других странах (прежде всего в странах ЕАЭС), и реализация продукции неучтенного российского производства. При этом соотношение между формами незаконного оборота продукции постоянно меняется. Первоначально происходил рост контрафакта (подделок). Затем резко вырос нелегальный переток продукции из смежных стран (преимущественно из стран ЕАЭС) вследствие выросшего разрыва цен на сигареты между российским и другими национальными рынками в условиях отсутствия гармонизированных ставок акцизов в странах — членах ЕАЭС. Произошло также нарастание неучтенного внутреннего производства.

Распространение контрафактной продукции с поддельными товарными знаками — относительно новое явление для рынка табачных изделий, обострившееся в последние 2–3 года. По данным исследований Empty Pack Survey, доля поддельных сигарет выросла в 2013–2015 гг. от 0,2 до 1,5%.

Проблема параллельного импорта для отрасли незначима. В то же время происходит заметный рост неучтенного перетока (серого импорта) табачных изделий, обусловленного притоком нелегальных табачных изделий, прежде всего с территории стран — участниц ЕАЭС. Этому способствует сохраняющееся отсутствие гармонизации в ставках акциза между указанными государствами. Играет свою роль отсутствие ограничений на перемещение табачной продукции через границу в интересах физических лиц. Часть продукции реализуется с акцизными марками других государств, а другая часть продается без всяких акцизных марок.

Растущей в настоящее время формой незаконного оборота выступает неучтенное производство табачной продукции внутри России. Косвенным свидетельством служит заметное увеличение ввоза табачного сырья при падении внутренних продаж на легальном рынке.

Экспертами отмечается, что преобладающая доля контрафакта продается через легальную розницу, в то время как нелегально ввезенная продукция из других стран реализуется в большей степени через нелегальные торговые точки. В последнее время наблюдается увеличение продаж та-

бачной продукции в нелегальной нестационарной торговле, причем с открытой выкладкой табачных изделий, запрещенной для легальной розницы. Объем запрещенных онлайн-продаж табачных изделий пока невелик, но потенциальная угроза его нарастания существует.

Розничные цены на легальную и нелегальную продукцию могут различаться на 30–40%, иногда в 2 раза, но часто почти не различаются, когда нелегальная продукция продается под видом легальной.

В 2014–2016 гг. правительством РФ был принят ряд серьезных мер по противодействию незаконному обороту табачной продукции: снижены пороги для определения крупного и особо крупного размера правонарушений, причем для табачной продукции они установлены ниже общего уровня, что побуждает правоохранительные органы к большей активности. Возвращена ранее отмененная уголовная ответственность за контрабанду табачной продукции, включая ее транспортировку и хранение. Но принятые меры все же считаются недостаточными.

В настоящее время Минфин РФ предлагает дальнейшее увеличение специфических ставок акциза на все виды табачной продукции в 2017–2019 гг. Минздравом РФ обсуждается возможная реализация ряда весьма радикальных проектных рекомендаций ВОЗ, включая повышение доли акцизного налога в розничной цене сигарет до уровня 70%, введение универсальной обезличенной упаковки для сигаретных пачек, запрет производства форматов сигарет «слим» и «суперслим». В следующих далее рекомендациях мы выразим отношение к указанным предложениям.

### **Рекомендации по снижению масштабов незаконного оборота табачной продукции**

По поводу предложений в сфере фискальной политики на ближайшие годы опыт алкогольной индустрии показывает, что ускоренная индексация акцизов может провоцировать увеличение незаконного оборота продукции в разных формах. Поэтому следует проводить политику постепенного и прогнозируемого повышения ставок акцизов, понятную для участников рынка. Такой подход гарантированно обеспечит непрерывный рост налоговых поступлений наряду с постепенным снижением распространения курения. Резкие же изменения могут не достичь поставленных целей или привести к обратным последствиям.

Чтобы устранить предпосылки для неконтролируемого перетока (контрабанды) табачных изделий в Россию из других стран — членов ЕАЭС,

важно заключить длительно обсуждаемое официальное соглашение о гармонизации акцизов на табачные изделия на территории ЕАЭС. Но поскольку даже при заключении подобного соглашения в ближайший период (что крайне маловероятно) сама гармонизация займет продолжительное время, целесообразно обсудить альтернативное предложение, исходящее от представителей табачной индустрии. Речь идет о заключении межправительственного договора о взаимной компенсации разницы в акцизах при задержании на территории другой страны — члена ЕАЭС под акцизной продукцией, не предназначенной для этой страны. Возможно, это побудило бы усилить контроль над товарными потоками, исходящими с собственной территории.

Запрет продажи через киоски и другие нестационарные формы торговли участниками рынка, как правило, не оспаривается. Относительно спокойное отношение (вновь в отличие от алкогольного рынка) высказывается и к запрету интернет-торговли.

Куда большие нарекания вызывает введение запрета на выкладку табачной продукции в торговых объектах. Рабочая группа по производству и обороту табачной продукции Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) предлагает вернуться к рассмотрению последствий этого запрета. Указывается на то, что данная мера введена к настоящему времени лишь в небольшом количестве стран, что данный запрет противоречит обязательствам, которые взяла на себя страна в рамках Всемирной торговой организации, и положениям российского законодательства о справедливой рыночной конкуренции, ограничивая возможности ценовой конкуренции между производителями табачных изделий. Запрет на открытую выкладку ограничивает также предоставляемую потребителям возможность эффективно идентифицировать и сравнивать табачные изделия, что делает невозможным использование средств индивидуализации (товарных знаков, фирменных наименований). Наконец, он провоцирует незаконную торговлю табачными изделиями в розничных торговых объектах, затрудняя выявление нелегально произведенных или нелегально ввезенных в Россию табачных изделий.

Рабочая группа АЕБ по производству и обороту табачной продукции также предлагает воздержаться от рассмотрения вопроса о введении обезличенной упаковки<sup>6</sup>. Обращается внимание на нарушение национально-

<sup>6</sup> Меморандум европейского бизнеса в России, 2015/2016. М.: Ассоциация европейского бизнеса, 2015.

го и международного законодательства, на негативные последствия для легальных розничных продавцов и компаний-правообладателей с точки зрения охраны прав интеллектуальной собственности.

Важную роль в противодействии всем формам незаконного оборота табачной продукции могут сыграть отслеживание маршрута и маркировка продукции. Однако следует исходить из того, что формат маркировки и носитель маркировки могут различаться в зависимости от отрасли и вида производимой продукции. Механический перенос опыта без учета реалий той или иной индустрии может привести к негативным последствиям.

Следует учесть опыт ведущих компаний по внедрению технологий слежения за движением продукции от момента отправления с фабрики на склад и до поступления в цепь поставок. Уникальный читаемый код печатается на пачках и блоках во время производства, что позволяет в дальнейшем однозначно их идентифицировать. Эта технология совместима со стандартным оборудованием и легко интегрируется в процесс производства. Предлагается рассмотреть возможность внедрения такой технологии на государственном уровне с созданием государственной базы данных, в которую мог бы обратиться в режиме реального времени любой желающий, включая потребителей или представителей контрольно-надзорных и правоохранительных органов, для подтверждения соответствия товара. В частности, ст. 18 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» от 23.02.2013 № 15-ФЗ разрешает использование в этих целях собственных систем учета производителей.

В качестве дополнительной меры целесообразно на данном этапе уделять табачной продукции большее внимание и, в частности, включить эту категорию в веерные исследования Роскачества. Не хватает также надежной статистики о количестве потребителей табачных изделий (имеющиеся данные заметно расходятся). Это затрудняет оценки возможного негативного эффекта незаконного оборота продукции и результативности мер государственного регулирования.

Следует также принять необходимые подзаконные акты и активнее применять закон, предусматривающий изъятие и уничтожение оборудования, которое используется для нелегального производства, и силами специальных подразделений МВД и РАР изымать, демонтировать и вывозить такое оборудование с заводов, задействованных в теневых схемах.

Целесообразно увеличить размер штрафных санкций в отношении юридических и физических лиц за совершение правонарушений, связанных с незаконным оборотом продукции.

В целом следует отказаться от резких и радикальных мер, которые в совокупности могут привести к качественному перелому и ускоренному развитию незаконного оборота продукции, нанося серьезный ущерб государству, добросовестным компаниям и конечным потребителям. В частности, следует тщательно оценить возможные последствия дальнейшего повышения ставок акцизных сборов и поддерживать сбалансированную структуру акцизных сборов. При ускоренном развитии нелегальных рынков табачной продукции тренд к повышению суммы акцизных сборов может переломиться уже в 2017 г., как это произошло двумя годами ранее в алкогольной индустрии.

## 6. РЫНОК ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В данном разделе проанализируем ситуацию на рынке продовольственной продукции, включая его легальные и нелегальные сегменты. Важно понимать, что данный рынок весьма гетерогенен и является объектом разных классификаций. Мы опираемся на структуру, конвенционально используемую Euromonitor International, в соответствии с которой продовольственный рынок включает:

- рынок свежих продуктов (мясо, рыба и морепродукты, яйца, молочные продукты, фрукты-овощи-корнеплоды, сахар и подсластители);
- рынок пакированной продукции (молочная продукция, консервы, бакалея и др.);
- рынок безалкогольных напитков;
- рынок горячих напитков (чай, кофе и т.д.).

### Легальный рынок продовольственных товаров

Начнем с анализа легального рынка продовольственных товаров, опираясь на доступные статистические, опросные и экспертные данные.

#### *Объем и структура легального рынка продовольственной продукции*

В стоимостном выражении объем рынка продовольственной продукции в 2015 г. составил 11,7 трлн руб. (183,9 млрд долл.).

Ядром данного рынка является свежая продукция, доля которой в продажах в 2010–2015 гг. составляла в среднем 53%. Средняя доля пакированной продукции (не считая упакованной свежей) приближалась к 38%, безалкогольных газированных напитков — к 6%, горячих напитков — к 3%.

С 2014 г. доля расходов на продукты питания в общей структуре потребительских расходов населения РФ возобновила свой рост. По данным Росстата, в 2015 г. она достигла 37,2%, при том что типичный уровень для развитых стран составляет 10–20%, и даже некоторым развивающимся странам удается укладываться в этот интервал (например, в Бразилии рас-

ходы на еду составляют 17,8%). В России у наиболее обеспеченных групп населения расходы на продовольствие составляют около 19,2% их потребительского бюджета, а у наименее обеспеченных групп — 43,6%.

Если рассматривать рост цен за 6 лет накопительным итогом, приняв декабрь 2010 г. в качестве точки отсчета, то можно увидеть, что цены на продукты питания за период 2010–2015 гг. увеличились на 78%. Как следствие, среди ключевых тенденций потребительского поведения российского населения в кризисные годы следует отметить общую тенденцию ухода потребителей в более экономичные сегменты. В том числе наблюдаются:

- переключение на более дешевые виды мяса — птицу и свинину (говядина становится нишевым продуктом);
- частичная замена мясного белка более доступным белком яиц (рынок яиц демонстрирует относительную устойчивость);
- повышение потребления молока и молочных продуктов;
- отказ от потребления экзотических фруктов и переход на традиционные для России плодоовощные культуры.

Фактически снижаются стандарты потребления россиян, возрастает их готовность идти на компромиссы по поводу качества продукции ради более низкой цены. Возрастают риски их обращения к покупкам более дешевой незаконной продукции.

Опросы общественного мнения показывают, что в 2016 г. у населения все еще сохраняется тенденция к «затягиванию поясов». 41% россиян сообщили, что за последние полгода стали экономить на еде больше, чем раньше, 46% свои потребительские стратегии не меняли, и лишь 11% ослабили экономию или вообще не экономят<sup>1</sup>. В части продовольственных товаров первостепенными статьями экономии в 2015–2016 гг. остаются мясо и птица, сыры и колбасы, рыба и морепродукты, фрукты<sup>2</sup>.

### **Производство, импорт, экспорт**

Принятая в 2010 г. в России «Доктрина продовольственной безопасности» пыталась придать российскому продовольственному рынку установку на наращивание самодостаточности в отношении производства основных продуктов питания. Эта «Доктрина» изначально имела про-

<sup>1</sup> <<http://fom.ru/Ekonomika/12626>>.

<sup>2</sup> <<http://fom.ru/Ekonomika/13029>>.

тектионистский характер и постулировала приоритет развития отечественного производства продовольственных товаров. В условиях кризиса 2014–2016 гг. необходимость наращивать локальные производственные ресурсы и обеспечивать импортозамещение стала основой политического дискурса. С августа 2014 г. российское правительство в качестве анти-санкций ввело эмбарго на импорт мяса, молока, овощей, фруктов и орехов из США, ЕС, Австралии, Канады, Норвегии. В 2015 г. эмбарго было расширено на Исландию, Албанию, Черногорию и Лихтенштейн. Временное ухудшение политических взаимоотношений с Турцией в конце 2015 г. добавило в список нежелательных поставщиков продовольственной продукции и эту страну (главным образом в отношении фруктов и овощей).

Эмбарго на импорт было призвано в том числе улучшить условия, в которых действовали российские производители. Если говорить в разрезе основных продуктов питания, то за период 2010–2015 гг. удалось достичь успехов в производстве мяса, особенно тех видов, где цикл производства относительно короток. Так, по отдельным категориям свинины рост отечественного производства составил более двух раз, а производство птицы к 2015 г. увеличилось по сравнению с 2010 г. на 56%. Сложнее оказалось с говядиной, где возникавшие еще в 1990-е годы проблемы с поголовьем и длинный производственный цикл не позволяли наращивать производство быстрыми темпами.

Позитивных изменений достигла и молочная отрасль, где производство отдельных видов продукции выросло от 10 до 50%. В целом заметно, что рывок в росте отечественного производства основных продуктов питания произошел на рубеже 2014–2015 гг. (табл. 6.1), что не в последнюю очередь было связано с высвободившимся из-за сокращения импорта потребительским спросом.

Несмотря на позитивные сдвиги в отечественном производстве, в структуре мирового рынка продовольственных и сельскохозяйственных товаров Россия в рассматриваемые годы сохраняла позицию импортера (табл. 6.2). Масштабы присутствия России в качестве экспортера весьма ограничены. И в целом у России сохраняется отрицательный торговый баланс. Даже в 2014 г., когда импорт в Россию стал сокращаться на фоне роста его стоимости из-за девальвации национальной валюты и ответа на санкции западных стран в форме продовольственного эмбарго, импортная квота (доля импорта по данной категории продукции в ВВП страны) резко выросла и достигла 47,1%.

Таблица 6.1. Динамика отечественного производства основных продуктов питания в 2010–2015 гг., млн т

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. / 2014 г., %	2015 г. / 2010 г., %
Мясо, мясные изделия и рыба, тыс. т								
Мясо скота (свежее)	220	190	178	199	183	203	11	-8
Мясо скота (замороженное)	43,0	38,6	36,0	41,6	41,1	51,7	26	20
Свинина парная	755	815	942	1232	1438	1655	15	119
Свинина замороженная	57,6	61,6	58,5	67,5	87,7	108	23	88
Мясо птицы	2774	3028	3405	3610	3979	4340	9	56
Изделия колбасные	2439	2486	2533	2502	2476	2445	-1	0
Рыба свежая и охлажденная	1151	1395	1399	1461	1167	1175	1	2
Цельномолочная продукция (в пересчете на молоко), млн т								
Молоко	4944	4926	5267	5386	5348	5447	2	10
Сливки	80,6	83,4	95,2	103	115	121	5	50
Творог	377	383	396	371	387	416	7	10
Сыры*	437	432	451	435	499	589	18	35
Масло сливочное	210	217	214	225	250	256	2	22

\* Включая сыродобные продукты.

Источник: Рассчитано по данным Росстата.

Объемы импорта продовольственных товаров (с сельскохозяйственным сырьем кроме текстильного), пережив колебания на рубеже 2010-х годов, с 2014 г. демонстрируют тенденцию к падению и сократились в 2013–2015 гг. почти на 40%. Это объясняется девальвацией рубля и введением продуктового эмбарго, не полностью компенсируемого перенаправлением импортных потоков, а также снижением объема импорта в РФ в целом, вызванного, кроме ослабления рубля, сужением потребительского спроса в кризисное время.

Впрочем, за указанный период удельный вес импорта продовольствия в общей структуре импорта в стоимостном выражении снизился незначительно (с учетом неизбежного роста цен на импортную продукцию) — с 15,9% в 2010 г. до 14,4% в 2015 г. (табл. 6.3).

По данным Аналитического центра при Правительстве РФ, под действие первой волны эмбарго попал объем импорта в Россию примерно на 9,1 млрд долл. Вторая волна эмбарго добавила к этому объему еще 241 млн долл. И по соответствующим товарным категориям сокращение импорта оказалось более значительным. Так, импорт сыров и творога к 2015 г. сократился на 55% по сравнению с 2013 г. и на 38% по сравнению с 2014 г. Импорт сливочного масла по сравнению с 2013 г. снизился на 35%, по сравнению с 2014 г. — на 38%.

Что касается картофеля, то еще на рубеже 2013–2014 гг. импорт здесь демонстрировал тенденцию к росту (на 22%), однако уже к 2015 г. произошло падение, составившее 21%.

Импортные поставки семечковых фруктов к 2015 г. сократились на 35% по сравнению с 2013 г. и на 19% по сравнению с 2014 г.

Импорт замороженной говядины устойчиво снижался и в 2013–2015 гг. продемонстрировал уменьшение на 42%.

Более внушительно сокращались объемы импорта по свиному мясу (что, видимо, было связано с большей интенсивностью импортозамещения): объем импорта свинины в натуральном выражении сократился на 51% по сравнению с 2013 г. и на 19% по сравнению с 2014 г.

Импорт мяса птицы также сокращался — и весьма заметно: на 52% в 2013–2015 гг. (табл. 6.4).

На волне введенного Россией с 6 августа 2014 г. продовольственного эмбарго в отношении стран Европейского союза и других западных стран существенно изменилась страновая структура импорта продовольствия. Целенаправленным следствием антисанкций стало значительное сокращение импорта продовольствия из стран Евросоюза. По ряду продуктовых

**Таблица 6.2.** Доля России на мировом рынке продовольствия и сельскохозяйственной продукции в 2010–2015 гг., %

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Доля в мировом импорте	2,9	2,8	2,5	2,4	2,7	1,9
Доля в мировом экспорте	0,5	0,7	1,3	0,9	1,0	1,2

Источник: Росстат.

**Таблица 6.3.** Динамика импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья (кроме текстильного), 2010–2015 гг.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Импорт, млн долл.	36,4	42,5	40,7	43,2	39,7	26,2
Удельный вес в общем импорте, %	15,9	13,9	12,8	13,7	13,9	14,4
Импорт, всего, млн долл.	229	306	317	315	286	182

Источники: Росстат; Федеральная таможенная служба РФ.

**Таблица 6.4.** Динамика импорта в РФ основных продуктов питания в 2013–2015 гг., млн т

	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Сыры и творог (код ТН ВЭД 0406)	438,4	316	198
Сливочное масло и прочие жиры и масла (код ТН ВЭД 0405)	144,4	150	94
Картофель свежий и охлажденный (код ТН ВЭД 0701)	448,2	689	547
Семечковые фрукты (яблоки, груши, айва) (код ТН ВЭД 0808)	1740,4	1398	1141
Говядина свежая и охлажденная (код ТН ВЭД 0201)	87,2	101,5	102,9
Говядина замороженная (код ТН ВЭД 0202)	571,2	531,7	332,5
Свинина (код ТН ВЭД 0203)	619,8	372,3	304,5
Мясо птицы (код ТН ВЭД 0207)	527,0	454,5	253,4

Источник: International Trade Statistics Database (<<http://comtrade.un.org/>>).

категорий существенно снизилась диверсификация импортных поставок и тем самым повысилась зависимость России от импорта из отдельных стран.

По молочной продукции лидирующим поставщиком стала Белоруссия, которая за 2013–2015 гг. увеличила свою долю по сырам с 25 до 81%, а по сливочному маслу — с 30 до 78% и переняла эстафету соответственно у Нидерландов и Новой Зеландии.

Среди поставщиков картофеля в Россию появились такие игроки, как Пакистан, обеспечивающий 8% импорта. В несколько раз нарастил объемы поставок картофеля Египет.

На рынке семечковых фруктов существенно упрочились позиции Белоруссии (с 5% в 2013 г. до 46% в 2015 г.). Ей удалось нарастить и свои позиции по мясу, где она уже и так была среди лидеров, но теперь поставки по разным категориям увеличились в среднем в 2 раза. При этом основным поставщиком различных видов мяса в Россию остается Бразилия, сумевшая заместить часть высвободившегося импорта из подпадавших под санкции стран. Например, по свинине ее доля выросла с 50% в 2014 г. до 77% в 2015 г.

Введение эмбарго на импорт может традиционно рассматриваться как пассивная мера поддержания отечественного производства. Однако, нес-

смотря на то что на рубеже 2014–2015 гг. действительно происходит рост производства по целому ряду продуктовых категорий, о серьезных успехах в импортозамещении пока говорить преждевременно. Ни по одной из основных продуктовых категорий темпы роста производства не перекрывают масштабы снижения импорта (табл. 6.5).

По оценкам экспертов, производственные мощности российского АПК пока еще недостаточны для расширенного воспроизводства. Уровень рентабельности сельскохозяйственных организаций в 2010–2014 гг. не поднимался выше 16,7% (с учетом субсидий) или 7,9% (без учета субсидий). При этом средний уровень рентабельности, обеспечивающий расширенное воспроизводство, составляет 35%<sup>3</sup>. По прогнозам экспертов, ограничения на импорт, введенные в 2014 г., будут в большей мере скомпенсированы страновой переориентацией импорта, нежели усилят импортозамещение. При этом значимым побочным эффектом установки на ускоренное импортозамещение может стать в ряде случаев и снижение качества отечественной продукции. Дефицит необходимых ресурсов и стремление участвовать в гонке на импортозамещение потенциально побуждают производителей всеми способами удешевлять свое производство, например, путем оптимизации затрат на сырье. В качестве примера можно привести наблюдаемый в молочной отрасли рост фальсифицированной продукции, когда животные жиры подменяются растительными.

На протяжении 2010–2015 гг. импорт продовольствия в несколько раз превышал экспорт соответствующей продукции. На фоне сужения импорта, актуализировавшегося курса на импортозамещение и повышения привлекательности экспорта как канала продаж в иностранной валюте этот разрыв сокращается: в 2010 г. он составлял 8,8 раза, тогда как в 2015 г. — уже 5,2 раза (табл. 6.6). Впрочем, важно помнить, что российский экспорт относительно однороден. Его ядром выступает экспорт зерновых, в основном пшеницы и ячменя. Важным экспортным товаром является также рыба. В 2015 г. статистикой ФТС фиксируется 2%-е увеличение экспорта мяса птицы.

### Конкурентная ситуация на рынках продовольственной продукции

Одним из принципиальных отличий рынка свежей продукции является то, что более 60% продукции здесь реализуется без упаковки. То есть на

<sup>3</sup> Щетинина И.В. О продовольственной безопасности России // ЭКО. 2015. № 1. С. 124–138.

**Таблица 6.5.** Оценка соотношения динамики отечественного производства основных продуктов питания относительно динамики импорта в 2014–2015 гг., тыс. т

	Производство, тыс. т		Импорт, тыс. т		Производство (2015 г. / 2014 г.), %	Импорт прирост (2015 г. / 2014 г.), %
	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.		
Скот и птица	5729	6358	1464	993	+11	-33
Картофель	2365	2895	689	547	+22	-21
Сливочное масло	250	256	125	88	+3	-30
Сыр	494	581	314	172	+17,6	-55
Семенные фрукты (яблоки, груши, айва)	633,47	642,8	1398	1141	+1,5	-18
Рыба живая, свежая, охлажденная	1167	1175	86	30	+1	-66

Источник: Рассчитано авторами по данным Росстата и International Trade Statistics Database (<<http://comtrade.un.org/>>).

**Таблица 6.6.** Доли импорта и экспорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья (кроме текстильного), 2010–2015 гг., %

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Импорт, удельный вес	15,9	13,9	12,8	13,7	13,9	14,5
Экспорт, удельный вес	2,2	2,6	3,2	3,1	3,8	4,7

Источник: Росстат.

данном рынке снижена страхующая роль брендов в части подтверждения качества продукции.

Предполагалось, что основными бенефициарами введенного эмбарго на импорт станут российские производители. Причем ставка делалась на крупные производственные предприятия, способные обеспечить масштабные объемы выпуска. В отношении рынка мяса данные ожидания оправдались. Здесь можно наблюдать усиление позиций отечественных агрохолдингов (причем не только рыночных, но и переговорных). Все компании, представляющие ключевые бренды на рынке говядины, свинины и птицы, производят свою продукцию в России. По рейтингу, впервые составленному в 2016 г. компанией «Агроинвестор», выпуск 40% мяса (все виды) в России приходится на долю 20 компаний. При этом тройку лидеров составляют российские компании — «Черкизово», АПХ «Приосколье» и АПХ «Мираторг», которые выпускают 1,6 млн т мяса от 4 млн т, произведенных 20 ведущими компаниями. АПХ «Мираторг», в свою очередь, является и крупным импортером мяса. Например, на рынке свинины, по мнению экспертов, его доля приближается к 56%, что говорит о возможной монопольной позиции.

Укрупнение игроков наблюдается также на рынке рыбы и морепродуктов. Ключевыми игроками являются ПАО «Русская аквакультура» (ранее — «Русское море»), Viciunai&Ko UAB (бренд Vici) и ЗАО «Балтийский берег». Доля продукции без упаковки (этикеток и т.п.) составляет 64% рынка. По данным Аналитического центра при Правительстве РФ, доля компаний крупнейших брендов, имеющих зарубежное производство, сократилось с 8,5% в 2013 г. до 5,7% в 2015 г., что связывается с запретом на ввоз продукции из Норвегии.

Что касается рынка плодоовощной продукции, то, по данным компании I-Marketing, доля отечественной продукции на розничном рынке свежих фруктов составляет в среднем порядка 25–35% в натуральном выражении. Рынок плодоовощной продукции импортозависим, так как российское производство овощей и фруктов высокосезонно. Производством занимаются средние компании, которых насчитывается около 60, т.е. в данном сегменте продовольственного рынка говорить о высокой консолидации рынка не приходится.

Сходная ситуация наблюдается и на рынке картофеля, где в активно функционирующий Картофельный союз входят 54 производителя. Данный рынок в меньшей мере зависим от брендов. Ориентиром качества для потребителя обычно выступает страна-производитель.

Существенной особенностью российского рынка овощей и фруктов является то, что ключевыми импортерами здесь выступают розничные сети, а именно АО «Тандер» (сеть «Магнит») и ЗАО «Дикси-логистикс» (сеть «Дикси»). Учитывая декларируемые розничными торговыми сетями установки на транспарентность и заинтересованность в борьбе с незаконной потребительской продукцией, можно было бы ожидать, что в данном сегменте оборот последней будет заметно более низким. Однако, как известно из широко растиражированных СМИ сюжетов про «польские яблоки» (и про другие категории плодов и овощей), этого не происходит. Впрочем, помимо указанных розничных сетей, на рынке присутствует много других импортеров (например, крупная компания «Айсель»), в том числе и мелких. Каким образом им удастся справиться с выросшей на фоне ослабления национальной валюты стоимостью закупок, остается вопросом. Поясним, что от 64 до 68% продукции данного рынка дебрэндировано.

Что касается рынка пакетированной продукции, то интерес к различным его сегментам предъявляют в России более 150 игроков. При этом крупнейшим игрокам — транснациональным Danone Groupe и Pepsico Inc — принадлежит соответственно 4,7 и 4,2% рынка, российским ООО «Объединенные кондитеры» — 2,7% рынка, Mars Inc — 2,5, Mondelez International Inc — 2,2, Nestle SA — 1,9, Ferrero Group — 1,5, Unilever Group — 1,1%. Доля прочих компаний не превышает 1%. Важно, что в сегменте пакетированной продукции устойчиво растет доля частных марок, которая в период 2010–2015 гг. увеличилась с 2,3 до 3,9%. Розничные торговые сети начинают размещать производственные заказы, в том числе заполняя мощности российских производственных предприятий.

Молочная отрасль получила в свое распоряжение заметный объем вывешенного с уходом импорта спроса. Параллельно с этим здесь происходил рост закупочных цен на импортируемое сырье, что вылилось, по оценкам экспертов, в соответствующий дефицит. Для игроков с высоким запасом финансовой мощности данная проблема решается. Следует отметить, что 48,2% российского рынка молочной продукции занимают международные компании (Danone Groupe и Pepsico). Российской компании ЗАО «Молвест» принадлежит 4,3% рынка. Оставшаяся часть рынка поделена между игроками, средняя доля которых не превышает 1,9%. Таким образом, для многих игроков молочного рынка актуализируется запрос на оптимизацию производственных издержек всеми доступными способами. Кроме того, в сегменте питьевых молочных продуктов весьма сильными

оказываются позиции частных марок торговых сетей — к 2015 г. их доля достигла 12,6%.

В отличие от рынка питьевых молочных продуктов, рынок сыров в России долгое время был зависим от импорта. На протяжении 2010–2015 гг. происходил постепенный рост доли брендов, производимых в России. Сегодня она составляет 25%, что напрямую связано с уходом многих иностранных брендов (например, Oltermanni) под влиянием эмбарго. Лидером рынка является компания Hochland SE. В 2014–2015 гг. рынок сыров открылся для большого количества мелких локальных игроков, получивших доступ в том числе и в розничные сети. Последние, впрочем, развивают и собственные бренды сыров — доля private labels к 2015 г. выросла до 1,1%.

Похожие тренды отмечаются на рынке творога, сметаны и сливок, где от ухода иностранных брендов выиграли российские компании. По данным Euromonitor International, 31% освободившейся доли рынка заняли мелкие игроки.

Что касается консервированной плодоовощной продукции, здесь 51% рынка занимают компании, бренды которых производятся в России. Эта доля в 2010–2015 гг. изменялась по нарастающей, и серьезным импульсом роста стало эмбарго. Некоторые из компаний (например, Lutik Group), чью продукцию затронули антисанкции, приняли решение развивать производство консервированных овощей и фруктов на территории России.

Рынок безалкогольных напитков напрямую не столкнулся с эмбарго. В силу малой зависимости от импорта сырья (за исключением сокового сегмента) он в меньшей степени пострадал и от повышения импортных пошлин. В целом на рынке негазированных безалкогольных напитков лидирующие позиции занимают транснациональные компании, главным образом Pepsico Inc (21,2% рынка), а также The Coca-Cola Company и Coca-Cola Hellenic (18,7%). К ним примыкает IDS Borjomi International с долей рынка 2,2%. Российские компании ООО «Карачинский источник», ОАО «Сады Придонья», ЗАО «Висма», ОАО «Кавминводы» занимают от 1,4 до 2% рынка каждая. Остальным 50 игрокам рынка принадлежат доли менее 1,4%. Основные масштабы производства безалкогольных напитков локализованы в России. Объемы импорта крайне незначительны. Так, в 2015 г. в страну было завезено менее 400 млн л, что составляет около 3% внутреннего производства<sup>4</sup>. При этом за 2010–2015 гг. доля частных марок выросла более чем в 2 раза — с 1,7 до 4,2%.

<sup>4</sup> <<https://profibeer.ru/analytics/13800/>>.

Рынок горячих напитков насчитывает около 50 игроков. Лидирующие позиции среди них занимают ООО «Орими Трейд» (13,8%), Nestlé SA (11,2%), Jacobs Douwe Egberts (8,9%), ОАО «Компания “Май”» (5,6%), Ahmad Tea Ltd (4,9%), Unilever Group (4,9%) и Greenfield Tea Ltd (4,7%). Доля прочих игроков составляет менее 3%. При этом эксперты говорят о реалистичности перспектив роста присутствия российских компаний, а также о потенциальном укреплении роли частных марок. Локальное производство чая и кофе набирает обороты, однако сырье для данной отрасли пока практически полностью импортируется. В целом же рынок чая и кофе считается устоявшимся.

### *Динамика продаж*

Динамика продаж для различных сегментов продовольственного рынка весьма неоднородна. Тем не менее в 2010–2014 гг. по всем категориям наблюдалось увеличение продаж (табл. 6.7). Кризис 2014–2015 гг. приостановил или замедлил темпы роста. По прогнозам Euromonitor International, в 2015–2020 гг. продовольственному рынку в России едва ли удастся улучшить показатели роста.

Оценки продаж в натуральных показателях также указывают на то, что в период 2010–2014 гг. по всем категориям наблюдался монотонный рост, тогда как на рубеже 2014–2015 гг. для многих категорий тренд переломился (табл. 6.8). Однако на уровне укрупненных рыночных сегментов рост этот не был внушительным. Объем продаж свежей продукции к 2015 г. увеличился по отношению к 2010 г. на 4%, продаж пакетированной продукции — на 5%. Примерно на 4% выросли и продажи безалкогольных напитков. Чуть более оптимистичной ситуация была на рынке горячих напитков, который в 2010–2015 гг. вырос на 7% (табл. 6.9).

Если говорить об отдельных продуктовых категориях, то за период 2010–2015 гг. наиболее ощутимо выросли следующие категории:

- спортивные и энергетические напитки (206%);
- прочие горячие напитки (особенно цикорий, 45%);
- печенье и сладкие снеки, в том числе фруктовые (28%);
- готовый к употреблению чай (25%);
- мясо (21%);
- бутилированная вода (20%);
- детское питание (18%);
- сахар и подсластители (15%);
- каши для завтрака (14%);

**Таблица 6.7.** Динамика продаж продовольствия в России в 2010–2015 гг., млн долл.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Свежая продукция	38 524,70	42 664,50	47 680,30	54 037,00	61 168,80	66 279,60
Пакетированная продукция (за исключением свежей)	58 359,10	67 204,50	72 861,90	77 494,50	79 236,10	77 306,90
Безалкогольные напитки	6 521,20	7 310,70	8 217,30	9 056,10	9 721,90	9 642,50
Горячие напитки	3 239,70	3 640,10	4 012,60	4 330,70	4 628,50	5 587,50

Источник: Euromonitor International.

**Таблица 6.8.** Динамика продаж свежей и пакетированной продукции в России в 2010–2015 гг., тыс. т

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Свежая продукция	39 657,50	42 634,40	41 829,40	42 714,40	43 079,60	41 175,50
Пакетированная продукция (без свежей)	22 240,70	22 908,20	23 432,70	23 580,70	23 238,70	23 283,20
Всего	61 898,20	65 542,60	65 262,10	66 295,10	66 318,30	64 458,70

Источник: Euromonitor International.

**Таблица 6.9.** Динамика продаж напитков в России в 2010–2015 гг., тыс. л

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Безалкогольные напитки	30 723,10	30 941,90	31 148,00	31 515,70	31 735,10	31 815,50
Горячие напитки	11 303,30	11 565,50	12 269,10	12 731,50	13 021,30	12 048,70
Продажи в целом	42 026,40	42 507,40	43 417,10	44 247,20	44 756,40	43 864,20

Источник: Euromonitor International.

- бобовые (12%);
- молочная продукция (9%).

Потенциально именно эти категории продукции — как наиболее востребованные — оказываются подвержены риску вовлечения в незаконный оборот.

Среди наиболее значительных падений стоит отметить снижение продаж в 2010–2015 гг. фруктов (на 22%) и пакетированных соков (на 15%).

Продажа продовольственных товаров осуществляется преимущественно через организованную розницу. Согласно данным Росстата, удельный вес торговых сетей в структуре розничной торговли РФ в 2010–2015 гг. стабильно увеличивался (кризисные годы не стали исключением), доля розничных рынков сокращалась на 1–1,5% ежегодно. Для продовольственных рынков это означало расширение современных торговых форматов с 51 до 56%. Потенциально это улучшает условия для сокращения незаконного оборота продукции на продовольственном рынке, так как сетевая розница декларирует свою заинтересованность в повышении прозрачности и легальности рынка.

Однако, например, для свежей продовольственной продукции открытые рынки до сих пор сохраняют важное значение и, по мнению экспертов, остаются основными каналами сбыта незаконной продукции. Кроме того, для отдельных категорий продукции сохраняют актуальность еще менее контролируемые традиционные внемагазинные форматы — например, многочисленные передвижные фруктово-овощные палатки.

Характерной тенденцией изучаемого временного периода является освоение продовольственного рынка интернет-розницей. В 2013 г. открылся интернет-магазин Metro Cash&Carry. В 2015 г. возможности онлайн-заказа с доставкой предложила торговая сеть «О'Кей». Предварительный интернет-заказ продуктов с самовывозом стал доступен в сети «Ашан». При этом рост интернет-торговли в первую очередь связывается со стандартизированной продукцией. Так, для пакетированной продукции в 2010–2015 гг. доля интернет-торговли в структуре продаж увеличилась с 0,2 до 0,6%. Доля интернет-продаж безалкогольных напитков составляет 0,1%, горячих напитков — 0,2% продаж. Свежую продукцию россияне предпочитают покупать в офлайн-магазинах, где есть возможность хорошо ее разглядеть.

Однако для продовольственного рынка канал интернет-продаж пока считается высокорисковым и финансово емким (в силу специфики хранения и транспортировки продукции). Эксперты не прочат ему заметного

роста в обозримом будущем. Реализуемые проекты также весьма схематичны. Так, интернет-проект Metro Cash&Carry устанавливает жесткое ограничение ассортимента (чай, кофе, канцтовары и моющие средства) и целевую аудиторию (для офисов). Показательно, что федеральная торговая сеть X5 Retail Group, которая в офлайне торгует преимущественно продуктами питания, в онлайн развивает магазин E5 как канал продажи непродовольственных товаров. Наиболее успешная в сфере интернет-доставки продуктов питания сеть «Утконос» в период кризиса сократила зону охвата и повысила цены.

### Регулирование легального рынка

Ключевое значение для формирования современной государственной политики в сферах обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации, защиты прав потребителей и охраны здоровья людей имело принятие Федерального закона от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (далее — Федеральный закон № 29-ФЗ) как базового системного законодательного акта Российской Федерации, регулирующего отношения в области обеспечения качества пищевых продуктов и их безопасности для здоровья людей.

В 2010 г. вопрос о требованиях к безопасности и качеству продовольственной продукции вновь актуализировался в связи с Указом Президента РФ от 30.01.2010 № 120 «Об утверждении “Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации”». По оценкам экспертов, этот документ не столько декларировал усиление систем контроля качества продовольственной продукции на российском рынке, сколько давал установку на ускоренное импортозамещение в отношении мяса (свинина, птица, крупный рогатый скот), молока, овощей открытого и закрытого грунта, семенного картофеля и плодово-ягодной продукции. Таким образом, основы для стимулирования отечественного производства продовольственной продукции были заложены еще в этот период. Введение продуктового эмбарго в августе 2014 г. обеспечило отечественным производителям дополнительную фору.

Во исполнение Указа Президента РФ от 06.08.2014 № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» постановлением Правительства РФ от 07.08.2014 № 778 в ответ на введенные в отношении России санкции был наложен запрет на ввоз в Российскую Федерацию определенного перечня

сельскохозяйственного сырья и продовольствия, включая мясо крупного рогатого скота, свинину, мясо и пищевые субпродукты домашней птицы, рыбу, молоко и молочную продукцию, ряд овощей, фруктов и орехов, страной происхождения которых являются США, страны Европейского союза, Канада, Австралия и Норвегия, сроком на один год. Во исполнение Указа Президента РФ от 24.06.2015 № 320 «О продлении действия отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» постановлением Правительства РФ от 25.06.2015 № 652 данные меры были продлены на год, причем был введен дополнительный запрет на ввоз безлактозной молочной продукции, поставляемой не для диетического лечебного или профилактического питания, и пищевых или готовых продуктов, изготовленных по технологиям производства сыров и содержащих 1,5% или более молочного жира.

Постановлением Правительства РФ от 13.08.2015 № 842 действие продовольственного эмбарго было расширено на страны, которые поддерживали санкции против России, но ранее не входили в антисанкционный перечень. Помимо США, стран ЕС, Канады, Австралии и Норвегии, в список вошли Исландия, Албания, Черногория и Лихтенштейн. В это же время постановлением Правительства РФ отдельно было оговорено включение Украины в список стран, подпадающих под эмбарго. Далее Указом Президента РФ от 28.11.2015 № 583 «О мерах по обеспечению национальной безопасности Российской Федерации и защите граждан Российской Федерации от преступных и противоправных действий и о применении специальных экономических мер в отношении Турецкой Республики» был введен ряд ограничений на поставки продовольственной продукции из Турции с 1 января 2016 г. Список конкретных продуктов был утвержден спустя два дня постановлением Правительства РФ от 30.11.2015 № 1296, и в него вошли: мясо птицы, томаты, лук, капуста, огурцы, апельсины, мандарины, виноград, яблоки, груши, абрикосы, персики, сливы, клубника.

Продовольственное эмбарго способствовало высвобождению рынка, который мог быть освоен отечественными производителями. Однако далеко не факт, что в условиях экономического кризиса все игроки могли использовать данное преимущество, оставаясь в зоне легальности. Как будет показано далее, в отдельных отраслях ускоренное импортозамещение стимулировало отечественных производителей прибегать ко всевозможным способам оптимизации производственного процесса, в том числе и нелегальным. Кроме того, утвержденное с августа 2014 г. эмбарго

поставило импортеров перед необходимостью экстренного снижения запланированных в Россию поставок. Это обусловило запрос на переориентацию страновой структуры ввоза запрещенной продукции, что способствовало росту серого импорта. При этом схематичность отдельных запретительных мер оставляла для такого импорта ряд квазизаконных обходных путей.

В связи со вступлением в ВТО перед Россией открывается возможность расширения экспорта продовольственных товаров, однако российские предприятия окажутся в конкурентной среде.

Значительный эффект для продовольственных рынков имели и изменения, связанные с реструктуризацией российской розничной торговли. Федеральным законом от 30.12.2006 № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» предусмотрен перевод розничных рынков исключительно в капитальные здания, строения и сооружения. В целом принятие данного закона ознаменовало курс на поддержку цивилизованных форматов торговли, в результате чего каналы дистрибуции были перенаправлены с открытых рынков в магазинную торговлю. По оценкам экспертов, сужение доли открытых рынков в структуре розничных продаж продовольствия способствовало и сокращению объемов незаконной продукции, для которой открытые рынки долгое время оставались ключевым каналом сбыта. Однако сегодня наблюдается обратный тренд.

В правительстве РФ периодически обсуждается возможность частичного возвращения к использованию розничных рынков и ярмарок выходного дня, что обеспечит расширение каналов сбыта как для мелких российских производителей, так и для недобросовестных игроков. Кроме того, в рамках постановления Правительства РФ от 14.07.2012 № 717 «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг.» утверждена программа развития федеральной сети оптово-распределительных центров как фактора развития дистрибуции сельскохозяйственной продукции. На строительство таких центров в 2015–2020 гг. выделено 79,4 млрд руб. Потенциально это усилит риски роста оборота незаконной продукции. Отчеты Роспотребнадзора за 2011–2015 гг. и без того указывают на то, что на переломе 2014–2015 гг. возросло число обращений со стороны российских потребителей по поводу нарушения их прав в розничной торговле продовольственными товарами.

**Таблица 6.10.** Виды и динамика обращений граждан на нарушение их прав в сфере розничной торговли за 2011–2015 гг., количество обращений

	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Всего обращений в Роспотребнадзор	262 543	280 587	321 665	308 902	329 829
В том числе по вопросам розничной торговли	116 597	127 127	137 615	136 475	153 337
Из них продовольственными товарами	29 829	29 209	33 590	32 647	43 636

Источник: Роспотребнадзор.

По данным Росстата, можно видеть, что в 2011–2015 гг. проверяющие органы все чаще сталкиваются на российском продовольственном рынке с некондиционной продукцией (табл. 6.10). При этом если в номенклатуре отечественных продуктов питания наибольшее число таких случаев затрагивает плодоовощные и ягодные консервы, сыр и животные жиры (сливочное масло), то в структуре импортной продукции наиболее проблемными товарными категориями являются рыбные продукты, мука и опять же сливочное масло (табл. 6.11).

Заметим, что государственные органы все более тщательно контролируют качество продовольствия на российском рынке — количество проверок, реализуемых Роспотребнадзором, ежегодно растет. По данным таких инспекций, в 2016 г. не прошли проверку на качество среди отечественных товаров 5,4% проб мяса и птицы, 5,8% проб цельномолочной продукции, 8,3% рыбной пищевой продукции, 4,0% животного масла, а среди импортных товаров — 7,3% плодоовощных консервов, 10,2% макаронных изделий, 19,4% рыбной пищевой продукции.

### Нелегальный рынок продовольственной продукции

#### Объем незаконного оборота продовольственной продукции

По итогам мировой операции «Opson V», реализованной с ноября 2015 г. по февраль 2016 г., правоохранительными органами 57 стран (включая Россию) совместно с Интерполом и Европолом, а также с таможенными службами и регулирующими организациями с целью выявления и пресечения продаж небезопасной для здоровья продукции, конфисковано

**Таблица 6.11.** Качество отечественных и импортных товаров, поступивших на российский потребительский рынок в 2010–2015 гг. (забраковано и снижено в сортности, % от общего объема проинспектированных товаров)

	2010 г.		2011 г.	
	Отечественные товары	Импортные товары	Отечественные товары	Импортные товары
Мясо и птица	8	6	3	2
Мясо птицы	7	7	7	2
Колбасные изделия	7	2	3	41
Консервы мясные и мясо-растительные	3	5	2	0
Продукция рыбная пищевая товарная (без рыбных консервов)	12	15	8	11
Цельномолочная продукция	7	4	6	3
Изделия макаронные	1	0	1	1
Крупа	6	2	2	12
Мука	5	0	1	64
Изделия кондитерские	9	7	7	9
Масло животное	6	0	4	0
Масла растительные	1	0	2	11
Продукция маргариновая и майонезная	9	0	2	0
Сыры	3	2	3	3

Источник: Росстат.

2012 г.		2013 г.		2014 г.		2015 г.	
Отечественные товары	Импортные товары						
5	4	13	6	2	4	5	3
3	3	4	10	3	8	7	2
2	2	2	0	1	1	3	2
0	0	0	0	0	0	0	0
4	22	6	3	4	18	8	19
4	4	1	3	4	2	6	3
1	0	0	0	1	0	1	0
2	16	1	0	1	11	1	1
1	0	2	0	0	0	1	0
6	0	4	27	2	25	4	6
2	0	2	0	4	2	4	0
1	0	0	0	0	2	0	0
1	0	1	0	3	2	2	0
1	2	1	4	3	4	2	5

свыше 11 131,18 т, 1 449 056,40 л и 5,5 млн ед. незаконной продовольственной продукции (табл. 6.12). К сожалению, данные отдельно по России в публичных отчетах этого проекта не представлены. Тем не менее общемировая ситуация является показательной.

Поясним, что незаконной в рамках данной операции считалась как контрафактная продукция, так и продукция с недостоверными этикетками, а также контрабанда. В табл. 6.13 представлена динамика выявленных правонарушений в классификации, используемой в рамках проекта. Стоит отметить мировой тренд к увеличению доли неучтенного оборота продовольственной продукции.

Если говорить о продукции, измеряемой в тоннах, то в 2015 г. 66% мировой незаконной продукции такого типа составили приправы и специи, 15% — фрукты и овощи, 8% — рыба и морепродукты, 4% — сахар и сладости, 3% — мясо и мясные продукты, 2% — крупы и еще 2% — молочная продукция. В структуре продукции, объемы которой фиксируются в литрах, 35% составили жидкие приправы (включая растительные масла, уксусы и т.п.), 25% — безалкогольные напитки, 11% — питьевая молочная продукция.

В целом продуктовая структура выявляемой незаконной продукции и характер сопряженных с ней правонарушений весьма подвижны. Это потенциально указывает на высокую гибкость каналов и способов реализации незаконной продукции, а также, возможно, на страновую специфику представленности тех или иных форм незаконного оборота, которая вносит свой вклад в результаты проекта «Opson» по мере включения в состав его сторонников новых стран. Ситуация осложняется и гетерогенностью самого продовольственного рынка, где разные сегменты в силу своих особенностей сталкиваются с различными формами незаконного оборота.

По итогам реализованного в рамках данного исследования экспертного опроса, две трети экспертов, представляющих продовольственный рынок, говорят о том, что проблема незаконного оборота здесь, как минимум, «ощутима», а треть экспертов, признавая наличие проблемы, не относят ее к числу первостепенных. По данным нашего исследования, основные объемы незаконного оборота продовольственной продукции во всех возможных форматах сконцентрированы в категориях свежей и упакованной продукции, хотя драйверами являются потоки фальсифицированной продукции и серый импорт из стран, подпавших под эмбарго. В то же время для сегментов горячих напитков и безалкоголь-

Таблица 6.12. Объемы обнаруженной незаконной продукции в 2012–2015 гг., проект «Opson»

Единица измерения	2012 г. (29 стран)	2013 г. (33 страны)	2014 г. (47 стран)	2015 г. (57 стран, включая Россию)
Тонны	26 286	5 661,41	11 591,77	11 131,18
Литры	35 702,48	683 716,00	814 563,19	1 449 056,4
Единицы	2 310,131	255,082	1 233,911	5 549,328
Бутылки	394,763	170,175	Включено в предыдущую статью	Включено в предыдущую статью

Источник: Отчеты проекта «Opson», волны 2–5.

Таблица 6.13. Характер нарушений, выявленных при обнаружении незаконной продовольственной продукции в 2012–2015 гг., проект «Opson», % от выявленной незаконной продукции

	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Угроза безопасности продукции	20	31	38	19
Обман покупателей	1	19	15	17
Фискальные нарушения	4	32	27	49
Нарушение интеллектуальных прав	16	8	16	4
Другое	50	9	4	11

Источник: Отчеты проекта «Opson», волны 2–5.

**Таблица 6.14.** Структура практик незаконного оборота продукции для разных сегментов российского продовольственного рынка, 2016 г.

	Подделки-имитации (looks alike)	Подделки-фальсификат	Серый импорт	Параллельный ввоз	Неучтенное производство
Свежая	—	+	+	—	+
Пакетированная	+	+	+	+	+
Безалкогольные напитки	+	+	—	—	+
Горячие напитки	+	+	—	—	+

Источник: Данные текущего исследования.

ных напитков основную проблему представляют подделки (как правило, изготавливаемые в процессе неучтенного производства), хотя и здесь по большинству категорий ситуация пока еще находится под контролем (табл. 6.14).

Кратко охарактеризуем отдельные формы незаконного оборота продовольственной продукции.

#### **Контрафактная и фальсифицированная продовольственная продукция**

Учитывая гетерогенность продовольственного рынка, в контексте контрафакта очень важно различать три вида практик:

- подделки, связанные с фальсификацией продукции и введением потребителя в заблуждение относительно содержания или происхождения товара;
- подделки, полностью имитирующие продукцию известных брендов;
- «паразитические» подделки, когда на рынке появляются легальные продукты, форма и содержание которых сопоставимы с продукцией известных брендов до степени смешения.

Рассмотрим каждый из видов незаконного оборота.

#### **Фальсификация продукции**

Проблема фальсификации продукции, в том числе и легальными игроками, очень остро стоит сегодня в сегментах свежей и пакетированной продукции. Во всех случаях фальсификация сопряжена с обманом потребителей. Качество фальсифицированной продукции неизменно ниже качества оригинальной, и, хотя речь не идет о немедленных отравлениях, возникающие на фоне ее потребления отложенные риски для здоровья весьма высоки. При этом потребитель не всегда способен избежать этих рисков: фальсификат камуфлируется производителями, а его стоимость часто сопоставима со стоимостью доброкачественной продукции.

Хотя по отдельным продуктовым категориям проблема фальсификации продукции стала нарастать в кризисный период, речь идет об усилении симптомов «хронического заболевания».

Наиболее сложной ситуация является в сегменте производства молочной продукции, особенно сливочного масла и сыров, а также в сегменте рыбы и морепродуктов. На обоих рынках имеет место частичная или полная подмена используемого для производства сырья более дешевыми аналогами (дикой рыбы — искусственно выращенной, дорогих сортов — дешевыми), что позволяет недобросовестным производителям удерживать более высокую маржинальность своей продукции, по сути, создавая условия для недобросовестной конкуренции.

Так, по данным Национального союза производителей молока (Союзмолоко), в целом по молочной продукции фальсификат в России может достигать 10–20%. Этот фальсификат главным образом сводится к замене части животных жиров растительными.

По оценкам некоторых экспертов, фальсификат рыбы занимает от 40 до 50% российского рынка. Здесь он возникает прежде всего в результате подмены более дорогих сортов рыбы менее дорогими (для этого приходится манипулировать и данными соответствующих лабораторных исследований).

Еще одной распространенной практикой подмены дорогой рыбной продукции дешевой является инъектирование рыбы водными растворами для увеличения продажного веса (порой достигает 50–60%).

Страдает от проблемы фальсификации и рынок минеральной воды. Сталкиваются с фальсификатом также растениеводческие сегменты продовольственного рынка. В данном случае речь идет о фальсификации надписей о происхождении товара, но это связано не с серым импортом про-

дукции, а с желанием продавцов использовать потребительское доверие. Например, Росконтролем была выявлена замена этикеток для мандаринов, импортированных из Китая, этикетками, где страной происхождения цитрусов считалась Абхазия.

Рынок картофеля, для которого ключевой проблемой является дефицит семенного материала, сталкивается с нарушениями на этикетках именно на эту продукцию.

*«Белоруссия поставляет контрафакт в огромном количестве, как только начинается сезон. Там есть целый административный район, который издавна специализируется на производстве и продаже обычного семенного материала, но он выдается в России за гибриды. В соседнем с нами областном центре — Владимире много контрафакта пакуют. Ну, я бы так сказал: собака лает, а караван идет»* (крупный российский производитель картофеля).

### Подделки

В 2015 г. в базе ТРОИС зарегистрировано более 250 товарных знаков, относящихся к продовольственной продукции.

Проблема подделок особенно сильно беспокоит экспертов рынка горячих напитков, главным образом чая и кофе. Масштаб проблемы достигает 1% оборота данного рынка, что является пороговым значением, актуализирующим усилия правообладателей по выявлению и контролю поддельной продукции.

*«Производство того же чая в пакетиках превратилось в рутину: стоит китайская машина, для которой нужен квадратный метр, засыпается чай, стоят ленты, которые со скоростью хорошего пулемета выстреливают это дело, а остальное — ручная работа: разложить по коробочкам. Тут работают преступные группировки, которые имеют национальный характер. Интересно, что, как правило, производят одни люди, оптом продают другие, а в розницу продают все кому не лень. И все прекрасно знают, что они продают контрафакт»* (представитель юридической фирмы).

Качество поддельной продукции в данном сегменте по сравнению, например, с 1990-ми годами в значительной мере приближено к качеству оригинальной. Упаковка поддельной продукции зачастую и вовсе неотличима.

