

Консультативный комитет по защите прав (ККЗП)

Десятая сессия
Женева, 23 – 25 ноября 2015 г.

ИССЛЕДОВАНИЕ НА ТЕМУ «ПИРАТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: "ТЕНЕВОЙ" РЫНОК МЕКСИКИ»

подготовлено Киёши Цуру, председателем Комитета по интеллектуальной собственности Американской торговой палаты (AmCham), Мексика

АННОТАЦИЯ

Данное исследование проведено по заказу Американской торговой палаты Мексики (АМСНАМ) независимой некоммерческой аналитической организацией «Центр исследований в области развития, АС» (CIDAC). Оно призвано продемонстрировать масштабы потребления пиратских продуктов в Мексике, подробно проанализировать характер расходов и специфические особенности потребителей, а также рассмотреть новые методы борьбы с пиратством.

Для этого были проведены беседы с 1,5 тысячами граждан в возрасте от 15 лет и старше, сообщивших о приобретении пиратских товаров в предыдущем году. В рамках сегментного анализа все респонденты были распределены на три группы в зависимости от количества приобретаемых контрафактных продуктов и частоты покупки. Поскольку в опросе обеспечена представленность городских и пригородных районов в пяти регионах страны, то можно сделать выводы, которые будут актуальны для Мексики в целом, и на их основе вынести рекомендации для понимания проблемы пиратства.

* Автор настоящего доклада благодарит Патрисио Гонсалеса за сотрудничество в его подготовке. Настоящий доклад основан на исследовании, подготовленном CIDAC (Центр исследований в области развития, АС), независимой некоммерческой аналитической организацией, занимающейся исследованиями и стремящейся предлагать идеи для развития Мексики. Мнения, выраженные в настоящем документе, являются мнениями автора и отнюдь не обязательно отражают мнения Всемирной организации интеллектуальной собственности или ее государств-членов.

I. ВВЕДЕНИЕ

1. Настоящее исследование было заказано Американской торговой палатой Мексики через ее Комитет по интеллектуальной собственности и проведено независимой некоммерческой аналитической организацией «Центр исследований в области развития, АС» (CIDAC), которая занимается исследованиями и выносит заслуживающие внимания предложения в отношении среднесрочного и долгосрочного развития Мексики¹. Цель исследования заключается в том, чтобы показать масштабы потребления незаконной продукции в Мексике; подробно проанализировать характер расходов и специфические особенности потребителей; и рассмотреть новые методы борьбы с пиратством в стране. В отличие от других докладов по вопросам борьбы с пиратством, которые сосредоточены на конкретных городах или регионах, настоящее исследование рассматривает это явление по всей стране.

2. Существует много определений терминов «пиратство» и «контрафакция». Хотя в Мексике нет какого-то закрепленного в законе определения пиратства, для целей настоящего исследования термин «пиратство» используется для обозначения всех правонарушений в области авторского права и прав промышленной собственности, которые упоминаются в Федеральном уголовном кодексе и в Законе о промышленной собственности. Для измерения масштабов пиратства в исследовании приняты во внимание все те товары и/или услуги, которые не зафиксированы в официальных бюллетенях и в статистических данных о состоянии экономики.

II. МЕТОДОЛОГИЯ

3. Чтобы отличаться от других докладов с точки зрения подходов и результатов, в настоящем исследовании принята методология, обеспечивающая представленность городских и пригородных районов в пяти регионах, что позволит сделать выводы для всей страны.

4. Были проведены беседы с 1,5 тысячами граждан мужского и женского пола в возрасте от 15 лет и старше, сообщивших о приобретении поддельных или пиратских товаров в предыдущем году.

5. Используя результаты обследования, был проведен сегментный анализ, в рамках которого все респонденты были распределены на три естественные группы в зависимости от количества приобретенных незаконных продуктов и частоты их потребления. Это позволило установить, что, в зависимости от групп и обстоятельств, имеются различные причины для потребления, и измерить потенциальное воздействие этих посылов на пиратство.

6. Для измерения масштабов потребления пиратской продукции в Мексике была разработана методология для оценки минимальных расходов внутреннего пиратского рынка в Мексике.

7. Для оценки вероятности различных каналов сбыта использовался подход, разработанный Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в

¹ Исследование было представлено 30 июня 2015 г., и с ним можно ознакомиться по адресу: : <http://www.amcham.org.mx/External/WCPages/WCWebContent/WebContentPage.aspx?ContentID=18284> and http://cidac.org/esp/uploads/1/PIRATERIA_Entendiendo_el_mercado_sombra_en_Mexico_1_.pdf.

