

# **Изучение условий возникновения и стадий развития контрафактной продукции по программным продуктам (ПП) и программному обеспечению (ПО)**

## **Введение.**

Согласно Доктрине информационной безопасности РФ, обучение компьютерной грамотности и информатике должно сопровождаться правовым ликбезом в обучении защите информации в ЭВМ, защите от компьютерных вирусов и обеспечению информационной безопасности в локальных и глобальных сетях ЭВМ на базе лицензионного и свободного открытого программного обеспечения

Современное развитие компьютерных технологий ставит в качестве одного из аспектов поддержки легальных производителей организацию законодательно определенного контроля за использованием компьютерной техники и соответствующего программного обеспечения.

Программы для ЭВМ (в том числе операционные системы) относятся к объектам авторского права, которые могут быть выражены на любом языке и в любой форме, включая исходный текст и объектный код.

Актуальность проблемы организации противодействия производству и распространению контрафактных экземпляров компьютерного программного обеспечения и программной продукции - компьютерного контрафакта - заключается в том, что контрафактная продукция охватывает большой диапазон:

- от области плагиата, когда материальный ущерб в виде реального ущерба имуществу практически не выступает, в сумму ущерба всегда входит упущенная выгода (недополучение определенной суммы денег, которую мог бы получить правообладатель на законных основаниях)),

- до области информационной безопасности РФ (особенности программного кода компьютерного программного обеспечения (ПО) или программных продуктов (ПП) могут позволять организовывать несанкционированный доступ к сведениям и данным, располагаемым на жестком диске компьютера без уведомления пользователя, то есть внедрение всевозможных программных закладок может позволить подготовленным специалистам или специальным службам проникать в сети организаций, предприятий, фирм, компаний или отдельных лиц, использующих подобное ПО или ПП).

Настоящая работа посвящена изучению условий возникновения и стадий развития контрафактной продукции по ПП и ПО.

## **1. Время жизни программных продуктов**

Реальная экономическая жизнь различных программ для ЭВМ связана с их полезностью для решения различных задач. Контрафактная продукция также имеет определенный диапазон продолжительности существования.

**Таблица 1. Сроки полезного использования программ для ЭВМ**

№ п/п	Наименование	Срок, лет	Вероятность появления контрафактной продукции
1.	Постоянно обновляемые программы	1,25 – 2	Высокая
2.	Бухгалтерские программы	2 – 3	Высокая
3.	Игровые программы	3 – 5	Очень высокая
4.	Программы графического построения	3 – 5	Средняя
5.	Операционные системы	До 5	Высокая
6.	Программы для воздушных судов	До 5	Низкая
7.	Программы для навигации	5 - 8	Низкая
8.	Программы тестирования	До 10	Средняя
9.	ПО для проектирования	До 10	Средняя
10.	ПО для научных исследований	3 – 15	Высокая
11.	Программы по культурному наследию	10 – 25	Низкая
12.	ПО технологических процессов	10 – 20	Очень низкая
13.	ПО службы безопасности	5 – 15	Средняя
14.	ПО для космоса	До 20 лет	Нет
15.	ПО для баллистических ракет	До 30 лет	Нет
	<b>Отдельные программы</b>		
16.	Программы, по которым невозможно определить срок полезного использования	10	
17.	Отдельные компьютерные программы	Срок жизни компьютера (5 – 8)	
18.	ПО без существенной модернизации	3 – 5 (США)	
19.	ПО с регулярной модернизацией	Более 10 (США*)	

\*Для целей налогообложения в США применяются сроки 3,5 и 15 лет жизни программного обеспечения.

## **2. Виды контрафактной продукции ПИ и ПО**

Программное обеспечение принято по назначению подразделять на системное, прикладное и инструментальное, а по способу распространения и использования на несвободное/закрытое, открытое и свободное.

## **Коммерческие ПО и ПП**

Это компьютерные программы и продукты, распространяемые за плату. К ним относятся практически все крупные пакеты прикладных программ известных и общепризнанных производителей ПО и ПП. Коммерческие ПО и ПП распространяются только за плату, как правило, через сеть компьютерных поставщиков ПО и ПП. В связи с развитием торговли через сеть интернет эти ПО и ПП распространяются также через сетевые магазины - на сайтах производителей программ, в интернет-магазинах ПО и ПП, т.е. небольшие программы разрешается копировать непосредственно с интернет-сайта сетевого магазина после оплаты.