*«Подделки внешне очень качественные. Подделку сейчас может выявить только специалист, который прошел обучение. Это хорошая полиграфия, хорошее качество самой упаковки, ламината, а главное, что внутри — кофе. Настоящий и*

*хороший. Несколько лет назад там могли быть желуди, цикорий и ячмень, перемолотые и смешанные, а сейчас это нормальный и безопасный для потребителя продукт»* (глобальная компания — производитель продовольственной продукции).

Незаконные производители эксплуатируют высокую ценовую чувствительность российских потребителей, а также трудности с оценкой качества содержимого упаковок чая и кофе. Потребители сталкиваются с ними в условиях, с одной стороны, органических особенностей сырья, зависящих от урожая, а с другой — жесткой монополистической конкуренции, заставляющей производителей постоянно обновлять содержимое своей продукции (новый вкус, новая обжарка и т.п.). В результате стоимость поддельных чая и кофе отличается от цены оригинальной продукции всего на 5–10%.

Что касается проблемы паразитических имитаций (в том числе со стороны СТМ розничных сетей), то на продовольственных рынках случаи явного клонирования брендов становятся все более редкими. Сказывается активная деятельность по защите брендов, развиваемая правообладателями. Будучи научены горьким опытом первой половины 2000-х годов, сегодня они тщательнее относятся к регистрации своих товарных знаков, закрепляя право не только на названия и элементы этикеток, но подчас и на форму продукта и т.п. Не последнюю роль играет накопленный в России позитивный опыт судебного регулирования данной проблемы, в ходе которого решения принимались в пользу правообладателей. Кроме того, так как марки-имитаторы зачастую выигрывают на рынке лишь в относительно краткосрочной перспективе, развитие производства таких марок, по-видимому, становится менее привлекательным, к тому же их более низкое качество в итоге отталкивает потребителей. В то же время сегодня даже на полках сетевых магазинов, отказывающихся от реализации незаконной продукции, можно увидеть товары, характеристики которых близки к параметрам продукции, выпускаемой под сильными брендами крупнейших компаний. Как и на других рынках, в сфере продовольствия паразитирование на оригинальных брендах становится все более изобретательным, причем к подобным стратегиям прибегают и некоторые легальные игроки.

### Параллельный импорт

Проблема параллельного импорта в 2010–2015 гг. не представляла для рынков продовольственной продукции большой угрозы. За этот период

в сводках ФТС России лишь единожды возникает информация о задержанной весьма незначительной по объему кондитерской продукции известного бренда, произведенной компанией-оригинатором на Украине с попыткой последующего ввоза в РФ. Наблюдаемая картина может быть предположительно объяснена следующим образом.

Если говорить о рынках свежей продукции, то она в большинстве своем является дебрэндрованной. Якорем идентификации такой продукции является страна-производитель, поэтому любые обнаруженные нарушения атрибутируются, скорее, проблеме серого импорта. Кроме того, в данном сегменте в указанные годы росла доля локальных российских игроков.

В сегментах пакетированной продукции в 2010–2015 гг. для международных компаний параллельный импорт, даже если он имеет место, не является острой проблемой, так как не наносит урона брендам и не подрывает доверие со стороны потребителей. В свою очередь, распространение произведенной в России продукции на территории других стран ЕАЭС сдерживается более высокой стоимостью российской продукции.

В сегменте горячих напитков после кризиса 2008–2009 гг. компании говорили об актуальности проблемы параллельного импорта, что в значительной мере было связано с тем, что в начале 2010-х годов часть готовой продукции здесь импортировалась крупными производящими компаниями, которые пока еще не локализовали свои производства. Однако в дальнейшем обработка сырья и его фасовка стали производиться в России, импорт переориентировался на закупки сырья из различных стран оптом. Как следствие, обнаруживаемые на таможенной границе нарушения были связаны с проблемой серого, а не параллельного импорта.

В сегменте безалкогольных напитков сегодня можно зафиксировать присутствие на рынке импортной продукции брендов, производимых на территории России. Однако и здесь компании не артикулируют данную ситуацию как проблемную.

### ***Серый импорт***

До введения эмбарго на импорт продовольственной продукции из стран ЕС в августе 2014 г. продукты питания очень редко фигурировали в сводках ФТС, отражающих масштабы нелегального ввоза. Так, в отчетах ФТС за 2011 г. в списке товаров, завоз которых в Россию чаще всего является предметом правонарушений, продукты питания попросту от-

сутствуют (в отличие, например, от алкогольной продукции, табака, одежды и обуви). В целом новости об изъятии на российской границе партий «яблок» в 2010–2012 гг. на деле отсылают к серому импорту мобильных телефонов соответствующего бренда.

В этот же период участники рынка горячих напитков говорят о том, что масштабы серого импорта сырья могли достигать 50%, что было связано со стремлением недобросовестных импортеров сэкономить на оплате высоких для данной товарной позиции таможенных пошлин.

В целом ФТС чутко реагирует на случаи обострения международных отношений с теми или иными странами (запрет на ввоз молочной продукции из Литвы в 2014 г., запрет на ввоз свинины из Польши в 2013 г.), связанные с введением запрета на импорт продовольствия, однако масштабы нелегального ввоза, которые возникают в период обострений, весьма скромны. Параллельно с этим периодически возникает информация о попытках незаконного ввоза той или иной продукции со стороны физических лиц, однако объемы ввоза зачастую исчисляются несколькими десятками килограммов. Добавим, что в этот период некоторые компании эксплуатируют схему нелегального ввоза в Россию запрещенной продукции под видом транзита через Россию, который в действительности выгружается на российских оптовых складах.

С введением Россией эмбарго на импорт отдельных продуктов питания «яблоки» превращаются в яблоки, и уже сама продовольственная продукция начинает нуждаться в подборе товаров прикрытия с низкими профилями риска. Антисанкции введены Россией в августе 2014 г., а уже в ноябре 2014 г. российская таможня одновременно задерживает первые семь грузовиков с запрещенной плодоовощной продукцией с поддельными фитосертификатами, причем все они следуют из Белоруссии (а один — транзитом из Белоруссии в Казахстан). Тема незаконного ввоза санкционированной продовольственной продукции становится центральной для новостей ФТС. За период с 7 августа 2014 г. по 31 декабря 2015 г. Главным управлением по борьбе с контрабандой и оперативными подразделениями ФТС задержано и изъято более 1076 т запрещенных к ввозу товаров мясной, плодоовощной и молочной продукции стоимостью свыше 138,7 млн руб.<sup>5</sup> Среди 550 дел об административных правонарушениях наибольшее количество дел об административных правонарушениях (АП) было воз-

<sup>5</sup> <[http://www.customs.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=22499:2016-01-27-10-44-29&catid=40:2011-01-24-15-02-45&Itemid=2094&Itemid=1835](http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=22499:2016-01-27-10-44-29&catid=40:2011-01-24-15-02-45&Itemid=2094&Itemid=1835)>.

буждено по фактам ввоза в Россию подсанкционных товаров из следующих стран:

- из Белоруссии — 256 дел об АП;
- из Литвы, Польши (в Калининградскую область) — 112 дел об АП;
- с Украины — 39 дел об АП;
- из Казахстана — 28 дел об АП;
- из Латвии — 26 дел об АП;
- из Финляндии — 22 дел об АП;
- из Эстонии — 18 дел об АП.

За период с сентября 2014 г. по сентябрь 2015 г. подразделениями таможенного контроля после выпуска товаров, правоохранительными подразделениями таможенных органов в сотрудничестве с Россельхознадзором, Роспотребнадзором проведено 1351 проверочное мероприятие в отношении 4696 т товаров. В разрезе номенклатуры товаров, подвергшихся проверке, наибольший объем занимают фрукты и орехи (42,5%), второе место — мясо (27,9%), третье место — овощи (19,5%), затем — молочные продукты (8,7%). Наименьшую долю составляют рыба и колбасы.

Периодически в новостях ФТС за 2014–2015 гг. проходит информация о попытках завоза санкционированной продовольственной продукции физическими лицами, пытающимися заработать на продаже теперь редких, а потому дорогостоящих товаров. Штраф за такую деятельность для физических лиц составляет всего 1–2 тыс. руб.

Однако чаще всего поставки крупных партий товара обеспечиваются транспортными компаниями. При этом следует отметить, что некоторые компании неоднократно привлекались к ответственности за незаконный ввоз и при этом не прекратили свою деятельность. Штрафы за нарушение правил ввоза продукции на территории РФ для юридических лиц варьируются от 50 тыс. до 300 тыс. руб. с конфискацией товара. И, по-видимому, для таких компаний подобные штрафы нечувствительны.

Можно также заметить, что различные виды незаконно ввозимой продукции тормозятся на одних и тех же таможенных постах, что, в том числе по оценкам самой ФТС, косвенно свидетельствует о попытках отстроить постоянные каналы подобных поставок. Так, по оценкам ФТС, в 2014–2015 гг. участились случаи нелегального ввоза мяса крупного рогатого скота через Украину. Шлюзом для запрещенной молочной и плодоовощной продукции, по оценкам ФТС, фактически становится Белоруссия.

Описывая структуру российского импорта по отдельным странам, мы говорили о том, что, например, импорт семечковых фруктов из Бе-

лоруссии в Россию с 2013 по 2015 г. повысился на 438,6 тыс. т, импорт сыров и творога — на 51,2 тыс. т, импорт сливочного масла — на 30 тыс. т. При этом официальная статистика Белоруссии позволяет увидеть, что рост внутреннего производства сыра в этот период в стране составил 46 тыс. т, а рост внутреннего производства сливочного масла за 2013–2015 гг. — 14,4 тыс. т.

В то же время на уровне страновой структуры импорта сыров в Белоруссию можно увидеть, что, например, в 2013 г. объемы импорта сыра в Белоруссию из Нидерландов (на тот момент один из основных поставщиков, обеспечивающих 13% импорта сыров и творога в Россию) составлял 77 тыс. т. После введения санкций в России Нидерланды в 2014 г. практически в 2 раза (с 57,6 до 25 тыс. т) сокращают свои поставки сыра и творога в Россию. При этом в Белоруссию импорт сыра и творога из Нидерландов в 2014 г. увеличивается в 8 раз по сравнению с 2013 г. (до 630 тыс. т) и практически в 10 раз на момент 2015 г. (до 730 тыс. т). Добавим, что, по данным Россельхознадзора, более 40% проб питьевого молока из Белоруссии показало наличие сухого молока, что запрещено техническим регламентом Таможенного союза.

Похожие тенденции наблюдаются и в отношении семечковых фруктов. Так, поставки яблок, груш и айвы в Белоруссию из Польши в 2013 г. составляли 169 тыс. т. В этот период Польша была лидером среди импортеров соответствующей продукции в Россию. К 2014 г. Польша вынуждена сократить поставки в Россию в 2 раза (с 751,5 до 439 тыс. т). В это же время импорт польских фруктов в Белоруссию в 2014 г. достигает 284 тыс. т, что на 68% выше, чем в предыдущем году, а в 2015 г. составляет 207,8 тыс. т, что на 23% выше, чем в 2013 г. Сама Белоруссия становится лидером импортных поставок семечковых фруктов в Россию, к 2015 г. увеличив поставки в Россию в 6 раз по сравнению с 2013 г. (табл. 6.15). А в целом поставки овощей и фруктов из Белоруссии за 3 года, по данным Россельхознадзора, выросли в 2,8 раза. При этом часть импортируемой продукции поступает в Россию по поддельным фитосанитарным сертификатам страны происхождения (т.е. с использованием транзитных схем).

Таким образом, совсем недавно идея о том, что Белоруссия занимается реимпортом запрещенной в России продукции («белорусский продовольственный офшор»), прозвучала практически на официальном уровне.

Одно из первых формальных предъявлений претензий по отношению к Белоруссии со стороны России было сделано в ноябре 2014 г., когда Россельхознадзор пытался предотвратить поставки санкционированной про-

**Таблица 6.15.** Импорт Белоруссия — Россия по отдельным категориям продовольственных товаров, 2013–2015 гг., тыс. т

	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Говядина свежая и охлажденная	47,2	75	92
Говядина замороженная	28,5	22	27
Мясо птицы	82,0	95	118,5
Сливочное масло	43	59	73
Сыры и творог	108,8	129	160
Яблоки, груши, айва	88,4	216	527

Источник: International Trade Statistics Database (<<http://comtrade.un.org/>>).

дукции из Белоруссии под видом транзита в Казахстан, настаивая на необходимости введения обязательных таможенных проверок таких грузов. 24 ноября 2014 г. Россельхознадзор попросил Минсельхозпрод Белоруссии с 30 ноября вообще прекратить оформление продовольственного транзита через Россию (в том числе в Казахстан) и отменить все ранее выданные разрешения<sup>6</sup>.

30 июня 2016 г. в Гааге состоялась официальная встреча Россельхознадзора, Еврокомиссии и Белоруссии, где белорусской стороне были предъявлены обоснованные анализом мировой статистики обвинения в том, что под видом африканской продукции в РФ через Белоруссию по поддельным сертификатам поставлялась продукция из стран, подпавших под российское продовольственное эмбарго<sup>7</sup>. Одним из поводов к данной встрече послужило то, что через Белоруссию в Россию завозились фрукты, маркировка происхождения которых не соответствовала структуре производства сельскохозяйственной продукции в указанных в маркировке африканских странах (Буркина-Фасо, Гвинея, Камерун, Либерия и т.д.).

Ремаркировка страны происхождения продукции (реально произведенная или сфальсифицированная на уровне сопроводительных документов) и использование фиктивных сертификатов — лишь один из приемов, делающих возможным ввоз в Россию санкционированной пищевой продукции.

<sup>6</sup> <<https://rusevik.ru/news/144254>>.

<sup>7</sup> <<http://www.interfax.ru/business/515420>>.

Частично возможность для такого ввоза, по свидетельствам участников рынка, была обеспечена прорехами в списке товарных категорий, подпавших под санкции. Так, обеспокоенная ввозом европейской молочной продукции ассоциация «Союзмолоко» неоднократно заявляла в прессе, что запрещенная продукция может поставляться в Россию под видом категорий, которых санкции не коснулись. Например, санкционная сырная продукция могла ввозиться под видом концентратов белков и их смесей, пищевых добавок или товаров, предназначенных для детского питания. Кроме того, могла эксплуатироваться не попавшая под эмбарго категория «специализированных» безлактозных продуктов, предназначенных для диетического лечебного и диетического профилактического питания. Участники говорили о том, что недобросовестные импортеры могли использовать коды, маркирующие сыроподобную продукцию, провоза под видом нее полноценные сыры.

Кроме того, согласно Указу Президента РФ от 29.07.2015 № 391 имеются как минимум два исключения при ввозе санкционной продукции в Россию. Первое — если товары ввозятся гражданином для личного пользования, второе — если речь идет о транзитных грузах. Как было сказано ранее, по данным ФТС, оба эти «окна» осваиваются незаконными поставщиками санкционированной свежей продукции.

Что касается рынков пакетированной продукции, безалкогольных напитков и горячих напитков, то, если судить по оценкам экспертов в совокупности с данными ФТС, для них проблема серого импорта в 2010–2015 гг. не являлась актуальной. По-видимому, это связано с тем, что многие компании из данных сегментов, среди лидеров которых находятся транснациональные игроки, к этому времени наладили локальное производство основных линеек продукции на территории России. При этом поставки импортируемой продукции и сырья также осуществлялись крупными игроками самостоятельно.

### **Черный импорт**

Важно отметить, что для ряда продовольственных рынков актуальной является не только проблема серого импорта, но и тема контрабанды. В частности, речь идет о рыбной отрасли, натуральная продукция которой — часть государственных стратегических запасов. В период 2010–2015 гг. в новостных сводках ФТС регулярно появляются сообщения о пресеченных попытках контрабанды продукции рыболовецкой отрасли (красная, черная икра, мясо камчатского краба, ценные виды рыб)

из России. С учетом того что усиление отечественного производства осуществляется с расчетом и на увеличение законного экспорта российской продовольственной продукции, данные факты со временем могут стать источником серьезных проблем.

### **Неучтенные производство и продажа продовольственной продукции**

На протяжении 2010–2015 гг. в СМИ регулярно публикуются репортажи, свидетельствующие об обнаружении подпольных цехов по производству продовольственной продукции. В 2014–2015 гг. такие сообщения участились, что, по-видимому, связано с ростом рентабельности подобных производств на фоне девальвации рубля и переориентации потребительского спроса на более дешевую продовольственную продукцию.

Анализ новостных сводок МВД РФ за 2013–2015 гг. позволяет сказать, что наиболее привлекательными для незаконного производства оказываются такие категории товаров, как молочная продукция, бутилированная питьевая вода, кофе и чай. В 2015 г. участились случаи, когда на базе подпольных производств изготавливаются сыры, которые потом выводятся на рынок как сыры импортного происхождения. Масштабы подпольного производства продовольственной продукции невелики, в этом смысле она в меньшей мере наносит урон прибыли компаний-оригинаторов. А вот риски подрыва потребительского доверия весьма высокие. Качество подпольно произведенной продукции неизменно отличается от качества оригинальной в худшую сторону. И если на рынке горячих напитков производители говорят об улучшении содержимого подпольно произведенных подделок, то в случае с молочной продукцией риски для безопасности потребителя заметно возрастают. В первую очередь это связано с тем, что на таких производствах высок запрос на максимальное удешевление производственного сырья. Кроме того, здесь игнорируются ветеринарно-санитарные нормы, отсутствуют какие-либо системы контроля качества продукции, не соблюдаются требования к хранению продукции.

### **Каналы продаж незаконной продовольственной продукции**

По оценкам экспертов, основным каналом распространения незаконной продовольственной продукции в 2010–2015 гг. оставались розничные рынки. Именно поэтому производители крупнейших брендов вели здесь прицельную «профилактическую» работу с продавцами. Тем не менее в

отношении данного канала сбыта наблюдается позитивная динамика. Если в начале 2000-х годов около 70% продовольственной продукции, предлагаемой на открытых рынках, составляла незаконная продукция, то сегодня этот показатель намного ниже. Сужение доли розничных рынков в структуре розничной торговли существенно улучшило ситуацию. Тем не менее устойчивые сетевые взаимоотношения между оптовым и розничным звеном, функционирующим на грани легальности, сохраняются.

*«Кого-то загнали в цивилизованный формат, кого-то — нет. Зачастую цивилизованный формат — это внешняя сторона. А за фасадом зачастую остаются те же самые отношения, когда на бумаге пишутся заказы, бухгалтерия ведется в блокноте, родственные связи, этнические связи. Кто-то занимается оптом, кто-то — розницей»* (представитель отдела по борьбе с незаконной продукцией, глобальный производитель продуктов питания).

Улучшению ситуации на открытых рынках способствует большая осторожность продавцов. Незаконная продукция перемешивается с законной на уровне пересортицы и продается выборочно тем потребителям, которые, по оценкам продавцов, не смогут увидеть разницу.

*«Естественно, в торговых точках присутствует оригинальный продукт, разбавленный контрафактом. Они не специализируются, это обычное явление. Продавцы — осторожные люди, они реально понимают, что нарушают закон. И если мы подойдем к палатке и попросим продать нам контрафакт, они продадут, но оригинал, потому что, судя по нам, мы не обычные покупатели»* (глобальный производитель продуктов питания).

Что касается сетевой розницы, то, несмотря на заключаемые с правообладателями договоры поставок и регулярные заявления представителей крупного ритейла о своем стремлении бороться с незаконным оборотом продовольственной продукции, нелегальные товары, как свидетельствует Росконтроль, продолжают попадать на их полки. Правообладатели объясняют такую ситуацию человеческим фактором, мошенничеством отдельных сотрудников.

*«Не буду называть сети, но такие случаи были. И в нашей практике была сеть очень известная, в магазинах которой мы обнаруживали стопроцентную подделку нашего чая. Нам пришлось организовать рейд совместно с полицией в очень большом количестве магазинов по Москве одновременно. Не в десяти, не в пятнадцати, а в десятках магазинов. Только по Москве. И [за этим стояло] не то, чтобы среднее звено, а байеры, товароведы магазина, которые принимают самостоятельные решения. Естественно, руководство магазина об этом не знало. Ког-*

*да мы сообщили руководству магазина, оно было настроено достаточно жестко. И, закупая данный чай, товароведы были уверены, что покупают контрафакт, потому что стоимость была ровно в 2 раза ниже, чем у оригинального продукта. И опытные товароведы, которые всю жизнь проработали, все это прекрасно понимают. Были заведены большие уголовные дела»* (глобальный производитель продуктов питания).

В то же время не стоит упускать из виду зафиксированный в ходе тестов Росконтроля факт, когда в 2015 г. несколько крупных розничных сетей игнорировали требования к маркировке страны — производителя импортируемой плодоовощной продукции. Обращают внимание ситуации, когда на полках сетевой розницы появляются сходные до степени смешения имитации брендированных товаров, например, на рынке готового к употреблению чая. Примечательны также случаи, когда в 2016 г. на полках сетевых супермаркетов были обнаружены сыры, марки которых официально прекратили свою дистрибуцию в России, или икра лососевых рыб, бренд которой приостановлен компанией-оригинатором.

Следует отметить и появление сетевых магазинов, позиционирование которых связано с экономичным сегментом и особыми режимами предлагаемых потребителю цен (например, фиксированные цены). Такие магазины не торгуют свежей пищевой продукцией, но некоторые виды упакованной продукции, особенно безалкогольные напитки, там присутствуют, и очень часто речь идет о контрафакте.

Отдельным каналом сбыта, вызывающим опасения у экспертов рынков, является интернет-торговля. Через этот канал может распространяться поддельная продовольственная продукция (особенно с учетом того, что подделкам подвержены горячие напитки, представленные в данном формате продаж). Кроме того, здесь возникают риски реализации серой — например, санкционированной — продукции, как это наблюдается в сегменте сыров, в частности, в связи с отсутствием запрета на почтовые пересылки такой продукции физическими лицами. Изначально данный канал осваивался как канал поставок премиальной продовольственной продукции из Европы, и он существовал вплоть до 2014 г. Однако после введения санкций распространяемая через такие магазины санкционированная продукция стала незаконной.

В связи с интернет-торговлей стоит сказать и о таком канале распространения незаконной продукции, как реализуемые через кооперацию частных лиц в Интернете совместные закупки, где концентрируются интернет-продажи серого продовольственного импорта, главным образом

продукции, подпадающей под эмбарго и завозимой в Россию малыми партиями физическими лицами. Масштабы такой торговли во всероссийском масштабе невелики, тем не менее практика имеет место.

### Ценовые различия законной и незаконной продукции

В рамках ценового аудита в данном исследовании по рынкам продовольственной продукции были протестированы три товара: бутилированный холодный чай, минеральная вода, сыр.

Поясним, что отбор продовольственных товаров для замера ценовых различий, как показало наше исследование, представляет особую сложность. Дело в том, что по большому числу товарных позиций на рынках продовольствия сегодня происходит сближение не только внешнего вида, но и стоимости законной и незаконной продукции. Фактически нарушающие закон производители сегодня предпочитают камуфлировать незаконный характер предлагаемой продовольственной продукции в глазах потребителя, что в то же время позволяет им претендовать на более высокую маржинальность. Цена перестает быть индикатором неоригинальности товара. И это касается как фальсифицированной продукции, когда, например, на молочном рынке использование пальмового масла в составе не просто не указывается на этикетке, но и не сказывается на стоимости, что ставит в затруднительное положение добросовестных игроков. По свидетельствам экспертов рынков, по многим товарным позициям ценовые отличия незаконной продукции зачастую не превышают 10%, что в условиях высокого ценового шума в кризис не позволяет потребителю их отличить.

Выбирая продукты для аудита, на продовольственном рынке мы шли от офлайн-розницы. Так, спусковым крючком для ценового аудита по бутилированному чаю стало обнаружение в сетевой рознице, позиционирующей себя в сегменте «особой цены», соответствующего продукта. При этом стоимость его в такой рознице на протяжении всего периода наблюдения не менялась и была в 1,5 раза меньше, чем в магазинах федеральных и локальных розничных сетей. В то же время стоимость в различных сетевых офлайн-магазинах на данный продукт была весьма стандартизированной и варьировалась в пределах 1–3%. В независимых офлайн-магазинах цена была незначительно выше — максимум на 5%. Примечательно, что более высокую цену на данный продукт на протяжении трех замеров мы наблюдали в интернет-супермаркетах, наценка которых по сравнению

с офлайн-розницей составляла в среднем 7%. Удалось обнаружить в Интернете и соответствующий продукт по цене на 60% ниже наблюдаемой в добросовестной рознице. Примечательно, что такая цена была выставлена интернет-магазином, работающим на территории Новосибирска. Можно предположить, что при такой цене речь идет о незаконно выпущенной продукции.

Что касается обследованной минеральной воды, то мы имели дело с маркой, выпуском которой занимается целый ряд производителей. Вариации цен на данный продукт в различных торговых точках достигали трех раз. При этом в ассортименте сетевой розницы, в том числе интернет-супермаркетов, присутствовала данная минеральная вода, выпущенная крупной глобальной компанией. В независимых интернет-магазинах, а также в онлайн-аптеках, напротив, наблюдалось большое количество разных производителей, предлагающих потребителю данную минеральную воду. При этом средняя цена независимой интернет-торговли была на 40% ниже средней цены по офлайновой рознице. Наиболее низкая цена, как и в предыдущем случае, была обнаружена в сетевом магазине фиксированной цены.

Достаточно проблематичным было сопоставление цен на выбранную марку твердого сыра. Для анализа мы выбрали марку, изначально производимую в Голландии. Сегодня она изготавливается различными локальными производителями. Кроме того, сыр по-разному фасуется, в отдельных случаях продается в нарезке, и вклад данных манипуляций в цену необходимо было учитывать. В результате разброс наблюдаемых цен на изучаемую марку сыра в различных торговых точках (при фиксированной цене за 1 кг) доходил до 70%. Стоимость данной марки сыра, произведенной в Белоруссии, по сравнению с произведенной в России была ниже в среднем на 10%. Сыр, завезенный из Аргентины, выставляется на полках в легальной сетевой рознице на 40% дешевле отечественного. Выяснилось, что под известной маркой сыра на рынке продается и сыроподобная продукция. Ее цена в 6 раз ниже стоимости сыра данной марки отечественного производства.

### **Меры по противодействию незаконному обороту продовольственной продукции**

В условиях текущего экономического кризиса дискуссии по поводу стандартов качества различных видов продукции возникают даже в от-

ношении тех категорий, для которых регламенты созданы. Так, подтвержденный результатами рыночного мониторинга, проведенного в 2016 г. межведомственной рабочей группой по вопросам мониторинга качества продуктов питания (в которую вошли представители Министерства сельского хозяйства, ФАС, Роспотребнадзора, Россельхознадзора, «Союзмолока», других отраслевых союзов и торговых сетей), факт, что в условиях кризиса многие производители молочной продукции (а на деле не только они) пытаются удержать маржинальность своего бизнеса, используя более дешевое сырье, стал информационным поводом для дискуссии о введении акциза на пальмовое масло. Однако в итоге кабинет министров склонился к тому, что данная мера преждевременна.

В 2014 г. бизнес-ассоциация производителей молочной продукции «Союзмолоко» обратилась в правительство РФ с предложением включить код ТН ВЭД по сыроподобной продукции, на который не распространялось действие санкций, в перечень ограничений в рамках Указа об эмбарго. Запрос деловой ассоциации был удовлетворен в июне 2015 г. Как отмечается в отчете «Союзмолока», по предварительным итогам 2015 г., импорт сырных и сыроподобных продуктов по всем кодам ТН ВЭД сократился на 16% по сравнению с 2014 г.

Законом № 194-ФЗ предусмотрено усиление административной ответственности за производство, выпуск в обращение и продажу фальсифицированных товаров с заведомо измененными свойствами и введение тем самым потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств и качества реализуемых товаров. Соответствующие изменения внесены в ст. 14.7 КоАП РФ. Однако закон реализуется не в полной мере.

Содержанием этикеток были обеспокоены и представители рыбной отрасли, указывающие на то, что в отсутствие технических регламентов на рыбу и рыбную продукцию российский рынок переполняется фальсификатом. В этом сегменте высок запрос на ветеринарную сертификацию. Предполагается, что запрос будет удовлетворен в 2018 г., когда повсеместно будет внедрена государственная идентификационная система «Меркурий», которая позволит в электронном виде хранить информацию обо всех лабораторных исследованиях и перемещениях рыбы.

В настоящее время правительством обсуждается возможность упростить правила признания недействительными сертификатов на продукцию, в том числе продовольственную. Контролирующие органы смогут выдавать предписания об отзыве продукции, на основании которых Росаккредитация сможет признавать сертификаты недействительными. По

свидетельству Роспотребнадзора, новое регулирование направлено на борьбу с пищевым контрафактом, прежде всего это касается сыроподобных продуктов, фальсифицированного молока и творога. Сейчас при выявлении фальсификата контролеры начинают административное расследование и направляют материалы в органы по сертификации, выдавшие эти сертификаты, но механизмы, позволяющие отозвать их, у контролирующих служб отсутствуют.

В свете проблемы серого импорта продовольственной продукции одним из ощутимых для рынка пробелов в 2014–2015 гг. оказалось отсутствие прямого законодательного запрета на поставки санкционированной продукции интернет-магазинами. Однако сегодня наблюдается позитивная динамика в части судебной практики в отношении данной проблемы. Суды начинают признавать информацию онлайн-магазинов о продаже подобной продукции запрещенной на территории России.

#### Основные выводы

Несмотря на то что в 2010–2015 гг. рынки продовольственных товаров демонстрировали рост, он был умеренным и существенно замедлился в связи с текущим экономическим кризисом. Выраженный позитивный тренд все эти годы был характерен для спортивных и энергетических напитков, готового к употреблению чая, прочих горячих напитков, бутилированной воды, молочной продукции, кондитерских изделий, сахара и подсластителей. Именно эти наиболее популярные товарные позиции наиболее привлекательны для недобросовестных участников рынка.

Около 40% россиян сегодня устойчиво экономят на еде, особенно это касается таких продуктов, как мясо и птица, сыры, колбасы, рыба и фрукты. По всем сегментам продовольственного рынка наблюдается обострение ценовой чувствительности потребителей и их готовность идти на компромисс по поводу цены и качества. Потенциально это создает предпосылки для распространения незаконной продукции. Тем более что последняя все реже может быть идентифицирована потребителями «на глаз». Ценовые отличия незаконной продукции в среднем не превышают 10–15%. Однако на фоне падения реальных располагаемых доходов населения и вместе с тем высокого ценового шума, наблюдаемого на продовольственном рынке из-за кризиса, такого разрыва хватает, чтобы привлечь внимание покупателя, однако недостаточно для того, чтобы у него возникли сомнения относительно оригинальности продукции. Уве-

личившееся в 2014–2015 гг. число обращений граждан в Роспотребнадзор в связи с нарушениями их прав в области торговли продовольственными товарами свидетельствует о возросшей уязвимости потребителей.

В 2010–2015 гг. институциональная среда российского рынка продовольственных товаров, особенно его сегмента, связанного со свежей сельскохозяйственной продукцией, определялась политикой импортозамещения. Введение в 2014 г. эмбарго на импорт ряда продовольственных категорий из стран Евросоюза вместе с ослаблением национальной валюты способствовали снижению доли импортируемой в РФ продовольственной продукции, а также реструктуризации импортных потоков. Внутри страны удалось улучшить показатели производства свинины и птицы, а также отдельных видов молочной продукции. Однако пока масштабы роста производства не перекрывают снижение импорта. Кроме того, ряд продовольственных рынков — например, рынок плодоовощной продукции — сохраняют высокий уровень зависимости от импорта. На фоне возросшей цены импорта все это актуализирует запрос на незаконный ввоз отдельных видов продовольственной продукции.

Политико-экономическая ситуация в России способствовала укреплению позиций российских крупных компаний в сегментах мясной и молочной продукции. В то же время средние российские компании, включившиеся в гонку на импортозамещение, сталкиваются с большим числом рыночных вызовов и запросом на оптимизацию операционных издержек. В результате увеличению масштаба незаконного оборота продовольственной продукции способствуют полуполезальные действия легальных игроков, например, в форме выпуска продукции с нарушением ГОСТа. Это ведет в том числе к повышению доли фальсифицированной продукции на рынке.

Глобальные производители продовольственной продукции в 2010–2015 гг. повышали свою эффективность за счет локализации производства на территории России. Ввоз продукции, производимой за пределами России, также осуществлялся официальными импортерами и контролировался самими производителями. Реализация оригинальной продукции в розницу осуществлялась на условии прямых контрактов. Параллельно с этим международные игроки осуществляли регулярную работу по выявлению и купированию незаконной продукции на рынках, инвестировали в повышение грамотности представителей розничной торговли в отношении признаков незаконной продукции, продвигали каналы обратной связи с потребителями. Как следствие, в сегментах продовольственного

рынка, где доминируют международные компании (в частности, на рынках горячих напитков, безалкогольных напитков, в отдельных сегментах пакетированной продукции), наблюдалась позитивная динамика — доля незаконной продукции здесь устойчиво снижалась, а отдельные виды незаконного товарооборота (например, серый импорт) «схлопывались». Так, если в 2010 г. пороговым значением присутствия подделок на рынках, запускающих оборонительную активность компаний, было 5%, то сегодня критической цифрой считается 1%.

Вес торговых сетей в структуре российской розничной торговли продовольственными товарами в 2010–2015 гг. планомерно увеличивался и сегодня составляет 56%. При этом и забота о собственной репутации, и прямые контракты с производителями мотивировали сетевую розницу на борьбу с незаконной продовольственной продукцией на полках. Доля открытых рынков, которые были — и все еще остаются — ключевым каналом распространения незаконной продукции, в этот период ежегодно сокращалась на 1–1,5%. Эти тенденции улучшали структурные условия для сокращения незаконного оборота продукции.

Хотя интернет-торговля продовольственными товарами в 2010–2015 гг. набирала обороты, ни по одной из продуктовых категорий доля этого канала продаж не достигла даже 1%. Эксперты не прогнозируют существенного роста этого канала дистрибуции, так как в случае с продовольственными товарами он является высокзатратным и высокорисковым.

С учетом того что рынок продовольственных товаров включает как минимум четыре субрынка (свежая продукция, пакетированная продукция, горячие и безалкогольные напитки), и при этом каждый из них представлен множеством весьма разнородных товарных категорий, совокупные оценки масштабов незаконного оборота на уровне российского продовольственного рынка в целом весьма затруднены. В то время как одни продуктовые категории (фрукты и овощи, рыба и морепродукты, молочная продукция, горячие напитки) заметно подвержены тем или иным формам незаконного оборота, другие товарные позиции (например, рынки яиц, детского питания) практически не затрагиваются данной проблемой. В результате оценки даже на уровне отдельных субрынков оказываются весьма усредненными.

Специфика рынка продовольственных товаров связана с тем, что здесь в значительной степени распространены нарушения государственных стандартов качества выпуска продукции. Подобная продукция относится

к фальсифицированной и тем самым вносит вклад в оценки незаконного оборота продовольствия наряду с поддельной, нелегально ввезенной или подпольно изготовленной продукцией. Таким образом, количественные оценки масштабов незаконного оборота на продовольственном рынке весьма условны. Агрегируя данные проведенного исследования, можно говорить о том, что масштаб незаконного оборота продовольственной продукции (особенно при учете объема разного рода фальсификаций) по отдельным продуктовым категориям в России может достигать 30–35%.

Основные объемы незаконного оборота продовольственной продукции во всех возможных формах сконцентрированы в категориях свежей и пакетированной продукции. При этом в первую очередь речь идет о фальсификации продукции и сером импорте подсанкционного продовольствия. В то же время для сегментов горячих и безалкогольных напитков основную проблему представляют подделки (часто изготавливаемые в процессе неучтенного производства).

Проблема контрафакта на рынке продовольствия, скорее, характерна для сегментов, продукция которых в большей степени защищена известными брендами, т.е. для пакетированной продукции, а также для рынков горячих и безалкогольных напитков. При этом в большей мере рискам подвержена продукция с низкими требованиями к способам перевозки и хранения, что позволяет доводить контрафакт до розницы в кондиционном виде. Среди случаев зафиксированной на рынках поддельной продовольственной продукции чаще всего фигурируют растворимый кофе, чай, бутилированный чай и минеральная вода.

Подделки на рынке продовольствия — это чаще всего дешевая продукция, подпольно расфасованная в упаковки/тару известных брендов. По оценкам экспертов, в 2010–2015 гг. подделки становились все более качественными как по внешнему виду, так и по содержанию. Последнее ни в коем случае не означает сближения незаконной продукции с оригинальной по параметрам качества, но позволяет рассчитывать на минимизацию рисков потребления поддельной продовольственной продукции для здоровья покупателей и рисков обнаружения подделок. Цена поддельной продукции, как было сказано ранее, все больше приближается к цене оригинальной продукции.

Отдельным аспектом проблемы контрафакта на продовольственных рынках является проблема фальсифицированной продукции. В одних случаях она пересекается с изготовлением подделок (например, подкрашенный сахарный сироп из Китая под видом меда), в других — порождает

ется недобросовестными практиками оптимизации издержек со стороны игроков, действующих в легальной зоне и производящих свои товары с нарушением требований ГОСТа (пересортица на рынке рыбы, использование растительных жиров на рынке молочной продукции).

Проблема серого импорта в неравной мере затронула различные сегменты рынка продовольственной продукции в 2010–2015 гг. В секторах горячих напитков, безалкогольных напитков, а также в ряде категорий пакированной продукции проблема серого импорта, как указывают эксперты, постепенно становилась все менее заметной. На фоне развития локальных производств, усиления таможенного контроля в части соблюдения интеллектуальных прав на продукцию (ТРОИС), сужения каналов сбыта незаконной продукции попытки незаконного ввоза товаров этих сегментов становились все менее выгодными и более редкими. На рынках свежей продукции до 2014 г. эти попытки также были единичными. Однако с введением эмбарго ситуация резко изменилась. Федеральная таможенная служба регулярно оповещает о случаях незаконного ввоза продовольствия, подпадающего под действие эмбарго.

Основным шлюзом для подсанкционного продовольствия являются поставки из Белоруссии. В наибольшей мере серому импорту подвержена молочная продукция (особенно сыры), овощи и фрукты. По ряду продуктовых категорий Белоруссия теперь играет роль ключевого импортера в РФ, при этом увеличение масштабов поставок продукции этой страной не в полной мере объясняется ростом производства белорусских товаров и официальными показателями реимпорта.

Схемы незаконного ввоза подсанкционной продукции в Россию стали возможны не только за счет незаконной ремаркировки страны происхождения продукции или использования фиктивной сопроводительной документации. Недобросовестные игроки активно эксплуатировали прорехи в списках товаров, подпадающих под санкции, что открывало для них возможность ввоза запрещенной продукции под видом разрешенной (молочная продукция под видом безлактозной). Зонай риска незаконного ввоза были транзитные грузы, к которым санкции не применялись. Негативно сказалось и отсутствие в РФ законодательного регулирования в области продаж подсанкционной продукции интернет-магазинами. В отношении продукции, не подпадающей под действие эмбарго, нарушения законности, в том числе в отношении качества, возникали на фоне разночтений в требованиях к ветеринарной сертификации продовольствия, существующих в различных странах, в том числе в пределах ЕАЭС.

В рамках реализации «Стратегии повышения качества пищевой продукции в РФ до 2030 г.» сегодня не только пересматриваются методологические требования к контролю качества продукции на внутреннем российском рынке, но и активно разрабатываются, а также принимаются и используются на практике технические регламенты на пищевую продукцию внутри Евразийского экономического союза. На официальном уровне предпринимаются попытки контроля незаконного ввоза подсанкционной продукции со стороны стран — участников ЕАЭС. Ведется работа над детализацией регулирования импортных потоков подсанкционной продукции. Наблюдается и улучшение судебной практики по пресечению незаконной торговой деятельности интернет-магазинов продовольственных товаров.

## 7. РЫНОК ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В данном разделе проанализируем объем, структуру и динамику рынков легальной и нелегальной продукции в сфере легкой промышленности. В качестве дополнительного сегмента будет рассмотрен рынок спортивной одежды и обуви.

### Легальный рынок изделий легкой промышленности

Начнем с анализа легального рынка изделий легкой промышленности на основе статистических, маркетинговых и опросных данных.

#### Объем, динамика и структура легального рынка

По данным Euromonitor International, в 2015 г. объем рынка одежды и обуви составил 2,8 трлн руб. в текущих розничных ценах, продажи одежды и обуви на душу населения — 19,5 тыс. руб.

Согласно Росстату, в 2015 г. среднемесячные расходы на одежду и обувь в российских домохозяйствах были равны 8,9% их совокупных потребительских расходов, в среднем — 1300 руб. на одного члена домохозяйства. В бюджетах бедных домохозяйств расходы на одежду и обувь занимают чуть более ощутимую долю по сравнению с обеспеченными семьями. Так, на одежду и обувь группа домохозяйств с наименьшим объемом располагаемых ресурсов (первый дециль) выделяет 8,4% своих совокупных расходов, из которых 6,1% приходится на одежду и 2,3% на обувь. А группа домохозяйств с наибольшим объемом ресурсов (десятый дециль) тратит 6,5%, в том числе 5,2% — на одежду и 1,3% — на обувь.

В 2003–2015 гг. доля расходов на одежду и обувь в российских домохозяйствах сократилась с 12,6 до 8,9%, главным образом за счет уменьшения потребительских затрат на одежду — с 9,5 до 6,8%. Расходы на обувь были относительно стабильны, за рассматриваемый период они упали на 1 п.п. — с 3,1 до 2,1%. Снижение доли расходов домохозяйств на одежду можно объяснить ростом благосостояния населения в 2000-х годах, в результате чего у граждан возросли расходы на услуги, транспорт и организацию отдыха.

#### Динамика рынка

По данным Euromonitor International, в 2001–2015 гг. российский рынок одежды и обуви существенно вырос. Его размеры в натуральном выражении увеличились на 37,4% (с 1844 млн ед. в 2001 г. до оценочных 2533 млн ед. в 2016 г.), в среднем ежегодно прирастая на 2,1%. В стоимостном выражении объемы рынка стали больше на 479,5% (с 511 млрд руб. в 2001 г. до 2960 млрд руб. в 2016 г.), ежегодно прирастая на 12,4%. В свою очередь, в 2010–2015 гг. продажи спортивной одежды в стоимостном выражении увеличились на 95,3%, в среднем прибавляя по 14,3% ежегодно.

За рассматриваемый период рынок пережил два кризиса, заметно сказавшихся на его состоянии. Первый кризис пришелся на 2009 г., когда объемы продаж одежды и обуви в натуральном выражении сократились на 12,5% по сравнению с предыдущим 2008 г., а в стоимостном выражении — на 8,3% (см. рис. 7.1 и 7.2). Второй кризис стартовал в 2014 г. и продолжился в последующие 2015 и 2016 гг. Наибольшее сжатие рынка одежды и обуви произошло в 2015 г., когда его объемы в натуральном выражении уменьшились на 18,4%; при этом стоимостные объемы рынка не демонстрировали таких колебаний, а, скорее, замедлили свой рост (см. рис. 7.1 и 7.2). Важно отметить, что после первого кризиса рынок довольно быстро восстановил свои позиции, а вот второй кризис грозит более затяжными процессами, которые связаны с сокращением продаж в натуральном выражении, в том числе в результате заметного падения импорта.

Что касается рынка спортивной одежды, то он отреагировал на кризис 2008–2009 гг. падением объемов в стоимостном выражении на 19,4%. В период 2014–2016 гг. стоимостные объемы рынка продолжали расти в текущих ценах, но чуть более замедленными темпами — на уровне 10–11% в год.

#### Структура рынка

На протяжении 2000-х годов структура рынка одежды и обуви оставалась относительно стабильной. В натуральном выражении 86% рынка приходится на одежду и 14% — на обувь. В стоимостном выражении одежда и обувь составляют 72 и 28% соответственно. На спортивную одежду приходится около 13% рынка в стоимостном выражении, размер которого достиг 354 млрд руб. в 2015 г. (табл. 7.1).

На рынке одежды традиционно преобладает женская одежда, продажи которой составляют в 2015 г. 54,0% в стоимостном и 33,6% в натуральном выражении. Далее следует мужская одежда, на нее приходится 25,2% объема рынка одежды в стоимостном выражении и 19,8% — в натуральном.

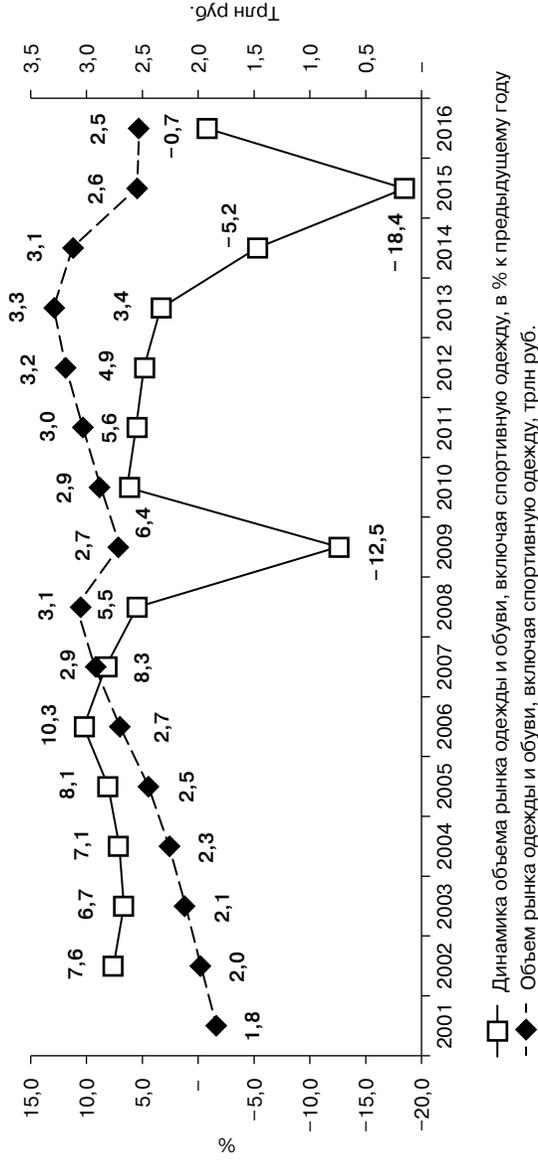


Рис. 7.1. Динамика объема рынка одежды и обуви в натуральном выражении в 2001–2016 гг.

Источник: Рассчитано по данным Euromonitor International.

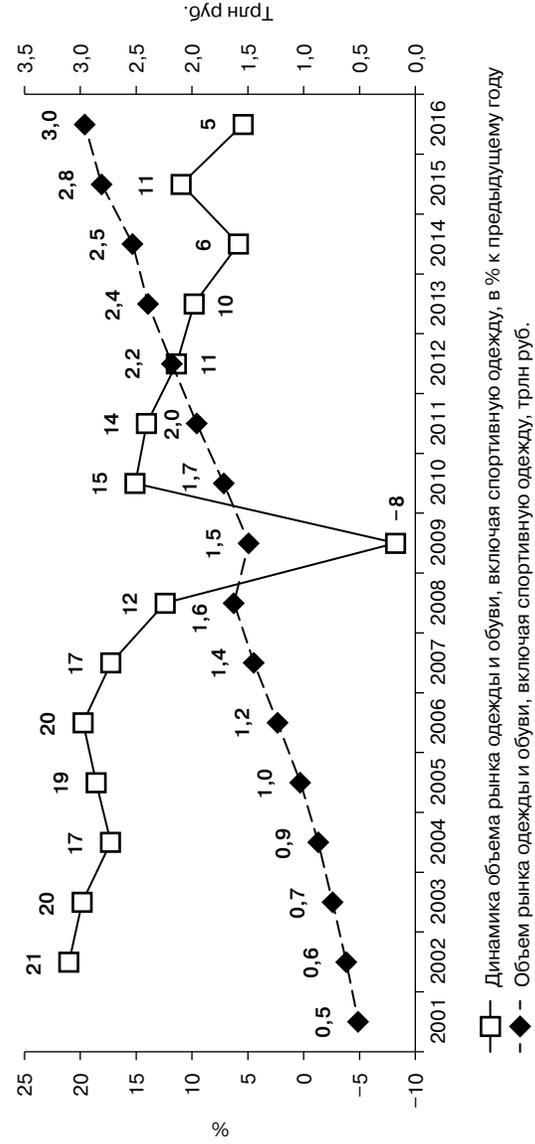


Рис. 7.2. Динамика объема рынка одежды и обуви в стоимостном выражении в 2001–2016 гг.

Источник: Рассчитано по данным Euromonitor International.

**Таблица 7.1.** Структура продаж одежды и обуви в России в 2013–2015 гг.

Товарные категории	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Одежда, млн ед.	2878	2723	2196
Одежда, млрд руб., текущие цены	1732	1833	2032
Детская одежда, млн ед.	425	410	330,9
Детская одежда, млрд руб., текущие цены	221	240	267
Аксессуары одежды, млн ед.	140	132	108
Аксессуары одежды, млрд руб., текущие цены	73	77	84,9
Мужская и женская одежда, млн ед.	1572	1478	1173
Мужская и женская одежда, млрд руб., текущие цены	1377	1451	1609
Чулочно-носочные изделия, млн ед.	734	702	584
Чулочно-носочные изделия, млрд руб., текущие цены	60	64	71
Обувь, млн ед.	426	405	354
Обувь, млрд руб., текущие цены	660	698	776
Спортивная одежда, млрд руб., текущие цены	289	317	354

Источник: Euromonitor International.

Детская одежда занимает 13,1% рынка одежды в стоимостном выражении и 15,1% — в натуральном.

В сегменте мужской и женской одежды доминирует верхняя одежда, которая составляет 90,6% рынка в стоимостном (в 2001 г. — 86%) и 66,6% в натуральном выражении (в 2001 г. — 57,5%). Следующей по значимости категорией выступает нижнее белье, на него приходится 9,6% (в 2001 г. — 6,5%) рынка мужской и женской одежды в стоимостном и 29,6% (в 2001 г. — 37,8%) в натуральном выражении. Категории ночного белья и купальных костюмов составляют по 2% рынка как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

В сегменте спортивной одежды наибольшую долю образует одежда спортивного стиля (59%), за которой следуют верхняя спортивная одежда (22%) и одежда для занятия спортом (19%).

На рынке обуви также превалирует женская обувь: ее доля равна 65,1% рынка в стоимостном и 58,9% в натуральном выражении. На мужскую обувь отводится 23,7% рынка обуви в стоимостном и 26% в натуральном выражении. Детская обувь занимает 11,1 и 15,1% соответственно. В сегменте спортивной обуви 57% составляет обувь в спортивном стиле, 30% — обувь для занятия спортом и 13% — спортивная обувь для улицы.

#### Основные производители и каналы продаж

На рынке одежды и обуви присутствует большое количество компаний-производителей и торговых предприятий. Так, согласно данным Euromonitor International, в 2015 г. 10 крупнейших компаний владеют около 11,1% рынка одежды. Возглавляют этот список Inditex (2,2%), «Спортмастер» (1,8%), Gloria Jeans (1,5%) и Adidas Group (1,5%). В сегменте обуви 10 крупнейших компаний занимают уже 19,2%, включая ТД «ЦентрОбувь» (5,5%), Adidas Group (3,9%), ООО «Кари» (2,2%), Ecco Sko (1,6%) и др. Рынок спортивной одежды является самым консолидированным. Здесь 10 крупнейшим компаниям принадлежит 42,6% рынка. Лидерами выступают Adidas Group (17,8%), «Спортмастер» (9,1%), Nike (6,1%), Bosco Group (4,6%) и др.

По данным Euromonitor International, ключевым каналом дистрибуции сегодня являются магазинные формы торговли, в том числе непродовольственные специализированные магазины. При этом в 2000-х годах доля магазинных форм снизилась на 8,5%, а доля немагазинных форм торговли, к которым Euromonitor International относит интернет-торговлю, торговлю «на диване», вендинг и прямые продажи, выросла с 0,4 до 8,9%, главным образом за счет стремительного развития интернет-торговли. Торговля одеждой и обувью через Интернет в 2001 г. была на уровне 0,1%, а в 2015 г. — уже 7,6%. Доля спортивной одежды и обуви, реализуемой через Интернет, сегодня достигает 6,1%.

К сожалению, в классификации Euromonitor International не присутствуют розничные рынки, имеющие большое значение для российской экономики, особенно в сфере легкой промышленности. По данным Росстата, розничные рынки остаются важным каналом реализации. В январе — сентябре 2015 г. посредством розничных рынков было осуществлено 34,4% совокупных продаж одежды и обуви. Доля вещевых рынков со временем сокращается (по основным сегментам в 2000–2015 гг. она упала примерно вдвое). Тем не менее в отдельных категориях товаров их роль по-прежнему велика — например, доля верхней одежды, реализуемой через рынки, составляет почти 40% (табл. 7.2).

**Таблица 7.2.** Удельный вес розничных рынков и ярмарок в общем объеме продажи отдельных товаров легкой промышленности (в фактически действовавших ценах; в %)

Категория	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2013 г.	2014 г.
Ткани	20,1	18,6	18,0	15,1	14,3
Верхняя одежда	74,7	65,5	54,0	41,9	38,9
Одежда из меха	70,3	57,7	43,2	35,9	31,5
Чулочно-носочные изделия	47,6	44,1	32,0	24,5	22,9
Обувь кожаная	65,0	56,3	42,1	32,6	30,4

Источник: Росстат.

### Производство, импорт и экспорт изделий легкой промышленности

#### Производство

На российских рынках изделий легкой промышленности продукция собственного производства представлена в относительно небольшом объеме. По данным Минпромторга, доля отечественной продукции в объеме продаж на внутреннем рынке составляла в 2014 г. 24,3%, в 2015 г. — 24,6%<sup>1</sup>, а в 2016 г. — 25,1%. Можно заключить, что в 2014–2016 гг. наблюдается некоторое импортозамещение, но осуществляется оно очень низкими темпами.

Если сопоставить данные о продажах Euromonitor International и данные о выпуске товаров в натуральном выражении Росстата, то на рынке обуви доля продукции отечественного производства окажется около 28%, а в сегменте чулочно-носочных изделий — 30–34%.

В 2015 г. предприятиями текстильной и швейной промышленности было отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами<sup>2</sup> на сумму 283,1 млрд руб., а предприятиями

<sup>1</sup> Показатели легкой промышленности. <<http://minpromtorg.gov.ru/activities/industry/otrasli/legprom/#collapseOne>>.