рамках ее общего связанного с торговлей индекса контрафакции. CIDAC смог оценить вероятность приобретения пиратской продукции по конкретным каналам сбыта на основе ответов, представленных респондентами в рамках Национального обследования потребительского пиратства (ENCP), проведенного им в 2014 г. С учетом этих показателей вероятности и данных Национального обследования доходов и расходов (ENIGH), которое разделяет потребление изучаемых продуктов на сегменты в зависимости от места их приобретения, была составлена оценка потенциальных расходов в отношении пиратской продукции. Ввиду отсутствия какого-то ранее существовавшего инструмента показатели вероятности по итогам обследования ENCP 2014 г. были в равной мере использованы для составления оценки пиратства на основе обследований ENIGH 2010 и 2012 гг. Поскольку результаты обследования ENIGH 2014 г. еще не были получены к моменту подготовки настоящего доклада, масштабы пиратства в 2014 г. были оценены с использованием цифр 2012 г., обновленных с учетом средних темпов роста потребления по каждой категории на основе последних трех обследований.

III. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

A. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

8. В 2014 г. пиратский «теневой» рынок обошелся стране больше чем в 43 млрд мексиканских песо (приблизительно 2,61 млрд долл. США), исключая стоимость конфискованных товаров, потерю рабочих мест, потерю доходов и воздействие на состояние здоровья и безопасность потребителей.

9. Чтобы сопоставить воздействие этого объема, мы можем сказать, что он:

- на 28% превышает весь бюджет Национального совета по науке и технике (CONACYT) на 2015 г.;
- в 34 раза превышает бюджет Мексиканского института промышленной собственности (IMPI) на 2015 г.; или
- представляет собой потерю доходов в объеме чуть больше 6 млрд мексиканских песо (приблизительно 363,9 млн долл. США) в виде налога на добавленную стоимость (НДС).

B. ВОСПРИЯТИЕ

10. Несмотря на осведомленность о том, что пиратство является незаконным и влечет за собой отрицательные последствия для страны, налицо широкое социальное принятие пиратства, которое, согласно коллективному воображению, резюмируется следующим образом: «оно незаконно, но не серьезно».

11. Большинство потребителей не связывают потребление пиратской продукции с какими-либо возможными неблагоприятными последствиями для их собственного благосостояния или правовыми последствиями со стороны властей. Это обусловлено высоким уровнем безнаказанности и снисходительными нормами права.

12. От 40% до 63% респондентов считают, что большинство людей в Мексике причастны к незаконным или неэтичным действиям, таким как разбрасывание мусора на

улицах, дача взяток, проезд на красный свет светофора, оставление автомашин в незаконных местах и вождение автомашин в нетрезвом состоянии.

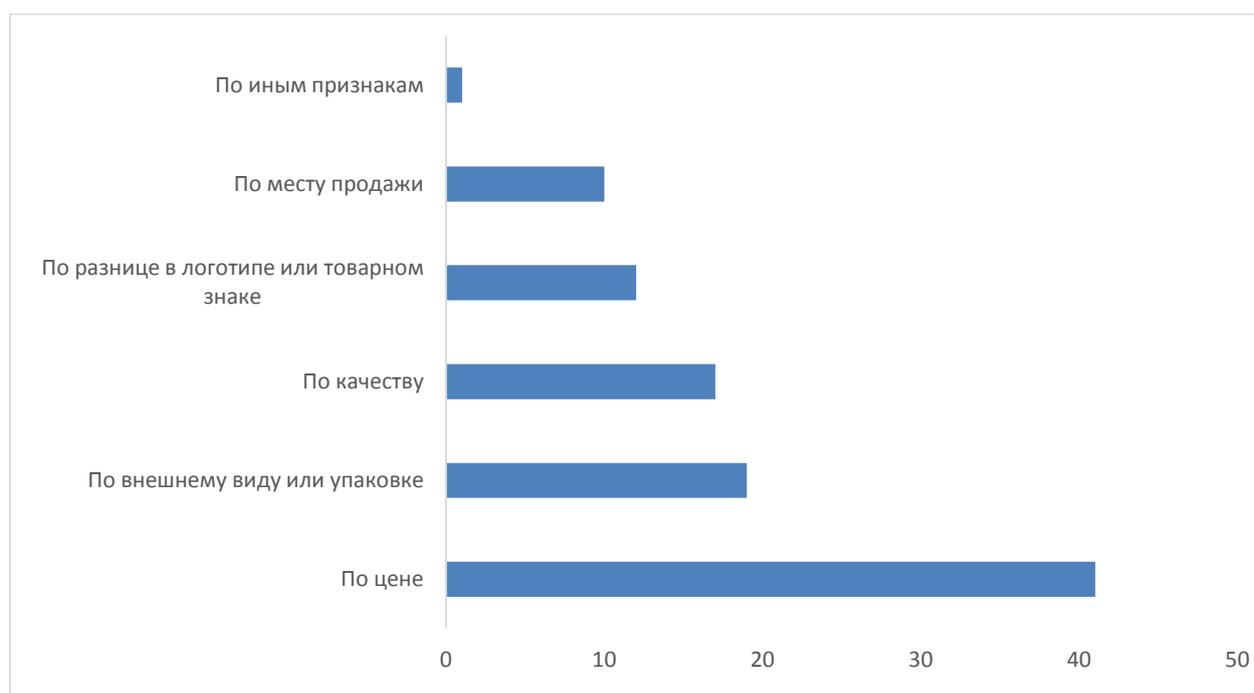
С. ПОТРЕБЛЕНИЕ

13. Четырьмя наиболее часто используемыми категориями продуктов были следующие:

