

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

ИЗМЕНЕНИЕ МАСШТАБОВ И ФОРМ БОРЬБЫ С КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Проект реализован по заказу Содружества производителей фирменных торговых марок (Русбренд).

Сроки реализации: ноябрь 2007 – февраль 2008 гг.

Исполнители проекта: В.В. Радаев (руководитель проекта), С.Ю. Барсукова, З.В. Котельникова, Е.А. Артюхова и Е.И. Маслова (организационно-техническая поддержка).

Постановка проблемы

Ассоциацией «Русбренд» уже проводились исследования ситуации в сфере контрафактной продукции в 1999 и 2002 гг. Были обнаружены некоторые позитивные тенденции, выявлены сохраняющиеся проблемы. За прошедшие пять лет с момента нашего последнего исследования произошли важные изменения. Наблюдается активизация таможенных и правоохранительных органов в сфере защиты прав интеллектуальной собственности. Произведено ужесточение законодательства по отношению к нарушителям. С 1 января 2008 г. введены новые элементы законодательного регулирования (ч. 4 ГК РФ). Однако множество проблем сохраняется, в том числе во взаимодействии между органами государственной власти и их взаимоотношениями с производителями фирменных торговых марок. Не вполне ясны новые тенденции и степень эффективности борьбы с контрафактом. Все это определило необходимость повторного исследования.

Специфика проекта по сравнению с исследованием 2002 г.

Основная задача проекта 2002 г., также проведенного исследовательским коллективом ГУ–ВШЭ, заключалась в привлечении внимания органов государственной власти к проблеме контрафакта и публичном обозначении позиции ведущих производителей фирменных торговых марок, входящих в Содружество «Русбренд». Исследование концентрировалось на количественной оценке потерь от контрафактной продукции и параллельного ввоза, которые несут компании-правообладатели и государственный бюджет.

За последние пять лет произошли серьезные изменения. Проблема была осознана на государственном уровне (в том числе, в связи с планируемым вступлением России в ВТО), успешно велась борьба с указанными негативными явлениями как со стороны государственных контролирующих органов, так и со стороны ведущих производителей фирменных торговых марок. И результаты данного исследования, помимо органов государственной власти, в большей степени, чем раньше, обращены к компаниям-правообладателям, включая региональные представительства и руководство головных

офисов. Оно призвано дать взвешенную оценку ситуации и проследить основные тенденции, которые проявились в течение первого десятилетия 2000-х годов.

Основные задачи исследования

- Оценка основных тенденций контрафакта в сфере подделок и параллельного импорта на российских потребительских рынках в 2003–2007 гг.
- Предоставление материалов для выработки согласованной и скоординированной позиции между производителями фирменных торговых марок в отношении борьбы с контрафактом на потребительских рынках.
- Выработка предложений по повышению эффективности взаимодействия с представителями органов законодательной и исполнительной государственной власти в части защиты прав интеллектуальной собственности.

Методы сбора данных и источники информации

Основным методом сбора данных, как и в исследовании 2002 г., стала серия углубленных экспертных интервью. Но круг экспертов по сравнению с предыдущим исследованием был принципиально расширен. Вновь опрашивались представители компаний-членов Содружества «Русбренд», занимающиеся вопросами защиты прав интеллектуальной собственности. Они составили примерно половину опрошенных. Вторую же половину составили эксперты органов государственных власти и частных фирм, занимающихся проблемами контрафакта в области противодействия подделкам и параллельному импорту. Расширение круга опрашиваемых экспертов имело своей целью достижение более полного и разностороннего представления сложившейся ситуации, с учетом разных точек зрения и интересов.

Дополнительным источником данных послужили материалы российской официальной и бизнес-статистики, законодательных и нормативных актов, аналитических материалов СМИ.

Всего в ходе исследования записано 20 интервью. Опрошены представители компаний, которые занимаются следующими товарными категориями:

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

Таким образом, представлены почти все товарные категории, которые наиболее подвержены явлениям контрафакта, имитации и параллельного импорта, из числа тех, которыми занимаются компании, входящие в Содружество «Русбренд». Каждая товарная категория в исследовании, как правило, была представлена представителями двух разных компаний.

В число других категорий опрошенных экспертов вошли:

- представители органов государственной власти и правоохранительных органов Российской Федерации;

- представители ведущих юридических фирм, обеспечивающие юридическое сопровождение дел по защите интеллектуальной собственности;
- представители консалтинговых агентств, занимающихся мониторингом потребительских рынков и обеспечением экономической безопасности деятельности компаний;
- представители деловых ассоциаций, занимающихся защитой интеллектуальных прав собственности.

Форма представления результатов

Аналитический отчет был представлен на заседании комитета по интеллектуальной собственности Содружества «Русбренд» и готовится к публикации течение лета 2008 г.