<sup>2</sup> Объем отгруженных товаров представляет собой стоимость тех товаров, которые произведены данным юридическим лицом и фактически отгружены (переданы) в отчетном периоде на сторону (другим юридическим и физическим лицам), включая товары, сданные по акту заказчику на месте, независимо от того, поступили деньги на счет про-

сферы производства кожи и обуви — на сумму 56,3 млрд руб. (см. рис. 7.3). Основная часть (95,9%) общего объема продаж товаров собственного производства в отрасли одежды приходится на производителей одежды из текстиля, 3,8% — на предприятия сферы выделки и крашения меха, 0,3% — на производителей одежды из кожи.

При всей скромности результатов, достигнутых отечественной промышленностью, в 2000-х годах продолжилось ее восстановление. Данный тренд подтверждается динамикой индекса интенсивности текстильного производства НИУ ВШЭ<sup>3</sup>: в июле 2016 г. по сравнению с январем 2000 г. выпуск текстильного производства увеличился на 20,6% (см. рис. 7.4). Позитивный тренд в текстильном производстве был приостановлен наступившим в 2008 г. финансовым кризисом. В этот период в российской текстильной промышленности заметно сбавились темпы прироста; значение индекса ее физического объема в январе 2009 г. было самым низким за все десятилетие, составив 72,2% от уровня января 2000 г. Кризисную ситуацию предприятиям рассматриваемой отрасли удалось впоследствии преодолеть, но рост возобновился лишь в конце 2012 г.

В отличие от текстильной промышленности, индекс интенсивности производства одежды и выделки меха НИУ ВШЭ в 2000-х годах демонстрирует нестабильную динамику. На рис. 7.4 видно, что постепенное сни-

дава или нет. Объем работ и услуг, выполненных собственными силами, представляет собой стоимость работ и услуг, оказанных (выполненных) организацией другим юридическим и физическим лицам. Данные приводятся в фактических отпускных ценах без налога на добавленную стоимость, акцизов и других аналогичных платежей. Подробнее о методологии см.: <[http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/metod/prom/met\\_otgr.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/metod/prom/met_otgr.htm)>.

<sup>3</sup> Индекс интенсивности промышленного производства (индекс физического объема, очищенный от влияния календарного и сезонного факторов) представляет собой сводные темпы среднесуточных объемов выпуска за каждый месяц рассматриваемого периода по отношению к базовому периоду. Индекс интенсивности промышленного производства НИУ ВШЭ строится на основе временных рядов месячной динамики в натуральном выражении 303 важнейших видов продукции, объемы выпуска которых составляют 3/4 стоимости выпуска по видам экономической деятельности, относимым к промышленному производству. Перечень важнейших видов продукции текстильного производства включает хлопчатобумажную пряжу; шерстяную пряжу, шерстяные ткани, льняные ткани, хлопчатобумажные ткани, ткани из синтетических и искусственных нитей; постельное белье; ковры и ковровые изделия; нетканые материалы; чулочно-носочные изделия; джемперы; трикотажные пуловеры. Подробнее о методологии построения индексов интенсивности промышленного производства см.: <<http://dcenter.hse.ru/iipp>>.

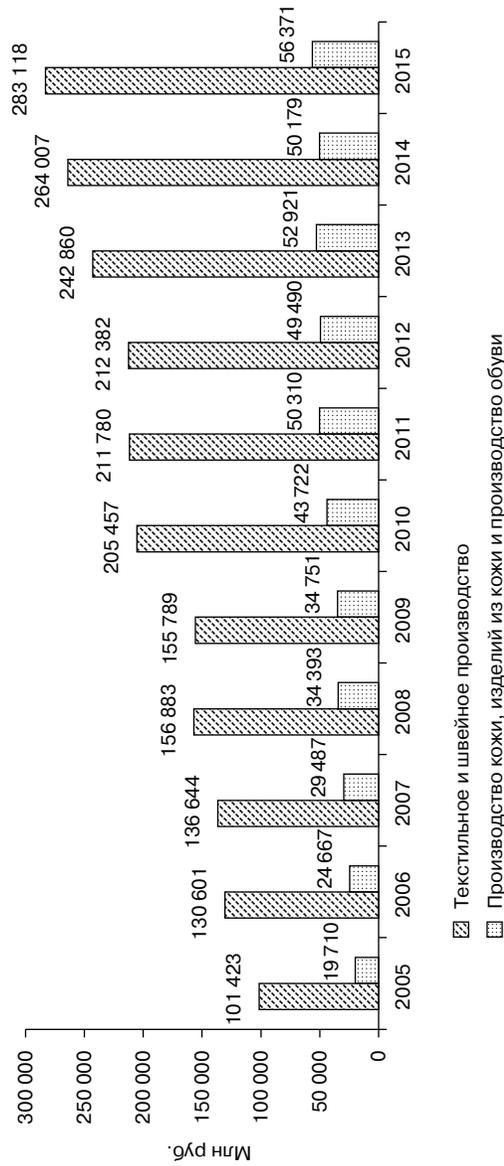


Рис. 7.3. Объем отгруженных товаров собственного производства в 2005–2015 гг.

Источник: Росстат.



Рис. 7.4. Индексы промышленного производства (сглаженные, с сезонной и календарной корректировкой), январь 2001 г. — июль 2016 г.

Источник: НИУ ВШЭ, <<http://dcenter.hse.ru/iipp>>.

жение темпов роста объемов производства наблюдалось с конца 2004 г., в период кризиса 2008–2009 гг. оно ускорилося, а в конце 2010 г. производство вышло на докризисный уровень. В конце 2013 г. — 2014 г. производство одежды переживало заметный подъем, но с января 2015 г. вновь упало. И лишь в июле 2016 г. объемы производства вышли на уровень начала 2000-х годов, превысив лишь на 2,5% показатель января 2000 г.

В период 2000-х годов наиболее благополучным выглядело развитие отечественного производства кожи, изделий из кожи и обуви. Здесь объе-

мы производства увеличились почти в 2 раза: в июле 2016 г. индекс интенсивности производства кожи, изделий из кожи и обуви оказался на 89,6% выше показателя января 2000 г. (см. рис. 7.4). Небольшие спады наблюдались в кризисные периоды, пиками которых можно считать начало 2009 г. и май — июнь 2015 г. Несмотря на неблагоприятные с экономической точки зрения условия, предприятиям этого сегмента удавалось довольно быстро восстанавливать свое положение.

В последние годы заметно увеличилась концентрация в легкой промышленности. Наиболее концентрированными сегментами, согласно Росстату, являются производство спортивной одежды из тканей, где в 2015 г. на 3 ведущие компании приходилось 100% (в 2009 г. — 80%); производство меховых изделий, выделка и крашение меха, в котором первые 3 компании занимают 84,1% объема производства (в 2009 г. — 22,1%), а также производство одежды из текстильных материалов и аксессуаров, где 3 ведущих предприятия владеют 47,4% (в 2009 г. — 19,4%). К наименее концентрированным отраслям можно отнести производство обуви. Здесь 3 лидирующие компании обеспечивают 28,7% рынка (в 2009 г. — 10,1%), и производство готовых текстильных изделий, кроме одежды, где уровень концентрации по данному показателю составляет 35% (в 2009 г. — 11,4%).

### Импорт и экспорт

На сегодняшний день зависимость рынков изделий легкой промышленности от импорта очень высока, а экспортная деятельность развита недостаточно. Так, по данным Федеральной таможенной службы, в 2015 г. импорт текстиля, изделий из текстиля и обуви был равен 10 841,1 млн долл., что почти в 5 раз больше по сравнению с 2003 г. (2177,9 млн долл.). В свою очередь, импорт кожи, пушнины и изделий из них составлял 822,1 млн долл., это в 4 раза выше показателя 2003 г. (186 млн долл.). Тенденции к росту импорта переламывались в кризисные 2009 и 2014–2015 гг. В 2009 г. объем импорта текстиля и обуви упал на 18%, а в 2015 г. — на 33% (рис. 7.5).

Что же касается экспорта, то вплоть до 2009 г. экспортная деятельность в легкой промышленности снижалась. Однако с 2010 г. ее объемы начали демонстрировать положительную динамику (рис. 7.6). Рост тормозили лишь кризисные периоды. В 2015 г. влияние кризиса на кожевенное производство было усилено мерами, принимаемыми регуляторами в

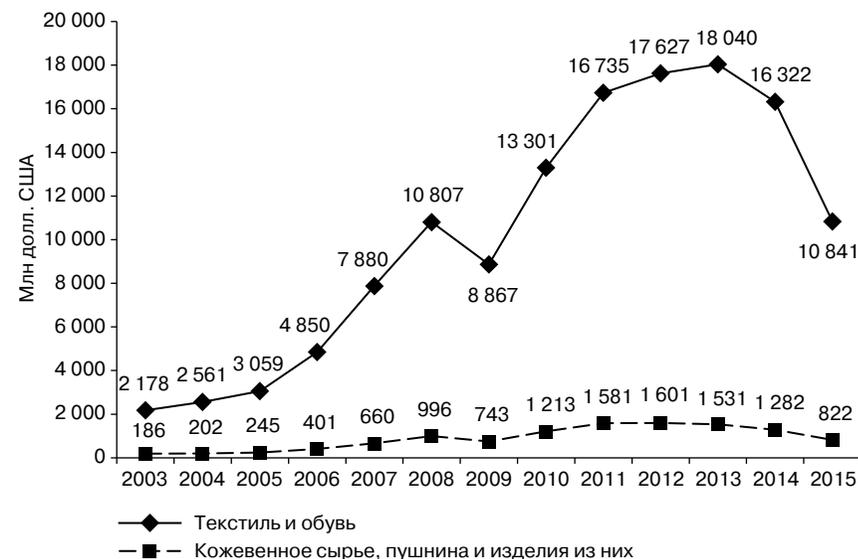


Рис. 7.5. Динамика объема импорта товаров легкой промышленности в 2003–2015 гг.

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

части политики импортозамещения. Так, в 2014 г. был наложен запрет на вывоз полуфабрикатов из кожи за пределы страны<sup>4</sup>.

В 2015 г. в стоимостной структуре импорта текстиля, текстильных изделий и обуви наибольшая доля приходится на предметы одежды и аксессуары (53%), за ними следуют обувь и ее элементы (22%) и ткани, включая технический текстиль (18,5%). В импорте кожевенного сырья, пушнины и изделий из них доминируют необработанные шкуры, выделанные шкуры и изделия из них, на которые приходится 83%, а на пушнину и изделия из меха — 17% импорта.

В 2013–2015 гг. объемы импорта рассматриваемых изделий легкой промышленности сократились (см. табл. 7.3). Исключение составили

<sup>4</sup> Показатели легкой промышленности. <<http://minpromtorg.gov.ru/activities/industry/otrasli/legprom/#collapseOne>>.



Рис. 7.6. Динамика объема экспорта товаров легкой промышленности в 2003–2015 гг.

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

лишь спортивные костюмы, ввоз которых продолжал расти и в натуральном, и в стоимостном выражениях.

Что касается стоимостной структуры экспорта, то в 2015 г. он распределялся главным образом между одеждой (40%), текстилем (40%) и обувью (18%). В экспорте кожевенного сырья, пушнины и изделий из них преобладали шкуры и продукция из них (70%), на пушнину и изделия из меха приходилось 30%.

### Качество продукции на рынке

В 2005–2015 гг. в ходе проверок качества изделий легкой промышленности выявлялось все меньше нарушений. Так, в 2015 г. 14–15% нарушений качества было зафиксировано в сфере обуви. И это самые высокие показатели, если сравнивать их с результатами проверок в других сегментах (швейные изделия, трикотажные изделия, чулочно-носочные изделия и проч.). Для сравнения: в 2010 г. доля нарушений качества на рынке импортной обуви составляла 87% (см. рис. 7.7). До 2014 г. больше нарушений

Таблица 7.3. Импорт отдельных товаров легкой промышленности в 2013–2015 гг.

	2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	Стоимость, тыс. долл.	Нетто, т	Стоимость, тыс. долл.	Нетто, т	Стоимость, тыс. долл.	Нетто, т
Изделия из кожи (код ТН ВЭД 42), т	1 218 937,5	67 290,4	1 040 047	59 978,3	684 864,5	43 510,6
Натуральный и искусственный мех и изделия из него (код ТН ВЭД 43)	619 719,4	4 389,8	361 666,2	3 761,2	235 906,8	2 508,3
Обувь (код ТН ВЭД 64)	4 715 427,1	354 946,6	3 902 694,7	280 704,3	2 522 055,8	194 889,8
Спортивная обувь (код ТН ВЭД 640212, 640219, 640312, 640319, 640411)	24 626,7	802,9	19 036,5	680,9	13 471,8	733,1
Предметы одежды (код ТН ВЭД 61, 62)	8 484 970,5	271 280,1	8 112 738,7	260 893,7	5 383 853,9	204 404,1
Спортивные костюмы (код ТН ВЭД 6112, 6211)	56 211,2	1 766,0	64 340,3	1 809,7	84 638,5	2 357,7

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

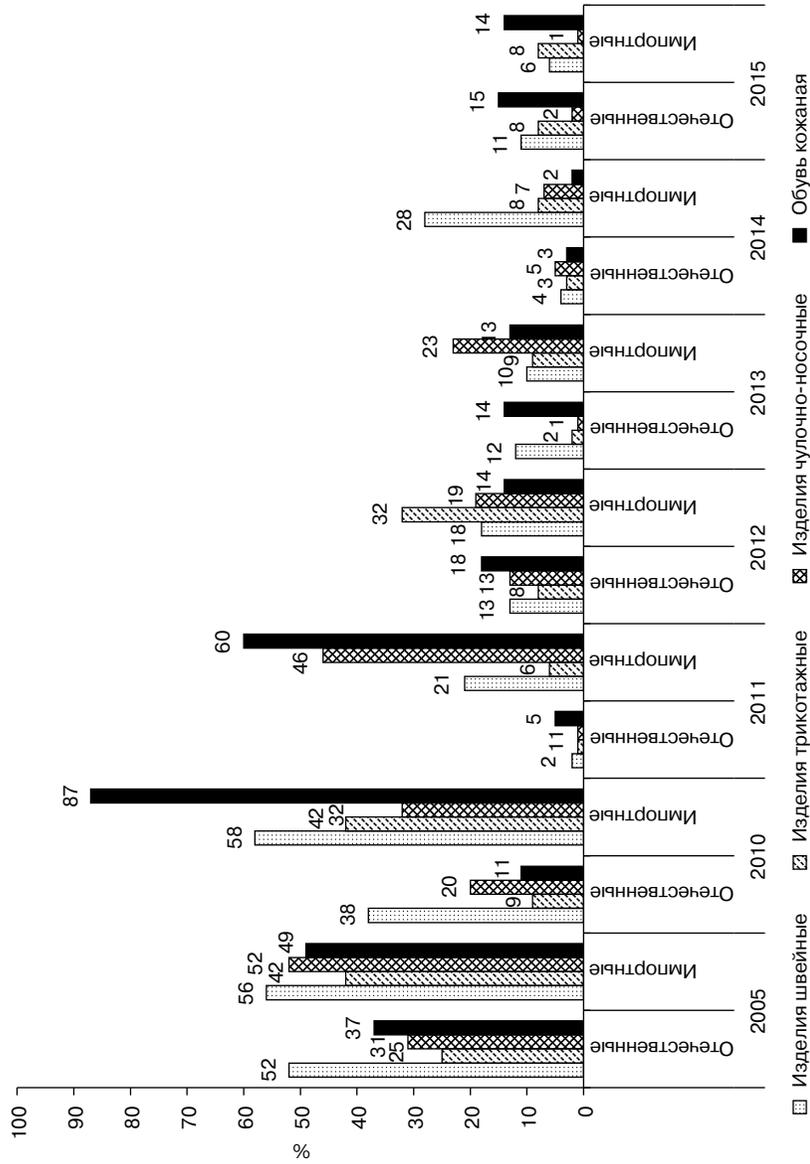


Рис. 7.7. Доля товаров, поступивших на потребительский рынок, в отношении которых было установлено ненадлежащее качество, % от количества отобранных образцов

Источник: Росстат, по данным Роспотребнадзора.

находили при проверке импортной продукции, нежели отечественной. В 2015 г. показатели проверок в сегментах продукции отечественного производства и импортного поступления оказались сопоставимыми.

По данным Роспотребнадзора, в 2016 г. не прошли проверку на качество среди отечественных товаров 5,8% проб чулочно-носочных изделий, 10,5% проб швейных изделий и 14,5% проб кожаной обуви, а среди импортных товаров: 46,0% проб швейных изделий, 55,2% проб трикотажных изделий и 49,3% проб кожаной обуви.

По заказу Минпромторга в 2015 г. маркетинговая компания «Ромир» провела исследование установок и поведения российских потребителей с целью выявления конкурентных преимуществ продукции отечественной легкой промышленности<sup>5</sup>. Было опрошено 2000 покупателей в возрасте 18 лет и старше, проживающих на территории Москвы, Санкт-Петербурга и еще пяти крупных городов. В результате выяснилось, что российские покупатели относятся позитивно к отечественным товарам. Лишь 13% опрошенных однозначно отказываются приобретать продукцию отечественного производства по причине ее плохого качества и дизайна. Конкурентными преимуществами отечественных товаров, по мнению потребителей, являются их низкая цена и уверенность в качестве (главным образом в сегментах детской одежды и домашнего текстиля). При этом основными причинами, по которым наши граждане отдают предпочтение иностранным товарам, служат плохой дизайн отечественных товаров, их низкое качество, узкий ассортимент и недостаточная представленность на полках магазинов.

### Рынок нелегальной и неучтенной продукции

Далее проанализируем относительную важность форм незаконной продукции для разных сегментов рынка, а затем попробуем оценить количественные параметры рынка.

### Оценки официальных государственных структур и отраслевых ассоциаций

Называемые экспертами оценки контрафакта на рынках одежды и обуви имеют очень широкий разброс: от 25 до 98%<sup>6</sup>. Но заметим, что под

<sup>5</sup> Одежда под брендом «Свое» // Коммерсантъ. <[http://romir.ru/press/2461\\_23.10.2015/](http://romir.ru/press/2461_23.10.2015/)>.

<sup>6</sup> Контрафакт одежды и обуви. <<http://antikontrafakt.ru/kontrafakt/promtovary/odezhda-i-obuv/>>.

контрафактом в данном случае понимаются не подделки, а, скорее, вся нелегальная продукция в целом. По данным Минпромторга, сегодня на рынке одежды и обуви нелегальная продукция занимает около 30%<sup>7</sup> (в 2015 г. Минпромторг оценивал ее объем в 1 трлн руб.). В 2015 г. Союзлегпром оценивал объем нелегального рынка одежды и обуви в 25%, т.е. на уровне 910 млн руб.<sup>8</sup> В 2011 г. Главное управление экономической безопасности и противодействия коррупции МВД России оценивало долю контрафакта (в широком значении) на рынке одежды известных брендов в 37%<sup>9</sup>. При этом сохраняется определенная неясность в трактовке этих цифр.

*«Я не понимаю, что такое эти 30%. Мы довольно долго пытаемся синхронизироваться в терминах, большая часть товаров не представляют собой контрафакт в чистом виде. Что такое контрафакт? Это товары, в большей части произведенные за территорией России либо на территории России, но которые в легальный оборот не попадают. Объем таких товаров по легкой промышленности оценить точно сложно... Величина теневой экономики в продажах товаров легкой промышленности, по самым скромным оценкам, — 30%, но ощущение, что 50%, возможно, и больше»* (руководитель торговой компании в сфере одежды и обуви).

Президент Ассоциации текстильщиков России Ш. Ильдаров утверждает, что 90% контрафакта на рынке одежды и обуви ввезено нелегально в виде контрабанды, а около 0,3% приходится на подпольные цеха, действующие на территории РФ<sup>10</sup>. Главное управление экономической безопасности и противодействия коррупции МВД соглашается с тем, что объемы отечественного производства подделок незначительны. По мнению представителей МВД, основным источником поступления контрафакта является импорт из стран Юго-Восточной Азии (Китай, Сингапур, Индия и проч.), а также из Болгарии, Турции, Польши и с Украины<sup>11</sup>.

<sup>7</sup> Минпромторг: российский рынок одежды и обуви на 30% состоит из нелегальной продукции // Коммерсант.ру. 25.08.2016. <<http://www.kommersant.ru/doc/3072403>>.

<sup>8</sup> Контрабандистов одежды и обуви будут сажать // Вести. <<http://www.vestifinance.ru/articles/65280>>.

<sup>9</sup> На рынке брендовой одежды в России доля контрафакта составляет 37% // Экономика и жизнь. 02.09.2011. <<https://www.eg-online.ru/news/142714/>>.

<sup>10</sup> 90% контрафакта ввезено в Россию. Легкая промышленность уходит в тень // Коммерсант.ру. 26.08.2016. <<http://www.kommersant.ru/doc/3072580>>.

<sup>11</sup> На рынке брендовой одежды в России доля контрафакта составляет 37% // Экономика и жизнь. 02.09.2011. <<https://www.eg-online.ru/news/142714/>>.

Согласно данным Союзлегпрома, после образования Таможенного союза источником поступлений подделок также служит Казахстан<sup>12</sup>. Совокупный же объем контрафакта на текстильном рынке Таможенного союза оценивается в 1,37 трлн руб.<sup>13</sup>

Наиболее проблемным сегментом считаются меха и изделия из них, где нелегальный оборот, по мнению экспертов, достигает 80–85%<sup>14</sup>. По всей видимости, данный показатель относится не к контрафакту, а, скорее, к серому импорту, связанному с уклонением от уплаты налогов.

По данным Российского союза кожевников и обувщиков, теневой импорт обуви составляет 20%. При этом наиболее проблемным сегментом считается детская обувь, где незаконный ввоз достигает 65%<sup>15</sup>.

По экспертной оценке Российского союза производителей одежды, 40% одежды попадает на российский рынок с нарушением таможенного законодательства. Основными источниками называются Китай, Бангладеш, Польша и Турция<sup>16</sup>.

Согласно расчетам экспертов, из-за серых схем импорта одежды консолидированный бюджет России ежегодно недополучает порядка 200 млрд руб.<sup>17</sup>

### **Контрафактная продукция**

Рынки одежды и обуви относятся к сегментам массового присутствия контрафакта — на уровне 10–20%, в отдельных сегментах —

<sup>12</sup> Контрабандистов одежды и обуви будут сажать // Вести. <<http://www.vestifinance.ru/articles/65280>>.

<sup>13</sup> Контрафакт: угроза экономике, убытки брендов и проблемы ментальности // Маркетинговое образование. <[https://new-retail.ru/persony/kontrafakt\\_ugroza\\_ekonomike\\_ubytki\\_brendov\\_i\\_problemy\\_mentalnosti3291/](https://new-retail.ru/persony/kontrafakt_ugroza_ekonomike_ubytki_brendov_i_problemy_mentalnosti3291/)>.

<sup>14</sup> Третий российский рынок одежды и обуви — подделка // Комсомольская правда. <<http://www.kp.ru/daily/26573/3589374/>>.

<sup>15</sup> Контрабандистов одежды и обуви будут сажать // Вести. <<http://www.vestifinance.ru/articles/65280>>.

<sup>16</sup> Виктор Евтухов принял участие в круглом столе «контрафакт наступает». <[http://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#lviktor\\_evtuhov\\_](http://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#lviktor_evtuhov_)>.

<sup>17</sup> Контрафакт: угроза экономике, убытки брендов и проблемы ментальности // Маркетинговое образование. <[https://new-retail.ru/persony/kontrafakt\\_ugroza\\_ekonomike\\_ubytki\\_brendov\\_i\\_problemy\\_mentalnosti3291/](https://new-retail.ru/persony/kontrafakt_ugroza_ekonomike_ubytki_brendov_i_problemy_mentalnosti3291/)>.

30–40%<sup>18</sup>. В 2012 г. 42% россиян подтвердили, что в течение последнего года покупали контрафактную одежду<sup>19</sup>. При этом 75% из них приобретали поддельную одежду осознанно, т.е. будучи уверенными в момент покупки, что товар не является оригинальным. Женщины чаще, чем мужчины, покупают контрафактную одежду. Надо отметить, что чем моложе покупатели, тем более они склонны к потреблению контрафакта в сфере одежды.

В сфере одежды и обуви подделки равно касаются популярных марок как массового, так и высокого ценового сегмента.

*«В основном подделываются более известные бренды — то, что люди более-менее знают и достаточно спокойно покупают»* (руководитель крупной компании в сфере производства изделий легкой промышленности).

Наиболее распространенными каналами реализации контрафакта называются розничные рынки и интернет-магазины. В России примерно 4% совокупного объема контрафакта реализуется через Интернет, что заметно ниже показателей других стран (Южная Корея — 34%, Великобритания — 13%, Мексика — 5%)<sup>20</sup>.

На территории России источником контрафакта главным образом является импорт. К странам, откуда поступает основная часть контрафактной одежды и обуви, относят Сингапур, Китай, Индию, Турцию и Польшу. Тем не менее отечественные предприниматели тоже вносят свой вклад. Например, в июле 2016 г. сотрудники ГУ МВД обнаружили в Подмоскowie подпольный цех по производству контрафактной спортивной одежды, где трудились 50 незаконно пребывающих на территории РФ мигрантов из Юго-Восточной Азии. В ходе операции полиция изъяла 1,5 тыс. экземпляров продукции и 100 единиц швейного оборудования<sup>21</sup>. Подобные сводки появляются регулярно.

<sup>18</sup> Радаев В.В. и др. Основные тенденции на рынках контрафактной продукции и возможное влияние Таможенного союза // Аналитика ЛЭСИ. 2010. Вып. 7. <<https://www.hse.ru/data/2011/02/09/1208663507/%D0%9B%D0%AD%D0%A1%D0%98-7.pdf>>.

<sup>19</sup> Храмова Е. Амбивалентность отношения потребителей к контрафактной продукции // Экономическая социология. 2012. Т. 13. № 4. <[https://ecsoc.hse.ru/data/2012/11/10/1249389629/ecsoc\\_t13\\_n4.pdf#page=116](https://ecsoc.hse.ru/data/2012/11/10/1249389629/ecsoc_t13_n4.pdf#page=116)>.

<sup>20</sup> В контрах с контрафактом // Коммерсант.ru. <<http://www.kommersant.ru/doc/2867515>>.

<sup>21</sup> Цех по производству контрафактной спортивной одежды закрыт в Подмоскowie // ТАСС. <<http://tass.ru/moskovskaya-oblast/3470048>>.

*«Последнее время локальное производство имеет место, очень даже распространено. Что касается текстиля, обуви, то все то, что может быть произведено, и производится на тех производственных мощностях, которые остались еще от советского времени в тех регионах, где это традиционно было»* (руководитель компании, занимающейся обеспечением безопасности бизнеса).

Правообладатели в той или иной степени вовлечены в защиту своих прав в отношении контрафакта в сфере одежды и обуви. Например, в 2014–2016 гг. было 107 завершенных судебных дел гражданского судопроизводства, связанных с производством и дистрибуцией товаров, на которых незаконно размещены товарные знаки. Основная часть этих дел была выиграна правообладателями.

### **Серый импорт**

Как было показано выше, российский рынок одежды и обуви в сильной степени зависим от импорта. В связи с этим существенной оказывается проблема серого и черного импорта, которая приобретает на данном рынке значительный масштаб.

*«Остро, как всегда, выглядит вот этот пункт — серый и черный импорт»* (руководитель крупной компании в сфере производства изделий легкой промышленности).

На основе статистики внешнеэкономической деятельности мы попытались оценить примерно доли серого импорта в четырех сегментах: пушнины и изделий из нее, верхней одежды, обуви и спортивных костюмов.

### **Пушнина и меховые изделия**

По данным базы UN Comtrade, в 2015 г. стоимостные объемы импорта меха и изделий из него из стран Европейского союза (включая Турцию) и Китая упали на 72 и 56% соответственно по сравнению с 2011 г. В то же время ввоз меховых изделий из стран ЕАЭС продолжал расти и превысил показатель 2011 г. почти в 6 раз (с 1 млн до 5,9 млн долл.). Таким образом, можно предположить, что импортеры меха и меховых изделий переориентируются на схемы ввоза товара в Россию через границы остальных стран — участниц ЕАЭС, что вызывает немалое беспокойство со стороны представителей отрасли и экспертного сообщества.

*«Мы все прекрасно знаем, что тот же самый Казахстан построил целый терминал на границе с Китаем..., где происходят перемаркировка и выпуск на таможенную территорию..., т.е. товара, который формально ни под какие налоги тамо-*

*женные не попадет»* (руководитель крупной компании в сфере производства изделий легкой промышленности).

Меха и меховые изделия относят к сегментам рынка с самыми высокими показателями оборота незаконной продукции. При сопоставлении данных об импорте РФ и экспорте стран-партнеров получается, что серый импорт сводится к занижению и количества, и стоимости ввозимых товаров. В 2015 г. на общемировом уровне стоимость ввозимого меха и изделий из него, декларируемая РФ, отличалась от стоимости экспорта, по данным ее стран-партнеров, на 93,8%. Доля неучтенного импорта из Китая равна 96,6%, из стран Таможенного союза ЕС, включая Турцию, — 65,7%, из стран — участниц ЕАЭС — 26,3%.

Что касается динамики серого импорта, то в случае Китая и стран-партнеров со всего мира наблюдается увеличение доли серого импорта в 2007–2015 гг. При этом для стран Таможенного союза ЕС и ЕАЭС характерна обратная тенденция: происходит снижение доли неучтенного импорта. Например, в 2015 г. доля неучтенного импорта из стран ЕАЭС упала до 26,3%, в то время как в 2011 г. она была равна 95,8% (табл. 7.4). Объяснить такой факт можно следующими обстоятельствами. Во-первых, по свидетельству экспертов, со временем постепенно наводится порядок на внешних границах стран — участниц ЕАЭС. Во-вторых, считается, что потоки незаконной продукции, которые проходят через страны ЕАЭС, являются не системными, а эпизодическими. В-третьих, с образованием ЕАЭС стандартные инструменты статистики отныне не позволяют в полном объеме зафиксировать серый импорт, поскольку перемещение товаров не учитывается внутри союзных государств по причине открытых

**Таблица 7.4.** Доля серого импорта в мехах и изделиях из них в 2007–2015 гг., %

Год	Страны-экспортеры			Мир
	Страны ЕАЭС	Страны ТС ЕС и Турция	Китай	
2007	97,1	80,3	62,8	75,9
2011	95,8	58,0	87,4	79,1
2015	26,3	65,7	96,6	93,8

Источник: UN Comtrade.

границ между ними, и статистика по данному направлению оказывается ненадежной.

*«Они навели порядок с границей в самом Казахстане. ...Но там следующая вещь: там граница Киргизии практически прозрачна. Если с Китаем границу более-менее взяли под контроль, то если брать юг, например, Алма-Ату, 30 км — Бишкек, — там знаменитый рынок с половиной оборота всей Киргизии. Появилась проблема, что из Киргизии [товар] идет в Россию транзитом через Казахстан. Эти маршруты существуют, но это не системно, а отдельные вбросы. Системно этого нет по разным причинам, потому что у нас достаточно серьезное законодательство с точки зрения допуска к продаже каких-то вещей»* (руководитель агентства по защите прав на интеллектуальную собственность).

#### Верхняя одежда

В рассматриваемый период 2007–2015 гг. объемы импорта верхней одежды на территорию РФ постепенно сокращались. При этом падение импорта наблюдалось преимущественно из стран ЕС, включая Турцию: в 2011 г. — на 76% по сравнению с 2007 г., а в 2015 г. — на 29% по сравнению с 2011 г.

В противоположность общей нисходящей траектории импорт из стран ЕАЭС набирал обороты: в 2011 г. он увеличился в 13 раз по сравнению с 2007 г. В 2015 г. рост продолжился, правда, был менее значительным — на уровне 6%. Важно отметить, что в 2015 г. импорт верхней одежды в натуральном выражении из стран ЕАЭС сравнялся с показателем поступлений из стран ЕС. Однако стоимость верхней одежды, ввезенной на территорию РФ из стран — участниц ЕАЭС (в целом более дешевой), оказалась в 5 раз ниже стоимости более дорогих товаров, поступивших из стран ЕС.

Что же касается серого импорта, то, по всей видимости, его доля на рынке верхней одежды очень велика. Происходит занижение объемов ввозимых товаров и в натуральном, и в стоимостном выражении. В 2015 г. доля серого импорта из стран всего мира в среднем составляет 56% в стоимостном и 19% в натуральном выражении. Самый высокий показатель характерен для стран ЕАЭС — 71%, за ними следуют страны ЕС (включая Турцию) — 69% и Китай — 66,5%. Из табл. 7.5 видно, что в 2015 г. произошло небольшое снижение неучтенного импорта из стран ЕАЭС и ЕС, а вот в случае Китая этот показатель заметно вырос по сравнению с 2011 г.

**Таблица 7.5.** Доля серого импорта в верхней одежде в 2007–2015 гг., %

Год	Страны-партнеры			Мир
	Страны ЕАЭС	Страны ТС ЕС и Турция	Китай	
2007	98	71	55,8	56
2011	83	71	43,9	43
2015	71	69	66,5	56

Источник: UN Comtrade.

#### Обувь и детали для ее производства

В 2015 г. импорт обуви сократился: на мировом уровне он уменьшился на 42%, из Китая – на 53%, из стран ЕС, включая Турцию, – на 29% по сравнению с 2011 г. Что же касается стран ЕАЭС, то в 2015 г. их роль в российском импорте обуви заметно увеличилась. Объемы обуви из этих стран выросли, по данным UN Comtrade, в 15 раз по сравнению с 2011 г. Тем не менее основным источником поступлений обуви по-прежнему является Китай.

На фоне остальных сфер легкой промышленности рынок обуви выглядит более благополучно с точки зрения масштаба незаконной продукции. Здесь неучтенный импорт образуется главным образом за счет занижения стоимости, которое в 2015 г. достигало в целом 17%. Наиболее проблемными сегодня выглядят потоки из стран ЕС, включая Турцию, – доля серого импорта составляет 48%. Неучтенный импорт из Китая вырос по сравнению с предыдущими годами и в 2015 г. был равен 28,7%. Что же касается стран ЕАЭС, то здесь ситуация неоднозначная. Из-за не очень надежных статистических данных объяснить все колебания показателей в данном случае не представляется возможным.

#### Спортивные костюмы

В 2011–2015 гг. импорт спортивных костюмов из стран ЕС, включая Турцию, сократился на 57%, а из Китая – на 5%. При этом импорт из стран ЕАЭС за этот период немного увеличился – на 5%.

Как видно из табл. 7.6, доля серого импорта на рынках спортивных костюмов значительна. В 2015 г. она составляла 60% стоимости импорта и около 71% в его натуральном выражении. Наиболее высокая доля неуч-

**Таблица 7.6.** Доля серого импорта в спортивной одежде в 2007–2015 гг., %

Год	Страны-партнеры			Мир
	Страны ЕАЭС	Страны ТС ЕС и Турция	Китай	
2007	100	96	92,3	92
2011	85	90	38,9	64
2015	54	89	58,3	60

Источник: UN Comtrade.

тенного импорта характерна для стран ТС ЕС, включая Турцию, – здесь несовпадения достигают 89%. За ними следуют Китай (58,3%) и страны ЕАЭС (54%). При этом для всех стран наблюдается важная тенденция: в сфере спортивной одежды со временем происходит снижение доли неучтенного импорта. Если в 2007 г. она колебалась от 92 до 100%, то в 2015 г. – уже от 54 до 89%.

\* \* \*

Важно отметить, что используемая нами статистика в случае отдельных стран имеет серьезные ограничения из-за пропусков данных, что нередко порождает резкие и малообъяснимые колебания в цифрах. Также имеет смысл оговорить, что при сопоставлении статистики об импорте РФ на сайте ФТС и аналогичной статистики на сайте UN Comtrade мы обнаруживали порой значительные несовпадения, которые сложно интерпретировать. Поэтому к полученным данным необходимо относиться с известной осторожностью.

Тем не менее эти показатели позволяют выявить некоторые важные моменты, отличающие данную отрасль от других. Так, масштабы неучтенного импорта в сфере легкой промышленности крайне велики, а в некоторых случаях могут достигать 97% общей стоимости. Серый импорт продукции наиболее распространен в сегменте меховых изделий, спортивных костюмов и верхней одежды. На рынке обуви обороты незаконной продукции заметно ниже.

Важно, что во всех рассматриваемых сегментах в 2007–2015 гг. заметно увеличились объемы импорта изделий легкой промышленности из стран ЕАЭС. Это происходит, как правило, на фоне общей тенденции сниже-

ния прямого импорта из стран Европейского союза (включая Турцию) и из Китая. При этом во всех четырех рассматриваемых сегментах легкой промышленности доля неучтенного импорта из стран ЕАЭС сократилась по сравнению с предыдущими периодами. Вероятно, такая тенденция наблюдается, с одной стороны, в результате усиления контроля на внешних границах стран — участниц ЕАЭС, а с другой — из-за того что появляются новые возможности для неучтенного импорта, которые не улавливаются официальной статистикой по причине свободного перемещения товаров на территории ЕАЭС.

### Параллельный импорт

Проблема параллельного импорта является важной, но, по всей видимости, не первоочередной для рынка одежды и обуви. К примеру, в 2009–2013 гг. был только один спор в гражданском судопроизводстве, предмет которого связан с параллельным импортом в сфере легкой промышленности. Дело касалось нарушений исключительного права французского правообладателя на товарный знак со стороны отечественной торговой компании в сфере кожаных аксессуаров (сумки и кошельки)<sup>22</sup>. Сдержанное отношение к проблеме параллельного импорта на российских рынках одежды и обуви, возможно, объясняется тем, что в качестве более значимых проблем рассматриваются контрафакт и серый импорт.

Эксперты в основном ассоциируют параллельный импорт с продажей и доставкой товаров из зарубежных интернет-магазинов или центров распродаж. При этом, поскольку рынок одежды и обуви содержит огромный ассортимент, оказывается, что ассортимент параллельного импорта часто не пересекается с ассортиментом официальных дистрибьюторов и правообладателей.

*«Обычно весь параллельный импорт, который вообще я когда-либо видела, — это не были куртки нового сезона... Соответственно, таким образом, где-то находятся в Америке аутлеты какие-то, там покупаются куртки с соответствующей большой скидкой и продаются здесь как куртки новой коллекции» (представитель торговой сети в сфере спортивной одежды и обуви, 2011).*

<sup>22</sup> Итоговый отчет Фонда «Центр стратегических разработок» по теме «Влияние ограничения параллельного импорта на товарные рынки Российской Федерации», 2013. <<http://www.eurasiancommission.org/ru/act/finpol/dobd/intelsobs/Documents/>>.

### Цены на рынках легальной и нелегальной продукции

В 2000-х годах средние потребительские цены на изделия легкой промышленности постепенно росли. При этом увеличивался и разброс цен между разными видами товаров (см. рис. 7.8).

Российский рынок одежды и обуви сильно сегментирован и по цене, и по ассортименту. Магазины, как правило, торгуют специализированным

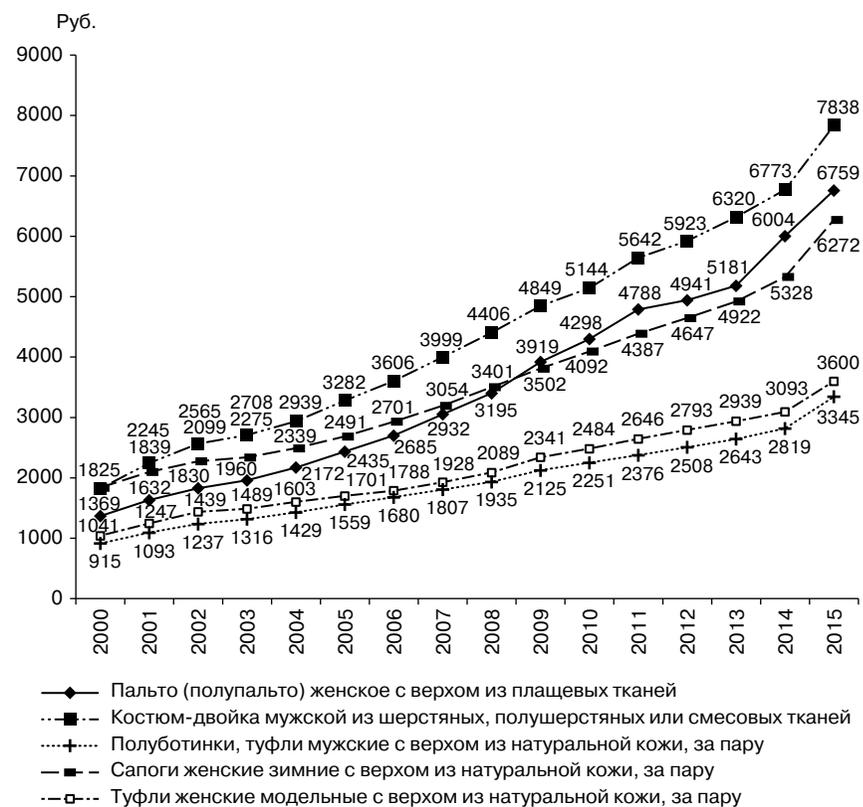


Рис. 7.8. Средние потребительские цены на отдельные виды товаров легкой промышленности в 2000–2015 гг., руб.

Источник: Росстат.

и слабо пересекающимся с другими торговыми точками товаром. При этом наблюдается устойчивая сегментация цен на одни и те же товары в очень широких диапазонах. В результате на рынках одежды и обуви сложно установить какие-либо ценовые закономерности, а показатель средней цены не слишком информативен.

При сопоставлении цен в отечественной рознице и в зарубежных магазинах не наблюдается также слишком больших ценовых отклонений в ту или иную сторону. Так, в исследовании «ГФК-Русь» 2013 г., посвященном параллельному импорту, делается вывод, что нет значимых экономических стимулов для параллельного ввоза спортивной одежды и обуви. Цены на спортивную одежду и обувь иностранного производства в России, как утверждается, выше примерно на 15% по сравнению со странами Европы. По мнению экспертов, такая ценовая разница получается в результате повышенных логистических расходов и таможенных платежей<sup>23</sup>.

Исследование НИУ ВШЭ 2013 г. показало отсутствие очевидных доказательств того, что российские интернет-магазины торгуют одеждой по более высокой цене по сравнению с американскими, европейскими и китайскими интернет-магазинами. Отечественные интернет-магазины, скорее, представляли две не пересекающиеся группы, одна из которых была близка к ценовому потолку, а другая — к ценовому дну. Иностраные интернет-магазины оказывались внутри этого диапазона<sup>24</sup>. Подобная ситуация наблюдается и в сегменте спортивной обуви. Российские интернет-магазины демонстрируют наиболее широкий ценовой диапазон. Дорогие российские магазины оказываются наверху ценовой диаграммы, а дешевые вплотную приближаются к продавцам, предположительно торгующим контрафактом. Идентичные результаты были получены и в нашем исследовании 2011 г., когда мониторились цены на спортивную обувь.

*«По параллельному импорту я лично не думаю, что уровень цен будет ниже, потому что там включается схема оплаты тех же самых таможенных платежей, т.е. люди ввозят и таможат эти товары»* (представитель торговой сети в сфере спортивной одежды и обуви, 2011).

<sup>23</sup> Финальный отчет «ГФК-Русь» по теме «Исследование финансово-экономических последствий либерализации параллельного импорта в России», 2013. <[http://www.aebus.ru/files/presentations/GfK%20Report\\_P1%20liberalisation\\_final%20Rus.pdf](http://www.aebus.ru/files/presentations/GfK%20Report_P1%20liberalisation_final%20Rus.pdf)>.

<sup>24</sup> Радаев В.В. и др. Легализация параллельного импорта и ее влияние на товарные рынки России // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 9. <[https://www.hse.ru/data/2014/03/12/1332126162/analitica\\_14-text.pdf](https://www.hse.ru/data/2014/03/12/1332126162/analitica_14-text.pdf)>.

Что же касается цен на предположительный параллельный импорт, то в среднем они были не ниже, а, наоборот, на 15% выше цен официальных российских магазинов. Это было вызвано в том числе тем, что параллельные импортеры завозили товары тех видов, которые отсутствовали в российской продаже<sup>25</sup>.

Еще больший разброс цен был зафиксирован при сопоставлении контрафактной продукции и оригинального товара. Подделки могут как стоить 20% стоимости оригинала, так и быть дороже его в 2 раза. Согласно нашему предыдущему исследованию, в среднем цены на товар сомнительного происхождения были не ниже, а на 10% выше цен на оригинальный товар<sup>26</sup>.

Осенью 2016 г. мы провели несколько замеров цен на ряд товаров легкой промышленности (обувь спортивного стиля, детская обувь, спортивная одежда и спортивные сумки).

В *детской обуви* встречаются случаи, когда в сомнительном интернет-магазине товар продается дороже, чем товар, реализуемый в официальном интернет-магазине по акции, но дешевле, чем тот же товар у производителя вне акции. Цены на детскую обувь сомнительного происхождения в онлайне отклоняются от ее стоимости со скидкой в официальном магазине на 12–49%. В офлайне эти различия еще выше — до 84%.

При анализе цен на *обувь спортивного стиля* было обнаружено, что цены в сомнительных магазинах варьируются в пределах 18–44%. Откровенная подделка в онлайне может стоить около 2/3 цены оригинала. Что же касается офлайна, то здесь очевидные подделки опускаются примерно на 80% ниже цены оригинала.

Интересно, что наиболее низкие цены предлагаются на товары, реализуемые в офлайне (в пешеходных переходах, шоу-румах и отдаленных торговых центрах), нежели в онлайне (в независимых интернет-магазинах). Независимые интернет-магазины, хотя и предлагают сомнительный товар, в качестве референта для потребителей отталкиваются от цен официальных магазинов. А продажи товаров сомнительного происхождения по более низким ценам нередко маскируют под различного рода акции.

### Оценки представителей компаний

Представители опрошенных нами компаний оценивают проблему незаконного оборота как «довольно ощутимую». По их мнению, его доля со-

<sup>25</sup> Там же.

<sup>26</sup> Там же.

ставляет не менее 20–30% стоимости продаж отдельных товаров легкой промышленности. При этом респонденты отмечают, что с началом текущего экономического кризиса объемы оборота незаконной продукции на российских рынках возросли.

Основным источником незаконной продукции считается импорт из стран дальнего зарубежья, на него приходится от 40 до 60%. Вторым по значимости указывается импорт из стран ЕАЭС — 30–40%. И наконец, доля отечественного производства в обороте нелегальной продукции оценивается в 10–20%. При этом незаконная продукция, по мнению наших респондентов, примерно на 25% дешевле продукции, законно выпущенной в оборот.

Участники считают проблему параллельного импорта менее значимой для их рынка по сравнению с проблемами серого импорта, незаконного производства и контрафакта. Эксперты полагают, что серый импорт и нелегальный оборот занимают до трети стоимости продаж отдельных товаров легкой промышленности. Объемы поддельной продукции они оценивают на уровне 10–20% стоимости продаж. Важно отметить, что в сфере легкой промышленности масштабы незаконного производства, серого импорта и контрафакта довольно сильно пересекаются. Подделки активно импортируются и одновременно производятся на территории России. На российском рынке поддельная продукция характеризуется низким качеством; по мнению экспертов, качество подделок сильно уступает качеству оригиналов.

Эксперты довольно низко оценивают эффективность существующей системы мер противодействия незаконному обороту продукции. Они утверждают, что правоохранительным органам удастся выявлять и задерживать лишь около 20% незаконной продукции. При этом весьма высоко эксперты оценивают работу отдельных служб, в том числе ФТС, ФНС и Роспотребнадзора. Эффективность работы МВД экспертами оценивается чуть ниже.

### **Государственное регулирование и поддержка легкой промышленности в России**

В последние годы государственными органами прилагаются существенные усилия по восстановлению отечественной отрасли легкой промышленности, которая чуть не рухнула в начале 1990-х годов. Инициаторами основных изменений в отрасли на сегодняшний день выступают Минпромторг РФ, отраслевые ассоциации и крупнейшие предприятия отрасли.

В условиях общеполитического курса на импортозамещение были разработаны следующие меры государственной поддержки<sup>27</sup>.

Во-первых, продолжается реализация программы государственного субсидирования предприятий легкой промышленности. Субсидируются как инвестиционные проекты, так и ставки по кредитам, взятым предпринимателями на пополнение оборотных средств, формирование межсезонных запасов и производство. Такие субсидии позволяют покрывать до 70% расходов, связанных с погашением текущих кредитных обязательств. Однако претендовать на субсидии могут только предприятия, входящие в специальные перечни системообразующих организаций и организаций, оказывающих существенное влияние на развитие отрасли промышленности и торговли<sup>28</sup>.

В результате реализации специальных программ субсидии на сумму 33 297 902 руб. в 2015 г. были выданы 14 предприятиям, а в 2016 г. 12 предприятий отрасли получили 19 148 512 руб.<sup>29</sup> В дополнение правительство РФ выделило Минпромторгу еще 500 млн руб. для субсидирования предприятий легкой промышленности в 2016 г.

Несмотря на то что регуляторы пытаются поддержать крупные предприятия отрасли в кризисный период, по словам участников рынка, им не удалось решить проблему доступности банковских кредитов, включая тяжелую проблему залогов. В итоге предприятия по-прежнему не могут своевременно пополнять и наращивать оборотные средства и осуществлять эффективные заимствования в периоды сезонных закупок сырья. Данная ситуация существенным образом сдерживает развитие предприятий отрасли.

*«Банки ужесточали по нашей отрасли позицию с выдачей кредитов. ...Идет ужесточение по залогам, соответственно, у всех снижаются по этой причине кредитные портфели. ...нас поставили в еще более жесткие условия. Вместо того*

<sup>27</sup> Подробнее см.: Программа поддержки легкой промышленности на 2016 г. Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 26.01.2016 № 85-р. <<http://gov.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm>>.

<sup>28</sup> Поддержать российский легкотекстиль: какие меры предлагает российское правительство для стимулирования импортозамещения в отрасли // Рустекстиль. <<http://www.rustekstile.ru/publishing/poddierzhat-rossiiskii-lieghkoprom-kakiie-miery-priedlagaiet-rossiiskoie-pravitiel-stvo-dlia-stimulirovaniia-importozamieshchieniia-v-otrasli>>.

<sup>29</sup> Там же.

чтобы накачиваться средствами сейчас, мы должны все время сдувать свой кредитный портфель» (руководитель крупной компании в сфере производства изделий легкой промышленности)

Во-вторых, введена программа по субсидированию погашения затрат лизинговых предприятий, предоставляющих оборудование предприятиям легкой промышленности. Согласно подписанному 16 июля 2016 г. постановлению Правительства РФ № 1512-р предприятия легкой промышленности могут воспользоваться льготными ставками лизинга на уровне 4–5%.

В-третьих, отдельным направлением поддержки предприятий отрасли является субсидирование их затрат, связанных с производством школьной формы. В июне 2016 г. было принято постановление о предоставлении субсидий из федерального бюджета российским организациям на компенсацию части затрат на производство школьной формы для учеников начальных классов (одежды для обучающихся) из российских камвольных тканей. На эти цели планировалось выделить 400 млн руб.

В-четвертых, правительством РФ был создан специальный Фонд развития промышленности, деятельность которого, в частности, сопряжена с выдачей целевых займов под проценты от 5% годовых на 5–7 лет. Целевые займы выдаются для стимулирования разработок и выведения новых продуктов, которые помогли бы России приобрести конкурентное преимущество на международном рынке.

В-пятых, для поддержки отечественных предприятий был установлен запрет на вывоз из России кожевенных полуфабрикатов. Были приняты соответствующие постановления, согласно которым до 18 января 2017 г. вводится вето с целью решить проблемы дефицита сырья и роста цен на него на внутреннем рынке. В результате этого в сложном положении оказываются отечественные производители<sup>30</sup>.

В-шестых, по мнению Минпромторга РФ, была принята главная мера по импортозамещению. Ее смысл заключается «в введении запрета на допуск товаров, материалов и полуфабрикатов, из которых они изготовлены, происходящих из иностранных государств, к государственному заказу»<sup>31</sup>.

<sup>30</sup> Доклад о целях и задачах Минпромторга России на 2016 г. и основных результатах деятельности за 2015 г. <[http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Doklad\\_MPT\\_072016.pdf](http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Doklad_MPT_072016.pdf)>.

<sup>31</sup> Актуальные задачи и показатели легкой промышленности. Минпромторг. <<http://minpromtorg.gov.ru/activities/industry/otrasli/legprom/>>.

В-седьмых, ведется активная деятельность по повышению стандартов качества продукции легкой промышленности. 30 апреля 2015 г. была учреждена «Российская система качества» (Роскачество), которая осуществляет регулярные проверки на рынке. Ранее была разработана Концепция системы добровольной сертификации «Система подтверждения качества российской продукции».

Несмотря на указанные меры, сохраняются объективные сложности, препятствующие политике импортозамещения в сфере легкой промышленности. Они связаны с тем, что отечественным производителям приходится конкурировать с дешевым импортом, за которым нередко стоят серые схемы ввоза и дешевый контрафакт. Их облегчают открытые границы со странами ЕАЭС. Участники рынка также обеспокоены своим будущим в связи со вступившим в силу в 2015 г. Соглашением о зоне свободной торговли с Вьетнамом.

#### **Меры борьбы с нелегальной продукцией на рынках товаров легкой промышленности**

В сфере легкой промышленности регуляторы активно ведут борьбу с нелегальной продукцией. За последнее время ими были предприняты следующие действия и меры<sup>32</sup>:

- во-первых, созданной в 2015 г. Государственной комиссией по противодействию незаконному ввозу, незаконному производству и обороту промышленной продукции легкая промышленность отнесена к одной из пяти наиболее проблемных отраслей;
- во-вторых, в 2016 г. на территории ЕАЭС была внедрена единая система маркировки меховых изделий (см. ниже). В случае успеха данного проекта этот опыт в ближайшее время будет распространен на другие рынки — одежды, обуви и лекарственных препаратов;
- в-третьих, с апреля 2016 г. в тестовом режиме запущен проект, связанный с изменениями в использовании контрольно-кассовых аппаратов и прямой передачей информации данных о продажах в ФНС. С июля 2017 г. ФНС будет ставить на учет аппараты только нового образца и в обязательном порядке требовать их применения согласно новому порядку. Продавцы будут выдавать покупателю

<sup>32</sup> В контрах с контрафактом // Коммерсант.ru. <<http://www.kommersant.ru/doc/2867515>>.

телям электронные чеки, информацию о которых последние смогут проверить в специальной системе<sup>33</sup>;

- в-четвертых, Минпромторг РФ предлагает упростить процедуру уничтожения контрафактной продукции. В случае признания судом товаров контрафактными их будут сразу отправлять на уничтожение без предварительной конфискации. Таким образом, будут выстроены барьеры для схем, когда конфискованный контрафактный товар повторно появлялся на рынках. По прогнозам Минпромторга, такая мера позволит увеличить долю отечественных производителей в среднем до 45% в краткосрочном периоде<sup>34</sup>.