- музыка, фильмы, одежда и обувь;
- косметика, электротовары, чистящие вещества и медицинские изделия;
- компьютерные программы, игрушки, видеоигры, электронные изделия и средства личной гигиены; и
- сигары и алкогольные напитки.

14. Изложенные выше выводы получены из ответов респондентов, среди которых мы выделяем следующие вопросы:

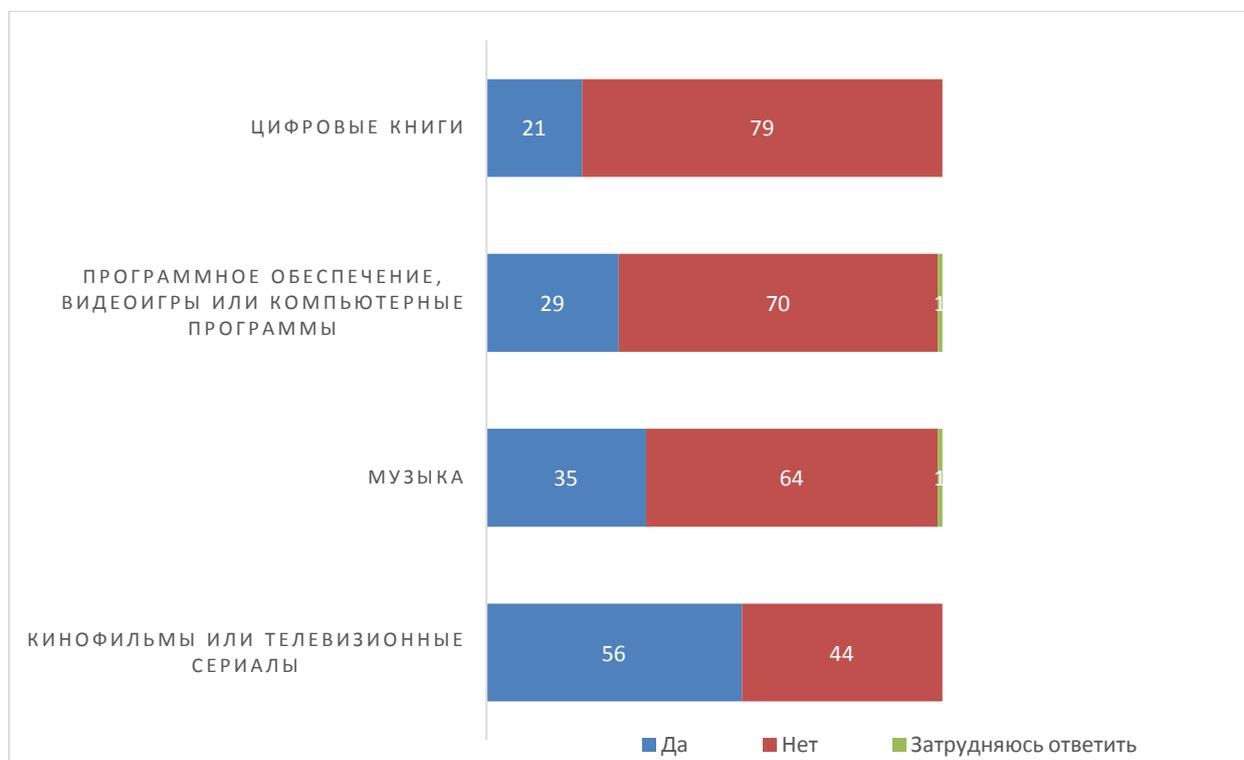
Как вы определяете пиратское изделие?



Где вы обычно покупаете эти предметы?