### **Обязательная маркировка товаров легкой промышленности**

#### *Пилотный проект*

С 12 августа 2016 г. на территории стран Евразийского экономического союза (Армения, Белоруссия, Казахстан, Киргизия и Россия) ввели обязательную маркировку меховых изделий контрольными (идентификационными) знаками в форме радиочастотной идентификации (RFID). Обязательной маркировке меховых изделий предшествовал экспериментальный этап, стартовавший 1 апреля 2016 г., который давал возможность участникам рынка добровольно начать маркировку меховых изделий, пока страны — участники ЕАЭС принимали Соглашение о реализации проекта<sup>35</sup>. Дополнительно: 11 августа 2016 г. вступило в силу постановление Правительства РФ № 787, вводящее в действие «Правила реализации пилотного проекта по введению маркировки товаров контрольными (идентификационными) знаками по товарной позиции «Предметы одежды, принадлежности к одежде и прочие изделия из натурального меха»»<sup>36</sup>.

<sup>33</sup> Важные изменения в Федеральном законе № 54-ФЗ: какой будет ККМ в 2017 г. <<http://infostart.ru/public/449537/Atlthfkmjv>>.

<sup>34</sup> В контрактах с контрафактом // Коммерсант.ру. <<http://www.kommersant.ru/doc/2867515>>.

<sup>35</sup> Соглашение о реализации в 2015–2016 гг. пилотного проекта по введению маркировки товаров контрольными (идентификационными) знаками по товарной позиции «Предметы одежды, принадлежности к одежде и прочие изделия из натурального меха» заключено в г. Гродно 8 сентября 2015 г.

<sup>36</sup> Постановление Правительства РФ от 11.08.2016 № 787 «О реализации пилотного проекта по введению маркировки товаров контрольными (идентификационными)

На реализацию проекта российское правительство направило от 473,5 до 600 млн руб.<sup>37</sup>

Проект по обязательной маркировке в настоящее время нацелен на легализацию рынка меховых изделий, а в перспективе — легкой промышленности в целом. Легализация будет способствовать повышению прозрачности рынка благодаря внедрению системы отслеживания движения товаров по всей цепочке: с момента производства товаров (или ввоза их на территорию ЕАЭС) до момента передачи их конечным потребителям. Инициаторами проекта считаются крупные торговые сети: «Снежная королева», «Меха Екатерины», «Мехамания» и «Мондиаль», подписавшие «Декларацию добросовестных участников об этических нормах ведения бизнеса в сфере производства, импорта и реализации одежды из натурального меха»<sup>38</sup>, которые объединили усилия с ФНС по созданию специальной системы.

Согласно новым правилам, запрещаются приобретение, хранение, использование, транспортировка и продажа немаркированных предметов одежды из натурального меха. Освобождаются от маркировки производство товаров с целью его дальнейшего вывоза за пределы ЕАЭС, реализация товара в беспрошленных магазинах, пользование товаром производителями и физическими лицами в личных целях и т.д. Перечень товаров, подлежащих маркировке, закреплен в «Правилах» и на сегодняшний день включает предметы одежды из норки, нутрии, песца или лисицы, кролика или зайца, енота, овчины и иных видов меха<sup>39</sup>.

Участники оборота товаров обязаны прикрепить контрольно-идентификационный знак к каждому изделию или проверить его наличие, а также передать в трехдневный срок информацию о покупке, импорте или

знаками по товарной позиции «Предметы одежды, принадлежности к одежде и прочие изделия из натурального меха» и о признании утратившим силу постановления Правительства Российской Федерации от 24.03.2016 № 235». <<https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=278261>>.

<sup>37</sup> Третий российский рынок одежды и обуви оказался контрафактным // Новые известия. 26.08.2016 <<http://www.newizv.ru/economics/2016-08-26/245620-tret-rossijskogo-rynka-odezhdy-i-obuvi-okazalas-kontrafaktnoj.html>>.

<sup>38</sup> Чипы в борьбе с контрафактными шубами // Рустекстиль. <<http://www.rustekstile.ru/publishing/chipy-v-bor-bie-s-kontrafaktnymi-shubami>>.

<sup>39</sup> Маркировка меховых изделий: что должны сделать производители, импортеры и продавцы меха. <<http://www.buhonline.ru/pub/tks/2016/9/11437>>.

продаже мехового изделия в специальную систему, получившую название «Маркировка», оператором которой выступает Федеральная налоговая служба РФ. Контрольные (идентификационные) знаки выпускает пермский филиал ОАО «Госзнак». Их стоимость для предпринимателей варьируется от 15 до 22 руб. за ед. Кроме прочего, предпринимателям необходимо приобрести RFID-считыватели и установить специальное программное обеспечение.

С 12 августа 2016 г. всем участникам рынка официально дали 45 рабочих дней, в течение которых они должны осуществить маркировку всех изделий, составляющих запасы. Впоследствии Госкомиссия по противодействию незаконному обороту продукции постановила продлить возможность маркировки еще на 35 рабочих дней — до 1 декабря 2016 г.<sup>40</sup>

#### *Ответственность за нарушения*

С момента вступления в силу проекта обязательной маркировки меховых изделий все участники рынка несут административную (ст. 15.12 КоАП РФ) и уголовную (ст. 171.1 УК РФ) ответственность. Максимальный срок наказания составляет лишение свободы до 6 лет со штрафом в размере до 1 млн руб.<sup>41</sup>

1. За производство товаров без маркировки или с нарушением маркировки предусмотрено наложение штрафа и возможна конфискация продукции:
  - а) для организаций — от 50 тыс. до 100 тыс. руб.;
  - б) для должностных лиц и ИП — от 5 тыс. до 10 тыс. руб.
2. За покупку и реализацию товаров без маркировки или с нарушением маркировки предусмотрено наложение штрафа и возможна конфискация продукции:
  - а) для организаций — от 50 тыс. до 300 тыс. руб.;
  - б) для должностных лиц и ИП — от 5 тыс. до 10 тыс. руб.
3. За отказ от маркировки, за производство и реализацию товаров без маркировки или с ее нарушениями в крупных размерах возможны следующие взыскания:

<sup>40</sup> Мантуров Д. В России будет создана единая система маркировки промышленной продукции. <[http://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!denis\\_manturov\\_v\\_rossii\\_budet\\_sozdana\\_edinaya\\_sistema\\_markirovki\\_promyshlennoy\\_produkcii](http://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!denis_manturov_v_rossii_budet_sozdana_edinaya_sistema_markirovki_promyshlennoy_produkcii)>.

<sup>41</sup> Маркировка меховых изделий: что должны сделать производители, импортеры и продавцы меха. <<http://www.buhonline.ru/pub/tks/2016/9/11437>>.

- а) штраф до 300 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода за период до 2 лет;
  - б) принудительные работы на срок до 3 лет;
  - в) лишение свободы на срок до 3 лет со штрафом в размере до 80 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода за период до 6 месяцев.
4. За те же деяния, совершенные группой лиц в предварительном сговоре:
    - а) штраф от 100 тыс. до 300 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от 1 до 3 лет;
    - б) либо принудительные работы на срок до 4 лет;
    - в) либо лишение свободы на тот же срок со штрафом в размере до 100 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного года либо без такового.
  5. За те же деяния, совершенные организованной группой или в особо крупном размере:
    - а) штраф в размере от 200 тыс. до 500 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от 1 до 3 лет;
    - б) либо принудительные работы на срок до 5 лет;
    - в) либо лишение свободы на срок до 6 лет со штрафом в размере до 1 млн руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 5 лет либо без такового.

#### *Предварительные результаты реализации проекта*

Предварительные результаты мониторинга реализации проекта по обязательной маркировке называют впечатляющими. Прежде всего, за полтора месяца с начала проекта было запрошено 5,6 млн контрольных (идентификационных) знаков. Это стало неожиданностью для контролирующих органов, поскольку такая цифра во много раз превысила предварительные прогнозы (объем рынка — 300 тыс. ед.), основанные на данных Росстата и ФТС, — в 16 раз. Оказалось, что объем рынка составляет примерно 2,8 млрд руб. Средняя наценка при продаже импортных товаров равна 114%. Сама отрасль на 97% представлена малым бизнесом. Руководитель ФНС М. Мишустин утверждает, что введение системы маркировки меховых изделий уже на первом этапе подтолкнуло примерно 20% участников рынка к легализации своего бизнеса. В свою очередь,

по данным Минпромторга, удалось легализовать 2/3 рынка, поскольку к системе подключились около 800 производителей, торговых предприятий, оптовых предприятий и импортеров<sup>42</sup>. В октябре 2016 г. Роспотребнадзор провел серию контрольных мероприятий на торговых объектах, где реализуются товары из натурального меха, в ходе которых был наложен арест более чем на 3000 изделий<sup>43</sup>. Одним из результатов внедрения системы также называется падение рынка на 30%, главным образом по причине снижения объема импорта, который оценивается в 240 тыс. меховых изделий в 2015 г., что на 20% меньше аналогичного показателя в 2014 г.<sup>44</sup>

*«Когда мы пытаемся проводить параллели с ЕГАИС, понимаем, к чему она привела. ЕГАИС привела, условно говоря, к разделению рынка на черный и на белый, серая зона как таковая исчезает»* (руководитель торговой компании в сфере одежды и обуви).

В 2017 г. правительство РФ планирует распространить систему обязательной маркировки и на другие рынки, в числе которых называются фармацевтические товары, компоненты и комплектующие в авиационной отрасли и проч. Например, Российский союз кожевников и обувщиков также официально поддерживает внедрение системы обязательной маркировки и ее применение на рынке обуви, что, по мнению участников, поможет его «обелению»<sup>45</sup>. Также в конце 2016 г. Минфин России предложил распространить маркировку контрольными идентификационными знаками на всю территорию ЕАЭС и на другие категории товаров. Большинство экспертов сдержанно относятся к этим предложениям, считая необходимым учитывать специфику разных индустрий.

<sup>42</sup> Разработаны меры легализации мехового рынка // Рустекстиль. <<http://www.rustekstile.ru/publishing/razrabotany-miery-lieghalizatsii-miekhovogho-rynka>>.

<sup>43</sup> О контроле за маркировкой изделий из натурального меха. <[http://www.gospotrebnadzor.ru/about/info/news/news\\_details.php?ELEMENT\\_ID=7212&phrase\\_id=800854](http://www.gospotrebnadzor.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=7212&phrase_id=800854)>.

<sup>44</sup> Чипы в борьбе с контрафактными шубами // Рустекстиль. <<http://www.rustekstile.ru/publishing/chipy-v-bor-bie-s-kontrafaktnymi-shubami>>.

<sup>45</sup> Чип под кожу: благодаря мерам господдержки в кожевенной отрасли намечился заметный рост // Рустекстиль. <<http://www.rustekstile.ru/publishing/chip-pod-kozhu-blagohodaria-mieram-ghospoddierzhki-v-kozhienvnoi-otrasli-namietilsia-zamietnyi-rost>>.

## Основные выводы

1. На протяжении 2000-х годов рынок изделий легкой промышленности динамично расширялся. Однако за рассматриваемый период ему пришлось пережить два кризиса: 2008—2009 и 2014—2016 гг. Если в первом случае рынок одежды и обуви быстро восстановился, то во втором случае на восстановление потребуется больше времени. Последний кризис сопряжен с заметным падением импорта из-за валютных колебаний. Данный период госрегуляторы пытаются использовать для проведения активной политики по поддержке отечественных предпринимателей с целью ослабления зависимости рынка от импортных поступлений в дальнейшем. Результаты есть, но пока не очень значительные.
2. Структура рынка изделий легкой промышленности остается относительно стабильной на протяжении 2000-х годов. Его наибольшая доля приходится на одежду, в которой доминируют женская одежда и верхняя одежда. На рынке обуви также преобладает женская обувь. В спортивной одежде более половины составляет повседневная одежда спортивного стиля.
3. На рынках одежды и обуви традиционно присутствует большое количество компаний. И уровень концентрации рынка довольно низкий. На первые 10 компаний приходится чуть более 10% продаж. Самым консолидированным рынком выступает сегмент спортивной одежды, где первая десятка компаний занимает более 40%.
4. На сегодняшний момент ключевым каналом дистрибуции являются магазинные формы, главным образом специализированные магазины. Роль розничных рынков начиная с 2000 г. снизилась примерно вдвое (до трети), при этом возрастает доля интернет-магазинов, приближаясь к 8% продаж.
5. Российские рынки изделий легкой промышленности в сильной степени зависят от импорта. Доля отечественной продукции в объеме продаж на внутреннем рынке не превышает четверти. В 2014—2015 гг. объем импорта заметно сократился (примерно на 40%). При этом экспорт текстиля и обуви тоже упал. С начала 2016 г. отечественное производство демонстрирует положительную динамику, но его доля возрастает незначительно.
6. Со временем на рынке изделий легкой промышленности фиксируется все меньше нарушений, связанных с качеством реализуе-

мых товаров. По мнению российских потребителей, основным конкурентным преимуществом отечественных товаров является их ценовая доступность. Тем не менее они не очень удовлетворены их дизайном, ассортиментом и физической доступностью. Наиболее привлекательными сегментами для российского потребителя выступают домашний текстиль и детская одежда. В остальных сферах легкой промышленности потребители пока по-прежнему отдают предпочтение импортным товарам.

7. Представители опрошенных нами компаний оценивают проблему незаконного оборота как довольно ощутимую, которая составляет не менее 20–30% всего объема рынка изделий легкой промышленности. При этом респонденты отмечают, что с началом текущего экономического кризиса объемы оборота незаконной продукции возросли. Основным источником незаконной продукции считается импорт.
8. Проблема параллельного импорта не относится к первоочередным на рынках одежды и обуви, в том числе в силу их сильной сегментации по цене и по ассортименту. Более того, результаты нескольких ценовых мониторингов не позволяют утверждать, что цены на иностранных рынках однозначно более привлекательны. Российские магазины предлагают специализированный ассортимент по широкому диапазону цен, одновременно образуя и ценовой потолок, и ценовое дно. В этот диапазон в основном укладываются предложения иностранных компаний, работающих с российскими потребителями.
9. Рынки одежды и обуви принадлежат к сферам массового распространения подделок. Экспертные оценки варьируются по отдельным сегментам от 10–20% до 30–40% и даже более. Основным источником контрафакта считается импорт, но подпольные цеха и незаконное предпринимательство внутри России также имеют место.
10. Во всех рассматриваемых нами товарных категориях — меха и изделия из них, верхняя одежда, обувь и спортивные костюмы — к 2015 г. заметно увеличились объемы импорта изделий легкой промышленности из стран ЕАЭС, и это происходит, как правило, на фоне общей тенденции снижения прямого импорта из стран Европейского союза (включая Турцию) и Китая. При этом во всех четырех сегментах легкой промышленности доля неучтенного им-

порта из стран ЕАЭС сократилась по сравнению с предыдущими периодами времени. Причинами можно считать, с одной стороны, усиление контроля на внешних границах стран — участниц ЕАЭС, а с другой — ослабление возможностей статистического учета перемещения товаров между союзными государствами в силу открытых внутренних границ.

11. Самые высокие доли серого импорта наблюдаются в таких категориях, как меховые изделия (более 90%), спортивные костюмы и верхняя одежда (более 50%). Основные потоки идут из стран ЕС и Китая. Более благополучным на общем фоне выглядит рынок обуви, где доля серого импорта в стоимостном выражении не превышает 20%.
12. Общий объем незаконного оборота изделий легкой промышленности оценивается на уровне 35%. А структура незаконного оборота выглядит следующим образом: примерно 50–60% незаконной продукции составляет серый и черный импорт из стран дальнего зарубежья, примерно 25–30% импортируется из стран ЕАЭС и около 15% занимает неучтенное отечественное производство. При этом около половины незаконно ввезенной или произведенной продукции составляет контрафакт (поддельная продукция), сильно пересекающийся с другими формами незаконного оборота. Таким образом, подделки известных брендов образуют около 10–20% стоимости продаж отдельных категорий товаров легкой промышленности.
13. В последние годы государственные органы прилагают существенные усилия по восстановлению отечественной отрасли легкой промышленности, которые в том числе связаны с активной политикой импортозамещения. Однако политика осложняется экономическим кризисом, который заметно сказывается на положении отечественных предприятий, и открытыми границами со странами ЕАЭС. Также было подписано соглашение о беспощадной торговле с Вьетнамом, которое рассматривается участниками рынка как дополнительная угроза для отечественных производителей одежды и обуви.
14. Несмотря на попытки регуляторов поддержать отечественные предприятия в кризисное время, по мнению самих участников рынка, сохраняется острая проблема доступа к банковским кредитам. В результате предприятиям сложно пополнять и наращи-

вать оборотные средства и осуществлять эффективные заимствования, особенно в периоды сезонных закупок сырья.

15. Важной мерой по борьбе с оборотом нелегальной продукции выступает пилотный проект по обязательной маркировке. В настоящее время он реализуется на рынках меховых изделий, но в дальнейшем в случае успеха его планируют распространить и на другие сегменты, в частности, на рынки обуви. По свидетельству регуляторов, подобная мера делает рынок более прозрачным и служит стимулом для недобросовестных участников к легализации.

## 8. РЫНОК ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

В данном разделе проанализируем объем, структуру и динамику рынков легальной и нелегальной парфюмерно-косметической продукции, а также принятые и предлагаемые меры противодействия ее незаконному обороту.

### Легальный рынок парфюмерно-косметической продукции

Начнем с анализа легального рынка парфюмерно-косметической продукции, опираясь на доступные статистические и опросные данные.

#### *Объем и структура легального рынка*

По данным Ernst & Young, в 2005 г. объем мирового парфюмерно-косметического рынка оценивался в 127 млрд евро, в 2014 г. — в 181 млрд евро (среднегодовой рост составил 3,8%), а в 2016 г. — уже в 203 млрд евро. Эксперты связывали такую динамику с особенностями потребительского поведения, которое приравнивает данную товарную группу к предметам первой необходимости, подобно основным продуктам питания. На долю Западной Европы приходится 22% мировых продаж косметики и парфюмерии, на долю Восточной Европы — 7%, при этом Россия в 2013 г. заняла 4-е место в Топ-10 продаж Европы (после Англии, Германии и Франции). Согласно исследованиям РБК.research, на Россию приходилось 3% мирового оборота товаров этого сегмента. Объем российского рынка в 2015 г. составил почти 6 млрд долл.

В 2010–2016 гг. российский рынок в целом развивался в соответствии с основными трендами мирового рынка. Сегодня к главным тенденциям развития эксперты относят уменьшение доли прямых продаж, снижение географической концентрации рынка вокруг Москвы и Санкт-Петербурга, активную работу торговых сетей в регионах, развитие интернет-торговли, высокую долю концентрации. В качестве перспективного направления называется развитие лечебной и органической косметики. С учетом опыта других европейских стран прогнозируется всплеск интернет-торговли (например, в Великобритании с 2010 по 2013 г. доля покупок пар-

фюмерии и косметики в интернет-магазинах удвоилась). В 2015–2016 гг. эксперты Euromonitor International также отметили заметное сокращение объемов покупок российских потребителей за рубежом, что способствовало росту внутренних продаж парфюмерно-косметической продукции, который по итогам 2016 г. составил 9,8%.

По данным Ernst & Young, в 2015 г. лидирующими сегментами мирового рынка являлись:

- средства по уходу за кожей (35%)
- средства по уходу за волосами (23%);
- косметика (17%);
- парфюмерия (13%);
- товары для персонального ухода (личной гигиены) (11%).

На российском рынке, по данным Euromonitor International, наиболее покупаемыми товарными категориями были:

- средства по уходу за кожей (1,7 млрд долл., около 31%);
- средства по уходу за волосами и парфюмерия (примерно по 1,4 млрд долл., 23 и 24% соответственно);
- декоративная косметика (1,2 млрд долл., 21%).

Эксперты отмечают, что российский парфюмерно-косметический рынок в основном обеспечивается продажами товаров массового потребления. По данным Euromonitor International, соотношение продаж массового и премиального сегментов в среднем по рынку составляет 76,7 и 23,3% соответственно. Однако если в категориях декоративной косметики, средств по уходу за кожей и средств по уходу за волосами доля продуктов массового потребления доходит до 80,7–95,7%, то в сегменте парфюмерии на массовое приходится менее половины всего потребления (48,9%).

По данным исследования РБК.research «Российский парфюмерно-косметический ритейл в 2013–2014 гг. и прогноз на 2015–2016 гг.», в 2014 г. среднегодовые траты россиян на парфюмерию и косметику составляли около 3900 руб. (+13% к 2013 г.), а в 2015 г., по экспертным оценкам, превысили 4000 руб., что сопоставимо с темпами прироста розничных продаж парфюмерно-косметических товаров в целом.

Понемногу растет интерес потребителей к отечественной продукции. Как утверждают эксперты Synovate Comcon, в категориях средств по уходу за волосами, шампуней, гелей для душа, дезодорантов, товаров по уходу за лицом в 2015 г. доля потребителей, предпочитающих отечественную продукцию, составила 21%.

Российский парфюмерно-косметический рынок характеризуется высокой степенью консолидации. По данным Euromonitor International, в 2015 г. на рынке были представлены от 25 (в сегменте парфюмерии) до 50 (в сегменте продуктов по уходу за кожей) крупных (в основном зарубежных) компаний, на долю которых приходилось от 75,2% (уход за кожей) до 86,8% (парфюмерия) объема рынка. В целом по рынку доля L'Oreal составляла 13,5%, Avon — 7,2, Unilever — 7, Henkel — 6,3, Procter & Gamble — 6,2, LVMH — 5,5, Oriflame — 4,3, Yves Roshier — 3,9, Mary Key — 2,8, Coty — 2, Estee Lauder — 1,7, Beiersdorf AG — 1,3, Clarins — 1, Amway — 1%.

Доля российских компаний (ООО «Первое решение» и «Фаберлик»), вошедших в число лидеров парфюмерно-косметического рынка по итогам 2015 г., суммарно составила менее 3%. Отечественные производители в большей степени представлены в сегменте средств по уходу за волосами: ООО «Первое решение» (г. Москва), бренды «Рецепты бабушки Агафьи», «Лактимилк», «Планета органика» и др. — 2,9%; ОАО «Арнест» (г. Невинномысск) с различными аэрозолями для волос — 2,6% и ООО «Юникосметик» (г. Санкт-Петербург) с популярным брендом средств для окрашивания волос «Эстель» — 2,1%. В сегменте средств по уходу за кожей в первой десятке компаний представлена только одна российская (ООО «Первое решение» — 2,2% рынка). На долю ОАО «Невская косметика» приходится 1,3% объема рынка, а российский концерн «Калина» (г. Екатеринбург), на долю которого в 2010 г. приходилось 9,7% рынка, в 2011 г. вошел в состав Unilever Rus.

Сектор торговли парфюмерно-косметическими товарами быстро консолидируется, растет число специализированных магазинов. По оценкам маркетинговой компании Research Group, в настоящее время пятая часть российского рынка приходится на крупные сети «Л'Этуаль», «Рив Гош», «Иль де Ботэ», монобрендовую сеть «Ив Роше». Абсолютным лидером в 2010-х годах была «Л'Этуаль», в активе которой на сегодняшний день более 900 магазинов в крупнейших городах России и в Украине. Продвижение в регионы ведут и другие сети: «Ив Роше» (325 магазинов), «Рив Гош» (более 200 магазинов), «Иль де Ботэ» (140 магазинов).

В 2010-х годах существенно сократилась доля прямых продаж (если в 2010 г. эта доля в наиболее показательных секторах декоративной косметики и средств по уходу за кожей составляла соответственно 36,3 и 25,5%, то в 2015 г. на прямые продажи приходилось только 26,1 и 17,9% соответственно). Специалисты объясняют это не только экспансией розничных сетей, но и существенным оттоком консультантов, которым выгоднее

стало работать в других сферах экономики. Все больше проявляется конкуренция между основными игроками федерального уровня, происходит рост сетей дрогери, набирает обороты интернет-торговля (все крупные федеральные сети имеют официальные интернет-магазины). Заметнее всего доля интернет-торговли выросла в секторе парфюмерии (с 2,7% в 2010 г. до 8,1% объема продаж в 2015 г.). С развитием интернет-торговли участники рынка связывают не только прирост продаж, но и угрозу роста доли контрафактной продукции, с которой они относительно успешно борются в офлайне.

#### **Динамика легального рынка (статистические данные)**

По данным Росстата, оборот розничной торговли в текущих ценах по категории косметических и парфюмерных товаров в период с 2010 по 2015 г. вырос в 2 раза: с 259,4 млрд до 519,6 млрд руб. По данным Euromonitor International, в 2011–2012 гг. продажи росли на 5% в год, в 2013–2014 гг. рост замедлился до 3%, в 2015 г. достиг 17%, однако основная причина такого скачка — падение курса рубля и рост инфляции. Тенденция к росту рынка была заметна и в 2015–2016 гг. По итогам 2015 г. стоимостной объем рынка составил 5362,60 млн долл. в ценах 2016 г. (или 5900,50 млн долл. в ценах 2015 г.). Продажи 2016 г. оценивались Euromonitor International в 5915,60 млн долл., рост — 10,5%, но очевидно, что здесь присутствует инфляционная составляющая (см. табл. 8.1).

Исследовательская компания GfK оптимистично оценивала ситуацию, отмечая, что рост рынков косметики и средств личной гигиены в 2015 г. в рублевом выражении опережал инфляцию (18,9% против 12,9%), а в 2016 г. эта тенденция даже усилилась. Маркетинговое агентство Discovery Research Group, напротив, зафиксировало небольшое снижение рынка. По его данным, в 2015 г. объем продаж косметических средств и товаров для ухода за собой составил 458,7 млрд руб. (на 10,6 млрд меньше, чем в 2014 г.).

#### **Динамика производства, импорта и экспорта парфюмерно-косметической продукции**

По данным Росстата, в 2011 г. был отмечен спад производства, обусловленный прекращением лицензий у ряда отечественных производителей парфюмерно-косметической продукции, но в 2012–2015 гг. натуральные объемы производства по основным категориям товаров выросли: наиболее заметно — по духам (в 2,8 раза), средствам для ма-

кияжа губ и глаз (в 2,6 раза), средствам для ухода за кожей и макияжа (в 1,4 раза).

По данным Федеральной таможенной службы, в 2013–2015 гг. по всем секторам парфюмерно-косметического рынка отмечалось снижение натуральных объемов импорта продукции:

- в сегменте парфюмерии — на 21,2%;
- в сегменте декоративной косметики и средств по уходу за кожей — на 13,3%;
- в сегменте средств по уходу за волосами — на 19,8%.

Доля экспорта в натуральных объемах в 2013–2015 гг.:

- по сегменту парфюмерии выросла на 22,4%;
- по сегменту средств по уходу за кожей и декоративной косметики выросла на 6,4%;
- по сегменту средств по уходу за волосами снизилась на 18,3%.

В 2016 г. по импорту товаров в массовом сегменте (средства по уходу за кожей и волосами) наметилась тенденция роста, в то время как импорт продукции в премиум-сегменте (духи) продолжил падение (табл. 8.2). В экспорте парфюмерно-косметических товаров в 2016 г. отмечен заметный рост: в стоимостном выражении он составил 5,1%, в натуральном — 6,7% (табл. 8.3).

Объем импорта превышает объем экспорта в натуральных единицах в 2–6 раз в зависимости от товарной категории, по стоимости — в 3–10 раз, что свидетельствует о том, что на экспорт идет относительно более дешевая продукция. В последний период объем импорта падает и в натуральных единицах, и по стоимости. Экспорт в натуральных единицах относительно стабилен, а по стоимости тоже снижается (экспортная продукция дешевле).

#### **Рынок нелегальной парфюмерно-косметической продукции**

Компенсируются ли падение импорта и отмечаемое официальной статистикой сокращение реальных доходов населения ростом доли нелегальной продукции в потреблении парфюмерных и косметических товаров повседневного спроса? И если да, то какие товарные категории попадают в зону риска прежде всего? В данном разделе попробуем, опираясь на доступные источники, оценить качественные и отчасти количественные параметры незаконного оборота продукции для разных сегментов рынка

**Таблица 8.1.** Продажи парфюмерии и косметики в России по сегментам рынка в 2010–2016 гг., в текущих ценах, млн долл.

Сегменты	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Уход за кожей	1262,40	1298,10	1323,70	1368,50	1655,00	1850,70
Парфюмерия	1087,60	1128,30	1130,30	1145,40	1294,60	1443,10
Уход за волосами	1074,10	1122,60	1140,10	1174,40	1292,20	1362,50
Декоративная косметика	867,60	915,50	946,70	988,70	1120,80	1259,30
В целом	4291,70	4464,50	4540,80	4677,00	5362,60	5915,60

Источник: Euromonitor International.

**Таблица 8.2.** Динамика импорта парфюмерно-косметических товаров

	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Духи и туалетная вода (код ТН ВЭД 3303), млн долл.	769,8	613	459	434
Косметические средства или средства для макияжа и средства для ухода за кожей (кроме лекарственных) (код ТН ВЭД 3304), млн долл.	62 500,9	59 968,5	54 168,2	55 148,7
Средства по уходу за волосами (код ТН ВЭД 3305), млн долл.	106 394,4	104 567,7	85 345,8	91 573,5
<b>Всего, млн долл.</b>	<b>169 665,1</b>	<b>165 149,2</b>	<b>139 973</b>	<b>147 156,2</b>
Духи и туалетная вода (код ТН ВЭД 3303), т	21 483,6	22 782,4	16 932,8	15 144,2
Косметические средства или средства для макияжа и средства для ухода за кожей (кроме лекарственных) (код ТН ВЭД 3304), т	1 281,6	1 171,9	871,55	911,5
Средства по уходу за волосами (код ТН ВЭД 3305), т	515,6	528,2	339	354,4
<b>Всего, т</b>	<b>22 765,2</b>	<b>24 482,5</b>	<b>18 143,35</b>	<b>16 410,1</b>

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

**Таблица 8.3.** Динамика экспорта парфюмерно-косметических товаров

	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Духи и туалетная вода (код ТН ВЭД 3303), млн долл.	49	50,6	42,97	50,2
Косметические средства или средства для макияжа и средства для ухода за кожей (кроме лекарственных) (код ТН ВЭД 3304), млн долл.	149	137,17	107,8	127,9
Средства по уходу за волосами (код ТН ВЭД 3305), млн долл.	187,5	179,5	124,5	151,8
<b>Всего, млн долл.</b>	<b>385,5</b>	<b>367,27</b>	<b>275,27</b>	<b>329,9</b>
Духи и туалетная вода (код ТН ВЭД 3303), т	3 393,9	3 578,3	4 155,1	4 691,7
Косметические средства или средства для макияжа и средства для ухода за кожей (кроме лекарственных) (код ТН ВЭД 3304), т	12 702,8	13 513,4	13 519,5	14 434,8
Средства по уходу за волосами (код ТН ВЭД 3305), т	59 955,1	57 992,2	48 957,4	51 918,8
<b>Всего, т</b>	<b>76 051,8</b>	<b>75 083,9</b>	<b>66 632</b>	<b>71 045,3</b>

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

парфюмерно-косметической продукции и проанализируем относительную важность разных форм.

### **Оценки представителей компаний по результатам анкетного опроса**

В качестве источника информации, позволяющего обозначить актуальные проблемы незаконного оборота на рынке парфюмерно-косметической продукции, мы используем данные, полученные в ходе проведенного нами в сентябре — октябре 2016 г. стандартизованного опроса представителей компаний. Среди ответивших на вопросы анкеты о незаконном обороте оказалось всего трое участников от компаний-производителей и дистрибьюторов парфюмерно-косметической продукции с численностью до 700 сотрудников. Поскольку такое число респондентов недостаточно для статистических расчетов, мы используем полученные данные в качестве стандартизованных экспертных оценок текущей ситуации на рынке.

Все опрошенные отметили, что с началом кризиса 2014—2015 гг. на рынке парфюмерии и косметики заметно выросли масштабы производства поддельной продукции и товаров-имитаций. Данная проблема ощущается наиболее остро, а один из участников оценил объем подделок и имитаций на сегодняшнем рынке выше 20%. Проблема параллельного импорта, которая была охарактеризована как «ощутимая для рынка» и «существующая, но не острая», беспокоит опрошенных в меньшей степени, а случаи неучтенного производства на официальных предприятиях либо отсутствуют, либо не известны участникам исследования. Довольно неопределенной для опрошенных является ситуация с серым и черным импортом. Можно предположить, что правообладатели редко сталкиваются с сигналами от таможенных органов о случаях контрабанды парфюмерно-косметической продукции, но это не означает, что проблема отсутствует вовсе.

Качество современных подделок оценивается респондентами на среднем уровне (3 балла из 5). В ценовом отношении такая продукция может быть в среднем на 30% дешевле легальной.

Далее рассмотрим отдельные формы незаконного оборота по степени убывающей остроты.

### **Контрафактная продукция**

Мы уже отмечали, что в последнее десятилетие российский рынок парфюмерно-косметической продукции развивается в соответствии с ос-

новными тенденциями мирового — прежде всего европейского — рынка. И незаконный оборот на этом рынке тоже не является специфической российской проблемой, поэтому недавние исследования международных агентств могут стать отправной точкой для понимания российской ситуации.

### **Рынок контрафакта в ЕС**

В 2015 г. Бюро по гармонизации внутреннего рынка Евросоюза (Office for Harmonization in the Internal Market, ОНІМ) оценило объем рынка косметики и парфюмерии ЕС в 624 млрд евро, или 120 евро на человека в год, а уровень контрафакта на рынке — в 7,8%. Ущерб для отрасли был оценен на уровне 50 тыс. новых рабочих мест и 4,7 млрд евро недопроизведенной продукции в год, помимо сокращения уже ранее созданных рабочих мест и уровня зарплат в секторе<sup>1</sup>. Налоговые потери бюджета ЕС по рынку парфюмерии и косметики оцениваются в 1,7 млрд евро (из них НДС — 713 млн, налог на прибыль — 143 млн, налог на доходы домохозяйств — 416 млн, социальные взносы — 463 млн евро). Отметим, что процент контрафакта на европейском рынке косметики и парфюмерии все же значительно ниже, чем на продовольственном рынке (18%), на рынках бытовой техники (16%) и одежды (15%)<sup>2</sup>.

В указанном докладе Бюро были отмечены несколько новых тенденций, среди которых:

- появление организованных сетей производства и поставки контрафакта в странах ЕС, которые позволяют его распространителям обходить таможенный контроль и снижать транспортные издержки;
- интернациональный характер современных нелегальных сетей;
- локализация производства контрафактной продукции на официальных европейских заводах, вследствие чего товар характеризуется достаточно высоким качеством оформления и соответствующими потребительскими свойствами;

<sup>1</sup> 2015 Situation Report on Counterfeiting in the European Union. <<https://euipo.europa.eu/ohimportal/documents/11370/80606/2015+Situation+Report+on+Counterfeiting+in+the+EU>>.

<sup>2</sup> Camerini D., Favarin S., Dugato M. Transcrime Research in Brief: Estimating the counterfeit markets in Europe. October 2015. <<http://www.transcrime.it/wp-content/uploads/2015/10/Estimating-the-counterfeit-markets-in-Europe.pdf>>.

- повышение роли интернет-торговли в распространении поддельной продукции;
- расширение спектра подделываемых товаров повседневного спроса (от аккумуляторов, зарядных устройств и бытовой электроники до косметики, средств личной гигиены, средств бытовой химии и удобрений, продуктов питания, напитков, в том числе алкогольных, и лекарств).

Бюро утверждает, что фактические объемы и масштабы нелегального производства значительно превосходят имеющиеся оценки и прогнозы.

#### *Оценки контрафакта в России*

Участники нашего исследования представляют компании, продукция которых изготавливается частично в России, частично — в странах Западной и Восточной Европы. В интервью они не отмечали тренд к частичному перемещению контрафактного производства парфюмерии и косметики в Европу, обеспокоивший Бюро по гармонизации внутреннего рынка Евросоюза. В российских условиях по-прежнему основным источником подделок называют Китай (а в случае парфюмерии — также ОАЭ и Турцию). Тем не менее нельзя исключать, что подобная продукция уже не поставляется или не будет поставляться в Россию под видом параллельного импорта, так как идентифицировать подделку в таком случае окажется практически невозможно.

Оценить долю контрафактной продукции на отечественном рынке парфюмерии и косметики довольно сложно по ряду причин, главным образом потому, что в поле зрения заинтересованных в такой оценке государственных и негосударственных акторов контрафакт попадает нерегулярно, а иногда случайно, что создает эффект «вершины айсберга».

*«Нам кажется, что мы видим [малую часть рынка поддельной продукции], и мы даже верными закупками не можем охватить всю страну, у нас нет такого ресурса. Чтобы взяться [за такой мониторинг], это будет очень много денег, чтобы в каждый ключевой для нас город приехать и промониторить все открытые рынки. Поэтому мы работаем точно, исключительно по ключевым зонам, про которые мы с вами говорили. Появляемся раз в квартал, так как чаще тоже не имеет смысла. Потому что если мы приехали, отработали, то на какое-то время это все затихает»* (специалист по экономической безопасности и защите товарных знаков российского подразделения глобальной компании).

По мнению участников рынка, контрафакт неравномерно распределен по сегментам, товарным группам и брендам, а производители и про-

давцы поддельной продукции чутко и быстро реагируют на изменения спроса, розничных цен, проявления экономического кризиса (ухудшение общей экономической ситуации, падение платежеспособности населения, высвобождение рабочих рук, оборудования, производственных и складских площадей), а также на ослабление/усиление контроля со стороны правоохранительных органов, проявление заинтересованности правообладателей в пресечении незаконного оборота продукции и др.

Тем не менее в ходе исследования удалось выявить три устойчивых типа экспертной оценки доли контрафактной продукции на рынке (два из них условно можно назвать статическими, а один — динамическим).

#### **Оценки распространения контрафакта участниками рынка**

##### *Подход усредненного минимума*

Данный подход используется некоторыми глобальными компаниями и состоит в ориентации не на страновую, а на усредненную статистику по рынкам тех стран, на которых работает компания. Как правило, эти показатели невелики (не превышают 1% мирового оборота компании), страновая же статистика не ведется или не разглашается. Разделяющие такой подход компании придерживаются разных стратегий в отношении контрафакта (активная реакция на любые сигналы о нелегальной продукции, выборочная борьба, игнорирование подделок).

*«Все эти оценки — они, конечно, очень приблизительные. Мы в компании, если по мировому [объему рынка], оцениваем в районе 1% от нашего оборота. Но это — глобально... На уровень каждой страны мы не разбиваем»* (специалист по экономической безопасности и защите товарных знаков российского подразделения глобальной компании).

##### *Подход предельно допустимого порога чувствительности*

Этот подход состоит в регулярной (динамической) оценке чистоты рынка с целью поддержания доли контрафакта на уровне, который компания оценивает как некомфортный для своей текущей работы на рынке. По свидетельствам экспертов, принимавших участие в исследовании, в случае косметической продукции такой порог для компании составляет 4–5%, и основные усилия при таком подходе направлены на удержание уровня контрафакта ниже порогового значения.

*«В 2012–2013 гг. было не более 1–2%. Сейчас количество выросло вдвое, но все равно остается достаточно низким. 3–4% — это, как мне кажется, верхняя гра-*

ница нормального. Когда [контрафакта] больше 10% — его уже видно. Когда его меньше 5% — это видно специалисту, а обыватель, как правило, не попадает на этот товар, и у него не создается впечатления, что он пострадал от подделки, поскольку случаи единичны. А если это 15–20%, как было в начале 2000-х годов (именно 15–20% подделок), то это уже очень чувствительно и для производителей, и для обывателя» (региональный менеджер по защите бренда российского представительства глобальной компании).

#### Подход усредненного максимума

Данный подход характерен для внешних экспертов (например, для представителей юридических компаний) и для компаний, которые берут в качестве среднерыночного показателя уровень контрафакта по наиболее уязвимой товарной категории (в таких случаях доля контрафакта на рынке косметики и парфюмерии оценивается в 30%, а иногда и выше).

Такое разнообразие оценок, вероятно, связано как с различной политикой компаний в отношении учета и раскрытия данных о подделках, так и со спецификой применяемых форм борьбы с контрафактной продукцией, а также с финансовыми и человеческими ресурсами, направляемыми на противодействие незаконному обороту.

Причина неравномерности оценок может быть связана и с тем, на какую продукцию ориентировано производство той или иной компании. Проблема контрафакта чаще затрагивает продукты среднего ценового сегмента. Для товаров премиум-сегмента гораздо более ощутимой угрозой оказывается параллельный ввоз оригинальной продукции. Для недорогих продуктов массового спроса более актуальны риски появления товаров-имитаций. В связи с этим в условиях экономического спада и переориентации потребителей на более дешевые товары понятна особая обеспокоенность компаний-производителей распространением подобных товаров.

Отмеченное выше распределение отдельных форм незаконного оборота продукции по сегментам рынка объясняет и то, как расставляют акценты юридические фирмы, расследующие преступления и выступающие от имени компаний-правообладателей в судах. Работая в основном с товарами среднего и премиального сегментов в условиях, когда потребители с более высокими доходами и косметические салоны приспособляются к новой экономической ситуации, представители юридических фирм отмечают тенденцию к выравниванию уровней контрафактного и параллельного ввоза.

«Если раньше больше было контрафактной (продукции), то сейчас за счет роста дел по параллельному импорту ситуация выравнилась. Стало одинаковым количество дел по контрафакту и по параллельному импорту, и именно потому, что дел по параллельному импорту стало больше, существенно больше» (начальник юридического отдела московского адвокатского бюро).

Кроме того, компании используют различные методики оценки объема контрафакта и размера нанесенного ущерба в случае задержания готовой поддельной продукции или остановки ее производства.

Поскольку расследования по сигналам о подделках осуществляются правообладателями или их представителями, органами внутренних дел и агентствами, специализирующимися на предоставлении услуг в сфере безопасности и защиты бренда, это затрудняет ведение единой базы учета подобных нарушений. Некоторые глобальные компании возлагают задачи по борьбе с контрафактом на национальных рынках на свои центральные офисы. В таких случаях, как правило, противодействие ведется выборочно (например, только по случаям от 100 единиц поддельной продукции) с помощью зарубежных юридических фирм.

Оценка эффективности борьбы с контрафактом на рынке парфюмерии и косметики, большая часть продаж на котором обеспечивается товарами массового спроса, проводится по количеству отработанных сигналов, разработанных кейсов, пресеченных продаж в отдельных торговых точках независимо от натуральных объемов уничтоженной продукции или привлечения виновных к административной либо уголовной ответственности. Для понимания характера и уровня оценок, по данным одной из крупных компаний, в 2015 г. совокупно в опте и рознице по сигналам о подделках было отработано 100 кейсов, в первом полугодии 2016 г. — около 40 кейсов.

Проблематичной для компаний рынка является и оценка потенциального ущерба от незаконного оборота продукции, так как сложно определить, какая часть потребителей действительно вводится в заблуждение распространителями подделок. Единственным относительно надежным показателем (хотя и не обязательно свидетельствующим именно о контрафакте) является падение продаж по тому или иному продукту.

«С учетом того что это все настолько в тени и очень многие люди покупают контрафакт сознательно, т.е. они никогда не купили бы оригинальный [товар] за пять тысяч, они не являются нашими клиентами в прямом смысле этого слова, ...и оценить это очень сложно» (сотрудник юридической службы российского представительства глобальной компании).

*«Фантазийная» продукция*

Одна из характерных особенностей контрафакта на рынке парфюмерии и косметики заключается в высокой доле «фантазийной» продукции, производители которой незаконно размещают товарные знаки известных брендов на тех продуктах, которых нет в оригинальном ассортиментном ряду, а также широко используют нестандартную форму упаковки (например, блистеры) или упаковку другого объема (часто меньшего объема как более ходового). Эксперты связывают эту особенность с хорошо знакомой игрокам данного рынка тенденцией к увеличению доли контрафактной продукции в сегментах товаров массового спроса прямо пропорционально падению доходов и покупательной способности населения. Иными словами, «фантазийная» продукция появляется на рынках, где происходит вымывание недорогой оригинальной продукции.

Из товаров массового спроса в наибольшей степени уязвимыми к подделке и имитации оказываются те товары, которые в силу потребительских свойств часто обновляются и могут становиться объектом экономии со стороны покупателя, даже если приобретение некачественной продукции может нанести ему ощутимый вред. Так, в число подобных товаров из «группы риска» обычно со значительно более высокой вероятностью попадают туши для ресниц, которые быстро высыхают, требуют замены каждые 2–3 месяца, а при ненадлежащем качестве, контактируя с глазами, способны вызывать серьезные аллергические реакции. Следом за тушью контрафакт и имитация распространяются на губные помады, тени для век, тональные кремы и пудры.

*Отличительные черты контрафактной продукции*

Отличительной чертой поддельной продукции в среднем ценовом сегменте является то, что производителями подделок копируется не вся информация (например, указываются серии продуктов, но не торговые марки, лишь отчасти воспроизводятся различительные элементы оформления товара).

Частично эти же признаки контрафактности характерны и для подделок в премиум-сегменте (парфюмерия и косметика-люкс)<sup>3</sup>, в том числе:

- нестандартная форма упаковки;

<sup>3</sup> Сегментом, в котором на российском рынке практически не фиксируются случаи подделок, является активная и профессиональная косметика, рассчитанная на специфического потребителя.

- нестандартные объем продукта или форма (духи-карандаши, ролики);
- низкое качество полиграфии на первичной и вторичной упаковках (элементы легко стираются от воздействия, выполнены нечетко);
- ошибки в написаниях слов, символов;
- неправильное (нестандартное) расположение текста;
- низкое качество или неправильное изображение различительных элементов дизайна;
- отсутствие штрих-кодов, номеров партий;
- низкое качество используемого материала упаковки или ее частей (мутные или неравномерно окрашенные стекла, нестандартные колпачки дозатора, искривленные трубки);
- несоответствие информации на картонной упаковке и упаковке продукта (упакован продукт, отличный от указанного).

В то же время **эксперты единодушно отмечают стремительный рост качества подделок**. Один из участников нашего исследования метко назвал современные подделки *«Контрафакт 2.0»*. И это касается не только внешнего оформления, но также используемых отдушек и даже содержательного состава контрафактной продукции, хотя экспертиза последнего не является обычной практикой компаний-правообладателей. Приведем на этот счет два содержательных высказывания наших респондентов.

*«Качество подделки очень сильно улучшилось. Мы очень часто сталкиваемся с тем, что контрафактная продукция может выглядеть даже в чем-то лучше, чем наша собственная. Самый простой пример: при открывании упаковки [кремов] есть специальные защитные средства от протекания — у нас их может не быть на продукции, а у производителя контрафакта они будут. То есть продукция еще и выглядит более премиально! Используют хорошие материалы, печать хорошего качества. Иногда очень сложно [понять] с первого взгляда, [раньше можно было посмотреть и сразу понять] теперь подделку сложно определить. Очень быстрое копирование. Что-то мы вводим — новые пленки защитные или идентифицирующие нас элементы, они копируются практически мгновенно и тоже с хорошим качеством. У нас была какая-то красивая пленка введена, мы от нее уже потом отказались, поменяли дизайн и более экономичную упаковку производим, а у контрафактной продукции она осталась, и выглядит смешно, но в чем-то даже лучше нашей оригинальной продукции»* (руководитель юридической службы представительства глобальной компании).

*«Я даже больше скажу: выросло и качество продукта, который внутри. Сначала росло качество упаковки при некачественном товаре, при некачественном содер-*

жимом. [Качество упаковки] настолько хорошее, что сомневаешься: оригинал, может быть? Открываешь, нюхаешь и понимаешь, что дерьмо какое-то. А сейчас [содержимое] уже хорошего качества. Если раньше мы иногда использовали тот момент, что товар вреден для здоровья, вызывает определенные раздражения, нарушения или еще чего-то, волосы выпадают, кожа шелушится, то сейчас ничего этого нет, сейчас прекрасный, нормальный и достаточно качественный дешевый шампунь» (региональный менеджер по защите бренда российского представительства глобальной компании).

### Откуда идет контрафакт

Основная часть поддельной парфюмерно-косметической продукции, попадающей на российский рынок, изготавливается за рубежом, случаи отечественного производства единичны. В частности, в рамках нашего исследования участники рынка говорили о предполагаемом производстве контрафактной парфюмерной продукции, а также о задержании таможенной службой косметических флаконов, маркированных товарными знаками известных брендов, как о чрезвычайных сигналах. Случаи ввоза упаковки для нужд нелегальных производств на территории Российской Федерации фиксируются Таможенной службой. Так, в августе 2016 г. на Казанской таможне была задержана партия из 123 310 пустых флаконов, 29 978 из которых были маркированы названием известного бренда<sup>4</sup>. Однако лидером производства как дешевой и низкосортной, так и достаточно дорогой и качественной контрафактной парфюмерно-косметической продукции остается Китай, где процессы дешевы, отлажены и поставлены на поток.

*«Я не исключаю [возможности российского производства контрафакта], но пока китайцы в этом отношении [успешнее]: какие-то легкие отдушки, но они пытаются повторять, они очень хорошо копируют и флаконы, и этикетки, качество копирования просто восхищает. Конечно, со своими косяками, но если до этого были какие-то очевидные косяки — опечатки и т.д., то сейчас их нет. Сейчас все соблюдено, чисто»* (специалист по экономической безопасности и защите товарных знаков российского подразделения глобальной компании).

Одно из наиболее серьезных опасений правообладателей на рынке парфюмерии и косметики связано с эффектом сообщающихся сосудов, который может вызвать проницаемость границ с государствами — чле-

<sup>4</sup> <[http://www.customs.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=23795:--miracle---&catid=40:2011-01-24-15-02-45&Itemid=2094&Itemid=1835](http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=23795:--miracle---&catid=40:2011-01-24-15-02-45&Itemid=2094&Itemid=1835)>.

нами Таможенного союза и ЕАЭС, где уровень контрафакта значительно выше, а опыт борьбы с ним у правоохранительных органов существенно ниже российского. В условиях сокращения доходов возрастают риски подделки для товаров среднего ценового сегмента, и эксперты уже сейчас отмечают устойчивые негативные тенденции к выравниванию уровня контрафакта за счет его взаимных переливов, особенно на приграничных территориях.

*«И вот мы сейчас видим, что Казахстан — это уже порядка 10%. Киргизия — около 20%. Таджикистан — порядка 30%. Узбекистан — тоже около 10–15%. У нас пока это 3–4% (но я говорю только про сегмент, в котором мы работаем)... В этом-то и заключается [проблема], что если раньше можно было оградиться и это [ввоз контрафакта] было связано с определенными рисками, с определенными финансовыми затратами, чтобы перевезти фуру из Казахстана в Россию, то сейчас таких проблем нет, границы открыты. Поэтому я говорю, что если мы видим рост в Казахстане и Киргизии, то совершенно ничего не ограничивает этот рост здесь»* (региональный менеджер по защите бренда российского представительства глобальной компании).

На территориях названных государств сосредоточены склады и распределительные хабы, снабжающие контрафактной продукцией регионы Центральной Азии, Закавказья, России. Учитывая эту тенденцию, отдельные правообладатели, работающие на российском рынке, уже сейчас переносят центры борьбы с поддельной продукцией на границы и даже в сами сопредельные государства, чтобы остановить процесс перелива контрафакта. Та же тенденция проявляется и в деятельности юридических и частных детективных агентств.

*«Наиболее уязвимы и опасны регионы, которые имеют соприкосновение с китайской границей, Дальний Восток. Собственно, по этой причине мы открыли наш филиал во Владивостоке для того, чтобы противодействовать ввозу контрафакта и развернуть деятельность по борьбе с ввозом нелегальной продукции именно там. Поэтому, действительно, Москва — самый чистый в этом смысле город. Чем дальше от Москвы, тем больше проблем наблюдается, и наиболее опасные [районы] — где граница с Китаем»* (начальник юридического отдела московского адвокатского бюро).

Расширяются и каналы распространения контрафакта. В частности, в регионах, привычных к розничным рынкам и небольшим магазинам, в последние годы добавляются точки продаж парфюмерии и косметики в крупных торговых центрах, к которым уровень потребительского доверия выше, а также интернет-магазины (которые часто являются единствен-

ным местом, где жители небольших городов и сельской местности могут получить доступ к широкому ассортименту «брендируемых» товаров) и зарубежные сайты, организующие доставку товаров почтовыми отправлениями.

### **Товары-имитации**

Наряду с контрафактной продукцией в 2014–2016 гг. серьезной угрозой для рынка парфюмерии и косметики, по свидетельствам его участников, стали товары-имитации, которые также в силу сложности борьбы с ними называют «умными» подделками или паразитическими товарами. Особенность продуктов этой категории заключается в том, что они свободно появляются в больших торговых сетях (как продуктовых, так и специализирующихся на парфюмерно-косметической продукции).

*«Еще из такой тенденции именно в последние два года мы выявили для себя новую проблему — это схожие до степени смешения товары. Не контрафактные, не подделки, а именно схожие до степени смешения... Такие товары приобрели сейчас масштаб бедствия — где-то на уровне, наверное, даже контрафакта. Они часто производятся, часто продаются в том числе в торговых точках наших клиентов, стоят рядом с нашей продукцией, вводят потребителей в заблуждение и стоят даже дешевле, поэтому мы можем пострадать от товаров, которые имитируют наш внешний вид и за счет нашей репутации пытаются себя продать... Причем, когда мы общались с нашими глобальными командами, мы так поняли, что такой тренд рано или поздно появляется в разных странах. Он действительно может не сразу появиться, а со временем. Такие “умные” подделки. Тренд “умных” подделок. И у нас, на мой взгляд, наиболее остро он стал именно в последние два года. Раньше такого массового “умного” подделывания не отмечалось»* (руководитель юридической службы представительства глобальной компании).

Поскольку проблема имитаций поражает прежде всего масс-маркет<sup>5</sup> и наносит значительный материальный ущерб российским представителям компаний-производителей, они не могут ее игнорировать. Так, если стоимость контрафактной туши массового спроса на открытых рынках и в небольших магазинах ниже цены оригинального продукта приблизительно на 20% (например, 380 руб. vs 480 руб.), то стоимость тушей для ресниц, имитирующих известные бренды, в крупных продовольственных торговых сетях варьируется от 50 до 150 руб., в специализированных пар-

<sup>5</sup> Проблема имитаций затрагивает и премиум-сегмент, но в гораздо меньшей степени.

фюмерно-косметических сетевых магазинах — от 250 до 400 руб., причем в последнем случае продукты нередко выпускаются как private labels торговых сетей.