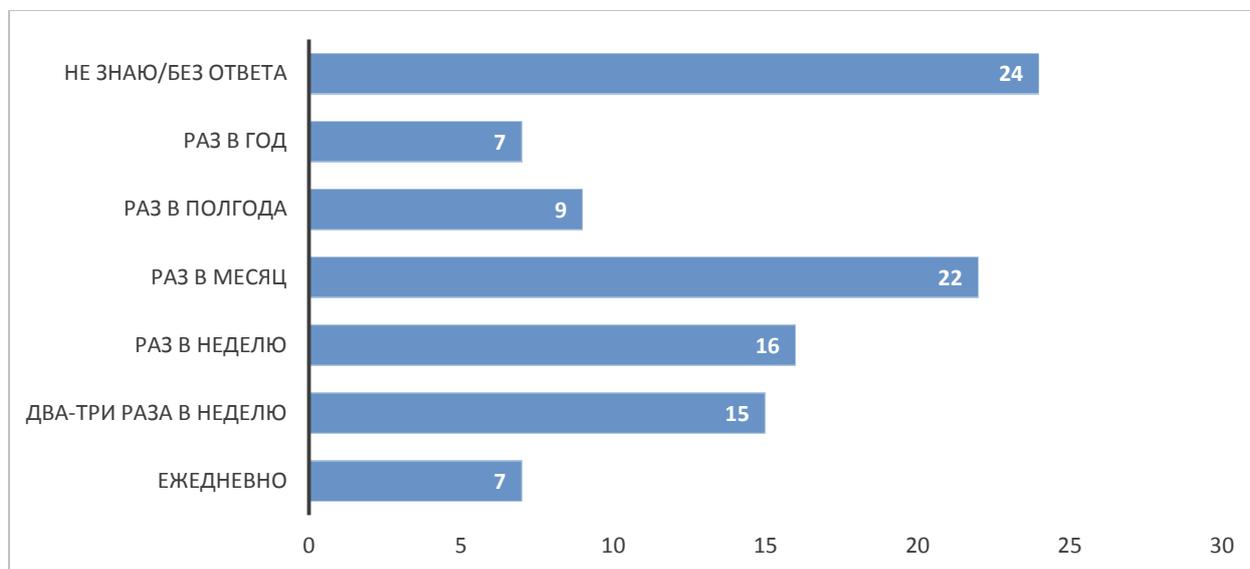


В прошлом году обращались ли вы к пиратским продуктам в Интернете (...) или скачивали ли вы их из Интернета?



* Этот вопрос касался только пользователей Интернета.

Как часто вы скачиваете такой контент или обращаетесь к нему?



* Этот вопрос касался только пользователей Интернета.

15. Были установлены три типа потребителей:

- потребители с низким уровнем потребления: их мотивы были в большей степени связаны с вопросами социального положения и с медико-санитарными потребностями;
- потребители с умеренным уровнем потребления: они не считают пиратство чем-то серьезным, и пиратская продукция является доступной для них; и
- потребители с высоким уровнем потребления: они реагируют на вопросы социального положения или идеологии, возникающие вследствие все более широкого использования Интернета и пробела между культурной и финансовой ценностью, которую они придают цифровому контенту.

16. Модели потребления пиратской продукции не являются однородными. Различные профили потребителей связаны с различными процессами принятия решений. Факторы воздействия включают возраст, покупательную способность, образование и восприятие окружающей обстановки.

17. Цена не является основной переменной величиной; она важна только для определенной группы потребителей в определенных контекстах.

18. Пиратские изделия в основном приобретаются на толкучках или на открытых рынках. Хотя пиратские изделия могут продаваться через все каналы сбыта, они с меньшей долей вероятности могут попасть в крайне централизованные производственно-сбытовые цепочки и каналы сбыта, такие как универмаги, вследствие их более жестких требований к контролю качества.

19. Интернет и рост социальных сетей играют крайне важную роль в потреблении цифровой пиратской продукции в Мексике. 53% пользователей Интернета признали, что

они скачивают пиратскую музыку, пиратские фильмы и/или телевизионные сериалы незаконно или значительно чаще; в 50% случаев они делают это из дома.