Таким образом, в отличие от контрафактных товаров, имитации производятся в России и сопредельных государствах Таможенного союза (например, в случае средств по уходу за кожей производство паразитических товаров довольно часто локализуется в Белоруссии). Представители глобальных компаний озабочены масштабом проблемы имитаций, которую, как и в случае контрафактной продукции массового сегмента, нереально контролировать лишь их усилиями. Нет возможности и корректно оценить наносимый ею ущерб по судебной статистике, так как в настоящее время споры по паразитическим товарам в большинстве случаев решаются правообладателями в досудебном порядке<sup>6</sup>, и только небольшая часть случаев доходит до суда или передается специализированным агентствам, представляющим интересы правообладателей (так, только в одном из московских бюро в текущем рассмотрении находится 5 дел по паразитическим продуктам разных потребительских рынков). В то же время даже в случаях досудебного урегулирования спорный товар, уже распределенный по торговым точкам и сетям, не изымается, прекращается только отгрузка его новых партий.

### **Параллельный импорт**

Как говорилось выше, проблема параллельного ввоза оригинальной продукции является острой для премиум-сегмента парфюмерно-косметического рынка и отчасти актуальна для тех товаров масс-маркета, которые входят в линейки товаров известных брендов, но не предназначены для продажи на территории Российской Федерации. Кроме того, в процессе адаптации к условиям единого экономического пространства в рамках Таможенного союза возникают ситуации обратного ввоза и параллельного импорта на территории сопредельных стран продукции, произведенной в России. Компании-правообладатели обращают на это внимание, но пока не могут оценить серьезность последствий для себя и подразделений в других государствах, с которыми они связаны в силу регионального деления, существующего в глобальных компаниях.

<sup>6</sup> По данным одного из лидеров рынка, за 8 месяцев 2016 г. компания провела до 20 переговоров по урегулированию разногласий с производителями подобных товаров.

*«Теперь продукция, которая нами производится и отправляется в Казахстан, возвращается обратно в Российскую Федерацию. Сейчас мы уже ничего с этим не можем сделать, поэтому только ценой можем это отрегулировать... Наши индивидуальные предприниматели сумками и фурами привозят ту же самую [продукцию], купленную у нас через кого-то, везут в Казахстан или Грузию. ...в Грузии разрешен параллельный импорт» (специалист по экономической безопасности и защите товарных знаков российского подразделения глобальной компании).*

В отличие от подделок, которые, как правило, являются объектом пристального внимания центральных офисов компаний, работающих на парфюмерно-косметическом рынке, отношение к параллельному ввозу у правообладателей не столь категоричное. По признанию некоторых участников парфюмерно-косметического рынка, особенно работающих в среднем ценовом сегменте, основная угроза, которая исходит от параллельного импорта (особенно в случае его легализации), — это потенциальное облегчение ввоза поддельной продукции.

*«Проблема с параллельным импортом для меня в том, что за параллельным импортом часто скрывается подделка. Не так страшен параллельный импорт, как скрывающаяся [за ним подделка]. Вот недавно мне привезли три образца, сказали: “Это параллельный импорт, это Арабские Эмираты”. Я посмотрела один — параллельный импорт, посмотрела второй образец — параллельный, а третий — подделка! То, что даже нашими продавцами может восприниматься как параллельный импорт, по факту оказывается подделкой» (специалист по экономической безопасности и защите товарных знаков российского подразделения глобальной компании).*

Сочетание параллельно ввезенного оригинального товара и контрафакта характерно для незаконного оборота продукции в премиальном сегменте парфюмерной продукции, а основным каналом распространения серой продукции становится Интернет. Только параллельный ввоз характерен для премиального сегмента селективных средств по уходу за телом, волосами, ногтями.

Оценка масштаба параллельного ввоза осложняется тем, что в условиях выборочного таможенного досмотра выявление случаев параллельного ввоза на таможне происходит редко. По оценке экспертов одной из компаний, с введением Таможенного союза число обращений с таможни не превышает 1–2 в год. Поэтому в сочетании с фактически не работающим на практике посттаможенным контролем существующий механизм защиты интеллектуальных прав правообладателей на парфюмерно-кос-

метическом рынке вряд ли можно считать эффективным: выявление параллельного ввоза чаще происходит в связи с другими таможенными нарушениями.

Кроме того, одной из серьезных проблем, отвлекающей временные и человеческие ресурсы компаний, является то, что, несмотря на накопленный российскими судами опыт рассмотрения административных дел о параллельном импорте и контрафакте, правообладатель не может быть уверен, что без присутствия его представителей в суде дело автоматически будет решено в его пользу или не будет закрыто вследствие обнаружения формальных процессуальных ошибок (например, допущенных при заполнении документов).

Что же касается цен, то, по оценкам участников парфюмерно-косметического рынка, в некоторых товарных категориях цены на ввезенные параллельно продукты среднего и премиального сегментов потенциально могли бы быть заметно ниже (до 30% и более), в частности, в силу того что параллельные импортеры не несут нагрузки по платежам в рамках лицензионных соглашений, стоимости бренда, R&D и т.д., но фактически часто подтягиваются параллельными продавцами к ценам официальных дистрибьюторов, не отличаясь или отличаясь лишь на 5–10%.

### **Серый и черный импорт**

Как было зафиксировано на уровне и анкетного опроса, и глубинных интервью с участниками рынка, серый и черный импорт (например, ввоз больших партий дезодорантов, селективных средств по уходу за кожей и иных продуктов под видом других товаров) воспринимается как потенциальная или реальная угроза. Хотя данных о конкретных случаях выявления такой продукции респондентам известно намного меньше, чем в случае подделок. Одна из причин обеспокоенности заключается в том, что остановленные таможенной службой партии контрабандного товара оказывались достаточно крупными (до 60 тыс. ед.). Важно также отметить, что участники рынка не проводят четкой границы между контрабандным и параллельно ввозимым товарами.

Серьезной проблемой для российских представительств глобальных компаний является то, что случаи предоставления неполной информации при декларировании, когда товарная группа декларантом заявляется верно, зачастую не вызывают вопросов у сотрудников таможни, так как ставка налога при этом не меняется. По данным ФТС, 2% ввозимых средств по уходу за волосами попадают в категорию «по пате» и, по мнению ком-

паний, могут расцениваться как объем контрабандного ввоза брендованной продукции. Кроме того, одним из важных изменений в стратегиях параллельных импортеров в последние годы становится предоставление подлинных сертификатов технического соответствия и сопровождение продукции русифицированными наклейками, копирующими текст официального дистрибьютора, что в очередной раз нарушает интеллектуальные права правообладателя и его представителей, а также затрудняет привлечение нарушителей к ответственности (например, через обращение в Роспотребнадзор).

### **Неучтенное производство**

Участники нашего исследования не отметили проблему производства неучтенной продукции в «третьи смены» как релевантную для российского рынка косметики и парфюмерии. Отчасти это может объясняться особенностями выборки. Все наши респонденты по сектору косметики представляли крупные компании, в том числе глобальные, на предприятиях которых в России внедрены современные системы контроля и учета, а в секторе парфюмерии продукция, как правило, завозится готовой. В то же время с учетом тенденции к возникновению «третьих смен» на парфюмерно-косметических производствах в Восточной и Западной Европе, отмеченной в исследовании Бюро по гармонизации внутреннего рынка Евросоюза, не исключено, что в будущем она может появиться и в России.

### **Цены легального и нелегального рынков**

По данным проведенного в рамках настоящего исследования ценового мониторинга, по одному из наиболее известных парфюмерных брендов разброс розничных цен в специализированных торговых сетях был минимален и составлял 2–3%, постоянным покупателям предоставлялись скидки (до 25% по бриллиантовым картам). В независимых онлайн-магазинах заявляемые цены отличались от стартовых цен в специализированных торговых сетях на 23–59%, а размер предоставляемых скидок достигал 37–88% от полной стоимости товара в сетевых магазинах. Официально заявляемые цены в стоковых магазинах были приближены к ценам сетевых магазинов с максимальной скидкой, а фактические оказывались на 40–60% ниже цен сетевых магазинов. Цены на 37–40% ниже заявлялись продавцами международных онлайн-площадок (например, e-Bay). Таким образом, покупка онлайн сопряжена с высоким уровнем неопределенности, когда в одних случаях товар может быть оригинальным, а в других —

контрафактным, и цена не всегда служит надежным ориентиром для потенциального покупателя.

Иная ситуация складывается при продаже парфюмерии в небольших офлайн-точках в проходных местах (палатки в переходах, у вокзалов и проч.), где продукт, цена которого отличается от стоимости в торговых сетях в 8–10 раз, может быть однозначно идентифицирован как подделка. Такая же разница в цене характерна и для онлайн-продавцов имитаций известных брендов.

Для косметических товаров в целом характерны большой разброс цен в разных торговых сетях и онлайн-магазинах (до 25%), а также меньшие размеры скидок относительно первоначальной цены (20–25%). По отслеживаемой позиции (популярный шампунь массового спроса средней ценовой категории) на сайтах оптовых продаж цены были на 25–30% ниже розничной цены торговых сетей. В то же время в онлайн-торговле этот же шампунь можно было найти на 43–58% дешевле, чем в среднем по торговым сетям, что косвенно может свидетельствовать о существовании подделок.

Среди заметных тенденций, которые выявил проведенный ценовой мониторинг, особо стоит отметить то, что компании-производители и продуктовые гипермаркеты, торгующие косметическими товарами среднего и нижнего ценового сегментов, сдерживают рост контрафактной и имитирующей продукции гибкой ценовой политикой. Вопреки оптимистичным утверждениям о том, что в кризис россияне продолжают тратить деньги на престижные товары, 2015–2016 гг. стали временем массовых скидок, которых прежде на рынке не было.

Сегодня практически в любой момент потребитель может найти хотя бы один брендованный продукт, который продается по специальному предложению со скидкой, достигающей до 40–50%. Однако участники интервью отмечали, что в этих сегментах российские потребители в условиях падения доходов возвращаются к практикам создания запасов брендованных продуктов, приобретенных по акциям, и в случае сохранения экономической нестабильности рискуют впоследствии перейти к потреблению контрафакта и имитаций.

### **Основные выводы**

Российский рынок парфюмерно-косметических товаров, который в течение нескольких лет демонстрировал устойчивый рост, в 2014–2015 гг. испытал те же трудности, что и смежные рынки (сокращение покупатель-

ной способности, рационализация потребления, обеднение ввозимого ассортимента, удорожание импортируемого сырья и др.).

Положительным следствием экономического кризиса стало повышение интереса потребителей к отечественной продукции, стимулирующее развитие отечественных брендов, но наряду с этим участники нашего исследования отметили несколько негативных трендов:

- увеличение доли подделок по сравнению с относительно благополучной ситуацией 2010–2013 гг.;
- участвовавшие случаи выявления контрафактных производств на территории Российской Федерации;
- относительное снижение заинтересованности органов МВД в отработке сигналов о распространении контрафактной продукции;
- ослабление эффективности созданных ранее в Российской Федерации механизмов ввозного контроля вследствие образования единого Таможенного союза;
- постепенное выравнивание доли контрафакта на рынках приграничных территорий с более высокими показателями соседних государств.

Относительно новой проблемой для парфюмерно-косметического рынка в условиях растущей конкуренции за полечавший кошелек российского потребителя стали паразитические товары. В портфеле юридических служб глобальных компаний, локализовавших в России свои производства, соотношение случаев подделки и товаров-имитаций выравнивается, а работа по защите бренда усложняется в силу неопределенности и труднодоказуемости фактов сходства товаров до степени смешения.

Возрастает также уязвимость перед некачественной продукцией потребителя, вынужденного экономить и заменять привычные бренды более дешевыми, а также сохраняющего приверженность определенным продуктам, по причине повышения качества подделок и возросшей по сравнению с предыдущими периодами вариативности цен, которые уже не позволяют с легкостью отличить оригинальную продукцию от контрафактной, а качественную — от некачественной.

По мнению участников рынка, не только снижение, но и удержание относительно стабильного уровня контрафактной и некачественной продукции на рынке косметики и парфюмерии возможны только при условии достаточно быстрого улучшения общей экономической ситуации и принятия наднациональных мер, направленных на пресечение незаконного перетока продукции из стран — участниц ЕАЭС.

## 9. РЫНОК ТОВАРОВ ЛИЧНОЙ ГИГИЕНЫ И УХОДА ЗА СОБОЙ

В данном разделе проанализируем объем, структуру и динамику рынков товаров личной гигиены и ухода за собой, оценим остроту проблемы незаконного оборота продукции на нем и обсудим возможные меры ее регулирования.

### Легальный рынок товаров личной гигиены и ухода за собой

Рынок товаров личной гигиены и ухода за собой охватывает такие товарные категории, как предметы для ванны и душа, товары для бритья, товары по уходу за полостью рта, дезодоранты, депиляторы, средства защиты от солнца, товары детской гигиены, женской гигиены, а также косметические принадлежности и бумажно-санитарная продукция.

Начнем с анализа легального рынка товаров личной гигиены и ухода за собой, опираясь на открытые статистические данные, а также на данные ежегодных обследований, реализуемых компанией Euromonitor International.

### Объем и структура рынка

В 2010 г. объем мирового рынка товаров личной гигиены и ухода за собой составлял 360 млрд долл., в 2015 г. — 393 млрд долл. Доля российского рынка в этом объеме составляет 2,5%. В начале 2010-х годов российский рынок товаров гигиены стал одним из наиболее перспективных в Восточной Европе, на момент 2013 г. обеспечивая 50% продаж в этом регионе<sup>1</sup>. В 2015 г. российский рынок средств личной гигиены и персонального ухода в стоимостном выражении составил 7,9 млрд долл.

По данным Euromonitor International, расходы россиян на товары личной гигиены и персонального ухода близки к мировым значениям. В мире на 1000 человек эти расходы составляют 54 тыс. долл., в Восточной Европе — 59,6 тыс., в России — 55,3 тыс. долл.

<sup>1</sup> <<http://proxylibrary.hse.ru:2143/portal/analysis/tab>>.

Российский рынок товаров личной гигиены является высококонкурентным, на нем присутствует множество игроков. Преимущество на нем имеют транснациональные компании, которые покрывают от 57% (товары для ванны и душа) до 82% (дезодоранты) рынка. Глобальные игроки на протяжении 2010–2015 гг. развивали свои локальные производства, что позволяло им оптимизировать расходы на транспорт и логистику, составляющие 20–25% себестоимости<sup>2</sup>. Несмотря на эти тенденции, зависимость глобальных компаний от колебаний валютного курса остается высокой, так как по многим товарным категориям сырье или полуфабрикаты для изготовления ряда продуктов все еще приходится импортировать. Одной из причин этого является то, что изготовление такой продукции требует организации высокотехнологичных производств, которые в условиях России сегодня сложно организовать даже при наличии потенциальных инвесторов.

Что касается российских компаний, то их совокупная доля рынка по разным товарным категориям в 2015 г. варьируется от 1% (товары для бритья) до 23% (товары для ванны и душа). Наиболее заметно присутствие российских игроков в следующих сегментах:

- товары для ванны и душа (23%);
- детский уход (22%);
- уход за зубами (17%);
- санитарно-гигиеническая бумажная продукция (7%).

Бренды иностранных компаний в 2010–2015 гг. преобладают во всех категориях товаров. При этом в числе супербрендов много стилизованных под российские. Перераспределение спроса в сторону более дешевых продуктов, случившееся под влиянием кризиса, способствовало росту доли отечественных марок, но этот рост был весьма незначительным и обеспечивал максимум 3%-е присутствие на рынке.

В кризисные годы набирают силу и частные марки. В то время как в секторе товаров по уходу за собой их доля в 2010–2015 гг. оставалась постоянной и не превышала 0,1%, в секторе санитарно-бумажной продукции доля частных марок в кризисные годы увеличивалась. Если в 2013 г. она составляла 3,4%, то к 2015 г. достигла 6,2%. Для владельцев ориги-

<sup>2</sup> Procter & Gamble — два завода в Новомосковске и Санкт-Петербурге; Unilever Group — заводы в Санкт-Петербурге, Москве, Туле; Kimberly Klark Corp — завод в Ступине (Московская область); SCA — заводы в Светогорске (Ленинградская область) и Винева (Тульская область).

нальных брендов это стало потенциальным источником неприятностей в силу возникающих в этом сегменте линеек паразитических продуктов-имитаций.

Розничная реализация товаров личной гигиены осуществляется преимущественно через современные сетевые форматы, доля которых за 2010–2015 гг. выросла с 87,5 до 89,7%. Все меньшую роль играли розничные рынки, являющиеся одним из ключевых окон для незаконной продукции, — с 2010 по 2015 г. их доля снизилась с 3,4 до 1,3%. Также обращает внимание рост интернет-торговли в структуре продаж средств личной гигиены. По данным Euromonitor International, в 2010–2015 гг. доля интернет-торговли выросла здесь в 1,7 раза (с 1,7 до 2,9%).

### *Динамика легального рынка*

Потребительский спрос на средства личной гигиены и ухода за собой считается достаточно устойчивым, и существенная часть этих продуктов относится к числу тех, от потребления которых невозможно отказать.

В 2010–2015 гг. среднегодовые темпы роста рынка (CAGR) составляли 8% (табл. 9.1). По данным Euromonitor International, наиболее покупаемыми являются следующие категории:

- санитарно-гигиеническая бумажная продукция (42%);
- средства для бритья (14%);
- средства для ванны и душа (9,6%);
- принадлежности по уходу за полостью рта (9,4%).

Ввозные пошлины по рынку товаров личной гигиены варьируются от 5 до 15%. Объемы импорта на этом рынке в 2013–2015 гг. снижались на 5% ежегодно в натуральном выражении (табл. 9.2). В частности, импорт дезодорантов и средств для бритья к 2015 г. по сравнению с 2013 г. сократился на 27%, импорт туалетной бумаги — на 33%, а импорт женских прокладок и подгузников — на 55%. Производство данных категорий товаров в 2010–2015 гг. все чаще локализуется в России.

Импорт товаров личной гигиены в России традиционно преобладает над экспортом. Однако в кризисные 2013–2015 гг. на фоне снижения объемов импорта этот разрыв сокращался, и если в 2013 г. в натуральном выражении импорт превышал экспорт почти в 4 раза, то в 2015 г. разрыв сократился вдвое. К слову, и сам экспорт товаров личной гигиены из России в 2013–2015 гг. увеличивался (табл. 9.3).

**Таблица 9.1.** Продажи средств гигиены в России по сегментам рынка в 2010–2015 гг., в текущих ценах, млн долл.

Сегменты	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Детский уход	182,10	202,40	224,40	246,70	270,00	328,60
Средства для ванны и душа	540,30	579,10	620,50	647,20	672,60	767,00
Дезодоранты	272,30	291,50	310,40	329,80	351,80	399,40
Средства для депиляции	64,20	71,30	76,50	81,00	86,70	102,80
Мужское бритье	838,90	913,60	964,80	982,30	997,80	1138,40
Уход за полостью рта	509,80	553,00	589,90	616,90	648,80	755,90
Электрические зубные щетки	498,50	539,40	574,40	600,10	630,70	735,50
Средства для защиты от солнца	65,90	68,90	71,10	73,20	75,50	87,90
Косметические принадлежности	215,50	232,40	243,30	249,70	258,00	291,30
Санитарно-бумажная продукция	1685,10	1932,90	2187,80	2462,90	2713,20	3358,60
В целом	4872,60	5384,50	5863,10	6289,80	6705,10	7965,40

Источник: Euromonitor International.

**Таблица 9.2.** Динамика импорта основных категорий товаров личной гигиены в 2013–2015 гг.

	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Гигиена полости рта (код ТН ВЭД 3306), млн долл.	178,9	195,9	157,8
Бритье, дезодоранты, депиляторы (код ТН ВЭД 3307), млн долл.	495,1	488,3	347,4
Мыло и т.п. (код ТН ВЭД 3401)	286,1	291,3	194,9
Бумага туалетная и т.п. (код ТН ВЭД 4818), млн долл.	135,5	116,1	72,6
Женские гигиенические прокладки, подгузники и т.п. (код ТН ВЭД 9619), млн долл.	1 092,8	815,9	601,9
<b>Всего, млн долл.</b>	<b>2 188,4</b>	<b>1 907,5</b>	<b>1 374,6</b>
Гигиена полости рта (код ТН ВЭД 3306), тыс. т	50 287,3	58 516,5	54 639,7
Бритье, дезодоранты, депиляторы (код ТН ВЭД 3307), тыс. т	83 369,4	84 035,6	61 182,1
Мыло и т.п. (код ТН ВЭД 3401), тыс. т	114 924,7	120 122,1	95 568,7
Бумага туалетная и т.п. (код ТН ВЭД 4818), тыс. т	62 341,5	57 226,1	42 234,3
Женские гигиенические прокладки, подгузники и т.п. (код ТН ВЭД 9619), тыс. т	260 698	132 273,5	118 188,5
<b>Всего, тыс. т</b>	<b>571 620,9</b>	<b>452 173,8</b>	<b>371 813,3</b>

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

Таблица 9.3. Динамика экспорта основных категорий товаров личной гигиены в 2013–2015 гг.

	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Гигиена полости рта (код ТН ВЭД 3306), млн долл.	52,5	35,6	30,2
Бритве, дезодоранты, депиляторы (код ТН ВЭД 3307), млн долл.	98,8	88,3	72,9
Мыло и т.п. (код ТН ВЭД 3401), млн долл.	116,3	98,4	88,5
Бумага туалетная и т.п. (код ТН ВЭД 4818), млн долл.	38,7	37,7	36,1
Женские гигиенические прокладки, подгузники и т.п. (код ТН ВЭД 9619), млн долл.	164,5	225,7	204,2
<b>Всего, млн долл.</b>	<b>470,8</b>	<b>485,7</b>	<b>431,9</b>
Гигиена полости рта (код ТН ВЭД 3306), тыс. т	10 233,3	6 995,3	7 298,6
Бритве, дезодоранты, депиляторы (код ТН ВЭД 3307), тыс. т	18 715,8	19 682,1	19 990,4
Мыло и т.п. (код ТН ВЭД 3401), тыс. т	65 785,7	69 738,4	71 639,7
Бумага туалетная и т.п. (код ТН ВЭД 4818), тыс. т	26 132,3	28 631,3	34 996,9
Женские гигиенические прокладки, подгузники и т.п. (код ТН ВЭД 9619), тыс. т	30 153,9	45 048	50 227,4
<b>Всего, тыс. т</b>	<b>151 021</b>	<b>170 095,1</b>	<b>184 153</b>

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

### Динамика цен

Потребительский спрос на товары личной гигиены характеризует высокая ценовая эластичность. Цены на данном рынке долгое время оставались относительно стабильными, в пределах инфляции, однако в 2015 г. случился существенный рост, связанный с девальвацией рубля (табл. 9.4). Производители искали способы сдерживать рост цен на свою продукцию, в том числе манипулируя размерами упаковки. Актуальной оказалась и оптимизация расходов на упаковку, минимализм в ее решениях, что потенциально упрощает и ее имитацию недобросовестными игроками.

В целом кризис способствовал переходу потребителей на более экономичное потребление товаров личной гигиены и переключению на продукты более дешевых сегментов. При этом вплоть до 2014 г. сегмент товаров личной гигиены демонстрировал стабильное улучшение качества представленной на рынке продукции — как отечественной, так и импортной. Глобальные производители приучали российского потребителя к высококачественной продукции. Процент некондиционной продукции по направлению импорта постоянно снижался, и если в 2010 г. стандартам не соответствовало 23,7% протестированных импортных парфюмерно-косметических товаров, то замеры 2014 г. указывали на втрое меньшую цифру — 7,7% (табл. 9.5).

### Незаконный рынок товаров личной гигиены и ухода за собой

Прежде чем перейдем к описанию незаконного рынка товаров личной гигиены, поясним, что границы между этим сегментом и парфюмерно-косметическим рынком проведены в данном исследовании достаточно условно. Во многом аналитическое разведение этих рынков способствует тому, что проблема незаконного оборота для сегмента личной гигиены выглядит очень сглаженной. По нашим оценкам, масштабы незаконной продукции на российском рынке товаров личной гигиены не превышают 5% и находятся на грани порога чувствительности для участников рынка.

### Проблема контрафактной продукции

#### Подделки

По оценкам экспертов, проблема контрафакта актуализировалась в сегменте личной гигиены именно в ходе экономического кризиса 2014–2016 гг., до этого она являлась незначительной. Контрафактная продукция личной гигиены не просто отвлекает на себя часть потребительского

**Таблица 9.4.** Индексы потребительских цен на товары и услуги в группировке классификатора индивидуального потребления по целям (КИПЦ) в соответствующем году

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Все товары и услуги	108,8	106,1	106,6	106,5	111,4	112,9
Щетка зубная, шт.	105,2	105,6	105,2	105,3	109,4	125,0
Мыло туалетное	104,5	108,1	107,0	105,4	108,7	122,1
Паста зубная, 100 г (100 мл)	104,7	105,9	106,3	106,4	109,2	127,3
Бумага туалетная, рулон	103,7	107,1	106,6	103,0	106,8	118,5
Прокладки женские гигиенические ежедневные, 10 шт.	102,3	107,8	104,3	103,5	107,7	126,3
Подгузники детские бумажные (памперсы), 10 шт.	102,0	105,8	103,3	102,1	107,1	125,7

Источник: Росстат.

**Таблица 9.5.** Доля отечественных и импортных товаров ненадлежащего качества или представляющих опасность для здоровья, % от количества отобранных образцов (проб) товаров по каждой товарной группе

	2010 г.		2011 г.		2012 г.		2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	Отеч.	Имп.										
12	24	9	17	2	15	1	3	1	1	8	1	4

Источник: Росстат.

спроса, но (чего больше всего опасаются производители) наносит ущерб имиджу оригинальных продуктов, подрывая потребительское доверие к ним. С учетом того что предметы личной гигиены — это продукция, «близкая к телу», и нарушения ее качества могут иметь негативный эффект с точки зрения здоровья потребителей, компании, производящие такую продукцию, не могут оставлять проблему подделок без внимания. В то же время именно сенситивность продукции с точки зрения подделок способствует тому, что компании-правообладатели всеми силами избегают афиширования проблемы контрафакта, так как в условиях высококонкурентной среды это может негативно сказаться на продажах.

Сегодня компании — производители личной гигиены прилагают немалые усилия по выявлению и ликвидации подделок. Показателями успешной деятельности здесь выступают как объемы выявленной продукции, так и число обращений по поводу некондиционности поддельной продукции со стороны потребителей (звонки по горячей линии). Масштабы обнаруженной поддельной продукции в данном сегменте относительно скромны. Так, по свидетельству одной из лидирующих компаний, за первые 6 месяцев 2016 г. в России ею выявлено подделок продукции косметики и товаров личной гигиены известного бренда на сумму 540 тыс. долл.

По своим внешним характеристикам поддельная продукция на рынке товаров личной гигиены весьма неоднородна.

*«Бывает такое, что буквально в двух метрах можно определить, подделка это или нет — по низкокачественной упаковке, низкокачественной печати, некачественным цветам. Есть же, наоборот, товары, по поводу которых даже я, специалист в области работы с подделками, прибегаю к помощи лаборатории»* (глобальный производитель товаров гигиены).

В то же время по качеству поддельное содержимое товаров личной гигиены неизменно уступает оригинальной продукции (как минимум, не обеспечивает обещанного эффекта, а как максимум, вызывает аллергические реакции), что ставит под удар потребителя. Изготовителям подделок сложно угнаться за правообладателями в части производственных технологий, качества используемого сырья и упаковки. Это сдерживает развитие контрафакта. Постоянное усложнение процессов изготовления оригинальной продукции на рынках товаров личной гигиены минимизировало риски производства подделок в подпольных цехах на территории России.

«Для того чтобы произвести продукцию нашего сектора, надо выполнять все условия производства, а это дорого. Контрафактчики ничем таким не заморачиваются» (глобальный производитель товаров гигиены).

«Насколько я знаю, подгузники не подделывают, потому что оборудование для их производства стоит беших денег. Это высокотехнологичное производство, там чуть ли не космические технологии используются. Если купить оборудование, чтобы делать поддельные подгузники, на нем много не заработаешь, потому что само оборудование дорогое» (глобальный производитель товаров гигиены).

Основную массу среди обнаруживаемых правообладателями подделок составляет контрафакт, производимый в Китае и в других азиатских странах.

«Проблема действительно усилилась... Про Белоруссию мы не говорим, там все хорошо. Но опять-таки большая проблема со странами Средней Азии. Если граница ее с Россией как-то более-менее закрыта из-за ее обширности, то если говорим о Казахстане, Киргизии, Таджикистане, обо всех этих странах — там границы просто нет. Она отсутствует. В этом мы видим огромную проблему. В частности, возле казахстанской границы со стороны Китая есть город Урунчун, в который стекается со всего северного Китая все, что они умеют делать. Потом дистрибуция расходуется по всей России» (глобальный производитель товаров гигиены).

При этом важно, что не всегда в Китае подделывается сам продукт. В отдельных случаях речь может идти о комплектующих, которые позиционируются как совместимые с оригинальной продукцией и, таким образом, паразитируют на успешных брендах.

«Существует иная проблема, когда товар, используя другое название, имитирует технологии. Представьте, что у вас есть съемная деталь — в бритве кассета, и кто-то выпускает кассету под названием X и пишет, что она совместима с таким-то станком известного бренда. И я ничего с этим сделать не могу» (глобальный производитель товаров гигиены).

Процент такого рода паразитической продукции пока даже не оценивается правообладателями. Поскольку контрафакт чаще всего завозится в Россию извне, актуальным становится вопрос о незаконных формах импорта.

### **Серый импорт**

По данным нашего исследования, объемы серого импорта товаров личной гигиены в 2010–2015 гг. демонстрировали устойчивое снижение.

Этому способствовал целый ряд факторов. Во-первых, в указанные годы производство крупнейших брендов переводилось компаниями-правообладателями на территорию России. Параллельно с этим набирали силу отдельные российские игроки. Иными словами, масштабы серого импорта снижались вслед за сужением импорта как такового. К тому же правообладатели стали строже контролировать деятельность импортеров.

Во-вторых, в 2010–2015 гг. сложнее стало реализовывать незаконно импортированную продукцию в сфере личной гигиены. Компании перешли на полную русификацию этикеток, о чем стало хорошо известно и розничным сетям. Наклеенные поверх иностранного текста этикетки с краткой русскоязычной информацией стали заметным индикатором незаконности, препятствующим реализации незаконной продукции через легальную розницу. Кроме того, розничные сети все чаще стали переходить на прямые поставки от правообладателей. Последние в том числе были готовы предлагать особые условия сбыта, связанные с более продолжительными сроками реализации продукции, отсроченными платежами и т.п. Быстрая окупаемость незаконно ввезенной продукции становилась все менее вероятной.

В-третьих, усилившаяся активность сотрудников таможенной службы в отношении брендовой продукции, входящей в ТРОИС, способствовала повышению потенциальных рисков незаконного ввоза продукции.

### **Параллельный импорт**

Анализ новостных сводок ФТС РФ за 2010–2015 гг. позволяет зафиксировать всего одну попытку незаконного ввоза в РФ товаров личной гигиены, а именно японских подгузников в августе 2015 г. Компенсация с компании-импортера в пользу компании-правообладателя составила свыше 1,6 млн руб.

По мнению экспертов, даже если параллельный ввоз товаров личной гигиены в указанные годы и осуществлялся, вряд ли речь шла о постоянном потоке или даже об отдельных крупных партиях. Сообщения от ФТС о задержании подобных товаров исключительно редки. С учетом того что импортируемая продукция произведена на оригинальных заводах, соответствует всем необходимым требованиям к качеству и к тому же уже успешно реализована, у многих правообладателей даже имеющиеся факты параллельного импорта не вызывают беспокойства.

До образования Таможенного союза нередко речь шла о параллельном ввозе товаров личной гигиены из стран Восточной Европы. И хотя ценовые коридоры в этих странах по сравнению с Россией могли отличаться, для многих компаний российский рынок сбыта включен в восточноевропейский, поэтому параллельный импорт не составлял проблемы. Но даже в тех случаях, когда компании обращали более пристальное внимание на параллельно ввозимую продукцию, они обнаруживали лишь единичные случаи ее появления.

Тем не менее производящие товары гигиены транснациональные компании резко критикуют инициативу легализации параллельного импорта в России. Принятие этой инициативы, как минимум, откроет возможность для выхода на российский рынок продукции, химический состав которой не учитывает физиологические, климатические и прочие аспекты потребления на этом рынке. Кроме того, артикулируется обеспокоенность тем, что легализация параллельного импорта усилит инфраструктуру ввоза контрафактной продукции. Эта тема озвучивается и в контексте перемещения товаров личной гигиены в пределах ЕАЭС, где Казахстан, по оценкам экспертов, оказывается основным шлюзом для поддельной китайской продукции, в том числе и для средств личной гигиены.

В текущем состоянии параллельный импорт, по мнению экспертов, затрагивает дистрибуцию оригинальных товаров в пределах зоны Евразийского союза. Эта продукция соответствует всем стандартам качества, поэтому ее распространение на территории РФ является, скорее, проблемой управления цепями поставок на глобальном уровне, нежели проблемой локальных представительств.

При этом нельзя недооценивать роль параллельного импорта в легитимации цен на контрафактную продукцию. Так, например, в Интернете можно обнаружить сменные бритвенные кассеты к станку, выпускаемому на территории России, по цене вдвое ниже цены оригинального товара. Это объясняется покупателям тем, что данный товар якобы импортирован из Польши. Показательно при этом, что по категории средств до, для и после бритья данные о полученном Россией импорте и об отправленных в Россию товарах из Польши расходятся (табл. 9.6).

#### Неучтенное производство

Для данного сегмента проблема неучтенного производства в 2010–2015 гг. устойчиво снижалась. Ключевым защитным фактором стало наращивание технологичности в производстве всех видов продукции средств

**Таблица 9.6.** Средства, используемые до, для и после бритья, дезодоранты индивидуального назначения (код ТН ВЭД 3307), импорт в Россию из Польши, 2015 г.

	Стоимость, млн долл.	Вес, млн т
Данные ФТС РФ	32,3	7454
Данные International Trade Statistics Database	31	7286

личной гигиены. В целом товары личной гигиены производить подпольно достаточно сложно.

*«Если говорить о том, что подвержено [неучтенному производству] меньше всего, это могут быть дезодоранты, из-за того что их производство более затратное. Кроме того, это подгузники, их мы почти не встречаем, если говорить о России. Наверное, это связано с затратностью производства. И третий элемент — средства женской гигиены. Их тоже мало на рынке»* (глобальный производитель средств личной гигиены).

Примечательно, что незаконные производственные мощности Китая и стран Азии вполне позволяют подделывать и такую продукцию, поэтому в сегменте личной гигиены проблема незаконного ввоза поддельных товаров более актуальна, чем производство такой продукции на территории России.

*«Я недавно приехал из Азербайджана. В Азербайджане прокладки нашей марки — это проблема чуть ли не номер два после шампуней. Везде в неограниченном количестве лежат эти прокладки, они очень популярны по подделке. В то время как в России мы встречаем их очень мало»* (глобальный производитель средств личной гигиены).

#### Ценовые отличия незаконной продукции

В рамках ценового аудита, реализованного в данном исследовании, была предпринята попытка определить ценовой разброс на одну из импортируемых марок японских детских подгузников, отечественного производства которой пока не существует. Напомним, что категория детских товаров — одна из многих в списке на очередь по легализации параллельного импорта. По итогам ценового мониторинга удалось зафиксировать следующие факты. Разброс средних цен на пачку изучаемых подгузников

в сетевой рознице составил 30%. Самая низкая цена здесь обнаружена в магазине одной из крупных торговых сетей, а самая высокая — в специализированных сетевых магазинах детских товаров, что, в принципе, укладывается в пределы вариации торговых наценок в этих организационных форматах. Цены крупных интернет-игроков оказались сопоставимыми с ценами офлайн-продуктового ритейла. При этом ценовые предложения в социальных сетях, в частности в «ВКонтакте», оказались на 30% ниже средней цены независимых интернет-магазинов, работающих с официальными дистрибьюторами.

Также в рамках исследования предпринят анализ ценовых вариаций на сменный блок кассет для бритвы лидирующего бренда (упаковка — 4 шт.). По данному продукту наблюдаются значительные ценовые флуктуации как во времени, так и по разным торговым точкам. Не только сам производитель, наносящий на пачку маркировку, что она идет со скидкой, но и торговые площадки активно управляют ценой на выбранный для анализа продукт. При этом на уровне офлайн-магазинов различия в ценах составляют 27%, и, что примечательно, это не может быть объяснено вариациями торговых наценок в магазинах различного формата. Так, например, на протяжении наблюдаемого периода стоимость изучаемого товара в магазине премиального уровня на 20% отставала от цены в магазине формата «у дома», хотя в последнем предлагалась пачка с маркировкой дисконта от производителя. В целом средняя цена в сетевых офлайн-магазинах на 40% выше, чем на сайте компании-производителя. К цене производителя приближена цена, наблюдаемая на открытых рынках, и она в 1,4 раза ниже, чем в сетевой рознице.

Что касается интернет-магазинов, то здесь вариации цен на изучаемый товар могут достигать 30%. При этом в графе «страна производства» для рассматриваемой марки, производимой на территории РФ, встречаются и Польша, и Германия.

В ходе аудита обнаружены ряд предложений, которые предположительно представляют контрафактную продукцию. Примечательно, что многие эти предложения, выставленные как коммерческими компаниями, так и частными лицами, сконцентрированы на торговой площадке Avito.ru. Здесь можно обнаружить, например, кассеты для бритвы китайского производства (альтернативное обоснование низкой цены — «импорт из ОАЭ»), стоимость которых в 3,5 раза ниже средней цены в офлайн-рознице и в 2,5 раза ниже цены на сайте официального дистрибьютора. Важно также, что часть предложений, как было сказано, — это предло-

жения ограниченных партий товаров, изготовленных частными лицами (всего есть 30 упаковок, 7000 руб. за все), что указывает на следы челночной торговли.

Обращают внимание ряд интернет-магазинов с сайтами очень высокого качества, электронные координаты которых отсылают напрямую к марке, это действительно приводит в растерянность по поводу того, какой из них принадлежит компании-оригинатору. Несложно обнаружить также интернет-магазины, где китайская продукция предлагается наряду с оригинальной, и разница в ценах на одну и ту же марку составляет более 50%.

Несмотря на то что актуализация спроса на контрафакт возникает на фоне высокой ценовой чувствительности, ценовые разрывы между оригинальной и поддельной продукцией стремительно сокращаются. По оценке экспертов, эти разрывы укладываются в пределы 30%. С учетом того что на полки магазинов контрафактная продукция, как говорят эксперты, чаще вводится в режиме пересортицы, при этом, например, сетевая розница в качестве антикризисных мер регулярно прибегает к всевозможным программам дисконтирования, ценовые сигналы перестают быть надежным маркером оригинальности/контрафактности продукции. В этом смысле товары личной гигиены представляют большую проблему при выявлении ценовых разрывов через ритейл-аудит, так как из-за невозможности различить контрафактную и оригинальную продукцию по внешним признакам очень сложно отделить ценовые флуктуации, связанные с акциями магазинов или с избавлением от запасов продукции, от случаев реализации контрафакта.

### Каналы продаж незаконной продукции

Представители компаний, производящих товары личной гигиены, единодушны в том, что основным каналом сбыта незаконной продукции остаются розничные рынки. Кроме того, по опыту компаний-правообладателей, отслеживающих дислокацию поддельной продукции на рынке, значимым каналом распространения незаконной продукции являются точки мобильной торговли.

*«Мы стараемся, мы боремся всеми силами, но все равно такое случается время от времени. Возле метро сбывают [незаконную продукцию] палатки, не палатки, а просто столики раскладные с бритвами. Минус 50%-я скидка. ... Представьте: вы идете, а тут вам бритва известного бренда с ценой минус 50%. При том что*

*это довольно дорогая бритва. И, соответственно, чем больше люди покупают, тем больше рынок реагирует»* (глобальный производитель средств личной гигиены).

В то же время данные нашего ценового аудита позволяют говорить о том, что поставщики незаконной продукции в сегменте личной гигиены активно осваивают просторы Интернета.

### Основные выводы

Рынки товаров личной гигиены в 2010–2015 гг. развивались позитивно с точки зрения незаконного оборота продукции. Крупные глобальные производители не просто переносили на территорию России свои производства, но и на фоне высококонкурентной рыночной среды наращивали технологичность выпускаемой продукции, что затрудняло ее подделку, особенно на примитивных подпольных российских производствах.

Экономический кризис актуализировал переключение российских потребителей на более дешевую продукцию, в том числе и на поддельную. В 2010–2015 гг. объем подделок (преимущественно изготовленных в Китае) демонстрировал тенденцию к росту.

На рынке имеет место параллельный импорт продукции, но его масштабы незначительны. Правообладателей параллельный импорт беспокоит, скорее, в контексте дебатов о его легализации, при позитивном разрешении которых поставки подделок могут увеличиться.

Основными каналами распространения незаконных товаров гигиены являются розничные рынки, интернет-магазины и мобильные пункты продажи товаров (лотки).

В целом масштабы незаконной продукции на российском рынке товаров личной гигиены не превышают 5% и находятся на грани порога чувствительности для участников рынка.

## 10. РЫНОК БЫТОВОЙ ХИМИИ

В данном разделе проанализируем объем, структуру и динамику рынков легальной и нелегальной бытовой химии, а также принятые и предлагаемые меры противодействия ее незаконному обороту.

### Легальный рынок бытовой химии

Начнем с анализа легального рынка бытовой химии, опираясь на доступные статистические и опросные данные.

#### *Объем и структура легального рынка*

*Состояние и основные тенденции рынка в 2010–2015 гг.*

Рынок моющих и чистящих средств обладает значительным потенциалом роста, поскольку российское потребление пока отстает от европейского. Так, по итогам 2014 г. среднегодовое потребление моющих и чистящих средств в России составляло около 6 кг на душу населения, а в странах Европы — около 12 кг.

Российский рынок моющих и чистящих средств в 2010–2015 гг. снабжался в основном иностранными производителями и отечественными предприятиями с иностранным капиталом, на долю которых приходилось 65–70% продаж. В то же время преобладало локализованное производство и росли объемы отечественных компаний. Промышленно-бытовую химию различного назначения в России в 2010–2015 гг. выпускали свыше 70 компаний, большинство из них работали также в розничном секторе.

В каждом из сегментов рынка были представлены от 10 до 20 крупных компаний, на долю которых приходилось от 80% продаж (исключение составляет только сегмент отбеливателей, где более 60% продаж приходилось на 6 крупных компаний, при этом доля некрупных производителей была значительно выше, чем в других сегментах).

Рост рынка в 2011–2015 гг. в текущих ценах составлял от 8 до 12% в год. Однако в 2014–2015 гг. он достигался в основном за счет инфляции: в натуральных единицах по большинству товарных категорий наблюдалось падение продаж от 2% и более (в зависимости от оценки потребителями товара как жизненно необходимого или дополнительного).

В условиях экономического кризиса специалисты прогнозируют дальнейшее смещение спроса в пользу дешевых и привычных продуктов (например, традиционные стиральные порошки), сокращение потребления инновационных и дорогих товаров (например, концентрированные и экологически безопасные моющие средства), рост доли брендов российских производителей и повышение заинтересованности торговых сетей в выходе на этот рынок с продуктами частных марок (private labels). В то же время одним из трендов рынка, не вписывающимся в кризисную повестку, стало успешное развитие российскими компаниями брендов чистящих и моющих средств для детей, которые оказываются востребованными даже на фоне общего снижения спроса на экологически безопасную бытовую химию.

В августе 2015 г. маркетинговое агентство Discovery Research Group охарактеризовало российский рынок бытовой химии как олигополистический: в каждом из его сегментов работают несколько крупных иностранных компаний, производящих огромное количество брендов. В то же время в ряде сегментов отечественные производители лидируют, а экономический спад открыл им возможности для передела рынка и в других сегментах (подробнее см. Приложение к данному разделу).

После кризиса 2008 г. некоторым российским компаниям удалось заметно увеличить свое присутствие на рынке (например, «Нэфис косметикс» — почти вдвое), в 2015–2016 гг. в связи с падением курса рубля и ухудшением торговых отношений аналитики ждали дальнейшего роста российских брендов на рынке.

На отечественном рынке бытовой химии появилась также тенденция к продаже франшиз малым предпринимателям, желающим с небольшими вложениями начать собственный бизнес. Так, например, франшиза казанского ООО НПК «СОЖ Синтез» (<<http://sojsintez.ru/>>) попала на 6-е место рейтинга Топ-25 самых выгодных франшиз Forbes. Базовый набор для старта производства оценивается в 775 тыс. руб.<sup>1</sup>

Заметнее становится тенденция к кластеризации отечественного производства. Так, например, в 2016 г. на территории Карачаево-Черкесии и Ставропольского края будет создан Промышленный национальный аэрозольный кластер, объединяющий 12 предприятий. Подобные кластеры в других секторах уже созданы на Урале и в Поволжье. Производители бытовой химии объединяются для решения сырьевых задач (в России практи-

<sup>1</sup> <<http://франшиза-производство.рф/?yclid=6404492856902293610>>.

чески исчерпаны месторождения соды), а также задач импортозамещения упаковочных и полиграфических материалов и др.

### Торговые форматы

По данным Euromonitor International, в 2015 г. по основным сегментам рынка преобладала доля магазинной торговли (от 89 до 99%), доля интернет-продаж оценивалась в 0,3–1,4%, доля прямых продаж заметна только в сегментах чистящих и моющих средств (7,7%) и средств для стирки (5,8%).

Уточним, что данные Euromonitor International не отражают долю розничных рынков, которая важна для оценки возможного масштаба незаконного оборота продукции. По данным Росстата, удельный вес розничных рынков и ярмарок в продаже синтетических чистящих, моющих и полирующих средств в 2000 г. составлял почти треть (30,6%), к 2005 г. эта доля сократилась вдвое (до 15,0%), а к 2014 г. — до 4,5%. Таким образом, доля розничных рынков заметно снизилась, но они продолжают играть некоторую роль. К тому же часть продукции, реализуемой на розничных рынках, может оставаться неучтенной.

Как отмечали эксперты компании OC&C Strategy Consultants, наметилась мировая тенденция, в соответствии с которой доминирование глобальных компаний в некоторых сегментах рынка бытовой химии постепенно ослабляется за счет «партизанских» методов продвижения своих продуктов мелкими, мобильными и гибкими локальными компаниями, которые более активно осваивают интернет-торговлю, заключают партнерские отношения с торговыми сетями и сетевыми предприятиями общественного питания (в том числе, например, с кофейнями Starbucks). В России к таким соглашениям прибегают некоторые стартапы (так, компания «Синергетик», небольшой производитель «зеленой» бытовой химии из Нижнего Новгорода, успешно продает свою продукцию через сеть фермерских продуктов «ВкусВилл/Избенка»<sup>2</sup>).

У многих средних и даже крупных российских производителей заключены соглашения с торговыми сетями о контрактном производстве СТМ сетей. Нередко российские производства работают и на контрактах у глобальных компаний, чтобы удержаться на этом конкурентном рынке.

<sup>2</sup> *Одинцова Т., Серегин В.* Как это работает: сколько приносит производство «зеленой» бытовой химии. 25 января 2016 г. <[http://www.rbc.ru/ins/own\\_business/25/01/2016/56a648529a7947605775dee3](http://www.rbc.ru/ins/own_business/25/01/2016/56a648529a7947605775dee3)>.

«Многие средние производители уходят в нишу частных марок торговых сетей, для них это выход. Не все международные компании производят все на своих заводах, они что-то размещают тоже на контрактах. Они [небольшие российские производства] получают технологию и становятся более современными, плюс они удерживаются на рынке хотя бы за счет этого, потому что, возможно, их ждал бы уход с рынка. А так они остаются и свой портфель сохраняют, что-то еще делают для более крупных компаний» (представитель ассоциации производителей парфюмерии, косметики и бытовой химии).

Появляется тенденция к объединению и расширению российских дрогери-сетей (выход «Улыбки радуги» на рынок Москвы и Московского региона, интерес сети к Волгоградской, Свердловской областям, Пермскому краю; объединение «Ситимаркета» с «Бьютимаркетом» и др.), усиливается присутствие на рынке дрогери крупных продуктовых ритейлеров (выручка «Магнит-косметик» по итогам 2015 г. оказалась выше, чем у сети «Рив Гош»; в августе 2016 г. первый российский магазин в формате дрогери — «LillaPois Beauty Сокольники» открыл «Ашан Ритейл Россия»). Развивается интернет-торговля специализированной бытовой химией. Так, в 2014 г. в онлайн-магазине Kidstore.ru были открыты продажи новой линейки биоразлагаемого детского порошка «Tobbi Kids»<sup>3</sup>, выручка от реализации которого в 2015 г. составила 76 млн руб., в 2016 г. производитель рассчитывал нарастить ее втрое; в 2016 г. бренд попал в рейтинг Forbes «Самые удачные новые бренды — 2016»<sup>4</sup>.

В русле этой же тенденции российские производители активно возрождают «хорошо забытое старое», чтобы охватить труднодоступные части рынка, наиболее рискованные с точки зрения контрафакта. Так, например, компания Red Umbrella Group (г. Стерлитамак, Башкирия) в 2013 г. запустила проекты «мобильной торговли» в российских регионах без наценки и посредников<sup>5</sup>.

Интернет-торговлю осваивают и крупные игроки российского рынка. Так, с 2016 г. Unilever открыл продажи Domestos на площадке AliExpress.

<sup>3</sup> Продажи бытовой эохимии имеют большой потенциал в Интернете // Red Umbrella Group. <<http://redumbrellagroup.ru/ru/news/detail/21>>.

<sup>4</sup> <<http://www.forbes.ru/rating-photogallery/309583-samye-udachnye-novye-brendy-2016-reiting-forbes/photo/7>>.

<sup>5</sup> Программа мобильной торговли по системе van selling. <<http://redumbrellagroup.ru/ru/news/detail/10>>.

### Динамика легального рынка (статистические данные)

По данным Росстата, оборот розничной торговли в текущих рублевых ценах по категории синтетических моющих, чистящих, полировочных средств в период с 2010 по 2014 г. вырос более чем вдвое — с 82,4 до 172,4 млрд руб. По данным Euromonitor International, в 2016 г. структура продаж складывалась следующим образом (табл. 10.1):

средства для стирки	— 55,6%;
средства для чистки поверхностей	— 15,0%;
средства для мытья посуды	— 9,7%;
освежители воздуха	— 7,1%;
средства для ухода за туалетом	— 4,7%;
полироли	— 3,9%;
домашние инсектициды	— 2,5%;
отбеливатели	— 1,5%.

В то же время рублевые оценки объема рынка Euromonitor International (160,7 млрд руб. в 2014 г.) маркетинговое исследовательское агентство Discovery Research Group считает заниженными. По расчетам агентства, в 2014 г. объем российского сегмента чистящих и моющих средств составил 0,77 млн т продукции (91,8 млрд руб.), а сегмента средств для стирки — 1,01 млн т продукции (105,6 млрд руб.). Таким образом, общий объем рынка в 2014 г. агентство оценило в 197,4 млрд руб. (91,8 млрд + 105,6 млрд).

По единомудушным оценкам, в стоимостном выражении в 2015 г. произошло заметное снижение объема (по сравнению с 2014 г.), которое объясняется влиянием текущей экономической и политической ситуации на рынок (и в частности, режимом санкций в отношении России и ответных санкций России по отношению к продукции из Турции и других стран). По расчетам Discovery Research Group, в 2015 г. общий объем рынка снизился до 187,3 млрд руб. (в первую очередь за счет падения сегмента чистящих и моющих средств). Характерно, что именно в этом сегменте, по свидетельствам участников рынка, в 2014–2016 гг. начали появляться изготавливаемые в России подделки, а также look-a-like товары, в том числе выпускаемые как собственные торговые марки (private labels) и конкурирующие с известными брендами на полках торговых сетей.

### Динамика производства, импорта и экспорта

В натуральном объеме производства сегменты рынка бытовой химии представлены неравномерно: так, в 2014 г. доля моющих средств, произведенных в России, составляла 87% всего производства, доля чистящих

средств — лишь 3%. В стоимостном объеме производства доля моющих средств составляла чуть меньше (75%).

Согласно данным Росстата, в 2010–2015 гг. производство по группе товаров «моющие средства» в натуральном выражении, помимо небольшой флуктуации в 2012 г., в целом оставалось стабильным (табл. 10.2).

По данным Федеральной таможенной службы, на 2015 г. пришлось резкое снижение импорта по всем секторам рынка бытовой химии. В то же время в 2015 г. наблюдался существенный рост экспорта в натуральном выражении в категории средств для стирки и постепенный рост (в 2014–2015 гг.) в категории освежителей воздуха (см. табл. 10.3, 10.4). Рост экспорта сохранился в 2016 г., импорт же продолжал снижаться.

Если в 2013 г. доля импорта по категории средств для стирки была на 40% выше экспорта, то в 2015 г. за счет падения импорта (–17% к 2013 г.) и роста экспорта (+25% к 2013 г.) показатели почти сравнялись. По итогам 2015 г. также сблизилась показатели импорта и экспорта по категории чистящих средств, но произошло это только за счет почти 40%-го падения импорта по отношению к 2013 г. На 20% по отношению к 2014 г. вырос экспорт в категории освежителей воздуха, импорт снизился почти на 30%. Однако в стоимостном отношении российский экспорт даже по растущим в натуральных единицах категориям в последние годы заметно подешевел.

### Рынок нелегальной бытовой химии

Приводит ли падение импорта и отмечаемое официальной статистикой сокращение реальных доходов населения к росту доли нелегальной продукции в потреблении товаров бытовой химии в сегменте повседневного спроса? И если да, то какие товарные категории попадают в зону риска? В этом разделе мы попробуем, опираясь на доступные источники, оценить качественные и отчасти количественные параметры незаконного оборота продукции для разных сегментов рынка бытовой химии и проанализируем относительную важность разных форм.

#### Оценки представителей компаний по результатам анкетного опроса

В качестве одного из источников информации, позволяющего обозначить те проблемы незаконного оборота, которые актуальны для рынка бытовой химии, мы используем данные, полученные в ходе проведенного

**Таблица 10.1.** Продажи товаров бытовой химии в России по сегментам рынка в 2011–2016 гг., в текущих ценах, млн долл.

Сегменты рынка	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Средства для стирки	1133,50	1283,60	1418,30	1526,70	1637,10	1742,20
Средства для чистки	317,60	351,30	383,50	409,70	443,70	468,90
Средства для мытья посуды	255,00	279,50	296,50	301,00	306,10	303,90
Освежители воздуха	158,50	173,20	191,80	209,60	209,70	221,00
Средства по уходу за туалетом	95,20	104,00	111,20	117,90	135,70	148,40
Полироли	94,60	102,40	109,60	112,40	122,50	120,90
Инсектициды для дома	60,00	65,00	69,40	73,70	75,70	79,10
Отбеливатели	41,60	43,60	42,30	43,40	44,70	46,30
Всего, млн долл.	2156,00	2402,60	2622,60	2794,40	2975,20	3130,70

Источник: Euromonitor International.

**Таблица 10.2.** Динамика производства моющих средств в 2010–2015 гг.

Производимые товары	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Моющие средства, тыс. т	1527	1560	1483	1534	1543	1556

Источник: Росстат.

**Таблица 10.3.** Динамика импорта товаров бытовой химии в стоимостном и натуральном выражениях в 2013–2016 гг.

	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Стиральные порошки, средства для стирки и мытья посуды (код ТН ВЭД 3402), млн долл.	698,33	781,99	566,6	518,1
Чистящие средства и средства для полировки (код ТН ВЭД 3405), млн долл.	52,52	50,15	28,59	26,9
Освежители воздуха (код ТН ВЭД 330749), млн долл.	76,29	79,25	48,88	39,7
<b>Всего, млн долл.</b>	<b>827,14</b>	<b>911,39</b>	<b>644,07</b>	<b>584,7</b>
Стиральные порошки, средства для стирки и мытья посуды (код ТН ВЭД 3402), млн т	340	374,86	285,9	275,1
Чистящие средства и средства для полировки (код ТН ВЭД 3405), млн т	13,73	12,97	8,18	7,94
Освежители воздуха (код ТН ВЭД 330749), млн т	18,94	20,76	13,6	10,15
<b>Всего, млн т</b>	<b>372,67</b>	<b>408,59</b>	<b>307,68</b>	<b>293,19</b>

Источник: Данные Федеральной таможенной службы РФ.

**Таблица 10.4.** Динамика экспорта товаров бытовой химии в стоимостном и натуральном выражениях в 2013–2016 гг.

	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Стиральные порошки, средства для стирки и мытья посуды (код ТН ВЭД 3402), млн долл.	312,5	294,1	264,76	266,3
Чистящие средства и средства для полировки (код ТН ВЭД 3405), млн долл.	17,23	9,53	8,46	7,8
Освежители воздуха (код ТН ВЭД 330749), млн долл.	19,3	21,19	18,17	16,7
<b>Всего, млн долл.</b>	<b>349,03</b>	<b>324,82</b>	<b>291,39</b>	<b>290,8</b>
Стиральные порошки, средства для стирки и мытья посуды (код ТН ВЭД 3402), млн т	240	226,75	296,06	309,23
Чистящие средства и средства для полировки (код ТН ВЭД 3405), млн т	7,69	6,05	7,33	6,0
Освежители воздуха (код ТН ВЭД 330749), млн т	6,81	7,76	7,79	8,71
<b>Всего, млн т</b>	<b>254,5</b>	<b>240,56</b>	<b>311,18</b>	<b>323,94</b>

Источник: Данные Федеральной таможенной службы РФ.

нами в сентябре — октябре 2016 г. стандартизованного опроса представителей компаний. Среди ответивших на вопросы анкеты о незаконном обороте оказалось всего три участника от компаний-производителей и дистрибьюторов бытовой химии с численностью до 700 сотрудников. Поскольку такое число респондентов недостаточно для статистических расчетов, мы используем полученные данные в качестве стандартизованных экспертных оценок для определения текущей ситуации на рынке.

Все опрошенные отметили, что с началом кризиса 2014–2015 гг. на рынке бытовой химии заметно выросли конкуренция и масштабы производства поддельной продукции и товаров-имитаций. Последняя проблема ощущается наиболее остро, а один из участников рынка оценил долю подделок и имитаций на сегодняшнем рынке даже выше 20%. Проблема параллельного импорта, которая была охарактеризована как «ощутимая для рынка» и «существующая, но не острая», беспокоит опрошенных в меньшей степени, а случаи неучтенного производства на официальных предприятиях либо отсутствуют, либо участникам исследования не известны. Довольно неопределенной предстает ситуация с серым и черным импортом. Можно предположить, что участники рынка редко сталкиваются со случаями контрабанды бытовой химии.

Качество современных подделок в основном оценивается на среднем уровне (3 балла из 5). При этом, по мнению респондентов, большая часть (до 70–80%) незаконной продукции в самой крупной для рынка бытовой химии товарной категории синтетических моющих средств производится в России, а 20% завозится из стран ЕАЭС (в основном малыми и индивидуальными предпринимателями). В ценовом отношении незаконная продукция может быть в среднем на 30% дешевле легальной.

Далее мы рассмотрим формы незаконного производства в той последовательности, в какой они были оценены участниками опроса, по степени убывающей остроты. Однако прежде необходимо дать несколько пояснений по поводу того, что предопределяет специфику взгляда представителей отрасли на проблемы незаконного оборота.

### **Связь незаконного оборота продукции с проблемами регулирования отрасли**

Особенностью отраслевого взгляда на проблемы незаконного оборота является то, что они рассматриваются не как отдельные и самостоятельные факторы, а как факторы усугубления трудностей, наиболее болезненно переживаемых современной российской химической про-

мышленностью. Один из участников нашего исследования пояснил ситуацию так:

*«Фальсификат для нас не такая критичная вещь, если бы он был сам по себе. Проблема в том, что из него вырастают вещи, которые касаются регулирования и которые отражаются уже на производителях»* (представитель ассоциации производителей).

Регулирование отрасли в странах ЕАЭС в настоящее время опирается на действующие национальные регламенты/реестры, в которые входят разные наборы химических веществ. Полными общими реестрами, действующими на наднациональном уровне, должны стать регламент безопасности химической продукции и (для потребительской части химического производства) регламент безопасности бытовой химии. Однако их согласование затягивается, что порождает ситуацию неопределенности среди производителей. Кроме того, в связи с нерешенностью проблемы на наднациональном уровне, в Российской Федерации 7 октября 2016 г. на базе проекта регламента химической промышленности ЕАЭС утвержден новый национальный регламент (без потребительской части), вступающий в силу 1 июля 2021 г.<sup>6</sup>, поэтому после принятия регламентов ЕАЭС появится необходимость согласования национального и наднациональных реестров. Наиболее обсуждаемым в химической отрасли примером несогласованности действий в части технического регулирования являются поправки в Федеральный закон № 171-ФЗ об алкогольной продукции<sup>7</sup>, которые были внесены при принятии закона об отечественном виноделии<sup>8</sup>. В соответствии с этими поправками, вступившими в силу с 1 января 2015 г., был понижен порог допустимого содержания спирта (с 1,5 до 0,5%) для продуктов, выпускаемых без лицензии. В результате многие продукты

<sup>6</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 07.10.2016 № 1019 «О техническом регламенте о безопасности химической продукции».

<sup>7</sup> Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (с изменениями и дополнениями).

<sup>8</sup> Федеральный закон от 31.12.2014 № 490-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции” и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

бытовой химии, косметики и парфюмерии, содержащие около 1% спирта, неожиданно для производителей оказались вне закона. На утверждение поправок, возвращающих продуктам бытовой химии законный статус, ушло несколько месяцев, в течение которых некоторые товары изымались из продажи и утилизировались.

*Маркировки и химические составы* являются одной из главных причин волнения участников рынка бытовой химии и отчасти рынка косметики и парфюмерии (неслучайно основной аргумент, который они приводят против параллельного импорта, это различия составов и неадаптированность под потребителя, возможность аллергических и иных реакций). На российский рынок все больше распространяется и боязнь действий потребителя, готового переложить на производителя ответственность за неправильное использование продукта. На развитых рынках эта проблема «постоянно подогревается», что вынуждает производителей в России более или менее формально реагировать.

*«На рынке постоянно циркулируют такие ситуации, которые отражаются и на производителях. Производители смотрят за настроениями потребителей и пытаются минимизировать риски — меняют упаковку, делают маркировку. Хотя у нас нет таких требований в нашем законодательстве, но международные компании и у нас выпускают товары с этими маркировками. [...] Главное, что от этого очень часто вырастает ужесточение [национального] регулирования. Если вы посмотрите, сейчас есть популярный тренд, что надо пользоваться экологичными средствами бытовой химии, а на самом деле большинство из них — это то же самое, там просто добавлена другая отдушка»* (представитель ассоциации производителей косметики, парфюмерии и бытовой химии).

Серьезную обеспокоенность отраслевиков вызывает невозможность эффективного реагирования на новые требования, предъявляемые к безопасности, уровню инновационности химической продукции и соотношению цены и качества в силу истощения отечественной научной базы химпрома. Отсутствие лабораторий, российских патентов, единых нормативов и методик оценки качества химического состава продукции ставит российских производителей в заведомо неравные конкурентные условия с глобальными компаниями, работающими в России.

*«Говорят, мы недостаточно быстро импортозамещаемся. А как импортозамещаться, если даже при наличии платежеспособного спроса внутри страны мы технологически не тянем, некому работать научно над этим, и из-за этого никак не запустить производство. Мы надеемся, что хоть кто-то начнет производить [в России импортируемые сырье и компоненты], потому что после существен-*

*ного изменения курса для компаний было бы большим подспорьем, если бы это сырье можно было здесь закупать, потому что можно было бы тогда сдерживать розничную цену»* (представитель ассоциации производителей косметики, парфюмерии и бытовой химии).

### **Контрафактная продукция и незаконное производство**

Парадоксом рынка бытовой химии является то, что его участники считают проблему подделок незначительной, а, по оценкам внешних экспертов, доля контрафактной продукции на этом рынке может достигать 25%. Возможная причина таких расхождений заключается в том, что до сих пор значительная доля продаж бытовой химии приходится на открытые рынки и различные форматы нерегистрируемой торговли, где расчет производится за неучтенный нал. В пользу такого объяснения свидетельствуют сюжеты об остановке незаконных производств бытовой химии, периодически появляющиеся на центральных телеканалах. Несмотря на широкую географию этих производств, судить о масштабе проблемы трудно в силу сложности выявления подделок на рынке с быстро оборачиваемой продукцией массового спроса. Фиксируются нарушения трех видов.

1. Выявление *незаконных производств* стиральных порошков, средств для мытья посуды, жидкого и кускового мыла чаще попадает в СМИ и выступает итогом совместной работы правоохранительных органов, производителей и юридических компаний, оказывающих услуги по защите товарных знаков. Как правило, нелегальные производители работают в помещениях оптовых баз и складов<sup>9</sup>. Каналы распространения фальсификатов различны и включают оптовые рынки, розничные сети, Интернет, договоры поставок в учреждения общественного питания и др.
2. Выявление контрафакта *в продаже*, в том числе в рамках осуществления таможенного постконтроля. Например, в Воронеже в 2015 г. изъято 200 упаковок средства от накипи, а в одном из

<sup>9</sup> В 2015–2016 гг. в Ростовской области были изъяты 2 тыс. ед. упакованной фальсифицированной продукции и свыше 10 тыс. ед. упаковки. В Московской области конфискованы оборудование и склад со 100 тыс. ед. упаковки. В Орловской области остановлены 4 автоматизированные линии по производству и упаковке СМС известных брендов, изъято 60 т готовой продукции, 37 т субстанций для приготовления моющих средств, 30 рулонов поддельных этикеток, 120 тыс. шт. пластиковых бутылок.

московских магазинов сети «Ашан» — 20 упаковок стирального порошка. Об обнаружении незначительного количества фальсифицированной или подозрительной продукции в продаже иногда сообщают и производители, которые регулярно проводят мониторинги своей продукции в торговых точках.

3. Выявление подделок на *оптово-розничных складах* происходит реже, так как является побочным результатом других проверок.

Производители отмечают, что подделываются, как правило, наиболее ходовые продукты или целые линейки в тех категориях товаров, которые легче в изготовлении, проще упакованы (например, в пластиковые бутылки, полиэтиленовые мешки) и больше весят, а также говорят о тенденции к усилению тренда, наметившейся в 2014–2015 гг.

*«Второй год мы ловим. До 2013 г. я не сталкивалась с поддельным [чистящим средством], а в 2014 г. у нас пошли первые кейсы с подделкой, потому что стал очень ходовой продукт. [...] Его выгоднее замесить и разлить здесь. По сути, что [это] такое? Это хлорка. В нужной пропорции, чтобы уже не переборщить и не преуменьшить. Пластиковая бутылка — у нас заводы пластмасс [есть], благо, [в этом] мы не страдаем [смеется], производство всяких пластмасс — от крупных до мелких. И этикетка. Разлил... собственно, хоть вручную сиди и разливай. [...] Они очень качественные маркетологи: идут за тем, что народ возьмет обязательно»* (специалист по экономической безопасности и защите товарных знаков российского подразделения глобальной компании).

Таким образом, существование подделок на рынке бытовой химии, а также тенденцию к их росту в условиях экономического кризиса отмечают как внешние эксперты, так и участники рынка. Особую сложность при оценке масштаба проблемы составляют быстрая оборачиваемость и сохранение значительной части рынка в сфере наличных расчетов.

### **Товары-имитации**

По признанию участников нашего исследования, проблема товаров-имитаций на рынке бытовой химии в последние 2–3 года становится все более серьезной. Особую остроту ей придает растущая вследствие экономического кризиса конкуренция, с одной стороны, между глобальными и отечественными производителями, развивающими российские бренды, а с другой — с производителями СТМ торговых сетей. На интернет-ресурсе [www.guhim.ru](http://www.guhim.ru) для участников рынков бытовой химии, гигиенических товаров, косметики и парфюмерии практически ежемесячно публикуются новости о предъявлении компаниями друг другу обвинений в не-

добросовестной конкуренции. По свидетельствам наших информантов, в публичное пространство выходит лишь незначительная часть подобных споров (большая решается в досудебном порядке без вынесения на широкое обсуждение). О наиболее распространенных причинах обвинений в недобросовестной конкуренции в отрасли и аргументации сторон можно судить по самым обсуждаемым и долго идущим разбирательствам с участием ФАС РФ, арбитражных судов, палаты по патентным спорам, суда по интеллектуальным правам и др. Наиболее показателен, вероятно, многолетний конфликт между глобальной и отечественной компаниями по поводу использования для упаковки своих популярных брендов плоских флаконов, которые одна из сторон считает сходными до степени смешения с собственной продукцией.

В ходе нашего ценового мониторинга также были выявлены неоднократные случаи использования производителями СТМ сетей флаконов чистящих средств, сходных до степени смешения по форме, размеру и цвету с упаковкой брендированных продуктов глобальных производителей, что позволяет предположить, что споры по поводу добросовестности и недобросовестности производителей будут усиливаться.

### **Параллельный импорт**

Результаты проведенного в рамках настоящего исследования ценового мониторинга показали, что в некоторых сегментах рынка бытовой химии (премиум-продукция со специализированными потребительскими характеристиками), вероятно, существует параллельный импорт из стран Западной Европы. Однако, по мнению наших собеседников и участников анкетирования, параллельный ввоз продукции не является горячей темой для рынка в целом, и возможность изменения режима исчерпания прав на товарные знаки не окажет значимого влияния на товары массового спроса. Такой же позиции придерживаются руководители глобальных компаний-производителей, работающих на российском рынке.

*«Я считаю, что это [легализация параллельного импорта] не окажет на нас большого влияния. У нас девять заводов здесь, в России, импорт продуктов из Германии в Россию очень маленький: 90–95% продуктов, которые мы продаем здесь, производится в России, большой ценовой разницы между Россией и другими странами нет. Здесь у нас, как у компании, которая большую часть продукции производит локально, сохраняются существенные преимущества, ведь большая часть себестоимости не зависит от колебаний валюты [...] Будут проблемы конкурентоспособности по цене. Плюс есть законодательные требования, чтобы продукт*

был адаптирован под российского потребителя: потребительские этикетки, соответствие санитарно-эпидемиологическим нормам и т.д.» (генеральный директор глобальной компании-производителя)<sup>10</sup>.

### **Серый и черный импорт**

Вероятно, не является особо болезненной для отрасли и проблема серого и черного рынка (хотя данных здесь явно недостаточно). Можно предположить, что к схемам налоговой оптимизации прибегают некоторые некрупные российские компании, импортирующие отдельные компоненты своей продукции.

*«Одно дело — крупная компания, которая может себе позволить отслеживать изменения законодательства. Если что-то вдруг глобально поменялось, то они меняют ассортимент, разрабатывают новые формулы, тратят, тратят, тратят. У них сейчас может быть минус, а потом будет плюс, у них более долгосрочное планирование, и нет такого, что сегодня минус — и все, завтра не можем открыться. А у небольшого производителя — сегодня крупный минус, а вдруг на него навалилось какое-то ужесточение регулирования, этот минус стал еще больше, и завтра он может просто не открыться. Поэтому нельзя исключать, что какие-то небольшие производители... уклоняются не только от налогов, но могут и любые серые и черные схемы использовать, чтобы остаться на рынке»* (представитель ассоциации производителей косметики, парфюмерии и бытовой химии).

В то же время необходимо отметить, что продукция бытовой химии наряду со стройматериалами часто служит товаром прикрытия при незаконном ввозе. Только в 2016 г. в средствах массовой информации по меньшей мере дважды появлялась информация об использовании стиральных порошков для прикрытия нелегально ввозимых автомобилей и клея-герметика для элитного алкоголя. Усиление внимания таможенной службы к товарным категориям, используемым в качестве прикрытия, отражается на ситуации в отрасли, что приводит к последующим ужесточениям в сфере ее регулирования.

### **Неучтенное производство**

Проблема неучтенного производства не была отмечена участниками нашего исследования как особо острая для рынка бытовой химии, если

<sup>10</sup> Воронина А. Глава Henkel — РБК: «Мы за один день получили 10% годовой выручки». Интервью с Каспером Рорштедом. 14 августа 2015 г. <<http://www.rbc.ru/interview/business/14/08/2015/55cda31d9a7947cf4738074d>>.

речь идет не о контрафактной, а об оригинальной продукции. У глобальных компаний на производствах внедрены системы контроля качества и расходования компонентов. По некоторым российским предприятиям исключать возможность подобных нарушений нельзя. Но в сколь-либо значимых масштабах в настоящее время она не фиксируется. Этому способствует и снижение к настоящему времени доли розничных рынков как потенциальных распространителей неучтенной продукции до 4–5% продаж.

### **Продукция ненадлежащего качества**

Более важной является проблема качества и безопасности выпускаемой продукции. На протяжении последних лет рынок бытовой химии пережил несколько скандалов, связанных с претензиями Роспотребнадзора к составу и уровню безопасности. В 2015 г. индекс токсичности средств для стирки детских вещей ряда известных брендов был оценен в 31–47% при допустимой норме 70–120%<sup>11</sup>. Несоответствия были выявлены также по ряду брендированных кондиционеров для белья, по средствам для мытья посуды и пола, по средствам по уходу за поверхностями, жидкому мылу и др. Проблемные партии товаров были рекомендованы к изъятию из продажи в торговых сетях, на предприятиях инициированы проверки.

По результатам проверок Роспотребнадзора в организациях торговли в 2015 г. среди импортных синтетических моющих средств выявлено лишь 0,6% товаров ненадлежащего качества или представляющих угрозу для жизни, а среди отечественных товаров — 6,2%, причем в 2015 г. она резко выросла. В 2016 г. не прошли проверку на качество 5,8% проб отечественных синтетических и моющих средств.

Впрочем, по мнению экспертов отрасли, такие случаи могут иметь и процедурное объяснение, связанное со сложностями проверки качества, о которых широкому кругу потребителей неизвестно.

*«У нас очень большие проблемы с методами испытаний. Многие методы испытаний устарели, отсутствует так называемый арбитражный метод, когда допускается по законодательству проверить разными методами. Вы проверили одним, проверили вторым, у вас получились разные результаты, у вас должен быть некий арбитр, а часто его нет. И поэтому при проверочных мероприятиях бывает, что проверяют каким-то методом... Вот сегодня нам с коллегами принесли документы, это часто в регионах: кто-нибудь вытаскивает методику 1979 г.,*

<sup>11</sup> При оценке токсичности чем выше показатель, тем безопаснее продукт.

начинает проверять. Естественно, у современной продукции могут быть отклонения, и выносятся предписания, штрафы и т.д.» (представитель ассоциации производителей).

### Цены легального и нелегального рынков

По данным маркетингового агентства Discovery Research Group, в 2014–2015 гг. цены на продукцию на российском рынке бытовой химии выросли в среднем на 20% на все категории товаров. По данным Росстата, наибольшее подорожание произошло в сегменте моющих и чистящих средств (+22,4% в 2015 г.). Во многом это связано с повышенной зависимостью от импорта (упаковка, растворители, отдушки изготавливаются за рубежом; порой предназначенная для России продукция полностью производится на зарубежных предприятиях).

При этом эксперты Nielsen и других компаний отмечают, что в это же время на рынке товаров бытовой химии наступила эпоха активных промо-акций, и при сохранении такой тенденции Россия вскоре может оказаться в числе самых промоутируемых рынков Европы<sup>12</sup>. В самом большом сегменте — средства для стирки — эффективность скидок (рост доли рынка) в 2013 г. Nielsen оценивала в 41%, а в 2014 г. — уже в 49%, в сегменте чистящих и моющих средств — в 36 и 43% соответственно. Восприимчивость российских потребителей к скидкам оценивается экспертами как очень высокая (дискаунт в 20% способен удвоить недельные продажи товара). Только 8% российских потребителей, по данным Nielsen, сказали, что не обращают внимание на дискаунт<sup>13</sup>. Растет средняя величина скидок. Так, например, по данным Nielsen, если в 2013 г. средняя скидка на стиральные порошки составляла 24%, то в 2014 г. — уже 30%. В I квартале 2016 г. продавались через промо-акции:

- 75% кондиционеров для белья;
- 67% стиральных порошков;
- 63% средств для мытья посуды;
- 58% шампуней;
- 52% зубной пасты.

<sup>12</sup> Кругликова М., Дерябина А., Пузырев Д. Акции против кризиса. 11 сентября 2015 г. <<http://www.rbc.ru/society/11/09/2015/56bc9f6c9a7947299f72bb99>>.

<sup>13</sup> Магазин судят по промо. Итоги исследования Nielsen Shopper Trends 2015. 30 июля 2015 г. <<http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2015/shopper-trends-promotion-2015.html>>.

Эти показатели, по мнению экспертов, очень приближаются к 70%-му порогу, опасному для ритейлеров и производителей, за пределами которого покупатель перестает реагировать на товары без скидки и может потерять лояльность к бренду. Как уверждают аналитики Nielsen, 91% российских покупателей при выборе продукта руководствуются ценой, 62% — наличием промо<sup>14</sup>. По оценкам представителей компаний, в августе 2015 г. доля промо-продаж в среднем по рынку достигла 30%, в то время как в предыдущие годы она составляла лишь 10–15%. При этом отмечается, что на более развитых рынках эта доля может быть выше 30%, что не исключает дальнейшего роста промо-продаж на российском рынке (по данным Nielsen, на европейском рынке FMCG промо-акциями в денежном выражении сейчас генерируется 24% продаж). Это создает проблемы для отечественных производителей: когда доля акционных продаж доходит до 30% товарооборота, далеко не каждая российская компания может конкурировать с глобальными компаниями, предлагая сопоставимые скидки<sup>15</sup>.

Кроме привлечения внимания покупателей в кризисный период, по сути, скидочные кампании становятся и средством экономической борьбы с более дешевой незаконной продукцией.

В рамках проведенного нами ценового мониторинга мы сравнили цены на стиральный порошок премиального ценового сегмента одного из самых популярных в России брендов в упаковке 6 кг, так как предполагали, что в больших объемах фасовки легче выявить случаи ценового разрыва, которые косвенно могут свидетельствовать о присутствии на рынке контрафактной или неучтенной продукции. Анализ прайс-листов торговых сетей и некоторых онлайн-магазинов показал незначительные колебания стоимости (10–20%), обусловленные различиями закупочных цен, торговых наценок и продажами товара по промо-акциям. В то же время на розничных рынках и в интернет-магазинах, позиционирующих себя как прямых поставщиков из Германии/Австрии/Бельгии, стоимость того же вида стирального порошка могла быть до 3 раз выше, чем в торговых сетях, отличалась и фасовка товара (6,5 кг vs 6 кг). Обосновывая разницу цены,

<sup>14</sup> Игра на грани промо. 8 декабря 2015 г. <<http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/reports/2015/promo-game-on-the-edge.html>>.

<sup>15</sup> Кругликова М., Дерябина А., Пузырев Д. Акции против кризиса. 11 сентября 2015 г. <<http://www.rbc.ru/society/11/09/2015/56bc9f6c9a7947299f72bb99>>.

продавцы прибегали к аргументу курсовой разницы. Наличие такого разрыва, скорее, свидетельствует о существовании в премиальном сегменте бытовой химии параллельного импорта, хотя, повторим, его долю вряд ли можно считать значительной.

### Основные выводы

Подводя итоги, важно отметить, что рынок бытовой химии является высококонкурентным, быстро развивающимся, наукоемким и инновационным. Во многих его сегментах крупные и средние российские производители успешно конкурируют с глобальными компаниями, локализовавшими свои производства в Российской Федерации, развиваются небольшие предприятия, создаются стартапы и малые бизнесы с использованием механизма франшизы. В то же время в отечественной химической отрасли существует ряд серьезных проблем: отсутствие современных методик оценки качества продуктов бытовой химии; нерешенность вопросов, связанных с согласованием единых для стран ЕАЭС технических регламентов о безопасности химической продукции и продуктов бытовой химии; истощение сырьевой и научной базы; нехватка отвечающих мировым стандартам лабораторий для проведения прикладных исследований, тестирования и сертификации товаров<sup>16</sup>. В силу сказанного влияние незаконного оборота на рынок бытовой химии более сложное и менее очевидное, чем на смежных потребительских рынках, поскольку в химической отрасли незаконный оборот не является самостоятельной проблемой, но способен усугублять негативные последствия нерешенности более фундаментальных вопросов.

В настоящее время наиболее актуальной для рынка бытовой химии является борьба с контрафактной продукцией, производства которой часто локализованы внутри страны. Некоторыми экспертами доля контрафактной продукции на рынке оценивается очень высоко (до 25%). Вторая по актуальности проблема — недобросовестная конкуренция и использование производителями репутации других брендов при продвижении товаров бытовой химии — обострилась в период экономического кризиса 2014–2016 гг., когда высокая конкуренция на рынке для отечественных

производителей со стороны глобальных компаний наложилась на растущий спрос населения на разнообразную и специализированную, но при этом недорогую продукцию.

В октябре 2016 г. был принят национальный технический регламент о безопасности химической продукции. Это стало важной мерой, направленной на совершенствование регулирования отрасли и борьбу с нарушениями, в том числе в части незаконного оборота. Однако для успешного практического применения регламента необходимо решить ряд связанных задач:

- разработать соответствующие регламенту единые методики и протоколы испытаний, разработать и законодательно утвердить порядок проведения арбитражных испытаний в случаях расхождений в оценках;
- организовать подготовку и переподготовку контролеров;
- увеличить число лабораторий, способных работать в соответствии с требованиями регламента;
- увеличить число органов сертификации химической продукции, оснащенных современными лабораториями.

Реализация названных мер позволит повысить эффективность государственного контроля качества химической продукции в целом и товаров бытовой химии в частности, а также будет способствовать сокращению нелегальных производств и доли контрафакта, снижению недобросовестной конкуренции.

<sup>16</sup> По оценкам экспертов, принявших участие в данном исследовании, в настоящее время на всей территории Таможенного союза существует не более 10 лабораторий, оснащение которых позволит работать по новым регламентам.

## 11. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Представленный выше обзор ситуации на разных потребительских рынках демонстрирует множественные различия форм незаконного оборота продукции. Несомненно, при выработке мер противодействия незаконному обороту мы должны учитывать специфику отдельных рыночных сегментов. В данном заключительном разделе приведем много важных примеров, демонстрирующих эту специфику, но также постараемся сформулировать более общие выводы, касающиеся механизмов возникновения и функционирования нелегальных рынков, а также факторов, способствующих их расширению или сворачиванию.

### Возникновение условий для незаконного оборота продукции

В настоящее время Россия переживает период экономического кризиса, который привел к торможению роста и последующему снижению реальных доходов населения. Если в 2001–2007 гг. среднегодовой рост реальных располагаемых доходов населения достигал 10%, а в 2008–2013 гг. рост этих доходов серьезно замедлился, но все же они прирастали с определенными колебаниями в среднем на 2–3%, то в 2014 и 2015 гг. они ушли в минус на 1 и 4% соответственно, а в 2016 г. падение составило уже 6,1% по сравнению с 2015 г. В результате конечные потребители начали экономить, переориентироваться на более дешевые виды товаров и менее требовательно относиться к их происхождению и качеству. Это создает питательную почву для недобросовестных участников рынка. Поэтому риски увеличения незаконного оборота объективно возрастают.

Напомним, что экономический рост, сопровождаемый повышением реальных располагаемых доходов населения и общей требовательности покупателей, привел к постепенному ослаблению и вытеснению незаконной продукции<sup>1</sup>. Период кризиса 2008–2009 гг. принес оживление разного рода

<sup>1</sup> Радаев В.В., Барсукова С.Ю., Котельникова З.В. Рынки контрафактной продукции в России // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 2. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008.

незаконной деятельности<sup>2</sup>. Экономический кризис 2014–2016 гг. в России повторяет эту историю, но на более серьезном уровне. Накладываясь на фискальные меры и административные запреты, кризис ускоряет падение продаж легальной продукции и способствует ее замещению нелегальной.

Из разных источников нами собраны косвенные свидетельства обострения данной проблемы. Одним из важных свидетельств выступает динамика выявленных экономических преступлений, которые имеют прямое отношение к незаконному обороту продукции. Характерно, что до 2014 г. количество зарегистрированных экономических преступлений в России монотонно снижалось, а в 2015 г. (по некоторым видам преступлений — чуть ранее) оно вновь возросло. В связи с этим возник вопрос: не станет ли это началом новой тенденции? В среднем пока этот рост невелик (3%), но по отдельным интересующим нас категориям он намного более значителен. Так, почти в 1,5 раза в 2015 г. увеличилось число выявленных налоговых преступлений. На треть в 2013–2015 гг. выросло число преступлений, связанных с легализацией (обналичиванием) денежных средств. Почти монотонно возрастало в 2010–2015 гг. и число выявленных преступлений по статье «Производство, приобретение, хранение, перевозка в целях сбыта или сбыт немаркированных товаров». Почти удвоилось в 2015 г. число единиц контрафактного товара, задержанного таможенными органами. После серьезного уменьшения в 2000-е годы в 2011 г. начинает стремительно расти объем изъятой из незаконного оборота алкогольной продукции (прежде всего водки и этилового спирта)<sup>3</sup>. Все эти свидетельства косвенно указывают на оживление незаконного производства на территории России.

В целом **текущий период оказывается благоприятным для распространения незаконного оборота продукции.**

### Формы незаконного оборота продукции

Незаконный оборот продукции можно рассматривать как единое явление лишь с существенными ограничениями, поскольку **формы неза-**

<sup>2</sup> Радаев В.В. и др. Основные тенденции на рынках контрафактной продукции и возможное влияние Единого Таможенного союза // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 7. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010.

<sup>3</sup> В 2016 г. Росалкогольрегулированием заявлено о двукратном и даже более увеличении объемов изъятой продукции. По данному показателю мы возвращаемся к максимальному историческому уровню, зафиксированному ранее в 1999 г.

**конного оборота продукции качественно различны и связаны с разными нарушениями закона.** Серый импорт незаконен в силу уклонения от уплаты таможенных платежей и НДС. Незаконный переток продукции между странами связан в том числе с уклонением от уплаты акцизных сборов. Распространение поддельной продукции и параллельного импорта сопряжено с нарушениями исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности (товарные знаки). Изготовление фальсифицированной продукции приводит к нарушению прав конечного потребителя. Незаконный характер продукции может также возникать из-за отсутствия лицензий на ее производство и реализацию (если деятельность подлежит лицензированию), а также если эта продукция производится нелегальными (незарегистрированными) предприятиями.

**Незаконная продукция имеет разное происхождение.** Она может импортироваться или производиться внутри страны, изготавливаться кустарными или промышленными предприятиями, распространяться через легальные или нелегальные каналы продаж. В связи с этим потребительские рынки различаются не только масштабами незаконного оборота продукции, но и разной структурой нелегальных рынков. В одних случаях доминирующими формами являются серый импорт и контрабанда (меховые изделия), в других — неучтенное производство внутри страны (водка и ликеро-водочные изделия), в третьих — поддельная продукция (спортивная одежда и обувь). Поскольку нелегальные рынки очень динамичны, их структура постоянно меняется в зависимости от того, какая форма незаконного оборота в данный период оказывается более выгодной или менее рискованной. Одни формы отходят на задний план (например, продажа домашнего алкоголя), другие появляются, хотя ранее отсутствовали (например, поддельная табачная продукция).

### Общий уровень незаконного оборота продукции

Определение масштабов незаконного оборота продукции представляет собой очень сложную задачу. Официальная статистика в большинстве случаев отсутствует, а если она появляется, то не всегда понятны характер данных и способы их получения. К тому же, **как правило, статистические данные неполны и хронически не сходятся при сопоставлении разных источников.** Часто речь идет не о прямых, а о косвенных свидетельствах изменений в сфере незаконного оборота продукции. Использование подобных свидетельств сопряжено с неизбежными трудностями интерпретации. На-

пример, приведенные выше данные о росте объема продукции, выявленной и изъятой правоохранительными органами в связи с нарушениями законодательства, могут свидетельствовать о разрастании нелегальных рынков, а могут указывать на повышение эффективности работы правоохранителей.

Помимо несовершенства статистических баз, приходится учитывать, что **незаконный оборот продукции порождается очень разными видами деятельности**, к которым нельзя подходить с одними и теми же мерками. В одних случаях речь идет о продукции, которая не учитывается статистикой, и предпринимаются попытки досчитать выпадающие объемы. В других случаях продукция, наоборот, учитывается статистикой, но оказывается незаконной в связи с нарушением прав интеллектуальной собственности. В третьих случаях стоимость продукции учитывается, но не полностью в результате намеренного занижения объемов продаж недобросовестными участниками рынка. Вдобавок **разные формы незаконного оборота продукции часто пересекаются и наслаиваются друг на друга.** Например, контрафактная (поддельная) продукция может ввозиться в страну с занижением таможенной стоимости (серый импорт) или под видом параллельного импорта оригинальной продукции, а может возникать в результате неучтенного производства внутри страны.

В силу этих объективных сложностей при определении масштаба незаконного оборота продукции приходится использовать множественные методы анализа и прибегать ко многим, в том числе разнородным, источникам. Этому способствует появление и развитие в последние годы новых открытых или лицензионных баз данных ведомственной и бизнес-статистики. Они дополняются растущим корпусом опросных данных (в том числе с возможностью отслеживать динамику за относительно длительные периоды времени) и специальных исследований, касающихся того или иного сегмента нелегальных рынков. Тем не менее при расчетах объемов незаконного оборота продукции неизбежно многое продолжает опираться на экспертные оценки и результаты интервью с участниками рынка и специалистами. **Итоговые цифры возникают из сопоставления разных оценок и разных расчетов, сочетания прямых и косвенных свидетельств, сбора дополнительных подтверждений из разных источников.**

Многих интересует общий процент, приходящийся на незаконный оборот продукции. Однако, как и в случае со средней температурой по больнице, такая цифра содержит не очень много смысла. Намного важнее понимать специфические механизмы, порождающие незаконный оборот

продукции, основные тренды, по которым идет его развитие, и факторы, способствующие его нарастанию или убыванию. Тем не менее приведем несколько общих цифр, за которыми последуют иллюстративные примеры по ряду потребительских рынков.

Мы обследовали несколько потребительских рынков, доля которых в обороте розничной торговли достигала в 2015 г. около 60%. Исходя из множественных источников, **объем незаконного оборота продукции во всех его формах на этих рынках оценивается на уровне 2,5 трлн руб. Это составляет около 9% общего оборота розничной торговли и 15% продаж на обследованных розничных рынках.** Мы должны оговорить, что при отсутствии систематических надежных данных многое в этих расчетах вынужденно опиралось на экспертные оценки.

Если сравнивать полученные результаты с данными нашего предыдущего исследования<sup>4</sup>, то оказывается, что в 2009 г. доля контрафактной продукции по аналогичному кругу потребительских рынков составляла около 6% оборота розничной торговли. Причем если оборот розничной торговли в 2009–2015 гг. в фактических ценах вырос в 1,9 раза, то оцениваемый объем незаконной продукции — в 2,7 раза. Это означает, что **в отличие от периода 2000-х годов, когда уровень незаконного оборота продукции в целом имел тенденцию к снижению, в 2010-е годы незаконный оборот продукции рос опережающими темпами**, отсюда и некоторое увеличение его общей доли.

### Незаконный оборот продукции на отдельных рынках

Переходя к отдельным отраслям, начнем с рынка изделий легкой промышленности, наиболее подверженного незаконному обороту. По данным Минпромторга, в 2015 г. на рынке одежды и обуви нелегальная продукция в разных формах занимала около 30% (около 1 трлн руб.). Союзлегпром оценивал объем нелегального рынка одежды и обуви в 2015 г. на уровне 25%. А Главное управление экономической безопасности и противодействия коррупции МВД России оценивало долю подделок на рынке одежды известных брендов в 37%.

Если говорить о наших оценках, общий объем незаконного оборота изделий легкой промышленности следует оценить на уровне 35%. А струк-

<sup>4</sup> Радаев В.В. и др. Основные тенденции на рынках контрафактной продукции и возможное влияние Единого Таможенного союза // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 7. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010.

тура незаконного оборота выглядит следующим образом: примерно 50–60% незаконной продукции составляет серый и черный импорт из стран дальнего зарубежья, примерно 25–30% импортируется из стран ЕАЭС и около 15% занимает неучтенное отечественное производство. При этом около половины незаконно ввезенной или произведенной продукции составляет контрафакт (поддельная продукция), сильно пересекающийся с другими формами незаконного оборота. Наблюдаются также заметные различия между отдельными товарными сегментами. Минимальный уровень наблюдается в сфере обуви, максимальный — в сфере меховых изделий.

Следующий пример — из опыта алкогольной индустрии, также сильно вовлеченной в незаконный оборот продукции. Доли нелегальной и неучтенной продукции здесь сильно различаются в зависимости от товарной категории. Так, в сегменте водки и ликеро-водочных изделий доля продукции, с которой не уплачиваются акцизные сборы, продолжает расти и уже превысила 40% (с учетом самогона и алкогольных суррогатов — почти 60%). В сегменте крепкого импортного алкоголя доля незаконной (в основном контрафактной) продукции приближается к 10%. Доля нелегального вина также близка к 10%, доля нелегального пива находится на уровне 3–4%.

Широко распространена незаконная продукция и на рынке парфюмерии и косметики. Здесь эта доля в целом оценивается в среднем на уровне 20%. В основном речь идет об импортной продукции, половина которой поступает из стран ЕАЭС, а примерно четверть — из других стран, наконец, около четверти импорта приходится на параллельный ввоз оригинальной продукции. Серый импорт тесно переплетается с поставкой контрафактной (поддельной) продукции, доля которой оценивается на уровне 10–15%. При этом в большей степени незаконный оборот характерен для парфюмерии и косметики (здесь больше импорта из стран ЕАЭС и выше доля подделок) и в меньшей степени для средств ухода за кожей (где меньше подделок, больше импорта из дальнего зарубежья и параллельного импорта).

Есть рынки, где незаконный оборот продукции значительно менее распространен, но демонстрирует тенденцию к заметному росту. Речь идет, например, о рынке табачных изделий. Оценки уровня незаконного оборота здесь несколько расходятся. По данным Nielsen, доля нелегальной табачной продукции в 2016 г. составляет 2,2% с тенденцией к быстрому росту. По данным Euromonitor International, эта доля в России составляла

в начале десятилетия 2,1% продаж, а в 2015 г. она выросла до 3,1%. По данным табачных компаний, к концу 2016 г. доля нелегальных сигарет в продаже оценивается на уровне 3,5–4%, а по данным агентства INFOLine, в 2016 г. она составляет 4,4%. В некоторых регионах доля значительно выше среднего уровня и стремительно нарастает. Так, в 2012–2016 гг. в приграничных областях с Казахстаном она выросла с 0,3 до 3–4%, в приграничных областях с Белоруссией — с 2 до 12%.

Считается, что критическим порогом чувствительности незаконного оборота для рынка, как правило, становится достижение им 5% продаж. Однако пример табачной индустрии показывает, что наличие даже 2–3% незаконной продукции может болезненно восприниматься ведущими участниками рынка и наносить им ущерб, не сводимый к потере этой малой доли рынка. К тому же если речь идет о продукции, способной навредить здоровью покупателей и особенно создать риски для их жизни, даже 1% следует признать опасной величиной. Наконец, **при появлении благоприятных условий для незаконной деятельности и выстраивании теневых цепочек товародвижения незаконный оборот продукции может увеличиваться очень быстро.**

### **Контрафактная продукция**

Кратко остановимся на отдельных видах незаконного оборота продукции. Оценки масштабов распространения подделок среди участников рынка сильно варьируются в зависимости от товарной категории — от 1–2 до 45%, в среднем составляя около 10–12%. В этом отношении потребительские рынки можно условно разделить на две группы. Первая группа — широкого распространения контрафакта, здесь поддельная продукция составляет примерно от 10 до 20% (изделия легкой промышленности, парфюмерия и косметика, бытовая химия).

В случаях относительно широкого распространения контрафакта можно использовать данные отдельных (к сожалению, очень немногочисленных) опросов населения, которое может — с определенными ограничениями — распознать подделку после или даже до покупки. Так, например, в ходе опроса населения в 2012 г. 42% россиян подтвердили, что в течение последнего года покупали контрафактную одежду. При этом 75% из них приобретали поддельную одежду осознанно, остальные стали объектом прямого обмана. И другой пример: по данным опроса RLMS-HSE за 2014 г., 6% тех, кто потреблял алкогольные напитки в течение последних 30 дней, по их мнению, потребляли и поддельный алкоголь.

Вторая группа — умеренного распространения подделок, где доля поддельной продукции находится в пределах 3–5% (продовольственные товары, табачные изделия, средства по уходу за кожей и волосами).

В сфере продовольственных товаров, по данным МВД РФ за 2013–2015 гг., наиболее привлекательными для незаконного производства оказываются такие категории, как молочная продукция, минеральная вода, кофе и чай. В 2015 г. участились случаи изготовления на базе подпольных производств сыров, которые потом выводятся на рынок как сыры импортного происхождения.

В отличие от алкогольного рынка, где проблема подделок тянется с начала 1990-х годов, в табачной индустрии еще в 2013 г. поддельные сигареты фактически отсутствовали, составляя лишь 0,2% продаж, а в 2015 г. эта доля выросла уже до 1,5%.

Эксперты также обращают внимание на обострение на многих рынках проблемы так называемых паразитических товаров, или товаров-имитаций, сходных до степени смешения. В качестве примера можно привести парфюмерно-косметический рынок, для которого данная проблема стала относительно новой.

### **Фальсифицированная продукция**

В сфере продовольственных товаров получили серьезное распространение изготовление и продажа фальсифицированной продукции. Речь идет в первую очередь о мясных, молочных и рыбных продуктах. По данным Роспотребнадзора, доля продуктов питания, не соответствующих требованиям регламентов по безопасности и заявленным на этикетке сведениям, в целом не превышает 7%. По данным отраслевых ассоциаций и общественных организаций, эта доля, как правило, в несколько раз выше, а по отдельным категориям это различие на порядок. Так, по данным «Союзмолока», по молочной продукции фальсификат в России может достигать 10–20%. А фальсификат рыбы, по оценкам ряда экспертов, занимает от 40 до 50% российского рынка (в основном речь идет о подмене более дорогих сортов рыбы менее дорогими).

В качестве одного из косвенных свидетельств можно использовать статистику о некоторых видах продукции ненадлежащего качества или представляющих опасность для потребителей, выявленных по результатам проверок Роспотребнадзора. Так, например, по алкогольной продукции в середине 1990-х годов доля подобных некачественных алкогольных напитков достигала в среднем 30–40%. Затем с начала 2000-х годов

масштабы таких некачественных напитков уверенно снижаются до уровня 5% и даже ниже. В 2013–2015 гг., однако, эта доля уже перестает снижаться, а по отдельным позициям даже растет, что свидетельствует по крайней мере о неухудшении ситуации. Это подтвердило исследование Роскачества в ноябре 2016 г., по результатам которого 30% образцов проверенных полусладких игристых вин содержали отклонения от стандарта.

### **Серый импорт**

Результаты проведенных нами расчетов на основе «зеркальной» статистики с использованием сравнения таможенных данных России и статистики стран-партнеров, показывают, что на протяжении 1994–2015 гг. динамика серого импорта имеет форму перевернутой параболы. Причем сходная картина наблюдается во всех рассматриваемых случаях — общего объема импорта из всех стран, импорта из стран Европейского союза и импорта из стран СНГ.

По нашим оценкам, доля серого импорта в общем импорте товаров в Россию в середине 1990-х годов составляла в среднем 18%, затем к середине 2000-х годов она выросла до 30%, а впоследствии снизилась и к 2015 г. составила около 4% (по расчетам Банка России, в 2013–2014 гг. эта доля равнялась 6%).

Самая высокая доля серого импорта характерна для потоков товаров из стран ЕС, которая с середины 1990-х годов до середины 2000-х годов выросла с 25 до 42%, а затем резко снизилась, но все равно в 2015 г. составляла 20%. Наименьшая доля серого импорта поступает из стран СНГ, за исключением всплеска 2009–2012 гг. Впрочем, к статистическим данным по странам СНГ (особенно по странам ЕАЭС) следует относиться с большой осторожностью — здесь часть товарных потоков может выпадать из всякой статистики.

В некоторых сегментах доля серого импорта продолжает оставаться на очень высоком уровне, превышающем половину всего импорта (верхняя одежда, спортивная одежда) или даже 90% импорта ( меховые изделия). Более благополучным на общем фоне изделий легкой промышленности выглядит рынок обуви, где доля серого импорта в стоимостном выражении не превышает 20%.

В последние годы участники внешнеэкономической деятельности отмечают тенденцию к снижению доли серого импорта. Но в условиях кризиса и растущего запроса на оптимизацию издержек падение спроса на

рискованные серые схемы объективно сдерживаются. При этом на фоне снижения масштабов серого импорта возрастают незаконные перетоки продукции из стран — участниц ЕАЭС, между которыми сняты таможенные барьеры.

Импорт из стран ЕАЭС используется и как инструмент обхода продовольственного эмбарго в отношении стран Европейского союза и других западных стран, введенного в России с 6 августа 2014 г. Здесь наиболее показателен пример Белоруссии, которая быстро стала лидирующим поставщиком молочной продукции в Россию, увеличив за 2013–2015 гг. свою долю по сырам с 25 до 81%, по сливочному маслу — с 30 до 78%. Столь быстрый рост имеет свое объяснение. После введения санкций в России Нидерланды в 2014 г. практически в 2 раза сокращают свои поставки сыра и творога в Россию. При этом в Белоруссию импорт сыра и творога из Нидерландов в 2014 г. увеличивается в 8 раз, а в 2015 г. — почти в 10 раз по сравнению с 2013 г. Другой пример: к 2014 г. Польша вынуждена сократить поставки фруктов в Россию в 2 раза. В то же время импорт польских фруктов в Белоруссию в 2014 г. возрастает на 68%. В итоге Белоруссия становится лидером импортных поставок семечковых фруктов в Россию, увеличив поставки в Россию в 2013–2015 гг. в 6 раз, а в целом поставки овощей и фруктов из Белоруссии за 3 года, по данным Россельхознадзора, выросли в 2,8 раза. При этом часть импортируемой продукции поступает в Россию по поддельным фитосанитарным сертификатам страны происхождения (т.е. с использованием транзитных схем). Эти нарушения могут сопровождаться и фальсификацией продуктов. Так, по данным Россельхознадзора, более 40% проб питьевого молока из Белоруссии показало наличие сухого молока, что запрещено Техническим регламентом Таможенного союза.

Что же касается параллельного импорта оригинальной продукции, не предназначенной для реализации на территории Российской Федерации, острота данной проблемы в текущий период снизилась, но она остается актуальной, а в некоторых сегментах — даже острой (например, в премиум-сегменте парфюмерно-косметического рынка).

### **Неучтенное производство**

В результате девальвации рубля в конце 2014 г. и принятия экономических санкций объем импорта по многим потребительским товарам в 2014–2015 гг. упал на 30–40%. Это улучшило условия не только для легального, но и для нелегального внутреннего производства. По многим товар-

ным категориям неучтенное производство в России начало расти, в том числе за счет сокращения серого импорта.

Например, по оценкам представителей компаний, внутри России производится основная часть (от 60 до 90%) незаконной алкогольной продукции, остальное преимущественно ввозится из стран ЕАЭС и до 5–10% из других стран. Доля незаконной табачной продукции, производимой внутри России, тоже велика и составляет от 30 до 50% (остальное преимущественно ввозится из стран ЕАЭС). В России производится до 70–80% незаконной продукции в самой крупной для рынка бытовой химии товарной категории синтетических моющих средств (20% завозится из стран ЕАЭС в основном малыми и индивидуальными предпринимателями).

В алкогольной отрасли существуют особые формы неучтенного производства и потребления. Около 10% общего объема потребления в граммах чистого алкоголя составляет домашний алкоголь (более 80% потребления обеспечивает самогон). Основная часть самогона потребляется внутри домохозяйств, но некоторая — попадает на нелегальный рынок. По данным опроса RLMS-HSE, 6% тех, кто покупал алкогольные напитки в течение последних 30 дней, покупали домашний алкоголь на нелегальном рынке (в 90% случаев речь шла о покупке самогона). Другой вид неучтенной продукции — алкогольные суррогаты, реализуемые легально, но не предназначенные для потребления<sup>5</sup>. Надежных данных об их потреблении нет. Но доля взрослого населения, потребляющего алкогольные суррогаты, может быть оценена на уровне 3–5%.

### Основные тенденции в распространении незаконной продукции

В настоящее время можно отметить ряд более или менее общих тенденций в изменении форм незаконного оборота продукции. Так, про-

<sup>5</sup> Продажа алкогольных суррогатов также может сопровождаться их фальсификацией, повышающей риски для здоровья возможных потребителей. Так, в декабре 2016 г. в Иркутске произошло массовое отравление суррогатным алкоголем. Пострадали 122 человека, 74 человека скончались. Пострадавшие употребляли парфюмерное косметическое средство «Концентрат для ванн “Боярышник”», содержащий метанол, использование которого запрещено российским законодательством. Обнаружено подпольное производство данного средства, продажа которого осуществлялась без надлежащих документов в торговых павильонах на рынках города.

исходит уменьшение роли контрабанды и серого импорта, в том числе в результате более эффективной работы таможенных органов и усиления контроля над импортными потоками со стороны компаний-правообладателей. Параллельный импорт в настоящее время оказывается менее выгодным в результате девальвации рубля. В то же время нарастают потоки незаконной продукции, идущие в Россию из государств — членов ЕАЭС, в силу существенных межстрановых различий в стоимости продукции и снятия внутренних таможенных барьеров. Во многих случаях нарастает внутреннее неучтенное производство, ставшее более выгодным в период ослабления рубля и введения разного рода экономических антисанкций. Что же касается контрафактной (поддельной) продукции, то ее распространение демонстрирует периодические всплески, после них она может замещаться неучтенной оригинальной продукцией, которая отличается более высоким качеством и распространение которой связано с относительно меньшими рисками.

Среди прочих важных тенденций отметим следующие:

- переход от кустарного производства к промышленному производству;
- повышение качества поддельной продукции (состава, упаковки, этикеток)<sup>6</sup>;
- вытеснение незаконной деятельности в регионы и типы поселений с менее эффективным контролем и менее высокой требовательностью покупателей;
- переток незаконной продукции из легальной розницы в нелегальную и из офлайн-торговли в интернет-торговлю;
- дополнение ценовой привлекательности нелегальной продукции все более частым прямым обманом покупателей, когда незаконная продукция камуфлируется под законную, а более низкая цена оправдывается вымышленными причинами (реализация «таможенного конфиската», распродажа стоков после закрытия магазина, изобретение несуществующих торговых марок и производителей и др.).

<sup>6</sup> Лишь пятая часть опрошенных нами представителей компаний полагают, что подделки сильно уступают качеству оригиналов. При этом эксперты единодушно указывают на то, что качество подделок, особенно отечественного производства, продолжает улучшаться.

## Цены на незаконную продукцию

Уровень цены является важным индикатором, позволяющим в том числе устанавливать происхождение товара (или по крайней мере догадываться о его происхождении). По данным проведенного нами в сентябре 2016 г. ценового мониторинга, например, разница между розничными ценами добросовестных и сомнительных продавцов за 1 л виски составляла от 10 до 50%. А «дубликат» (откровенная подделка) данного бренда дешевле оригинала более чем в 10 раз. В нелегальной продаже через онлайн-магазины можно встретить сигареты той же марки по цене, равной 30–40% розничной цены офлайн-продавцов, т.е. по цене, которая в 2–3 раза ниже.

Однако следует отметить, что в соотношении цен на легальную и нелегальную продукцию нет единой закономерности. Часть незаконно выпущенной в оборот продукции продается по тем же ценам, тем самым прячась за законной продукцией и не давая покупателям дополнительных сигналов для обнаружения ее происхождения. Зачастую различия в уровне цен между законной и незаконной продукцией могут быть символическими. Например, по многим товарным позициям в секторе продовольственных товаров ценовые отличия незаконной продукции зачастую не превышают 10–15%, что не позволяет потребителю отличить ее от законно выпущенной продукции.

Нами обнаружено также, что незаконно выпущенная в оборот продукция необязательно дешевле законной. Например, при параллельном ввозе товарного ассортимента, отсутствующего внутри России, цены импортируемого товара могут оказаться и выше цен авторизованного товара (приведем пример импортной одежды)<sup>7</sup>. В то же время легальные продажи могут производиться с периодическими серьезными скидками, когда легальная продукция может оказаться дешевле своих аналогов сомнительного происхождения или по крайней мере сближаться с ними по цене.

Таким образом, **цена товара не всегда играет роль надежного индикатора, позволяющего потребителю или эксперту выявить его происхождение.**

<sup>7</sup> Легализация параллельного импорта и ее влияние на товарные рынки России / В.В. Радаев, З.В. Котельникова, М.Е. Маркин, Е.А. Назарбаева // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 9. М.: Изд. дом ВШЭ, 2011.