D. КАКИЕ ПОСЫЛЫ МОГУТ ПОМОЧЬ В БОРЬБЕ С ПИРАТСТВОМ?

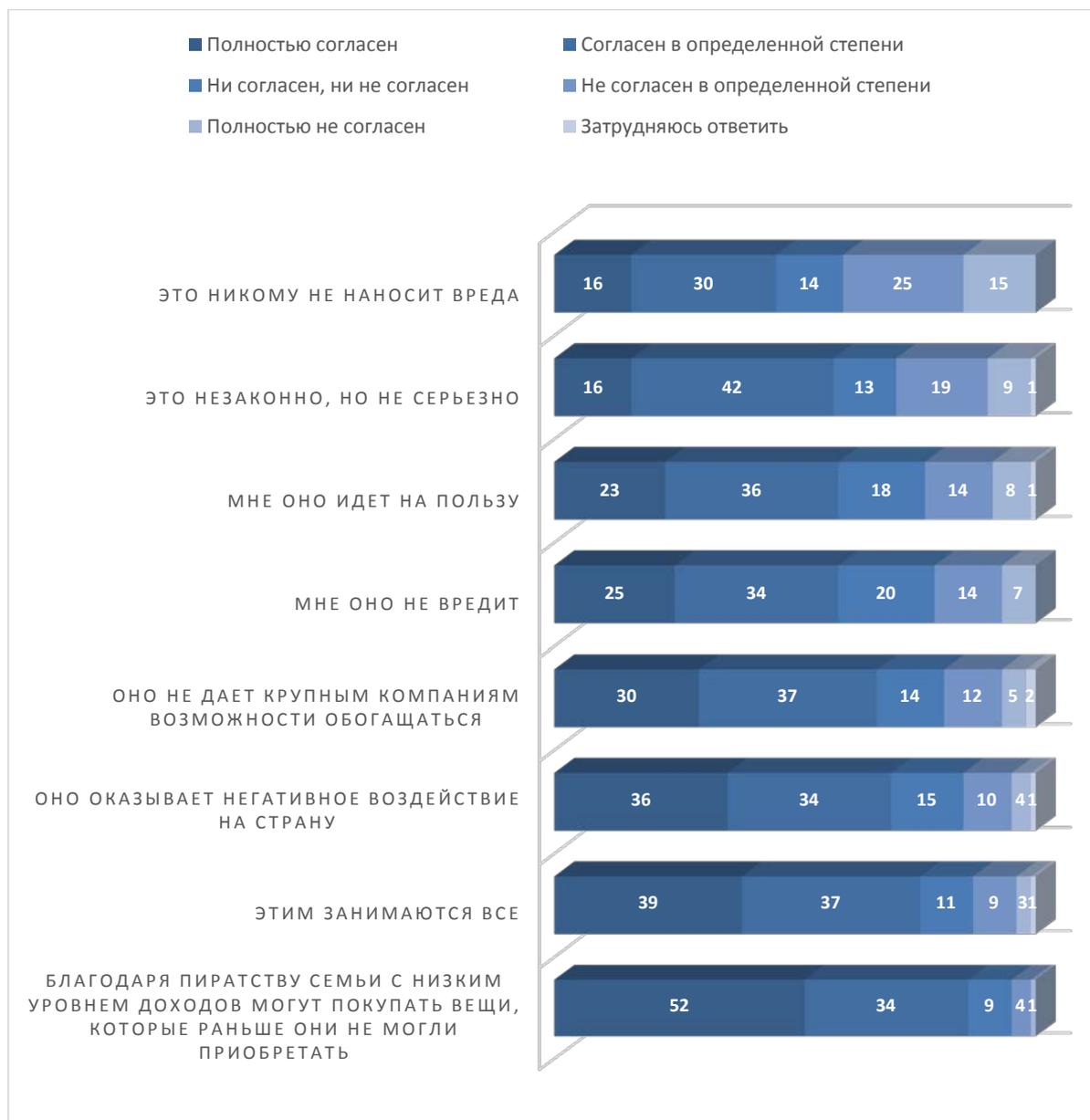
20. Потребители особенно восприимчивы к посылам, подчеркивающим негативные последствия потребления пиратских изделий и риски для их собственного благополучия, в частности для их жизни и здоровья.

21. Потребители также восприимчивы к посылам, демонстрирующим связь между продажей контрафактной или пиратской продукции и организованной преступностью.

22. В целом, люди не считают пиратские изделия желанными или имеющими хорошее качество. В ответ на открытые вопросы они даже связывают пиратство с воровством, коррупцией и мошенничеством. Аналогичным образом, 70% населения знают, что пиратство влечет за собой отрицательные последствия для страны, хотя 58% не считают эти последствия серьезными.