## Каналы продаж незаконной продукции

Нелегальное производство необязательно сопряжено с нелегальной розницей. Значительная часть нелегально произведенной продукции реализуется именно через легальную розницу. Так, например, по алкогольной продукции эта доля оценивается на уровне 60% (с введением ЕГАИС в рознице с 2016 г. эта доля неизбежно сокращается). Но нелегальная розница играет важную роль. По данным исследования агентства INFOline, около четверти торговых объектов в обследованных городах продавали алкоголь без специальных лицензий, а нелегальными сигаретами торговали 13,4% торговых объектов, включая прилавочные магазины, киоски, павильоны и точки на рынках (не считая нестационарных лотков).

Традиционным каналом распространения нелегальной продукции во всех формах служат розничные рынки. С начала 2000-х годов значимость розничных рынков уменьшается, они постепенно закрываются муниципальными властями, или через них запрещается продажа определенных видов продукции. В целом в 2000–2015 гг. доля продаж товаров на розничных рынках и ярмарках сократилась более чем в 3 раза (с 26 до 8%). В 2010–2015 гг. доля розничных рынков продолжала сокращаться в среднем на 1% ежегодно. Это сопровождалось увеличением доли современных торговых форматов с 51 до 56%. Это касается и непродовольственных товаров. По данным Росстата, удельный вес розничных рынков и ярмарок в продаже синтетических чистящих, моющих и полирующих средств в 2000–2014 гг. сократился с 30,6 до 4,5%. Это объективно сужает возможности для распространения незаконной продукции.

Однако для многих секторов розничные рынки остаются важным каналом реализации. Доля вещевых рынков в 2000–2015 гг. упала примерно вдвое. Тем не менее в отдельных категориях товаров их роль по-прежнему велика. По данным Росстата, в 2015 г. посредством розничных рынков было осуществлено 34,4% совокупных продаж одежды и обуви (в части верхней одежды — почти 40%). И там, где доля внемагазинной торговли столь велика, выше и риски вовлечения продукции в незаконный оборот.

Также нельзя не отметить в настоящее время опережающий рост интернет-торговли, в том числе трансграничной. Поскольку контроль со стороны государства здесь значительно менее эффективен, именно в сферу онлайн-продаж перемещается растущая часть нелегальной продук-

ции<sup>8</sup>. Доля интернет-торговли сильно различается по разным товарным сегментам. Например, в сфере продовольственных товаров она минимальна: для пакетированной продукции в 2015 г. она составляет лишь 0,6% продаж, для безалкогольных напитков — 0,1%, для горячих напитков — 0,2% продаж. Свежую продукцию россияне также предпочитают покупать в офлайн-магазинах.

Несколько выше доля интернет-продаж в сегментах чистящих и моющих средств (около 1,5%). Для некоторых других потребительских сегментов онлайн-торговля становится все более важным каналом реализации. По данным Euromonitor International, торговля одеждой и обувью через Интернет в 2001 г. была на уровне 0,1%, а в 2015 г. — уже 7,6% (доля немагазинных форм торговли, включая торговлю «на диване», вендинг и прямые продажи, — 8,9%). Доля спортивной одежды и обуви, реализуемой через Интернет, сегодня достигает 6,1%. Заметно растет доля интернет-торговли в секторе парфюмерии, она увеличилась с 2,7% в 2010 г. до 8,1% объема продаж в 2015 г.

Даже в тех секторах, где онлайн-торговля официально запрещена, она тем не менее развивается, целиком оставаясь в нелегальной зоне. Можно привести пример крепкого импортного алкоголя — работают специальные сайты, торгующие незаконной продукцией в значительном объеме. При этом примерно в 70% случаев речь идет о контрафакте (подделках), а в 30% случаев — о контрабанде, включая утечки из магазинов дьюти-фри.

Другие внемагазинные формы торговли, демонстрировавшие бурный рост в начале 2010-х годов, приостановились или даже сокращаются. Так, в 2010–2015 гг. доля прямых продаж в наиболее показательных секторах декоративной косметики и средств по уходу за кожей снизилась соответственно с 36,3 до 26,1% и с 25,5 до 17,9%. Заметна доля прямых продаж в сегментах чистящих и моющих средств (7,7%) и средств для стирки (5,8%).

### Общие условия распространения незаконной продукции

Понимание общих условий возникновения и развития незаконного оборота продукции помогает нам прояснить основные факторы,

<sup>8</sup> Особенности и тенденции развития интернет-торговли (на примере рынка бытовой техники и электроники) / В.В. Радаев, Е.С. Бердышева, З.В. Котельникова, М.Е. Маркин, Е.А. Назарбаева // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 6. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010; Влияние трансграничной торговли на розничные рынки России / В.В. Радаев, З.В. Котельникова, А.И. Пишняк // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 14. М.: Изд. дом ВШЭ, 2013.

способствующие такому развитию. Распространение незаконной продукции в разных формах опирается на три основных условия: высокая маржинальность ее производства, пониженные риски выявления и серьезного наказания, а также готовность потребителей приобретать такую продукцию.

Сравнительная экономическая выгодность незаконной деятельности определяется возможностью производить и распространять сходную по составу и качеству продукцию с более низкими издержками и высокой маржинальностью. Выгодность незаконной деятельности возрастает по мере повышения экономических и административных барьеров для легального производства (налоговая нагрузка, наличие разнообразных запретов). Обходя эти барьеры, недобросовестные участники рынка получают конкурентные преимущества (чаще всего это их единственное преимущество и условие существования). Снижение барьеров для легальных производителей, напротив, сужает зону действия для недобросовестных игроков.

Наряду с выгодностью (позитивный стимул) важную роль в распространении незаконного оборота продукции играет уровень риска (негативный стимул). Он складывается из опасности быть пойманным и оштрафованным применяемых санкций, включая наличие и строгость административной и особенно уголовной ответственности. Там, где наказания за нарушения отсутствуют или где их можно с легкостью избежать (в том числе через коррупционные отношения), возникает повышенная вероятность развития незаконной деятельности.

Наконец, третьим необходимым условием выступает готовность конечных потребителей приобретать незаконно выпущенную в оборот продукцию — либо в силу неведения (прямой обман со стороны продавца), либо в результате осознанного выбора и толерантного отношения к такой продукции. Толерантность может порождаться желанием сэкономить, приобретая более дешевые аналоги, или в силу безразличия к происхождению товара — например, когда незаконная продукция аналогична законной, и ее использование не сопряжено с ущербом для потребителя, но лишь с ущербом для государства, недополучающего налоги.

Эксперты приводят много примеров того, что дилеры нелегальных рынков очень гибко ориентируются на текущую конъюнктуру, быстро переключаясь между видами товаров и отдельными брендами. В поле их зрения могут попадать более или менее дорогие торговые марки, но **в большинстве случаев изготовители незаконной продукции ориентируются на**

**три типа объектов: товары массового производства, известные бренды и сегменты, где наблюдаются (или ожидаются) растущие продажи.**

### **Влияние фискальной политики на незаконный оборот продукции**

Особый фактор, воздействующий на распространение незаконного оборота продукции, связан с применением фискальных мер в виде повышения налогов или акцизных сборов, призванных повысить сборы в государственные бюджеты разных уровней или (в отдельных случаях) ограничить потребление определенных продуктов. В этом отношении показателен опыт ускоренного повышения ставок акцизных сборов на алкогольную и табачную продукцию в России в 2010-е годы.

Общая логика процесса такова. Ускоренное повышение ставок акциза приводит почти к аналогичному росту потребительских цен и на фоне разворачивающегося экономического кризиса способствует сокращению продаж легальной продукции. Это создает дополнительную нишу для нелегальной продукции, которая начинает частично замещать легальный продукт. Что же касается акцизных сборов, то их объем растет с замедлением и с отставанием от роста ставки акциза, в какой-то момент это приводит к перелому, и сумма акцизных сборов начинает сокращаться в абсолютном выражении.

Для начала проиллюстрируем это на примере алкогольной индустрии. Всего за три года (2011–2014 гг.) ставки акцизов на крепкий алкоголь были повышены в 2,4 раза, на отечественное вино — в 2 раза, на пиво — в 1,8 раза. Соответственно, в 2011–2014 гг. средние розничные цены на водку выросли в 2,4 раза, на отечественное вино и пиво — в 1,4 раза, в то время как реальные располагаемые денежные доходы населения поднялись лишь на 7%. В свою очередь, это привело в 2012–2015 гг. к снижению продаж легального алкоголя в натуральном выражении в целом на 26%, в том числе: водки и ЛВИ — на 37%, бренди — на 25, слабоалкогольных напитков — на 63, пива — на 20, вина — на 7%. Что же касается фактических поступлений акцизов на водку и ЛВИ в консолидированный бюджет, то в 2014 г. их прирост составил лишь 9%, а в 2015 г. поступления снизились на 12% (–40 млрд руб.). В 2015 г. падение легальных продаж по пиву также перекрыло эффект от роста акциза, и поступления в бюджет снизились на 9%. В 2015 г. снизились в абсолютном выражении и поступления акцизов на вино (–9%).

Одновременно провоцировался рост нелегальной и неучтенной продукции. Доля такой продукции в сегменте водки и ликеро-водочных изделий превысила 40%, а в сегментах крепкого импортного алкоголя и вина приближается к весьма чувствительному порогу в 10%.

Сходные процессы, хотя и значительно меньшие по масштабу, происходят в табачной индустрии. Минимальная комбинированная ставка акциза на сигареты за 2010–2015 гг. выросла в 5 раз. За этот период средние потребительские цены за пачку сигарет с фильтром отечественных марок увеличились в 3,5 раза, а зарубежных марок — в 2,1 раза. На фоне экономического кризиса продажи сигарет в натуральном выражении в 2010–2015 гг. снизились на 21%. А незаконный оборот табачной продукции начал расти с минимального уровня (доли процента) и достиг примерно 4% общего объема продаж.

Что же касается суммы акцизных сборов, то она выросла в 2010–2015 гг. лишь в 3,6 раза. Пока сборы продолжали возрастать, но и здесь не исключено скорое наступление перелома. Существует ценовой порог (который трудно определить заранее), после которого потребитель начинает отказываться от относительно привычных видов товара и ищет другие (в том числе более сомнительные по происхождению и качеству) варианты. Как правило, выпадающая легальная продукция замещается нелегальной продукцией не полностью, но замещение может быть значительным, становясь дополнительным фактором снижения привлекательности и сокращения продаж легальной продукции.

### **Влияние регулятивных мер на незаконный оборот продукции**

На нелегальных рынках, как в кривом зеркале, отражается в искаженном виде многое из того, что происходит на легальных рынках. Поэтому политика регулирования легальных рынков играет здесь первостепенную роль.

Отдельный фактор связан с **излишними регулятивными мерами** в отношении того или иного рынка, которые формально могут быть нацелены на ограничение незаконного оборота продукции, но реально применяются лишь в отношении легальных участников рынка. Это могут быть ограничение доступа потребителей к легальной продукции (например, запрет открытой выкладки сигарет в торговых объектах) и разного рода прямые запреты (например, запрещение продаж алкогольной продукции в ночное

время или продажи в Интернете). Поскольку эти ограничения соблюдаются преимущественно легальными игроками, это провоцирует рост незаконной продукции, распространители которой обходят установленные барьеры и получают тем самым дополнительные конкурентные преимущества.

Другой важный фактор связан с **уровнем риска** для недобросовестных участников рынка. Он в сильной степени связан с характером санкций, предусмотренных в рамках административного, гражданского и уголовного законодательства, а в еще большей мере — с эффективностью деятельности контрольно-надзорных и правоохранительных органов, осуществляющих исполнение законодательных норм. Там, где контроль ослабляется (в том числе в силу коррупционных составляющих или недостаточной активности ведущих участников рынка), на уровне регионов, товарных категорий или отдельных брендов возникает дополнительный риск относительно быстрого переключения незаконной деятельности.

### **Влияние негармонизированной межстрановой политики в ЕАЭС**

Вносит свой вклад в распространение незаконной продукции и негармонизированная межстрановая политика в государствах — участниках ЕАЭС. При существенной разнице в уровне цен и эффективности контроля над товарными потоками она приводит к существенным незаконным перетокам продукции из страны в страну с низкими издержками и рисками для недобросовестных участников рынка в условиях, когда ослаблен или снят контроль над границами. Именно это произошло при образовании Таможенного союза, а позднее Евразийского экономического союза. Для России в последние годы это стало заметным фактором дополнительного притока незаконной продукции в разных формах, что обнаруживается прежде всего в приграничных областях с государствами — членами ЕАЭС.

В сегментах подакцизных товаров этому способствует негармонизированная акцизная политика стран ЕАЭС. Так, при пересчете в евро в 2016 г. ставки акцизов на крепкий алкоголь в Казахстане оказываются почти в 2 раза ниже, чем в России, а разница ставок акциза на пиво и вино достигает 4 раз. Разница ставок с Белоруссией намного меньше: по крепкому алкоголю и вину составляет чуть более 10%, но по пиву достигает 70%. Разница ставок примерно в 70% наблюдается по крепкому алкоголю и пиву также между Россией и Киргизией.

В табачной отрасли в последние годы увеличился разрыв потребительских цен между Россией и странами ЕАЭС (достигающий 3–4 раз), в сильной степени обусловленный быстрым ростом акциза на сигареты в России. Например, ставки акцизов на сигареты с фильтром в России при переводе в евро, даже если взять минимальную комбинированную ставку акциза, в 2016 г. оказываются заметно выше, чем в странах ЕАЭС. При этом различие ставок с Белоруссией по более дорогим сигаретам с фильтром 2-й и 3-й групп (преимущественно международные торговые марки) составляет в 2016 г. соответственно 22 и 38%, а вот по сигаретам наиболее дешевой 1-й группы (в основном местные белорусские марки) оно достигает уже 3,3 раза. Ставка акциза на сигареты с фильтром в России превышает аналогичную ставку в Казахстане на 70%, в Киргизии — в 2,3 раза, а в Армении ставки акциза в данном случае вообще номинальные.

Помимо разных масштабов экономики и ценовых условий, наблюдается и разная степень активности компаний в деле защиты объектов интеллектуальной собственности. Так, по данным Евразийской экономической комиссии, ежегодное число заявок на регистрацию товарных знаков, поданных в Роспатент РФ в 2012–2014 гг., превышало в среднем соответствующее число заявок в Белоруссии и Казахстане в 5–6 раз, в Киргизии — в 18 раз, в Армении — более чем в 30 раз. Число же зарегистрированных товарных знаков в России превышало аналогичный показатель в 2012–2014 гг. в среднем в Белоруссии в 3,5 раза, в Казахстане — в 6 раз, в Киргизии — в 12 раз, в Армении — в 25 раз. Что же касается числа торговых марок, зарегистрированных в Таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности России (ТРОИС), то оно в 100 раз и более превышает аналогичные показатели в других государствах — членах Союза.

Выравнивание этих условий потребует немало времени.

### **Ущерб от незаконного оборота продукции**

Ущерб от распространения незаконного оборота продукции наносится добросовестным участникам рынка, государству и конечным потребителям.

Ведущие участники рынка теряют не только долю продаж, забираемую недобросовестными конкурентами. В случае подделок и товаров-имитаций наносится ощутимый ущерб их брендам, когда обманутые потреби-

тели начинают переключаться на другие торговые марки или другие виды товаров. Возникают также упущенные возможности, связанные с необходимостью сдерживания розничных цен или применения дополнительных скидочных кампаний. Добавим и прямые издержки на противодействие незаконному обороту продукции: выявление и идентификацию незаконной продукции, взаимодействие с контрольными и правоохранительными органами, ведение судебных дел.

Поскольку незаконная деятельность часто сопровождается уходом от уплаты налогов и платежей (контрафакт, параллельный импорт) или напрямую нацелена на уклонение от уплаты налогов (серый импорт, неучтенное производство и продажи), государство недополучает значительные суммы в бюджеты разных уровней. Определить совокупный ущерб государства очень сложно, но, по оценкам экспертов, он исчисляется сотнями миллиардов рублей.

Приведем несколько частных примеров. По данным Ассоциации европейского бизнеса, ущерб от серой продукции и параллельного импорта может достигать 3 млрд долл. в год. Согласно расчетам экспертов, из-за серых схем импорта одежды консолидированный бюджет России ежегодно недополучает порядка 200 млрд руб. Общие потери консолидированного бюджета от нелегального и полужагового производства алкоголя оцениваются до 150 млрд руб. в год. По расчетам агентства INFOLine, потери ритейлеров, торгующих легальным табачным товаром, могут составлять около 45 млрд руб., а потери бюджета от неуплаты акциза, НДС и налога на прибыль — не менее 20 млрд руб.

Помимо прямого ущерба, распространение незаконного оборота продукции создает негативные стимулы для развития, снижая общую привлекательность российской экономики для отечественных и иностранных инвесторов, для разработки и продвижения новых продуктов, локализации производства иностранными компаниями, что, в свою очередь, ограничивает рост высококачественных рабочих мест, не компенсируемый нелегальными секторами экономики.

Наконец, конечным потребителям наносится прямой ущерб, связанный с продажей поддельной продукции (в том числе по ценам оригинальных товаров), фальсификацией и снижением качества продукции, ухудшением послепродажного обслуживания. Стремясь к экономии за счет приобретения более дешевых товаров сомнительного происхождения, потребители сознательно вводят в заблуждение относительно качества и свойств этих товаров, в результате экономия во многом оказывается мни-

мой. Вовлечение в незаконный оборот многих потребительских товаров приобретает особенно болезненный характер, поскольку оно связано с возможным ущербом для здоровья и даже угрозой для жизни потребителей. Помимо прямого ущерба, возникает и косвенный ущерб, вызванный ослаблением легального сектора экономики, снижением уровня и ухудшением качества занятости, уменьшением налоговых поступлений, используемых для производства общественных благ.

### Принятые меры противодействия

В 2014–2016 гг. правительством РФ был принят ряд серьезных мер по противодействию незаконному обороту табачной продукции. Произошло некоторое ужесточение профильного законодательства. Вновь снижены пороги для определения крупного и особо крупного размера правонарушений, причем для алкогольной и табачной продукции они установлены ниже общего уровня, что побуждает правоохранительные органы к большей активности. Также возвращена ранее отмененная уголовная ответственность за контрабанду продукции, включая ее транспортировку и хранение. Повышены штрафные санкции за производство, приобретение, хранение, перевозку или сбыт немаркированных товаров. Установлена ответственность за введение потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств или качества товаров при их производстве или реализации. Ужесточена ответственность за незаконное использование средств индивидуализации товаров (работ, услуг) и за производство или продажу товаров и продукции, в отношении которых установлены требования по маркировке или нанесению информации, запущен эксперимент с маркировкой меховых изделий и др.

Наблюдаются и позитивные сдвиги в практиках борьбы с незаконным оборотом продукции. Повысилась активность государственных органов в сфере правоприменения. В том числе за наблюдаемый нами период 2004–2016 гг.:

- количество дел об административных правонарушениях, связанных с незаконным использованием товарных знаков, возбужденных таможенными органами, выросло в 6–7 раз;
- число дел о незаконном использовании товарных знаков, возбужденных арбитражными судами, увеличилось в 10 раз;
- число лиц, подвергнутых административному наказанию по ст. 14.10 в результате рассмотрения дел судами общей юрисдик-

ции, выросло почти в 7 раз. В несколько раз увеличились и суммы взыскиваемых штрафов;

- число недобросовестных участников рынка, осужденных по ч. 1 ст. 180 УК РФ (незаконное использование товарных знаков), выросло в 13–14 раз.

Правда, заметим, что почти по всем приведенным показателям быстрый рост наблюдался до 2010 г., а затем этот рост фактически прекратился, но стабилизация произошла на максимальном достигнутом уровне.

Возросла и активность ведущих компаний по защите прав интеллектуальной собственности. Годовое число заявок на государственную регистрацию и защиту товарных знаков в Роспатенте в 2004–2016 гг. выросло в 1,5 раза. А число товарных знаков, поданных на государственную регистрацию в ТРОИС, увеличилось в 2004–2016 гг. более чем в 10 раз. Причем на обследуемые нами категории в совокупности приходится 73% всех действующих объектов интеллектуальной собственности в ТРОИС, в том числе на продовольственные товары — 15%, на изделия легкой промышленности — 14% и на алкогольные напитки — 13%. В 2011–2016 гг. выросло и количество компаний, регистрирующих свои объекты интеллектуальной собственности в ТРОИС, хотя среднее количество объектов на одного правообладателя несколько снизилось.

И все же принятые меры нельзя считать достаточными, противодействие незаконному обороту продукции требует дополнительных мер.

### Необходимые меры противодействия

Конкретные дополнительные меры противодействия, касающиеся отдельных потребительских рынков, изложены нами в соответствующих разделах данной работы. Здесь сформулируем общие принципы, на которых, по нашему мнению и по мнению многих опрошенных нами экспертов, должна строиться политика противодействия незаконному обороту продукции.

Первый принцип заключается в том, чтобы **последовательно улучшать (или хотя бы не ухудшать) экономические условия для легального бизнеса**. Следует избегать излишней зарегулированности и прямых запретов продаж определенных видов продукции, которые выполняются легальными участниками рынка и легко обходятся недобросовестными участниками, получающими в результате дополнительные конкурентные преимущества. Особенно важно избегать излишних регулятивных мер и дополнительного

давления на бизнес при недостаточном контроле над нарушителями в периоды экономического кризиса<sup>9</sup>.

Следует повысить прозрачность государственной регулятивной политики в отношении легального бизнеса, не допускать резких, неожиданных изменений, способных привести к скачкообразному росту цен или сбоям в цепи поставок. Например, фискальные меры, связанные с повышением налоговых платежей и акцизных сборов, должны вводиться постепенно с обязательной оценкой вероятных последствий для рыночной ситуации. В кризисные периоды следует избегать дополнительного ухудшения условий для легального бизнеса<sup>10</sup>. Необходимо также избегать политических решений, способных провоцировать незаконную деятельность, возникающую как побочный продукт этих решений или паразитирующую на инвестициях легальных участников рынка, как в случае с предлагаемой легализацией параллельного импорта<sup>11</sup>.

Второй принцип заключается в том, чтобы **усиливать нацеленность (таргетированность) принимаемых мер против распространителей незаконной продукции**. Часто дополнительные контрольные мероприятия, запреты и ограничения распространяются на весь рынок. В результате объектом этих мероприятий преимущественно становятся именно добросовестные участники рынка, находящиеся на виду у проверяющих органов. Именно у них возникают дополнительные административные издержки, в то время как недобросовестные игроки благополучно избегают этих издержек.

Речь идет о повышении санкций именно для недобросовестных игроков, включая административную, гражданскую и уголовную ответственность за нарушения законодательства. Но **главный вопрос состоит в повышении эффективности исполнения (инфорсмент) уже существующих законодательных**

<sup>9</sup> Экономико-социологический анализ влияния изменений в системе налогообложения на поведение компаний на товарных рынках России / В.В. Радаев, З.В. Котельникова, М.Е. Маркин, Р.И. Решетеева // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 15. М.: Изд. дом ВШЭ, 2014.

<sup>10</sup> Например, после массовых отравлений суррогатным алкоголем в Иркутске в декабре 2016 г. вновь поставлен вопрос о снижении ставок акцизных платежей на алкогольную и спиртосодержащую продукцию в целях снижения спроса на алкогольные суррогаты.

<sup>11</sup> Легализация параллельного импорта и ее влияние на товарные рынки России / В.В. Радаев, З.В. Котельникова, М.Е. Маркин, Е.А. Назарбаева // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 9. М.: Изд. дом ВШЭ, 2011.

**норм** со стороны контрольно-надзорных и правоохранительных органов. Если ужесточение санкций не сопровождается эффективным информированием, незаконный оборот может не сокращаться, а, наоборот, возрастать, паразитируя на возросших издержках для легального бизнеса. Сложность ситуации заключается и в том, что проблему незаконного оборота продукции сегодня невозможно решить в границах России. Требуется значительно более скоординированная политика всех стран — членов ЕАЭС.

Среди относительно частных мер, касающихся каналов реализации продукции, следует уделять более пристальное внимание регулированию онлайн-продаж, поскольку именно в расширяющуюся зону интернет-торговли перемещаются многие теневые схемы.

В настоящий период особое внимание привлечено к разным системам учета и слежения за движением продукции, реализуемым в разных формах: с помощью ЕГАИС в алкогольной индустрии и радиочастотных меток (RFID) при маркировке меховых изделий. Подобные системы не являются панацеей. К тому же их введение связано с использованием сложных технологий и организационных механизмов и может сопровождаться, как показывает предшествующий опыт, сбоями в работе рынков и дополнительными издержками для его участников. Этим системам следует уделить особое внимание. Но с учетом значительных издержек для государства и для бизнеса решение об использовании систем учета и слежения должно приниматься при постановке конкретных задач и в открытом диалоге с добросовестными участниками рынка. Кроме того, должны быть разработаны критерии определения отраслей, в которых применение таких систем целесообразно, а также приведено соответствующее экономическое обоснование таких мер.

Немалую роль играет также позиция ведущих компаний и их деловых ассоциаций, которые не ждут ускоренного роста незаконного оборота. Они занимаются выявлением незаконной продукции и заботятся о пресечении незаконной деятельности, работают с правоохранительными органами, инициируют судебные процессы против нарушителей.

Следует заключить, что противодействие незаконному обороту продукции как любому сложному и глубоко укорененному явлению не может сводиться к отдельным мерам и осуществляться посредством разовых акций или кампаний с ожиданием быстрых позитивных результатов. **Речь должна идти о длительной, систематической работе с одновременным использованием разных дополняющих друг друга мер, нацеленных как на общее оздоровление экономической ситуации, так и на целевое вытеснение множественных форм незаконного оборота продукции.**

## ПРИЛОЖЕНИЯ (исследовательский инструментарий)

# ВОПРОСНИК ДЛЯ ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ КОМПАНИИ

## **О деятельности компании и характеристиках рыночного сегмента**

Какими видами деятельности занимается Ваша компания (производство, дистрибуция, розничная торговля)? Какими товарными категориями?

Выделите, пожалуйста, одну-две товарные категории, с которыми работает Ваша компания и которые исходя из Вашего опыта больше всего подвержены проблеме незаконного оборота на российских рынках. Если данный товар импортируется, как организован его ввоз — какие примерно доли ввозят сам правообладатель, уполномоченные импортеры, независимые импортеры? Как организована дистрибуция данного товара в России — прямые продажи, официальные дистрибьюторы, независимые продавцы? Через какие торговые форматы реализуется основная часть данного товара — через сетевые компании, розничные рынки, независимые магазины? Можно ли оценить их примерные доли?

## **О незаконном обороте продукции**

Теперь перейдем к основному вопросу о распространении незаконного оборота продукции, т.е. о производстве и распространении продукции, осуществляемым с нарушением действующего законодательства. К незаконному обороту продукции относятся:

- незаконное производство и продажа продукции без учета в ФНС в целях уклонения от уплаты налогов;
- серый и черный импорт (контрабанда), связанные с занижением таможенной стоимости и ввозом товаров без таможенного оформления;
- параллельный импорт — ввоз в Россию оригинальной продукции без разрешения правообладателей;
- производство и распространение продукции с поддельными товарными знаками и товаров, имитирующих чужие товарные знаки (контрафакт);
- использование заведомо ложных документов с нарушениями процедур оценки (подтверждения) соответствия продукции.

Какие из перечисленных форм незаконного оборота продукции более распространены применительно к выделенной товарной категории, а какие менее распространены или отсутствуют? Далее поговорим об отдельных формах, которые более распространены.

### **Проблема неучтенного оборота продукции**

(незаконного производства и продажи продукции без учета в ФНС)

В какой мере эта форма распространена на российском рынке в выбранной Вами товарной категории? Является она более острой для производства или для продажи? Какую примерно долю занимает неучтенный оборот продукции? Как обычно организуется подобное производство? Через какие торговые каналы она осуществляется? Какие компании им занимаются? Насколько эффективны действия правоохранительных органов по выявлению и пресечению такого рода деятельности? Насколько сложно его закрыть, какого рода санкции применяются в отношении нарушителей?

Насколько ниже, как правило, розничные цены на неучтенную продукцию? Способны ли потребители идентифицировать такую продукцию? По каким признакам она идентифицируется экспертами?

Менялись ли масштабы неучтенного оборота продукции, когда и как это происходило? Есть ли изменения с начала экономического кризиса (с 2014 г.)? Что способствует и что препятствует его распространению? Если взять за 100% совокупную налоговую нагрузку компании на Вашем рынке, какая доля налогов и обязательных платежей недоплачивается в госбюджет недобросовестными участниками рынка? Какие меры принимаются государственными регуляторами, чтобы сократить неучтенный оборот? Насколько они эффективны? Что нужно предпринять, чтобы улучшить ситуацию?

### **Проблема поддельной продукции**

(незаконного использования товарных знаков)

Насколько остра, по Вашему мнению, для выбранной товарной категории в целом проблема контрафактной продукции в настоящее время? Какую примерно долю контрафакт занимает в стоимости продаж? Что в большей степени подделывается? Как обычно организуется производство и распространение подделок? Какие компании этим занимаются?

Какую примерно долю в обороте поддельной продукции составляют импортная продукция, в том числе из Евразийского экономического союза? Как изменились масштабы оборота поддельной продукции с момента создания Единого таможенного союза с Белоруссией и Казахстаном в 2010 г. и последующего создания Евразийского экономического союза (включая Армению и

Киргизию)? Как изменились масштабы оборота поддельной продукции с начала экономического кризиса (с 2014 г.)?

Насколько высоко качество изготовления контрафакта (состава продукции, упаковки)? Насколько сложно потребителю отличить оригинальный продукт от поддельного? Готовы ли потребители покупать контрафакт по более низким ценам? Насколько ниже, как правило, розничные цены на поддельную продукцию?

Насколько часто изготовление поддельной продукции сопровождается ее фальсификацией — неполной или недостоверной (ложной) информацией о ее составе, характеристиках или свойствах в целях введения потребителей в заблуждение? Представляют ли фальсификаты опасность для здоровья потребителей?

Насколько часто использование контрафакта сопровождается уклонением от уплаты налогов? Если взять за 100% совокупную налоговую нагрузку компании на Вашем рынке, какая доля налогов и обязательных платежей недоплачивается в госбюджет недобросовестными участниками рынка?

Что способствует и что препятствует распространению контрафакта? Какие новые меры принимаются государственными регуляторами, чтобы сократить оборот поддельной продукции? Насколько они эффективны? Какие изменения произошли в деятельности ФТС, правоохранительных органов в части защиты прав владельцев интеллектуальной собственности?

Как сложилась судебная практика в 2010-е годы? Какие проблемы сохраняются в области правоприменения — принятия судебных решений, процедур уничтожения контрафакта и оборудования, применяемого для его производства? Какие новые проблемы возникли?

Насколько сейчас согласована нормативно-правовая база Евразийского экономического союза в части защиты интеллектуальной собственности? Есть ли существенные различия в судебных практиках в государствах-участниках? В какой степени проницаемы внешние границы стран Евразийского экономического союза? Откуда следует ждать усиления потоков поддельной продукции и серого импорта?

Как Вы оцениваете предложения о введении маркировки продукции? К каким товарным категориям применима эта мера? Насколько она поможет сократить масштабы контрафакта? Что нужно предпринять, чтобы улучшить ситуацию?

Есть ли позитивные сдвиги в поведении правообладателей, повышении их активности? Пытается ли Ваша компания бороться против подделок и имитаций? Какие экономические и административные меры применяются?

**Проблема серого и черного импорта**

(недостоверного декларирования или ввоза без таможенного оформления)

Насколько остра, по Вашему мнению, для выбранной товарной категории в целом проблема серого и черного импорта в настоящее время? Какую примерно долю он занимает в стоимости импорта и в общей стоимости продаж? Какие товарные категории находятся в «группе риска»? Занимаются ли этим крупные компании? Сохраняется ли роль физических лиц и мелких предпринимателей — «челноков»? Как повлиял текущий экономический кризис на распространение серого импорта?

Произошли ли какие-то изменения в организации серых схем? Насколько часто сейчас используются такие практики, как занижение стоимости ввозимой продукции, занижение ее физического объема, декларирование сборных грузов по наименьшей ставке таможенной пошлины, ввоз продукции по частям с последующей сборкой для снижения ставки таможенных пошлин? Насколько распространен ввоз продукции на российский рынок под видом транзита? Откуда в основном поступает серый импорт? Велики ли масштабы перемещения нелегальной продукции между территориями стран ЕАЭС?

Если взять за 100% совокупную налоговую нагрузку компании на Вашем рынке, какая доля налогов и обязательных платежей недоплачивается в госбюджет недобросовестными участниками рынка?

Насколько активны таможенные органы в деле выявления и задержания серого импорта, корректировки таможенной стоимости? Что происходит в результате обнаружения нарушений контролирующими органами? Насколько эффективен посттаможенный контроль над потребительскими рынками?

Могут ли ведущие компании противостоять применению серых и черных схем, воздействовать на недобросовестных дилеров? Что они в этом отношении предпринимают?

**Проблема параллельного импорта**

(ввезенного без авторизации собственника торговой марки)

Насколько существенна для выбранной категории товара проблема параллельного импорта — ввоза оригинальной продукции, которая не предназначена для реализации в России? Какова примерная доля такого неавторизованного ввоза в стоимости продаж? Как обычно такой ввоз организуется? Какие компании этим занимаются?

Чем отличается параллельно ввезенная продукция по своим характеристикам, упаковке, описанию? Велико ли различие в уровне розничных цен

между авторизованной и неавторизованной продукцией? За счет каких статей расходов параллельные импортеры достигают снижения цены, в каких звеньях цепи поставок и за счет каких факторов она повышается?

Пытается ли Ваша компания бороться против параллельного ввоза? Насколько успешно сотрудничество с Федеральной таможенной службой? Приходилось ли обращаться в органы МВД, как оцениваете результаты обращений? Приходилось ли Вашей компании подавать гражданские иски против независимых импортеров? Насколько часто это делалось? Каковы были судебные решения?

Какие изменения произошли в судебных практиках в 2010-е годы после дела Porsche Cayenne? По-прежнему ли арбитражные суды выносят противоположные решения по делам о запрете импорта в Россию фирменных товаров без разрешения правообладателей?

Насколько часто за параллельным ввозом данного товара скрывается контрафактная (поддельная) продукция или перемешиваются оригинальная продукция и контрафактная продукция? Насколько часто параллельный ввоз сопряжен с нарушениями (сроков годности, натурального состава продукции) или неполным информированием потребителя (с отсутствием полной русифицированной информации о товаре)?

В какой мере параллельный импорт сопровождается уклонением от уплаты налогов? Если взять за 100% совокупную налоговую нагрузку компании на Вашем рынке, какая доля налогов и обязательных платежей недоплачивается в госбюджет недобросовестными участниками рынка?

В какой степени включение правообладателями своих товарных знаков в ТРОИС способствует их защите? К каким последствиям это приводит? Снижается ли розничная цена на такие товарные аналоги по сравнению с ценами на продукцию с защищенными товарными знаками?

Как Вы относитесь к предложениям легализовать параллельный импорт для отдельных товарных категорий? В какой степени эти предложения реализуемы с законодательной точки зрения и с точки зрения практик правоприменения?

Если национальный/региональный принцип исчерпания прав на товарные знаки будет заменен на международный принцип (как предлагается некоторыми ведомствами), т.е. параллельный импорт будет полностью легализован, как это повлияет на рыночную ситуацию? Как изменятся масштабы параллельного ввоза? Обострит ли это внутрибрендовую конкуренцию в данном сегменте рынка?

Как изменятся розничные цены на данный вид продукции в случае легализации параллельного импорта? Как легализация параллельного импорта

может повлиять на объем прямых иностранных инвестиций в Россию и на имидж России в инвестиционном сообществе? Изменит ли эта легализация качественный состав участников рынка (импортеров, оптовиков, дистрибьюторов и розничных операторов)? Окажет ли она влияние на деятельность отечественных производителей, на количество рабочих мест? Каково возможное влияние на потребительские предпочтения, качество и ассортимент товаров в данном сегменте рынка?

### **Нарушения правил внутренней торговли**

Еще одна форма незаконного оборота продукции связана с нарушениями процедур оценки (подтверждения) соответствия продукции — изготовлением и использованием заведомо ложных документов, подтверждающих обязательные требования и качество продукции (санитарные сопроводительные документы, декларации и сертификаты соответствия).

Насколько остра, по Вашему мнению, для выбранной товарной категории в целом эта проблема в настоящее время? Какую примерно долю занимает в стоимости продаж несертифицированная продукция? Каких товаров это в большей степени касается? Какие компании этим занимаются?

Насколько эффективна существующая система сертификации продукции? Какие меры принимаются государственными регуляторами, чтобы улучшить ситуацию? Насколько они эффективны? Что еще нужно в этом отношении предпринять?

### **О борьбе Вашей компании против незаконного оборота продукции**

Насколько активно Ваша компания борется с проявлениями незаконного оборота продукции? Как Ваша компания мониторит сегменты рынка, подверженные незаконному обороту? Как действуете в случае обнаружения значительного по масштабам производства или продажи подделок? Параллельного импорта? Неучтенного производства? Обращаетесь ли в правоохранительные органы, и в какие? Всегда ли удается добиться каких-то действий?

Насколько часто обращаетесь в суд с гражданскими исками против нарушителей? Насколько сложно добиться возбуждения дела? Каких решений удается добиться в судах (компенсация, уничтожение продукции и проч.)? Как рассчитываете полученный ущерб? Всегда ли удается добиться исполнения судебных решений?

Каковы прямые расходы Вашей компании на борьбу с недобросовестной конкуренцией? Каковы косвенные расходы — снижение (отказ от повышения) цен, расходы на совершенствование упаковки и др.?

### **Общие рекомендации по сокращению незаконного оборота продукции**

Можно ли ускорить процесс сокращения незаконного оборота продукции, и что для этого нужно предпринять? Что должно измениться в законодательстве и в практиках правоприменения таможенных, налоговых, правоохранительных органов? В каком звене цепи поставок целесообразно усилить контроль?

Какие меры в отношении защиты прав интеллектуальной собственности должны быть приняты в рамках Евразийского экономического союза? Какие первоочередные меры здесь следует принять таможенным, правоохранительным органам, Роспатенту, Минпромторгу? Какую роль может сыграть Правительственная комиссия по противодействию незаконному обороту продукции?

Какие действия следует предпринимать ведущим участникам рынка по сокращению незаконного оборота продукции? О чем следует договариваться с производителями? Как влиять на поставщиков? Какие стимулы можно им предложить? Нужны ли обучающие программы для представителей правоохранительных органов, и кто их должен проводить? Как повышать потребительскую грамотность покупателей? Что должны делать ведущие бизнес-ассоциации по этим направлениям?



**Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»**

по заказу Содружества производителей  
фирменных торговых марок («РусБренд»)

## АНКЕТА ПРЕДСТАВИТЕЛЯ КОМПАНИИ

### *Уважаемый эксперт!*

Приглашаем Вас принять участие в исследовании Лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Исследование проводится по заказу Содружества производителей фирменных торговых марок («РусБренд») и посвящено изучению основных форм незаконного оборота продукции на потребительских рынках России и мер противодействия. На основе данных исследования будет создан отчетный материал, который мы представим в Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.

Мы просим Вас ответить на вопросы анкеты. Ее заполнение займет у Вас не более 30 минут. Внимательно прочитайте каждый вопрос и относящиеся к нему варианты ответов. Выберите тот ответ, который в наибольшей степени соответствует Вашему личному мнению, и обведите в кружок номер этого ответа. Если у Вас иное мнение, напишите его в специально отведенном месте и обведите номер варианта «другое». В вопросах, в которых может быть дано более одного ответа, указано соответствующее пояснение.

Обследование не затрагивает конкретную коммерческую информацию о Вашей компании. Ответы на вопросы не требуют сбора данных или проведения расчетов. Речь идет о Вашем экспертном мнении и примерных оценках. Результаты опроса будут использованы только в обобщенном виде без ссылки на конкретные имена и компании.

*Благодарим Вас за сотрудничество!*

Москва, 2016

*Начнем со сферы деятельности Вашей компании*

**Какими видами деятельности занимается Ваша компания? (Укажите, пожалуйста, ВСЕ подходящие варианты ответа)**

Производство товаров и услуг	1
Дистрибуция/оптовая торговля	2
Розничная торговля	3
Ничего из перечисленного	4

**Какие товарные категории производит/реализует Ваша компания? (Укажите, пожалуйста, ВСЕ подходящие варианты ответов)**

Продовольственные товары (кроме алкогольной и табачной продукции)	1
Алкогольная продукция	2
Табачная продукция	3
Бытовая техника и электроника	4
Изделия легкой промышленности (ткани, одежда, обувь, меховые, кожаные изделия)	5
Чистящие и моющие средства, другая бытовая химия	6
Парфюмерия и косметика	7
Мебель, предметы для ведения домашнего хозяйства, предметы интерьера	8
Стройматериалы, материалы для ремонта и отделки жилых помещений	9
Транспортные средства, запчасти и аксессуары для транспортных средств	10
Часы, ювелирные изделия, украшения	11
Лекарственные средства, медицинские товары	12
Товары для спорта	13
Детские товары, игры и игрушки	14
Другое (что именно)	15
Затрудняюсь ответить	999

**Исходя из Вашего опыта работы, выделите, пожалуйста, одну основную товарную категорию, которая больше всего подвержена проблеме незаконного оборота на российских рынках (Поставьте номер варианта ответа из предыдущего вопроса)**

Основная товарная категория	
-----------------------------	--

Давайте дальше говорить только о товарной категории, выбранной Вами в предыдущем вопросе в качестве основной

Как Вы оцениваете конкуренцию среди поставщиков (производителей, дистрибьюторов) по данной основной товарной категории? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Высокая	1
Средняя	2
Низкая	3
Затрудняюсь ответить	9

Как изменился уровень конкуренции среди поставщиков в этой товарной категории с начала экономического кризиса (2014 г.)? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Повысился	1
Остался без изменений	2
Понизился	3
Затрудняюсь ответить	9

Далее поговорим о незаконном обороте продукции в данной товарной категории на российских рынках. К незаконному обороту продукции будем относить следующие формы:

- незаконное производство и продажа продукции без учета в ФНС в целях уклонения от уплаты налогов;
- серый и черный импорт (контрабанда), связанные с занижением таможенной стоимости и ввозом товаров без таможенного оформления;
- параллельный импорт — ввоз в Россию оригинальной продукции без разрешения правообладателей;
- производство и распространение продукции с поддельными товарными знаками и товаров, имитирующих чужие товарные знаки (контрафакт).

Насколько выражена, по Вашему мнению, для данной товарной категории В ЦЕЛОМ проблема незаконного оборота продукции в настоящее время? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Проблема очень острая	1
Проблема довольно острая	2
Проблема есть, но не острая	3
Проблема отсутствует	4
Затрудняюсь ответить	9

Как изменились в целом масштабы незаконного оборота продукции на российских рынках в рамках основной товарной категории с начала экономического кризиса (с 2014 г.)? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Увеличились	1
Остались без изменений	2
Уменьшились	3
Затрудняюсь ответить	9

Какую примерно долю, по Вашей оценке, по данной основной товарной категории на российском рынке занимает незаконный оборот продукции в целом с учетом всех перечисленных выше его форм, в % от стоимости продаж? (Запишите, пожалуйста, ответ одним числом)

Доля незаконного оборота продукции	%	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
------------------------------------	---	--

Какие примерно доли в незаконном обороте продукции по данной товарной категории составляют российская и импортная продукция? (Запишите, пожалуйста, ответ в каждой ячейке одним числом, если какая-то группа вообще отсутствует в продажах — поставьте 0. Проверьте: сумма по ячейкам должна выходить на 100%)

	Незаконный оборот в целом	Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
Доля продукции, произведенной в России	%	999
Доля продукции, импортируемой в Россию из стран Евразийского экономического союза (Казахстан, Белоруссия, Армения, Киргизия)	%	999
Доля продукции, импортируемой в Россию из других стран (кроме ЕАЭС)	%	999
Всего	100%	

Оцените примерно, на сколько процентов в среднем розничная цена незаконно выпущенной в оборот продукции по данной основной товарной категории ниже розничной цены законно выпущенной продукции? (Запишите, пожалуйста, ответ одним числом. Если цены, как правило, не различаются, поставьте, пожалуйста, 0)

Средняя цена незаконно выпущенной в оборот продукции ниже на	%	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
--	---	--

Если взять минимальные цены, по которым незаконная продукция реализуется в рознице, на сколько процентов примерно они ниже цены законно выпущенной продукции? (Запишите, пожалуйста, ответ одним числом)

Минимальная цена незаконно выпущенной в оборот продукции ниже на	%	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
--	---	--

Далее вопросы анкеты будут задаваться об отдельных формах незаконного оборота продукции на современном российском рынке. Речь пойдет только о выделенной Вами основной товарной категории

Начнем с неучтенного оборота — незаконного производства и продажи оригинальной продукции без учета в ФНС в целях уклонения от уплаты налогов

Насколько выражена, по Вашему мнению, проблема неучтенного оборота на российских рынках в рамках основной товарной категории в настоящее время? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Проблема очень острая	1
Проблема довольно острая	2
Проблема есть, но не острая	3
Проблема отсутствует	4
Затрудняюсь ответить	9

Какую примерно долю, по Вашей оценке, на российском рынке в рамках основной товарной категории занимает неучтенный оборот, в % от стоимости продаж? (Запишите, пожалуйста, ответ одним числом)

Доля неучтенного оборота продукции	%	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
------------------------------------	---	--

Как изменились масштабы неучтенного оборота? Оцените в рамках основной товарной категории на российских рынках с начала экономического кризиса (с 2014 г.)? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Увеличились	1
Остались без изменений	2
Уменьшились	3
Затрудняюсь ответить	9

Теперь перейдем к проблеме серого и черного импорта (контрабанды), связанных с занижением таможенной стоимости и ввозом товаров без таможенного оформления

Насколько выражена, по Вашему мнению, в целом проблема серого и черного импорта на российских рынках в рамках основной товарной категории в настоящее время? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Проблема очень острая	1
Проблема довольно острая	2
Проблема есть, но не острая	3
Проблема отсутствует	4
Затрудняюсь ответить	9

Какую примерно долю, по Вашей оценке, на российском рынке занимает серый и черный импорт, в % от стоимости продаж? (Запишите, пожалуйста, ответ одним числом)

Доля серого и черного импорта	%	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
-------------------------------	---	--

Как изменились в целом масштабы серого и черного импорта? Оцените в рамках основной товарной категории на российских рынках с начала экономического кризиса (с 2014 г.)? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Увеличились	1
Остались без изменений	2
Уменьшились	3
Затрудняюсь ответить	9

Поговорим о параллельном импорте — ввозе в Россию оригинальной продукции без разрешения правообладателей

Насколько выражена, по Вашему мнению, в целом проблема параллельного импорта на российских рынках в рамках основной товарной категории в настоящее время? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Проблема очень острая	1
Проблема довольно острая	2
Проблема есть, но не острая	3
Проблема отсутствует	4
Затрудняюсь ответить	9

Какую примерно долю, по Вашей оценке, на российском рынке занимает параллельный импорт, в % от стоимости продаж? (Запишите, пожалуйста, ответ одним числом)

Доля параллельного импорта	%	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
----------------------------	---	--

Как изменились масштабы параллельного импорта? Оцените в рамках основной товарной категории на российских рынках с начала экономического кризиса (с 2014 г.)? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Увеличились	1
Остались без изменений	2
Уменьшились	3
Затрудняюсь ответить	9

Теперь перейдем к проблеме контрафакта — производству и распространению продукции с поддельными товарными знаками и товаров, имитирующих чужие товарные знаки

Насколько выражена, по Вашему мнению, в целом проблема поддельной продукции и товаров-имитаций на российских рынках в рамках основной товарной категории в настоящее время? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Проблема очень острая	1
Проблема довольно острая	2
Проблема есть, но не острая	3
Проблема отсутствует	4
Затрудняюсь ответить	9

Какую примерно долю, по Вашей оценке, на российском рынке в рамках основной товарной категории занимают поддельная продукция и товары-имитации, в % от стоимости продаж? (Запишите, пожалуйста, ответ одним числом)

Доля поддельной продукции и товаров-имитаций	%	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
--	---	--

Как изменились масштабы производства и распространения поддельной продукции и товаров-имитаций? Оцените в рамках основной товарной категории на российских рынках с начала экономического кризиса (с 2014 г.)? (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Увеличились	1
Остались без изменений	2
Уменьшились	3
Затрудняюсь ответить	9

Оцените примерно, насколько качество поддельной продукции сопоставимо с качеством оригинальной продукции на российском рынке в рамках основной товарной категории (пожалуйста, дайте оценку по 5-бальной шкале):

	Сильно не уступает		Совсем уступает			Затрудняюсь ответить
	1	2	3	4	5	9
Качество подделок в целом						

а. Оцените, как часто разные формы незаконного оборота продукции сопровождаются фальсификацией (предоставление неполных или недостоверных сведений о составе и характеристиках продукции) с целью введения в заблуждение покупателей? (Укажите в разделе «А» таблицы ниже один ответ в строке)

б. А как часто они связаны с использованием ложных документов для подтверждения соответствия продукции (санитарных документов, сертификатов)? (Укажите в разделе «В» таблицы ниже один ответ в строке)

Договорные обязательства Вашей компании	Фальсификация продукции			Использование ложных документов для подтверждения соответствия		
	Часто	Иногда	Никогда	Часто	Иногда	Никогда
А. Неучтенное производство и продажа продукции	1	2	3	1	2	3
В. Серый и черный импорт (контрабанда)	1	2	3	1	2	3
С. Параллельный импорт	1	2	3	1	2	3
Д. Поддельная продукция и имитации	1	2	3	1	2	3

*Об эффективности мер по борьбе с незаконным оборотом продукции*

**Насколько эффективна, по Вашему мнению, существующая в России система мер по противодействию незаконному обороту продукции? (Укажите, пожалуйста, по одному ответу в каждой строке)**

	Совсем не эффективна					Очень эффективна	Затрудняюсь ответить
	1	2	3	4	5		
Система мер в целом	1	2	3	4	5		9

**Насколько эффективна, по Вашему мнению, работа следующих государственных органов в части противодействия незаконному обороту продукции? (Укажите, пожалуйста, по одному ответу в каждой строке)**

	Совсем не эффективна					Очень эффективна	Затрудняюсь ответить
	1	2	3	4	5		
Федеральная таможенная служба	1	2	3	4	5		9
Министерство внутренних дел	1	2	3	4	5		9
Федеральная налоговая служба	1	2	3	4	5		9
Роспотребнадзор	1	2	3	4	5		9
Росалкогольрегулирование	1	2	3	4	5		9
Роспатент	1	2	3	4	5		9
Арбитражные суды	1	2	3	4	5		9
Суды общей юрисдикции	1	2	3	4	5		9

**По Вашей оценке, какую примерно долю незаконного оборота продукции с учетом всех перечисленных выше его форм выявляют/задерживают правоохранительные органы в России, в % от совокупного незаконного оборота продукции? (Запишите, пожалуйста, ответ одним числом)**

Доля выявляемого незаконного оборота продукции	%	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
--	---	--

*Теперь несколько вопросов о налогах*

**Какова, по Вашему мнению, в России примерная фактическая собираемость налогов в бюджеты разных уровней (в % к объему налогов, которые были бы собраны при 100%-й налоговой дисциплине)? (Запишите, пожалуйста, ответ в каждой ячейке одним числом)**

Оценочно	В бюджеты разных уровней удается собрать примерно	Затрудняюсь ответить
Таможенные платежи (импорт потребительской продукции)	%	999
Налог на добавленную стоимость	%	999
Налог с продаж (до 2004 г.)	%	999
Акцизы	%	999
Налог на прибыль	%	999
Отчисления в Фонд обязательного медстрахования и Пенсионный фонд	%	999
Налог на доходы физических лиц	%	999
Налог на имущество юридических лиц	%	999

**Насколько эффективна, по Вашему мнению, существующая в России система сбора налогов и противодействия уклонению от налогообложения? (Укажите, пожалуйста, по одному ответу в каждой строке)**

	Совсем не эффективна					Очень эффективна	Затрудняюсь ответить
	1	2	3	4	5		
Сбор федеральных налогов	1	2	3	4	5		9
Сбор региональных и местных налогов	1	2	3	4	5		9

**Насколько часто, по Вашему мнению, перечисленные ниже типы компаний в сфере Вашей деятельности используют практики, связанные с незаконным оборотом продукции?** (Укажите, пожалуйста, по одному ответу в каждой строке)

Используют схемы	Часто	Иногда	Никогда	Затрудняюсь ответить
Крупные зарубежные компании	1	2	3	9
Мелкие зарубежные компании	1	2	3	9
Крупные российские компании	1	2	3	9
Мелкие российские компании и индивидуальные предприниматели	1	2	3	9

**Насколько часто, по Вашему мнению, перечисленные ниже типы компании в сфере Вашей деятельности используют практики, связанные с незаконным оборотом продукции?** (Укажите, пожалуйста, по одному ответу в каждой строке)

Используют схемы	Часто	Иногда	Никогда	Затрудняюсь ответить
Производители	1	2	3	9
Оптовые компании и дистрибьюторы	1	2	3	9
Торговые компании	1	2	3	9

**По Вашему мнению, где чаще используются схемы уклонения от налогообложения — в интернет-торговле или в офлайн-торговле?** (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Чаще в интернет-торговле	1
Примерно одинаково	2
Чаще в офлайн-торговле	3
Затрудняюсь ответить	9

*В заключение несколько вопросов о Вашей компании*

**Компания, в которой Вы работаете, относится к числу крупных, средних или малых?** (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Крупная компания	1
Средняя компания	2
Малая компания	3

**Является ли Ваша компания российской или иностранной/совместной?** (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Российская	1
Иностранная/совместная	2

**Является ли Ваша компания поставщиком отечественной или импортной продукции?** (Укажите, пожалуйста, только один ответ)

Отечественной продукции	1
Импортной продукции	2
И той и другой	3

**Какую примерно долю в поставках Вашей компании по данной основной товарной категории занимает импортная продукция, в % от стоимости продаж?** (Запишите, пожалуйста, ответ одним числом)

Доля импортной продукции	%	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
--------------------------	---	--

**Какое примерно число работников занято в Вашей компании (работающих на территории России) в настоящее время?** (Запишите, пожалуйста, ответ в соответствующей строке одним числом)

Число работников	чел.	999 Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа
------------------	------	--

**В какие деловые ассоциации входит Ваша компания?** (Укажите, пожалуйста, все подходящие варианты ответов)

Ассоциация европейского бизнеса	1
Ассоциация компаний розничной торговли	2
Консультативный совет по иностранным инвестициям	3
РАТЭК	4
РусБренд	5
Другие (какие именно)	6
Не входим в деловые ассоциации	7
Затрудняюсь ответить	999

*Приложения (исследовательский инструментарий)*

---

**Какую должность в компании Вы занимаете?** *(Если таких должностей несколько, укажите, пожалуйста, основную)*

---

*Благодарим за участие в опросе!*

*Желаем Вам дальнейших успехов!*

## SUMMARY OF RESEARCH METHODS AND FINDINGS

## 1. RESEARCH PROJECT OUTLINE

A research team from the National Research University Higher School of Economics (HSE) has conducted a survey entitled “Illegal turnover of goods in the Russian consumer markets and policy measures”, by order of the Association of Branded Goods Manufacturers (RusBrand). This report presents the main research findings and a summary of views presented by the experts and companies’ representatives with regard to major changes in the development of illegal markets in the 2010s.

### Research background

Between 2003 and 2011, the HSE conducted a series of surveys of the Russian market for counterfeit goods and parallel imports, under orders from RusBrand<sup>1</sup>. Some positive trends regarding the reduction of unfair competition and the production and distribution of illegal products were revealed, together with an explanation of the remaining and unresolved problems.

Issues related to illegal markets have become more demanding since the onset of an economic recession in 2012, which was followed by an economic crisis from 2014–2016.

Previous experience shows that, during times of economic shock, end consumers increasingly seek to economize. In the process, they lower their requirements regarding product quality and the origin of commodities. This creates additional risks for the development of unfair competition in consumer markets associated with tax evasion and infringements of intellectual property rights, and brings direct and indirect losses to the government and businesses alike. It is not surprising that the Federal Customs Service of Russia reported a 50 percent increase in counterfeit goods imported to Russia in 2015<sup>2</sup>.

Our previous surveys demonstrated that both public authorities and trademark holders have redoubled their efforts to combat grey imports, the distribution

---

<sup>1</sup> *Radaev V. et al. Markets for Counterfeit Goods in Russia // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 2. Moscow: HSE Publishing House, 2008 (in Russian); Radaev V. et al. Major Trends in the Markets for Counterfeit Goods and an Impact of the New Custom Union // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 7. Moscow: HSE Publishing House, 2010 (in Russian); Radaev V. et al. Legalization of Parallel Import and its Impact on Consumer Markets in Russia // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 9. Moscow: HSE Publishing House, 2011 (in Russian).*

<sup>2</sup> <<http://www.kommersant.ru/doc/2862686>>.

of counterfeit goods, parallel imports, and other forms of non-compliance with the law, such as smuggling and the unrecorded manufacture and sales of goods inside the country. Among other measures, a new state commission to fight the illegal turnover of industrial goods was established in 2015.

At the same time, other state agencies have suggested policy measures that may have controversial effects on the development of consumer markets and the effectiveness of fighting against unfair competitive practices. For example, the introduction of an international regime for the exhaustion of trademark rights has been debated in the Eurasian Economic Union regarding certain categories of commodities. Understanding the ongoing changes in the most sensitive consumer markets for food products, textiles and apparel, and other markets, and conducting an evaluation of policy measures, requires special study.

### **Research objective**

The present study is an analysis of the major illegal markets for consumer products. It addresses tax evasion and the infringement of intellectual property rights, includes an evaluation of policy measures aimed at combating unfair competition, and makes recommendations for the elimination of non-compliance with the law.

### **Research tasks**

- Analyze the main trends in the development of illegal markets for consumer goods, dealing with tax evasion and the violation of intellectual property rights in the 2010s;
- Examine specific characteristics of the divergent illegal markets for the consumer goods under study;
- Assess the impact of excise taxes on the development of illegal alcohol and tobacco markets;
- Assess the direct and indirect losses incurred from the use of illegal products and transactions for the state and leading market sellers;
- Evaluate major policy measures undertaken and debated on the competitive practices in consumer markets, with a particular focus on outcomes from the introduction of the international regime for the exhaustion of trademark rights for several categories of goods; and
- Elaborate on policy measures that may increase the effectiveness of fighting against unfair competition and illegal market dealers.

### **Research focus**

The research is focused on the Russian consumer markets for the following categories of goods:

- Food products;
- Alcoholic beverages;
- Tobacco products;
- Textiles and apparel;
- Perfumes and cosmetics;
- Body care and hygiene products;
- Cleansers and detergents.

### **Research team**

The HSE expert team has been recruited from the research staff of the Laboratory for Studies in Economic Sociology, which was established at the HSE in 2006 to promote research in consumer market analysis. The research team includes Professor Vadim Radaev (the project director), Dr. Elena Berdysheva, Dr. Zoya Kotelnikova, and Dr. Natalia Conroy.

The Government of the Russian Federation founded the National Research University Higher School of Economics, or HSE, in 1992. Today, the HSE is a national research university and ranks among the leading analytical centers in the fields of institutional economy and market research.

### **Acknowledgements**

We thank all companies' representatives and experts who took part in this survey for their fruitful cooperation and, in particular, the RusBrand executives Alexey Popovichev and Ekaterina Astafieva for their valuable organizational support.

### **Confidentiality rules**

The HSE research team complies with the accepted rules of confidentiality. All information provided by the companies and experts during the survey process is considered proprietary to the companies and has been handled confidentially. Interview records and other materials obtained from the companies and experts have not, and will not be, transferred to third parties. Respondents' names have not been used in the report.

## 2. RESEARCH METHODS

The subject complexity and scarcity of systematic data on the illegal turnover of products implies that a survey of the same should be based upon a variety of complementary methods for data collection and processing.

### Statistical data

We have used statistical data collected from many open and licensed sources, including databases maintained by the following state agencies:

- Russian Federal State Statistics Service (Rosstat);
- Federal Service for Alcohol Market Regulation (Rosalkogolregulirovanie);
- Russian Federal Service for Surveillance on Consumer Rights Protection and Human Wellbeing (Rospotrebnadzor);
- Russian Federal Service for Intellectual Property, Patents and Trademarks (Rospatent);
- Federal Customs Service of Russia;
- Judicial Department, operating under auspices of the Supreme Court of Russia.

We also used statistics collected by international research agencies, including:

- Euromonitor International;
- Nielsen;
- Comtrade.com

In some cases, we have computed data from these sources. A balanced method has been applied to confront data on sales and production volumes for the same goods, or the volume of exports to Russia from certain countries and the volume of import from these countries to Russia. In particular, we have used the mirror methodology of the Bank of Russia to confront data on imports into Russia and data on exports from the Russia's trading partners with regard to all categories of goods. When applying this mirror methodology, we have relied on the International Monetary Fund's database of international statistics.

### Expert interviews

Given the scarcity and, in some important cases, inconsistency of available statistical data, the HSE research team collected additional data specifically for this project. A series of in-depth interviews was conducted with the companies, including Rusbrand officials and experts who deal with the issues related to illegal markets.

In all, 26 interviews were recorded and analyzed (see the questionnaire in the Appendices). Between two and four interviews on each category of goods were collected. We focused on companies that work with the categories of goods under study and approached experts from the main public agencies and private consulting agencies dealing with the issues of economic security and the protection of intellectual property rights.

### Standardized survey

The HSE research team has conducted a special standardized survey of company managers representing members of RusBrand, the Association of European Business, and other major trade associations. The survey was devoted to the estimated level of all forms of illegal turnover of goods. We collected 56 complete questionnaires (see the questionnaire in the Appendices); 14 focused on the food products market, 10 questionnaires on the alcohol market, and the remaining categories were represented by two to four respondents.

Given the small sample size and the diversity of situations across different categories of goods, we use the collected data as standardized expert estimates on certain markets, rather than as statistical data on consumer markets in total.

### Retail price monitoring

The HSE research team used price-monitoring tools to fix the disparities in retail prices between legal and illegal products in the main categories of goods under study. Retail prices were screened from September 1 through October 15, 2016 in three consequent rounds in outlets of diverse trading formats. Repeated screenings were used to eliminate price fluctuations originating from periodic price discounts applied by many companies (i.e., "sale" pricing).

Using expert interviews and analytical reports, we selected leading brands of mass produced goods that are subject to potential involvement in illegal turnover (see Table 2.1).

Price monitoring was applied to both brick and mortar and online stores. Brick and mortar stores surveyed include hypermarkets, supermarkets, discount stores, convenience stores, and open-air markets. Prices in "category killers" selling one category of goods were also fixed in some markets (e.g., alcoholic beverages and tobacco products).

The following parameters were used to reveal the origins of selected commodities:

**Table 2.1.** Categories of Goods Selected for Retail Price Monitoring

Market	Goods
Food	Tea (100 bag-boxes) Ready to drink tea 1 l Carbonated water 0,5 l Still water, 0,5 l Cheese, 1 kg Honey, 0,5 kg
Alcoholic beverages	Whiskey, 1 l Vodka, 0,5 l
Tobacco products	Cigarettes, premium (1 pack, 1 carton)
Perfumes and cosmetics	Eau de toilette, male Shampoo, universal, 250 ml
Body care products	Razors Diapers
Cleansers	Universal cleanser, 500 ml
Clothing and footwear	Children's rubber boots Ladies' Keds (tennis shoes) Ladies' sports trousers
Sports footwear and accessories	Men's tennis shoes Sports bags

- Country of origin (local production or imported goods);
- Deviations in labels, names, fonts, etc.;
- Presence of other look-alike commodities in the store;
- Justifications of lower prices offered by a store (wholesale price, clearance, promotions, commodities “from duty-free stores”, replicas of original brands, etc.).

### Results of population surveys

Population surveys are used to gather data from specific sources. The main source of the micro data employed in this survey is the Russian Longitudinal Monitoring Survey (RLMS-HSE), which was established by Demoscope and the Carolina Population Center at the University of North Carolina at Chapel Hill in 1992. It has been conducted with the National Research University Higher School of Economics since 2010. The RLMS-HSE is a nationally representative panel survey of Russian households and individuals that uses multistage prob-

ability sampling, with primary sampling units selected from geographically determined strata. The data represent the population from all regions of Russia and all types of residences. In this study, we use the data collected from the annual surveys of households between 1994 and 2015 to trace the percentage dynamics of consumers in different market segments.

### Additional data sources

The HSE research team used the results of previous studies by the HSE and other analytical centers, legislative documents, and mass media reports as additional sources for data. Some additional important information was kindly provided by the surveyed companies.

## 3. BASIC CONCEPTS USED IN THE SURVEY

**Illegal markets** are defined as the manufacture and sale of goods associated with noncompliance to existing legislation of the Russian Federation and international agreements. These markets include markets of unrecorded goods, grey and black imports of goods (smuggling), parallel imports of goods, counterfeit and falsified goods, and the use of false documents in violation of conformity assessment procedures.

**Unrecorded goods** derive from the illegal manufacture and sale of goods carried out by legal or illegal enterprises without reporting to tax authorities for the purpose of tax evasion<sup>3</sup>.

**Grey imports** are goods imported with an intentional underreporting of customs value for the purpose of evading customs duties and VAT payments.

One particular form of grey imports deals with the illegal transfer of goods across the borders of the states that are members of the Eurasian Economic Union; this is aimed at evading tax and excise payments.

**Black imports (smuggling)** refers to the importing of goods without customs clearance for the purpose of evading customs duties and VAT payments and/or importing illegal products.

**Trademarking** is a tool used for ascertainment by registered denominations, logos, and symbols assigned as company property to ensure a level of distinctiveness among groups of homogeneous commodities.

<sup>3</sup> The informal economy of households is beyond the scope of this study. This type of economy is unrecorded, but does not deal with the infringement of existing legislation.

**Parallel imports** are goods protected by trademarks and imported through an unauthorized channel without the consent of the trademark owners under conditions of the national regime for the exhaustion of trademark rights.

**National regime for the exhaustion of trademark rights** refers to the exhaustion of a trademark holder's rights to prevent the re-sale of its products first sold outside of a country within a different country.

**Regional regime for the exhaustion of trademark rights** refers to the exhaustion of a trademark holder's rights to prevent the re-sale within the country of goods first sold outside the region including a number of countries.

**International regime for the exhaustion of trademark rights** refers to the exhaustion of a trademark holder's rights to prevent the re-sale within the country of goods first sold in any other part of the world.

**Mixed (differentiated) regime for the exhaustion of trademark rights** refers to the coexistence of prohibitions of the parallel importing of some goods protected by trademarks and the legalization of parallel importing of other goods protected by trademarks.

**Counterfeit goods** are goods manufactured and distributed with the unauthorized placement (forgery) of protected commodity trademarks and which infringe on the exclusive rights of registered trademark holders.

**Lookalikes** are goods manufactured and distributed with the intent of copying and imitating a protected commodity's trademarks or its elements and the infringement of the exclusive rights of registered trademark holders.

**Falsified goods** are goods accompanied by incomplete and/or unreliable information regarding their chemical composition, characteristics, and properties for the purpose of deceiving consumers.

**Violation of conformity assessment procedures** is the use of false documents confirming the necessary requirements and quality of products (e.g., sanitary accompanying documents, declarations, and conformity certificates).

#### 4. MAIN FINDINGS AND CONCLUSIONS

This study conducted by the HSE expert team demonstrates multiple variations in the level and main forms of the illegal turnover of goods in Russian consumer markets. To combat illegal market activities more effectively, these particular circumstances should be taken into account. Some of them will be reflected in this section; however, it is equally important to draw general conclusions regarding the emergence and functioning of illegal markets and the main factors that facilitate their development.

#### New favorable conditions for the illegal turnover of goods

At present, the Russian economy is in a state of economic crisis; this led to the decline of the state's GDP and the population's real disposable income. After the years of 2001–2007, when the average annual increase of real disposable income accounted for 10 percent, such growth slowed to 2 or 3 percent, on average, between 2008 and 2013. Then, real disposable incomes decreased by 1 percent in 2014, 4 percent in 2015, and 6.1 percent in 2016.

The economic growth of the 2000s led to a weakening and shrinking of illegal markets by increasing Russians' real disposable income and heightening consumers' demands regarding the quality of goods<sup>4</sup>. However, economic shocks significantly raise the risks of illegal market proliferation. When final consumers confront decreasing real disposable incomes, they start moving towards less expensive goods and become less alert to the origin and quality of these goods. This creates a favorable environment for illegal market dealers. A resurgence of illegal economic activity was observed during the financial crisis of 2008–2009<sup>5</sup>. The economic crisis of 2014–2016 provides additional evidence of the positive impact of economic shocks on the revival of illegal economic activities. Combined with fiscal measures and administrative regulations, economic shocks typically accelerate the decline of legal sales and their replacement by illegal products.

In this research project, we have collected a great deal of empirical evidence pointing both directly and indirectly to the aggravation of this problem. The dynamic nature of registered economic crimes associated with the illegal turnover of goods may serve as a good example of indirect evidence. Remarkably, the number of registered economic crimes was decreasing in Russia before 2014, whereas we observed a resurgence of these crimes in 2015 (or slightly earlier). We will soon see if this is a turning point to a new trend. Overall, the increasing rate of economic crimes is not yet significant (3% in total); however, it is much more impressive in some categories of crimes associated with the illegal turnover of goods. For example, the number of crimes dealing with tax evasion increased 1.5-fold in 2015. The number of registered crimes associated with the use of black cash increased by

<sup>4</sup> Radaev V. et al. Markets for Counterfeit Goods in Russia // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 2. Moscow: HSE Publishing House, 2008 (in Russian).

<sup>5</sup> Radaev V. et al. Major Trends in the Markets for Counterfeit Goods and an Impact of the New Custom Union // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 7. Moscow: HSE Publishing House, 2010 (in Russian).

one third between 2013 and 2015. A number of economic crimes dealing with the production, storage, transportation, and sales of goods without adequate markings also demonstrated steady growth. The number of counterfeit goods seized by customs officials almost doubled in 2015 compared to 2014. Since 2011, there has been a great resurgence of illegal alcohol (mostly vodka and pure ethyl alcohol) seized by the police<sup>6</sup>. This implies that illegal production and sales are trending toward growth in Russia at present.

***Overall, the current period of economic shock should be considered favorable for the proliferation of the illegal turnover of goods.***

### Main forms of illegal turnover of goods

The illegal turnover of goods has different forms associated with diverse non-compliances with the law. Grey imports are associated with the evasion of customs duties and VAT payments. The illegal transfer of goods across countries can be associated with efforts to evade excise taxes. Counterfeit products and parallel imports deal with the infringement on the intellectual property rights of trademark owners. Falsified goods violate the rights of final consumers. Illegal activities may originate from the absence of licenses for production and sales, or from unrecorded production and sales arranged by legally licensed enterprises.

***Illegal products have diverse origins.*** These products could be imported or produced within the country, made by artisans or industrial plants, and distributed through legal or illegal trading outlets. In this regard, consumer markets differ not only by the scale of illegal turnover, but also by the combination of forms of illegal turnover. Grey imports and smuggling dominate in some areas, such as the market for fur products. Unrecorded production within a country can be critically important in the other areas, such as the market for vodka and other strong spirits. Some markets, like sports clothing and footwear, are vulnerable to penetration by counterfeit goods.

Illegal markets are dynamic and flexible, and their structure is continuously reorganized as they adjust to the changing environment. Some traditional illegal markets can decline (for example, the market for homemade distilled spirits), whereas other new markets can emerge (for example, the market for counterfeit tobacco products).

<sup>6</sup> The Federal Service for Alcohol Market Regulation (Rosalkogolregulirovanie) claimed the amount of illegal alcoholic beverages seized by the protection agencies increased more than two-fold in 2016. This figure matches the historic high, set in 1999.

### The level of illegal turnover of goods

Estimating the level of the illegal turnover of goods is not an easy task. Official statistics on the subject are absent, with some minor exceptions, and when they are available, the methods used to obtain the data are not always clear. Above all, ***available statistics are incomplete and become controversial when diverse sources of data are compared.*** For these reasons, our understanding of the illegal turnover of goods is mostly confined to indirect evidence, rather than direct measurements of the activity. The use of indirect and incomplete evidence inevitably leads to controversies in interpretation; for example, an increase in the amount of illegal goods seized by the state protection agencies might be interpreted both as an expansion of illegal markets and as a result of the increasing effectiveness of the state's protection agencies.

Apart from deficiencies in statistical data, we have to take into account that ***illegal markets are maintained by very divergent activities*** that cannot be treated in similar ways and often require different policy measures. Some products are not recorded by the statistics, due to the intentional tax evasion activities of market sellers. Other products are measured by statistics, but do not comply with intellectual property rights. Further, ***the different forms of the illegal turnover of goods often overlap in business practices.*** For example, counterfeit goods might be imported via an illegal reduction of the declared customs value (grey importing), or might be produced as unrecorded local products within the country.

Due to this subject's complexity, we must combine many analytical methods and multiple data sources to reach an accurate estimate of the level of the illegal turnover of goods. Additional opportunities are created by the new open and licensed databases that contain ministerial and business statistics; these have become available only in recent years. Survey data accumulated over the last two decades give us an opportunity to reveal major trends in consumer goods consumption, but special studies of a variety of market segments should be added. However, when estimating the level of the illegal turnover of goods, researchers remain constrained and must rely largely upon educated guesses and interviews with industry experts. Thus, ***all figures presented here on the illegal turnover of goods were obtained from a combination of diverse calculations and expert estimations, and from direct and indirect evidence collected from a variety of available sources.***

Many experts addressing these issues have tried to define an overall percentage of the illegal turnover of goods, but such figures do not make much sense. Instead, it is much more important to reveal the mechanisms that bring the illegal

markets to life, to trace the main trends of their development, and to examine the factors facilitating their expansion. However, this report does include some general figures before providing illustrative examples regarding different consumer markets.

The HSE expert team surveyed seven consumer markets, accounting for 60 percent of the total Russian retail turnover in 2015. ***We estimate the level of illegal turnover of goods at these markets as 2.5 trillion rubles. These goods account for about 9 percent of all retail turnover and 15 percent of turnover in the surveyed markets.*** We should note some caveats regarding these figures, as follows, given that they largely rely on the experts' estimations.

Comparing the present obtained results with the findings from our previous study<sup>7</sup>, we must point out that the share of illegal products in the same clusters of consumer markets accounted for about 6 percent of all retail turnover in 2009. Then, the turnover increased 1.9-fold in nominal prices between 2009 and 2015, whereas the estimated level of illegal turnover of goods increased 2.7-fold. This implies that, ***after the period of the early 2000s when illegal turnover tended to decrease, illegal turnover has been growing at a higher rate in the 2010s.*** Therefore, its share of retail turnover increased during this period.

### The illegal turnover of goods in different consumer markets

Turning to different consumer markets, we start with the textile and apparel industries, which are largely exposed to illegal activities. According to estimates by the Ministry of Industrial Production and Trade, illegal turnover accounted for about 30 percent of total sales in 2015. The major trade association Soyuzlegprom estimated the share of illegal turnover in the markets for clothing and footwear at roughly 25 percent in 2015. The Department of Economic Security and Counteraction to Corruption, which operates under the Ministry of Home Affairs, reported that counterfeit goods accounted for 37 percent of sales in the clothing market.

Taking all existing evidence into account, we estimate the level of all forms of illegal turnover in this industry to be 35 percent. The illegal turnover is structured in the following way. Grey and black imports (smuggling) from countries outside the Eurasian Economic Union account for about 50–60 percent of il-

<sup>7</sup> Radaev V. et al. Major Trends in the Markets for Counterfeit Goods and an Impact of the New Custom Union // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 7. Moscow: HSE Publishing House, 2010 (in Russian).

legal turnover, grey imports from the Eurasian Economic Union make about 25–30 percent, and unrecorded domestic production contributes 15 percent of all illegal goods. Roughly half of the illegal goods (both imported and domestically produced) are counterfeit products (fakes) that largely overlap with other forms of the illegal turnover of goods. Significant differences are observed across the main market segments, with the lowest level of illegal turnover in the market for footwear and the highest level of illegal turnover in the market for fur clothing.

The alcohol industry presents a second example of a market that is also largely involved in the illegal turnover of goods, in this case often dealing with excise tax evasion. The share of illegal products differs significantly, depending on the market segment. It has grown to more than 40 percent of sales of vodka and strong spirits (and up to almost 60 percent, if homemade alcohol and alcohol surrogates are taken into account). Illegal turnover is approaching 10 percent in the segment of imported strong alcoholic beverages and includes mainly counterfeit goods. The share of illegal wine is close to 10 percent, whereas the estimated share of illegal beer is 3–4 percent.

The illegal turnover of goods is widespread in the markets for perfumes and cosmetics (about 20% of total sales). Most of these illegal goods are imported. Half of the imported illegal goods come from member states of the Eurasian Economic Union, one quarter of goods are delivered from other countries, and the final quarter are delivered as parallel imports of genuine products. Grey imports largely overlap with counterfeit products (about 10–15 percent of total sales). Regarding the main product categories, the greatest numbers of illegal goods are observed in perfumes and cosmetics (mostly illegal imports from the Eurasian Economic Union and counterfeit goods), and the lowest level of illegal goods is observed in the skin care products segment (with fewer counterfeits and more imports from countries outside the Eurasian Economic Union).

Some consumer markets are much less involved in illegal economic activities than those detailed above, but illegal turnover is still tending toward growth. The market for tobacco products is a good example. Estimates of the level of the illegal turnover differ in this market; according to Nielsen data, the illegal goods accounted for 2.2 percent of total sales in 2016, with an obviously growing trend. According to Euromonitor International, the percentage of illegal goods accounted for 2.1 percent in 2011 and reached 3.1 percent in 2015. Global tobacco producers estimate the illegal turnover at a level of 3.5–4 percent. Agency INFOLine reported a 4.4 percent illegal sales rate for cigarettes in 2016. These figures differ significantly across the regions of Russia. Some regions are much more involved into the illegal turnover of goods; for example, illegal sales increased from 0.3 to

4 percent in the regions located on the border with Kazakhstan, and from 2 to 12 percent in the regions located on the border with Belarus.

Some experts claim that, when the illegal turnover of goods exceeds a vulnerability threshold of 5 percent of all sales, it has a critical effect on the market. However, a market comprised of even 2–3 percent illegal products may lead to significant losses for the leading market sellers. These losses are not confined to diminishing market shares, but also include serious damages for their brands. Above all, a rate of even 1 percent falsified goods should be recognized as dangerous, especially if it creates serious risks for consumers' health. It should also be taken into account that, *if conditions are favorable, the illegal turnover of goods can increase very quickly.*

### **Counterfeit goods**

Let us turn to a brief overview of the various forms of the illegal turnover of goods, starting with counterfeit products. Systemic data on the issue is absent, but expert estimates by the market sellers vary from 1–2 to 45 percent across different product categories (10–12 percent on average). The consumer markets can be divided into two clusters in this respect.

The first cluster refers to goods made by industries in which counterfeit products are widespread and have reached the level 10 to 20 percent saturation. This includes the apparel industry, perfumes and cosmetics, and household chemicals.

The second cluster is represented by industries with a moderate involvement in counterfeiting that is kept within the limits of 3–5 percent. This includes food products, tobacco products, and skin and hair care products.

Among the food categories, milk products, mineral water, coffee, and tea were the most attractive for counterfeiting between 2013 and 2015, according to data from the Ministry of Home Affairs. The illegal craft production of cheese that is sold as “imported cheese” expanded in 2015. According to RLMS-HSE survey data, 6 percent of alcohol drinkers in Russia consumed counterfeit alcoholic beverages in 2014. According to a nationwide survey, 42 percent of consumers purchased counterfeit clothing in 2012. Three-fourths (75 percent) of respondents acknowledged that they had bought counterfeit clothing deliberately, whereas the illegal goods' dealers had deceived the remaining 25 percent.

In contrast to the alcohol markets, which have been involved in counterfeiting since the beginning of the 1990s, counterfeit cigarettes have been almost absent from the Russian market until recently. Counterfeiting accounted for only 0.2 percent of sales in 2013, but has begun to grow and reached about 1.5 percent by 2015.

The experts also draw attention to the increase of “parasitic” products, or look-alikes, in many consumer markets. Perfumes and cosmetics serve as a good example of a market that has confronted this problem in recent years.

### **Falsified goods**

The production and sale of falsified goods with distorted quality and chemical composition are widespread in the market for food products (mostly in the segments of milk, meat, and fish products). According to Potrebnadzor, the percentage of food products that do not comply with the safety standards and declared information accounts for 7 percent on average. Trade associations and NGOs report on much higher percentage of falsified goods. The trade association “Soyuzmoloko” reported that falsified goods could make up to 10–20 percent of all sales of milk products. Roughly 40 to 50 percent of fish products are falsified, according to expert estimates (mostly involving the replacement of more expensive fish by less expensive fish products).

Official statistics on goods of inadequate quality and/or dangerous for health can be used as indirect evidence of falsification. The Russian Federal Service for Surveillance on Consumer Rights Protection and Human Wellbeing (Rospotrebnadzor) gathers these statistics by checking on the quality of consumer goods each year. For example, the share of alcoholic beverages of inadequate quality and/or deemed dangerous for health reached 20–40 percent, on average, in the mid-1990s. Since the 2000s, the number of such beverages declined dramatically, to about 5 percent. However, no further decrease in the number of revealed goods of inadequate quality was found between 2013 and 2015, demonstrating that the situation is not improving at present. This concern is backed by the results of Roskachestvo's most recent survey to check the quality of consumer goods. For example, it was revealed that, in November 2016, 30 percent of inspected semi-sweet sparkling wines deviated from established technical standards.

### **Grey imports**

We used “mirror statistics” to compare customs data on imports to the Russian Federation with the data from other countries' exports to Russia to calculate the amount of grey imports found in Russia. We determined that the curve reflecting the dynamics of the grey import market between 1994 and 2015 has a shape of turned parabola, which is valid for the total imports and imports from the EU and CIS countries.

According to our calculations, grey imports, on average, made up about 18 percent of all imports in the mid-1990s, the number increased to 30 percent

by the mid-2000s, and later decreased to 4 percent by 2015. This evidence is confirmed by the data provided by the Central Bank of Russia that claims grey imports accounted for an average of 6 percent of all imports from 2013 to 2014.

Most grey imports come from EU countries. Their numbers increased from 25 to 42 percent from the mid-1990s to the mid-2000s and then decreased to 20 percent by 2015. The fewest grey imports came from CIS countries (with the exception of a fluctuation between 2009 and 2012). However, we should use caution when assessing any statistics on CIS countries, and member states of the Eurasian Economic Union in particular, given that some commodity flows may have been missed.

The share of grey imports remains at a very high level in some market segments, exceeding 50 percent of total imports (for outerwear and sports clothing) or even exceeding 90 percent (for fur clothing). The market for footwear is relatively more protected from grey imports, accounting for about 20 percent of all imports.

Market sellers reported on a trend of decreasing grey imports during recent years; however, this trend is inhibited by consumers' intentions to cut costs during recent the years of economic shock. Above all, traditional grey imports have added to the illegal import of goods from the member states of the Eurasian Economic Union by removing internal customs barriers.

Imports from member states of the Eurasian Economic Union have also been used as a tool for evading food embargos imposed by Russia on August 6, 2014 in its relations with the EU. The experience of Belarus is the most important here. Belarus became the leader in supplying milk products to Russia by increasing its cheese exports from 25 to 81 percent and butter exports from 30 to 78 percent between 2013 and 2015. This dramatic change can be explained by the following. First, after the introduction of the food embargo, the Netherlands decreased its exports of cheese and curds to Russia two-fold. At the same time, the importing of cheese and curds from the Netherlands to Belarus increased eight-fold in 2014 and by ten-fold in 2015. Second, Poland decreased its exports of fruit to Russia two-fold in 2014, while its exports to Belarus increased by 68 percent. Belarus, in turn, took a leading export position by increasing its export of large fruits to Russia six-fold between 2013 and 2015. In total, according to data from Rosselkhozadzor, the export of fruits and vegetables from Belarus to Russia increased almost three-fold between 2013 and 2015. Some of the imported goods were brought to Russia with inaccurate sanitary certificates, concealing the true origin of these goods. These "transit schemes" can be considered a falsification of food products. For example, Rosselkhozadzor reported that more than 40 percent of milk

from Belarus contained dried milk, which is prohibited by the technical standards of the Russian Customs Union.

The problem of parallel importing, a practice that is unauthorized by trademark owners, is not so demanding at present, due to devaluation of the ruble in 2014. However, it still occurs in some markets (particularly in the premium segments of perfumes and cosmetics).

### ***Unrecorded production***

The import of many consumer goods decreased by 30–40 percent in 2014 and 2015, due to the devaluation of the ruble and the 2014 introduction of the food embargo. This created new opportunities both for legal and illegal market sellers of domestic products. The unrecorded production of many categories of goods started to grow in Russia as domestic production partially replaced grey imports. For example, the surveyed company managers claimed that between 60 and 90 percent of illegal alcoholic beverages are produced within the country, whereas the other illegal goods are imported (mostly from members of the Eurasian Economic Union). Between 30 and 50 percent of illegal tobacco products are also produced domestically. Roughly 70 to 80 percent of illegal detergents are produced in Russian territory, whereas small-scale and individual entrepreneurs from the Eurasian Economic Union import the remaining 20 percent.

There are specific forms of unrecorded production and consumption in the alcohol markets. Homemade (artisanal) alcohol accounts for 10 percent of all alcohol consumption. More than 80 percent of homemade alcohol can be classified as homemade distilled spirits (*samogon*). The bulk of all samogon is consumed within the households where it is made, but some is sold in the illegal market. According to RLMS-HSE survey data, 6 percent of those who had purchased alcoholic beverages in the past 30 days reported having bought homemade alcohol (predominantly samogon) from the illegal market. Alcohol surrogates (such as cosmetic lotions and alcohol-containing medicine) represent another type of unrecorded alcohol that is sold legally, but not intended for consumption<sup>8</sup>. Reliable data on alcohol surrogates is lacking; however, the

<sup>8</sup> The sale of alcohol surrogates is often associated with the falsification of products that might be hazardous to the health of final consumers. For example, a mass poisoning by alcohol surrogates occurred in the city of Irkutsk, in Siberia, in December 2016. One hundred twenty-two people were poisoned, and 76 died, after consuming a cosmetic concentrate for baths known as "Boyarshnik", which is not intended for human consumption. The substance contained methanol, the use of which in consumer goods is banned by Russian legislation. Illegal artisanal

percentage of adults consuming alcohol surrogates is estimated to be between 3 and 5 percent.

### Major trends in the expansion of illegal products

Some general trends have emerged in the course of this research. First, the scale of grey imports and smuggling seems to be decreasing, due to the increasing effectiveness of the State Customs Service and tighter controls over the supply chain imposed by the leading trademark holders. Second, parallel imports are currently less profitable than in previous years, due to the devaluation of the ruble. Third, there is an increasing inflow of illegal goods from the member states of the Eurasian Economic Union, which is stimulated by very significant price differences and the removal of internal borders among these countries. Fourth, unrecorded domestic production has increased in many market segments as a result of the ruble's devaluation and the introduction of economic embargoes. Fifth, we have observed waves of counterfeiting in a variety of market segments, with the consequent replacement of fakes by unrecorded original products. These are associated with higher quality for consumers and lower risks for illegal dealers.

Some other important trends should be also delineated:

- The transfer from artisanal production to the industrial production of illegal products;
- The increasing quality of counterfeit goods, including their chemical composition, packaging, and labels<sup>9</sup>;
- The push of illegal production to peripheral regions and settlements with lower control and lowered consumer sensitivity with regard to product quality;
- The transfer of illegal products from legal retail outlets to illegal ones, and from brick and mortar to online trading channels; and
- The increasing prices of illegal goods aiming to deceive the customers, so that they are unable to use price signals as a means of distinguishing between legal and illegal goods.

---

production facilities were detected. The sale of the substance had been arranged through trading pavilions at retail markets without official documents.

<sup>9</sup> Only 20 percent of the company managers surveyed reported that counterfeit products normally have a much lower quality, when compared to original goods. Further, all surveyed experts pointed to the increasing quality of counterfeit goods, particularly domestically produced products.

### Illegal goods pricing

Commodities' prices serve as an important indirect indicator of the origin of goods. For example, price monitoring conducted by the HSE research team in September 2016 demonstrated price differences between 10 and 50 percent for one liter of whiskey, when we compared between legal and potentially illegal sellers. As for a "duplicate" of a famous whiskey brand (an apparent fake), its price for one liter was more than ten-fold lower than the price of an original, legitimate bottle. During the course of our price monitoring efforts, we found cigarettes sold online at a price that was two or even three times lower than the price charged by legal offline sellers.

However, we must note that many illegal products are sold at the same prices as their legal counterparts, or that the price disparities between legal and illegal goods are insignificant. These illegal products hide behind legal commodities, making it very difficult for consumers to discern their true origin. For example, differences in the level of retail prices between legal and illegal goods did not exceed 10 or 15 percent for many food products; this limits consumers' capacity to distinguish between legal and illegal goods.

We must also note that illegal goods are not necessarily cheaper than legal ones. For example, if certain goods that are not delivered to the country, their parallel import could be more expensive<sup>10</sup>. At the same time, the market sellers may provide a significant discount on legal goods that renders less expensive than illegal goods, at least for a time. This implies that *retail prices do not always produce reliable signals for helping consumers and experts to reveal the true origin of goods*.

### Trading channels for illegal goods

Illegal production is not necessarily associated with illegal retailing. A significant number of illegal goods are sold through the legal retailers. For example, about 60 percent of illegally produced alcoholic beverages are sold through legal outlets. The introduction of the Unified State Automated Information System in Retailing, in 2016, will inevitably contribute to the diminishing of illegal turnover in the legal retail sector. As for the illegal retail trade, it still plays a significant

---

<sup>10</sup> For an illustrative case of imported clothing, see *Radaev V. et al. Legalization of Parallel Import and its Impact on Consumer Markets in Russia // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 9. Moscow: HSE Publishing House, 2011 (in Russian)*.

role. Agency INFOLine reported that about a quarter of trade outlets in the surveyed cities sold alcoholic beverages without official licenses. In the tobacco market, 13.4 percent of trade outlets, including traditional stores, kiosks, pavilions, and retail markets, sold illegal cigarettes in 2016.

Open-air markets have always been a channel for the distribution of illegal goods, and in recent years municipal authorities have closed many of them. In total, the percentage of goods sold through retail markets decreased by more than three times (from 26 to 8 percent) between 2000 and 2015. At the same time, the contribution of chain stores to the retail turnover rate increased from 51 to 56 percent. The diminishing role of open-air markets has contributed to the reduction of illegal sales. This is also valid for non-food categories. According to Rosstat data, the percentage of cleansers and detergents sold through retail markets decreased from 30.6 to 4.5 percent between 2000 and 2014.

However, in some sectors, the market share held by open-air markets remains significant, and the risks of an expansion in illegal turnover remains high, as in the case of clothing and footwear, where retail markets account for 34.4 percent of total sales, and particularly in the case of outerwear garments (40 percent).

At the same time, online trade, including cross-border online sales, has become increasingly important for the distribution of all kinds of illegal products<sup>11</sup>. Given that state control is much less effective online, an increasing number of illegal products have moved to online trading channels. The share of online trade largely depends on the market segments; for example, online sales remain at a minimum level for food products, namely 0.6 percent for packed food and 0.1 percent for non-alcoholic beverages. Russian consumers prefer to buy fresh food in brick and mortar stores, rather than online.

The number of cleansers and detergents sold online is higher (about 1.5 percent) than food. For some other markets, online trade is becoming increasingly important. According to Euromonitor data, the online sales of clothing and footwear increased from 0.1 to 7.6 percent between 2011 and 2015, and the percentage of sports clothing and footwear sold online has reached 6.1 percent. Online sales of perfume increased from 2.7 to 8.1 percent between 2010 and 2015.

<sup>11</sup> Radaev V. et al. Online Trade Market: Supply Chains and Tax Optimization Schemes // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 6. Moscow: HSE Publishing House, 2010 (in Russian); Radaev V. et al. Impact of Cross-Border Trade on Retail Markets in Russia // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 14. Moscow: HSE Publishing House, 2013 (in Russian).

Russian law bans online sales in some markets; however, they continue to grow as an entirely illegal activity. For example, in the alcohol market, there are special websites illegally selling alcoholic beverages in significant amounts. About 70 percent of these products are counterfeited; 30 percent of them have been smuggled, sometimes via theft from duty-free shops.

### Favorable environments for the distribution of illegal goods

The expansion of illegal goods is normally based on three major preconditions: high profitability, a reduced risk of serious punishment, and consumer demand for illegal products.

The profitability of illegal economic activities is defined by the capacity to produce and distribute goods of similar composition and quality, but with lower costs and higher gross margins. It is remarkable that the profitability of illegal activity normally increases when excessive economic and administrative barriers are imposed on legal production (e.g., taxation load, administrative restrictions). The existence of such barriers provides a competitive advantage for illegal dealers to avoiding these barriers effectively. On the contrary, the removal of excessive barriers for legal market sellers undermines the economic conditions for illegal dealers.

Along with the positive incentives for illegal dealers (i.e., profitability of shadow business), negative incentives are also important. Negative incentives are defined by the level of risk of a product's seizure and distributors being seriously punished. If administrative and criminal liability are low, and punishments can be easily avoided due to the ineffectiveness of protection agencies or corruption, the probability of the expansion of illegal markets is higher.

Finally, it is important to understand to what extent final consumers are ready to buy illegal products. They could purchase illegal goods out of ignorance resulting from the direct cheating by the sellers, or due to their tolerance for infringements of the law. This tolerance could be derived from a willingness or desire to save money by purchasing cheaper goods of similar quality. Tolerance could also demonstrate indifference to the origin of goods and tax-evading activities, if the use of these goods is not damaging to one's health.

The surveyed experts brought to light many examples of how illegal dealers adjust to changing purchasing demands by switching among different brands and categories of goods; For instance, they expand into different market segments, including premium and mass production trademarks. However, **illegal dealers mostly focus on three types of targets: goods of mass production, well-known brands,**

**and market segments in which an increase of sales has been observed or is expected in the near future.**

### **Impact of fiscal measures on the illegal turnover of goods**

Illegal economic activities may be encouraged by the *fiscal measures* aimed at increasing tax revenues or restraining the consumption of certain goods. The experience of excise taxes on alcoholic beverages and tobacco products in Russia is highly relevant here.

The logic of the process is as follows. The accelerated growth of excise taxes in the 2010s led to an immediate increase of retail prices at similar or slightly lower rates. In turn, this resulted in a decrease in sales of legal goods and their replacement by illegal goods. There is a latent price threshold beyond which consumers start moving away from their customary goods to look for less expensive substitutes, including goods of suspicious origin. Usually, decreasing sales of legal goods are only partially replaced by illegal substitutes. However, the expansion of illegal products could be significant and contribute to the further decline of legal sales. Finally, despite increasing excise rates, the collection of excise taxes for the state budget decelerates and, after some point, starts decreasing in both relative and absolute terms.

The alcohol industry may serve as a good illustrative example here. Between 2011 and 2014, excise tax rates increased 2.4-fold on strong spirits, 2-fold on domestic wine, and 1.8-fold on beer. Accordingly, during this same period, average retail prices demonstrated a 2.4-fold increase on vodka and a 1.4-fold increase on domestic wine and beer, whereas the real disposable income of the population increased by 7 percent. This, in turn, contributed to the decline in sales of legal alcoholic beverages packaged in liters between 2012 and 2015, at a rate of 26 percent in total, on vodka and strong spirits by 37 percent, brandy by 25 percent, low-alcohol cocktails by 63 percent, beer by 20 percent, and wine by 7 percent. As for the collection of excise taxes from vodka and strong spirits, the increase of revenues to the state's consolidated budget amounted to only 9 percent in 2014, and it decreased by 12 percent in 2015 (–40 billion rubles). Revenues collected from excise taxes on beer declined by 9 percent in 2015. State budget revenues from excise taxes on wine also decreased by 9 percent in 2015.

In turn, the increases of excise taxes and retail prices stimulated the expansion of the illegal and unrecorded goods market. As it was pointed out in previous sections, the market percentage of illegal vodka and strong spirits exceeded

40 percent and, in the segments of strong imported alcohol and wine, it approached a sensitive threshold of 10 percent.

The tobacco industry faced similar problems, but on a much smaller scale. The minimal combined rate of excise tax on cigarettes increased 5-fold between 2010 and 2015, and the average retail price of domestic cigarettes increased 3.5-fold, while foreign-trademarked cigarettes saw their prices increase 2.1-fold during these years. The number of legal cigarettes sold in kind decreased by 21 percent between 2010 and 2015, giving way to the illegal turnover of tobacco products, which grew from less than 1 percent to 4 percent of total sales.

As for the collected excise taxes on cigarettes, state budget revenues increased only 3.6-fold from 2010 to 2015. The collected revenues continue to grow, however, and a turning point could be reached soon. There is a sensitivity threshold beyond which final consumers start searching for less expensive goods, including those of suspicious origin. Normally, diminishing sales of legal products are only partially replaced by illegal substitutes, but this replacement might have a significant effect by stimulating a further decline in legal sales.

### **Impact of regulations on the illegal turnover of goods**

Illegal markets resemble a warped mirror, reflecting the dynamic of the legal markets in a distorted way. Thus, the regulation of the legal markets is critically important for illegal markets' development.

*Excessive regulations* imposed on certain consumer markets may become an important factor that stimulates the growth of illegal markets. Some of these regulations could be aimed at restraining illegal activities, but their practical enforcement will primarily affect legal sellers, not illegal dealers. These regulations may limit consumers' access to certain commodities (e.g., bans on the open layout of cigarettes in trading outlets) or impose restrictions on sellers (such as bans on the sale of alcoholic beverages at nighttime). Given that these restrictions are effective only for the legal sellers, excessive regulations contribute to an expansion of illegal markets and provide illegal dealers with additional competitive advantages.

The *level of risk*, as estimated by the illegal market sellers, is also important. It is largely defined by the punishments prescribed by administrative, civic, and criminal legislation, and even more by the effectiveness of the state protection agencies charged with enforcing the existing legislation. If the control is weak due to corrupt activities of the enforcement agencies or the abstinence of the leading market sellers, it may attract illegal dealers who move fast from one region to another and from one category of goods to another.

### **Lack of harmonized policy measures across states**

The lack of policy measure harmonization across different member states of the Eurasian Economic Union, substantive disparities in retail prices on similar goods, and different levels of control over supply chains all have a significant impact on the increasing rate of illegal goods transfers across national borders. The removal of internal borders and customs control over goods moved among the member states of the Eurasian Economic Union has become a significant factor enabling the inflow of illegal goods to Russia from these countries, especially in border regions.

Disparities in the level of excise taxes collected in 2016 may serve as a good illustrative example. If compared to Russia, the excise tax rate on strong spirits recalculated in Euros is almost two-fold lower, and on beer and wine four-fold lower, in Kazakhstan. Differences in excise tax rates between Russia and Belarus are more than 10 percent on strong alcohol and wine and 70 percent on beer. Excise tax rates on strong alcohol and beer in Kyrgyzstan are lower by 70 percent than in Russia.

In the tobacco industry, retail prices in Russia are three to four times higher than in the other member states of the Eurasian Economic Union, which is largely due to a rapid increase in cigarette excise taxes in Russia. For example, in 2016, the excise tax on cigarettes in Russia was 22 to 38 percent higher than similar taxes on relatively expensive foreign cigarettes in Belarus. As for less expensive domestic cigarettes, the difference in the excise tax rates between Russia and Belarus was 330 percent, provoking significant disparities in retail prices. Russian excise taxes on cigarettes exceed the excise taxes in Kazakhstan and Kyrgyzstan by 70 percent and 130 percent, respectively. Armenia is noted for its extremely low excise taxes on cigarettes.

Apart from evident differences in the scale of economies and price levels in the member states of the Eurasian Economic Union, the efforts to protect corporate trademarks are also quite different from one country to the next. According to Eurasian Economic Commission data, the annual number of trademark registration requests submitted to the Russian Federal Service for Intellectual Property, Patents and Trademarks (Rospatent) between 2012 and 2014 exceeded the number of applications submitted to similar state bodies in Belarus and Kazakhstan by 5-6 times, in Kyrgyzstan by 18 times, and in Armenia by more than 30 times. As for already registered trademarks, their number in Russia between 2012 and 2014 was 3.5 times greater than in Belarus, 6 times greater than in Kazakhstan, 12 times greater than in Kyrgyzstan, and 25 times greater than in Armenia. In addition, the

number trademarks registered in Russia at the Customs Register of Intellectual Property Objects exceeded the level of similar indicators of all other countries from the Eurasian Economic Union by 100 times.

Leveling these conditions will require a significant amount of time.

### **Major losses caused by the illegal turnover of goods**

The expansion of illegal markets brings significant losses to legal market sellers, the state budget, and final consumers. First, leading market sellers lose the market share grabbed by illegal dealers. Second, leading sellers face damage to their brands caused by counterfeit products and look-alikes. Deceived consumers may switch to other brands and alternative categories of goods. Third, additional losses derive from the necessity of holding down prices or using extra price discounts. Fourth, there are direct costs associated with combating illegal activity by revealing and identifying illegal products, persuading protection agencies to enforce the law, and initiating legal cases against market sellers who do not comply with the law.

The state faces a significant loss of collected revenue for the consolidated budget, because some illegal activities are also often accompanied by tax evasion (via counterfeiting or parallel imports), or are primarily aimed at tax evading (grey imports, unrecorded production and sales). It is not easy to estimate the total losses of the state, but it is evident that they account for hundreds of billions of rubles.

Let us illustrate this situation with a few examples. According to data from the Association of European Business, losses from grey and parallel imports could be up to \$3 billion per year. Other experts have reported that the consolidated budget of the Russian Federation loses about 200 billion rubles annually due to the grey importing of clothing. Total losses to the Russian consolidated budget from illegal alcohol production are estimated as 150 billion rubles per year. Agency INFOLine has calculated the losses of retailers selling legal tobacco products as 45 billion rubles, and losses to the state budget from tax evasion at a level of 20 billion rubles.

Apart from direct losses, the proliferation of illegal markets creates negative incentives for economic actors by decreasing the attractiveness of the Russian economy for global and domestic investors, for R&D, and the localization of production by global companies. This leads to a reduction in highly paid jobs, a circumstance that is not compensated for by an increase of employment in illegal markets.

As for final consumers, they suffer when they purchase counterfeit or falsified goods, as they are faced with distorted quality and deteriorated services. Being seduced by lower prices, consumers buy commodities of suspicious origin. They are often deceived with regard to the properties of these commodities; this can be particularly devastating when the use of an illegal product is associated with serious health risks or, sometimes, risks to the consumers' lives.

Apart from direct losses, the illegal turnover of goods provides an indirect negative impact by weakening the legal sectors of the economy, reducing the numbers of highly paid and secure jobs, and decreasing the production of public goods.

### Combating illegal markets

The government of the Russian federation took serious measures to combat the development of the illegal turnover of goods between 2014 and 2016. Specific legislation was tightened, and definitions of "serious" and "very serious" crimes were changed to prompt protection agencies to be more alert with regard to illegal activities (the thresholds for alcohol and tobacco products were, for example, set lower than in all other markets). Criminal liability for the smuggling of goods, including their transportation and storage, was revived. Penalties for the production, purchase, storage, transportation, and sales of goods without adequate marking were also stiffened, and liability was tightened for the illegal use of goods with protected trademarks. An experiment with the marking of fur products was launched.

Some positive results have been achieved in fighting illegal activities. The state's control and protection agencies have become more effective in their enforcement practices, bringing about the following outcomes between 2004 and 2015:

- The number of legal administrative cases initiated regarding the illegal use of trademarks against infringing companies by the Customs Service increased more than seven-fold.
- The number of arbitration trials regarding the illegal use of trademarks increased more than ten-fold.
- The number of market dealers punished by the courts of general jurisdiction and according to the Administrative Code increased almost seven-fold.
- The number of market dealers convicted for the illegal use of trademarks according to the Criminal Code increased 14-fold.

The most significant growth of sanctions was observed prior to 2010. Then, the number of cases stabilized, but at a historically high level.

Leading companies have become more active in the protection of their trademarks in recent years. The number of applications made to the Russian Federal Service for Intellectual Property, Patents and Trademarks (Rospatent) increased 1.5-fold between 2004 and 2016, and the number of trademarks registered in Russia in the Customs Register of Intellectual Property Objects increased more than ten-fold during this same period. The categories of goods surveyed in this study account for 73 percent of all trademarks registered in the Customs Register. Food products (15 percent), textiles and apparel (14 percent), and alcoholic beverages (13 percent) are the most actively protected categories. The number of companies that registered their trademarks also increased between 2011 and 2015, though the average number of registered trademarks per company decreased.

Despite these positive changes in legislation and enforcement practices, the adopted measures also are insufficient constraints for the illegal turnover of goods. Additional policy measures are required.

### Main economic policy principles

Specific measures aimed at combating illegal economic activities in the consumer markets have been formulated in the different sections of this study. In this section, we focus on the general principles that should constitute these policies in the field.

First, *it is important to improve economic and institutional conditions for the legal market sellers consistently, or at least to prevent these conditions from deteriorating*. Excessive regulations and restrictions should be avoided, given that only legal sellers comply with these regulations; illegal sellers often do not comply, therefore obtaining additional competitive advantages. The state's regulatory policies should be more transparent and not allow for abrupt, unexpected changes capable of provoking explosive price increases and distortions in value chains. For example, fiscal measures dealing with the increase of excise and other tax payments should be introduced gradually after the assessment of their expected impact on legal markets. Overall, it is reasonable to avoid additional regulations and tax burdens during the years of economic shocks<sup>12</sup>. Economic

<sup>12</sup> Radaev V. et al. Impact of Changes in Taxation Rates on Behavior of Companies in the Russian Consumer Markets: Economic and Sociological Analysis. Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 15. Moscow: HSE Publishing House, 2014 (in Russian).

policies should also avoid measures that stimulate illegal economic activity as a by-product, as might happen, for example, in case of the proposed legalization on parallel imports<sup>13</sup>.

Second, **regulations should be more targeted on illegal market sellers.** The point is that, very often, additional restrictions are imposed on the whole market. As a result, the state's controlling agencies largely focus on the activities of legal market sellers who operate in their sight, thereby increasing the transaction costs of legal businesses while illegal market sellers easily escape these inspections.

The main policy objective should be to raise sanctions, including administrative, civic, and criminal liabilities, specifically aimed at illegal market dealers. **The most critical issue is to increase the effective enforcement of the existing legal norms by the state protection agencies.** If regulations are not properly enforced, it may lead to the opposite results, namely, to the proliferation of the illegal economic activities that have a parasitic effect on the growing transaction and transformation costs of legal businesses.

We should emphasize that the problem of the illegal turnover of goods can hardly be resolved as a domestic issue of the Russian Federation at present. The policies of all member states of the Eurasian Economic Union should be much more coordinated and harmonized, particularly in the fields of excise taxes and the protection of intellectual property rights.

Given that the expansion of illegal activities has been observed in the growing online marketplace, this trading channel deserves much more attention from the state regulators.

Technological systems aimed at recording sales and tracing the origins of goods is attracting a particular level of attention at present. They are being implemented in different forms, including the Unified State Automatic Information System (*ЕТАИИС*) in the alcohol industry, and RFID marking for fur products. However, significant costs to the state and businesses should be taken into account. Decisions regarding these recording and tracing systems should be made after careful expert evaluation and detailed discussion with the leading market sellers.

The attitudes of the leading market sellers and their trade associations play a significant role in the struggle against illegal markets. They should not wait until the illegal turnover of goods grows to a critical point. Indeed, many leading com-

panies have made serious efforts to combat illegal market activities. They coordinate their actions with the state protection agencies and initiate legal cases against those market players who are infringing on the law.

We have to conclude that struggling against illegal markets is a complex and embedded phenomenon that cannot be confined to separate regulatory measures and periodic campaigns. It would also be naïve to expect a fast positive outcome of this struggle. **Multiple complementary measures should be used in a course of long-term, systemic work aimed at improving economic conditions for the legal market sellers and more target-oriented measures should be implemented against the varying practices related to the illegal turnover of goods in major consumer markets.**

<sup>13</sup> Radaev V. et al. Legalization of Parallel Import and its Impact on Consumer Markets in Russia // Analytics of Laboratory for Studies in Economic Sociology. Vol. 9. Moscow: HSE Publishing House, 2011 (in Russian).

*Научное издание*  
*Серия «Аналитика ЛЭСИ»*  
*Выпуск 17*

Радаев Вадим Валерьевич  
Бердышева Елена Сергеевна  
Конрой Наталья Викторовна  
Котельникова Зоя Владиславовна

**Основные формы незаконного оборота продукции  
на потребительских рынках России и меры противодействия**

Зав. редакцией *Е.А. Бережнова*  
Редактор *Н.В. Андрианова*  
Художник *А.М. Павлов*  
Компьютерная верстка и графика: *Л.В. Маликина*  
Корректор *Е.Е. Андреева*

Подписано в печать 18.07.2017. Формат 60×88 1/16  
Гарнитура Newton. Усл. печ. л. 25,3. Уч.-изд. л. 19,2  
Тираж 300 экз. Изд. № 2125. Заказ №

Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»  
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20,  
тел.: +7 (495) 772-95-90 доб. 15285