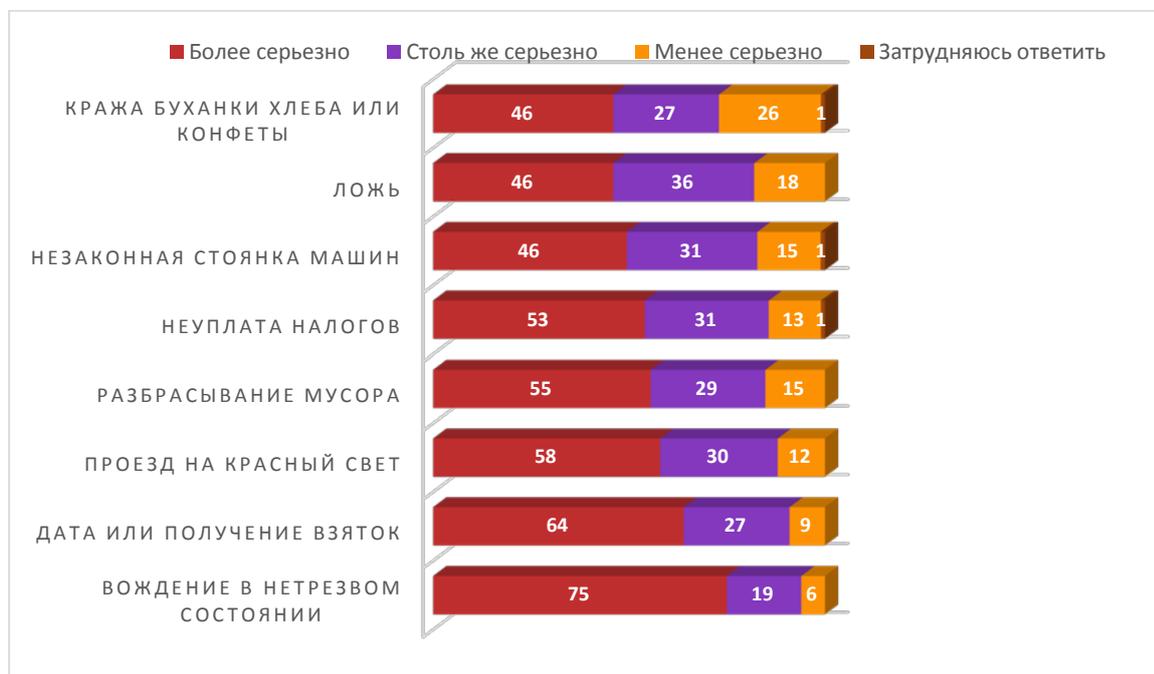
23. С другой стороны, когда охваченным обследованием участникам представили примеры незаконных или неэтических действий, они сочли, что все эти действия хуже пиратства, включая такие, как ложь или кража буханки хлеба или конфеты. Это наводит на мысль о том, что существует довольно широкое социальное принятие пиратства, хотя большинство людей знают, что оно незаконно. Фраза «оно незаконно, но не серьезно», пожалуй, лучше всего резюмирует отношение к пиратству в Мексике. Когда эта проблема была затронута в обследовании, был задан следующий вопрос:

Сейчас я прочитаю несколько предложений о пиратстве и потреблении. Для каждого предложения просьба указать ваше отношение: полностью согласны, в определенной степени согласны, полностью не согласны или в определенной степени не согласны



24. Кроме того, в ответ на вопрос о других людях, ведущих себя незаконно или неэтично, от 40% до 63% респондентов сказали, что большинство людей говорят неправду, бросают мусора на улицах, дают взятки, проезжают на красный свет, оставляют машины в незаконных местах и садятся за руль в нетрезвом состоянии. Это также показало, что метод формулирования вопросов в третьем лице стимулирует более откровенные ответы относительно поведения респондентов, поскольку он вызывает меньше сопротивления или логического обоснования.

А сейчас я хотел бы, чтобы вы мне сказали: по вашему мнению, являются ли действия, которые я оглашу, более серьезными или менее серьезными, чем потребление пиратской продукции:



25. Исследование также выявило две причины для незаконных поступков: они, как считается, не влекут никаких последствий или они не считаются серьезными. Также важно упомянуть эндогенный компонент в ответах на вопросы относительно причин потребления пиратской продукции.

26. Не совсем ясно, являются ли ответы респондентов относительно участия в незаконных действиях последовательными. Пожалуй, поскольку такие действия не влекут за собой большого или сурового наказания со стороны властей, они и не считаются серьезными, или же наоборот: возможно, по мнению респондентов, такие действия не являются серьезными, поскольку власти не привлекают к ответственности за них.

27. Доказательства, полученные на основе этого исследования, приводят к выводу о том, что люди, возможно, мотивируются любым из этих двух соображений, хотя каждое из них будет казаться привлекательным для разных людей в зависимости от их социально-демографических характеристик и их доступа к пиратской продукции. Примером первого мировоззрения будет домохозяйка на «блошином» рынке, которая решает купить одежду для своей семьи, кое-какие лекарства, кинофильмы и продукты питания, поскольку они легкодоступны и поскольку не соблюдаются действующие положения, что, по крайней мере на ее взгляд, не является чем-то серьезным. Примером второго мировоззрения является молодой студент, который решает скачать пиратскую музыку или компьютерную программу, поскольку он предпочитает не платить за нее.

28. По оценкам исследования, в 2014 г. пиратство обошлось стране более чем в 43 млрд мексиканских песо (приблизительно 2,61 млрд долл. США), что составляет примерно 34% бюджетных сокращений, объявленных Секретариатом по вопросам финансов и государственного кредита на 2015 г. Иными словами, на каждые три песо из объявленных сокращений приходится один песо, расходуемый на пиратскую продукцию.

Эта цифра шокирующее откровенно демонстрирует связанные с этим альтернативные издержки: если бы собрать доходы, утраченные вследствие пиратства, то не было бы необходимости сокращать это одно песо. Кроме того, эта сумма превышает ежегодный бюджет Национального независимого университета Мексики и в два раза превышает бюджет Национального института по проведению выборов в год выборов. Эти расчеты не учитывают потерю рабочих мест, потерю доходов и воздействие на здоровье и безопасность потребителей. Лучшее понимание мотивов, движущих теми, кто причастен к этому, как потребителей этих изделий, так и торговцев ими, облегчит выработку более успешных и эффективных решений проблемы пиратства. Выводы настоящего исследования указывают именно в этом направлении.

29. Один из этих выводов заключается в том, что модели потребления пиратских товаров не являются однородными. Как было указано выше при разбивке на три группы, существуют различные профили потребителей с точки зрения обдумывания и принятия решения о приобретении пиратской продукции. Можно провести еще одно важное различие между традиционным пиратством, которое заключается в потреблении материальных изделий (одежды, обуви, компакт-дисков, цифровых видеодисков, игрушек и т.д.), и цифровым пиратством (программное обеспечение, музыка, видеоигры и онлайн-кинофильмы).

30. Согласно результатам обследования, физическое потребление сосредоточено в группах с низким и умеренным уровнем потребления. Причины, выдвигаемые теми, кто относится к группе с низким уровнем потребления, в большей степени связаны с медико-санитарными потребностями, в то время как потребители, относящиеся к группе с умеренным уровнем потребления, чаще ссылаются на доступность и не рассматривают пиратство как что-то серьезное. В этой связи важно подчеркнуть, что потребление пиратской продукции стимулируется обстановкой в стране. Эти две группы в высшей мере восприимчивы к посылам, касающимся последствий пиратства для их собственного потребления и увязывающим негативные последствия пиратства с их собственным благополучием. Во второй группе для изменения моделей потребления также потребуются медийные стратегии и конкретные действия, такие как повышение барьеров, препятствующих доступу к этим товарам.

31. Потребители пиратской цифровой продукции сосредоточены в третьей группе, в которой уровень потребления является высоким. Можно сказать, что здесь идет речь о «закоренелых потребителях», для которых первым выбором всегда являются контрафактные или пиратские изделия. К тому же, эти потребители не восприимчивы к возможным посылам относительно последствий пиратства, и от них не ожидают изменения их моделей потребления в результате кампании в средствах массовой информации. Они являются частью того сегмента населения, который реагирует на расширение Интернета и развитие социальных сетей, и при этом люди чувствуют, что они имеют право на всю информацию и весь контент, которые они хотят получать бесплатно, и что контент не нужно покупать.

Сравнительная таблица ответов, данных тремя группами, потребляющими пиратскую продукцию

Тема	Низкий уровень потребления (47% населения)	Умеренный уровень потребления (23% населения)	Высокий уровень потребления (30% населения)
Социально-демографический профиль	<ul style="list-style-type: none"> Никакого доминирующего пола В возрасте 45 лет или старше Низкий уровень образования Большей частью семейные, овдовевшие или разведенные Занятия, такие как учеба, или пенсия 	<ul style="list-style-type: none"> Большей частью женщины. Большей частью в возрасте 35-45 лет Образование вплоть до окончания средней школы Никакого особого гражданского положения Большей частью работают по найму, но есть и компонент безработных 	<ul style="list-style-type: none"> Никакого доминирующего пола Большей частью молодежь Старшая школа, технические училища или выше. Либо холостяки, либо живут с партнером Большей частью домохозяйки
Использование Интернета	<ul style="list-style-type: none"> Нет Не потребляют пиратскую продукцию через Интернет 	<ul style="list-style-type: none"> Нет Не потребляют пиратскую продукцию через Интернет 	<ul style="list-style-type: none"> Да Скачивают большой объем пиратской продукции
Отношение к пиратству	<ul style="list-style-type: none"> Признают факт потребления и, если они узнают о каких-то его последствиях, прекратят. 	<ul style="list-style-type: none"> Считают, что потребление пиратской продукции является незаконным, но не серьезным, так что они будут продолжать. Есть более плохие вещи, чем потребление пиратской продукции. 	<ul style="list-style-type: none"> Более радикальная группа с точки зрения отношения: хотя они осознают некоторые последствия и незаконность пиратства, они намереваются и далее потреблять пиратскую продукцию, т.е. они считают это удобным.
Предлагаемое решение	<ul style="list-style-type: none"> Три ветви власти должны сотрудничать Повышать осведомленность среди продавцов пиратской продукции. 	<ul style="list-style-type: none"> Не рассматривают никаких мер для содействия в борьбе с пиратством 	<ul style="list-style-type: none"> Не рассматривают никаких мер для содействия в борьбе с пиратством

32. Даже если рекламные кампании по борьбе с пиратством до сих пор были весьма эффективными с точки зрения повышения осведомленности общественности в отношении этого явления и его возможных последствий, их воздействие достигло своего пика эффективности, и необходимо разработать новые идеи для потребителей, которые восприимчиво относятся к сообщениям относительно пиратства (группы с низким и умеренным уровнем потребления). Исходя из сделанных выводов, исследование рекомендует разработать посылы, подчеркивающие следующие аспекты.

33. *Негативные последствия самих пиратских товаров и связанные с ними риски для собственного благополучия потребителей.* Чем больше будет освещаться воздействие пиратства, тем более глубоко будут осознаваться его последствия. В частности, высказывается мысль о необходимости продемонстрировать риски для безопасности (в связи как с материальными, так и с цифровыми товарами) и здоровья, присущие определенными изделиям.

34. *Связь между продажей контрафактной или пиратской продукции и организованной преступностью.* Важно, чтобы в информационных послылах четко указывалось на то, что продажа пиратских товаров не заменяет другие виды преступной деятельности (такие как наркоторговля, торговля людьми и контрабандный провоз оружия), но что она является крупным источником финансовых средств для деятельности и роста организованной преступности и что одни и те же организованные преступные группировки занимаются и той деятельностью, которое общество осуждает, и пиратством, которое представляет собой довольно широко распространенную незаконную деятельность.

35. Также высказывается мысль об использовании образов, вызывающих у людей чувства сопереживания и понимания, таких как домохозяйки, студенты, престарелые, новаторы и т.д. Поскольку искомый посыл будет обладать значительным регулирующим, а также практическим и эмпирическим элементом, будет обеспечено большее доверие к нему и более легкое его принятие, если он будет исходить из источника, с которым целевая аудитория может установить связь.

36. Как уже обсуждалось выше, группа с низким уровнем потребления потребляет значительные количества пиратских лекарственных средств и других изделий, предназначенных для потребления человеком. Поэтому настоятельно необходимо, чтобы власти принимали энергичные меры в отношении толкучек, открытых рынков и других в высшей степени децентрализованных каналов сбыта, через которые контрафактные изделия являются легкодоступными, тем самым затрудняя приобретение товаров, которые могут быть вредными для здоровья.

37. Те, кто характеризуется высоким уровнем потребления (третья группа), весьма отличаются от предыдущей категории, поскольку эта группа состоит из более искушенных потребителей, для которых первый выбор падает на пиратские товары и которые отдают предпочтение потреблению цифровой продукции. Речь идет о потребителях, которые не связывают пиратство с угрозой правовых действий со стороны властей или с последствиями для их собственного благополучия (вследствие потери информации, нарушений тайны личной жизни или норм безопасности, ущерба компьютерам и/или вирусам либо вредоносных программных средств). Эти потребители объясняют свои модели потребления идеологическими причинами или причинами, связанными с социальным положением. Как результат, предназначенные для них кампании по повышению уровня осведомленности могут быть менее эффективными. С одной стороны, можно предположить, что отношение этих потребителей объясняется сохраняющимся ложным представлением о том, что цифровой контент должен распространяться свободно, даже когда они нарушают права ИС и могут пагубно сказываться на авторах, которыми эти потребители восхищаются, наряду с неприкосновенностью, тайной частной жизни и безопасностью самих потребителей.

38. Отношение этих потребителей к пиратству является очень сложным, так что необходимо провести значительные исследования, сконцентрированные именно на них. Помимо этого, важно, чтобы власти и исследовательские центры более четко объясняли различия между цифровым пиратством, доступом к информации, инновациями и свободной торговлей цифровым контентом, дабы в обществе не возникало путаницы и неправильного отношения к этим вопросам. Аналогичным образом, необходимо подумать об альтернативных платформах, создающих возможности для бесплатного пользования цифровым контентом без нарушения прав ИС и без создания помех для получения добавленной стоимости и для инноваций.

39. Наконец, необходимо положить конец чрезмерному упрощению, как это делалось раньше, явления пиратства. Аргумент, например, о том, что пиратские товары потребляются потому, что они обходятся дешевле, является чрезмерным упрощением этого явления, которое неправильно показывает его сложность. Цена является важной переменной величиной лишь для некоторых пользователей в определенных условиях. Полное понимание таких вопросов, как доступность и наличие пиратских изделий в точках розничной торговли, профиль потребителя и тип потребления, имеет кардинальное значение для выработки любого решения или предложения.

40. Расходы, связанные с приобретением пиратской продукции, должны быть значительно повышены контролирующими властями посредством строгого обеспечения законности и ликвидации нормативных лазеек, создающих возможности для легкого национального и трансграничного сбыта этих изделий. Помимо этого, следует распространить идею о том, что нарушения норм ИС не являются малоопасными или менее серьезными преступлениями, поскольку они воздействуют на процесс создания ценности для коммерческих предприятий, потребителей, казначейства и, в конечном итоге, мексиканского общества в целом.

[Конец документа]