## **Условно-бесплатные ПО и ПП**

Эти ПО и ПП предоставляются пользователю бесплатно при соблюдении некоторых, заранее определенных условий. Такими условиями могут быть обозначены: ограниченный срок действия ПО или ПП, в течение которого обязательно необходимо произвести регистрацию программы (рис. 2), оплату полученного экз. Одним из свойств этих ПО или ПП является то, что по истечении срока действия они могут:

- а) прекращать работать полностью;
- б) терять некоторые свои функциональные возможности;
- в) начинать выдавать либо приглашение к регистрации и производству оплаты, либо рекламную заставку фирмы или компании-производителя или распространителя, затрудняющие нормальное функционирование ПП.

Некоторые подобные ПО и ПП предоставляют возможность бесплатного своего использования и функционирования в течение определенного срока и бесплатной регистрации при условии использования ее в образовательных или некоммерческих целях. Некоторые ПО и ПП не требуют регистрации вообще, но ее наличие предоставляет определенные преимущества зарегистрированному пользователю: предоставление обновленных версий, дополнительных функциональных возможностей, совершенствование технической поддержки и т.п.

## **Бесплатные ПО и ПП**

Это сравнительно небольшая группа ПО или ПП, разрабатываемых в индивидуальном порядке для выполнения и решения небольшого и узкоспециального класса задач. От рядового пользователя такого ПО или ПП требуется лишь уважение авторских прав разработчика ПО и ПП. К этой группе ПО и ПП относятся небольшие утилиты или бесплатные дополнения к известным официальным версиям коммерческих пакетов ПО и ПП.

Контрафактная продукция связана с:

- системным и прикладным ПО;
- несвободным/закрытым (коммерческим) ПО.

Что же собой представляет контрафактное программное обеспечение? Множество средств массовой информации постоянно сообщают о необходимости приобретения оригинальных компьютерных программ, так как использование последних обеспечит корректность работы, безопасность данных и наилучший результат деятельности. В действительности, большинством контрафактной продукции, распространяющейся всевозможными способами от реализации оптических дисков до открытия доступа в сети, выступают копии оригинальных программ. Для реализации возможности осуществления работы, группы программистов создают изменения в исходном коде, снимающие защитные функции и позволяющие исполнять полноценную деятельность при отсутствии ключей защиты, и без выполнения регистрационных требований. Важным фактором обозначается непосредственное понимание, что контрафактной программой будет являться даже подлинный продукт при нарушении правил лицензионного соглашения. Например, установка оригинального продукта на несколько персональных компьютеров, которая является грубым несоблюдением лицензионных требований, приводит к тому, что обе копии установленной программы будут признаны контрафактными.

Общепринято разделять контрафактную продукцию на три типа: подделку, серый импорт и имитаторы.

На основании изучения особенностей этих разновидностей контрафакта построена нижеприведенная таблица.

**Таблица 2. Особенности типов и групп контрафактной продукции**

Наименование	Подделка		Серый импорт		Имитаторы	
	Группы	Заимствование	Нарушение авторских прав	Оригинальная продукция, выдача за оригинальную продукцию	Производство с нарушение патентного права	Другой продукт, похожий по названию и оформлению
Примеры	Взлом защиты ПП, ПО	Тиражирование с измененными параметрами	Отсутствие русскоязычной упаковки, акцизной марки	Товар вне ассортиментного набора, без рекламной поддержки	Низкое качество и надежность работы	Низкое качество и надежность работы
Бренд основного производителя	Сохранен	Сохранен	Зарубежный, сходный	Иной	Изменен на схожий	Сохранен
Рынок	Рынок массовых товаров		Открытые рынки, промакци		Рынок массовых товаров	
Товар	Подделка бренда		С иным брендом		Имитация бренда или иного бренда	
Индикаторы контрафакта	Цена – разница в 40-50% Качество – идентичное, ниже Место реализации – дилерская сеть		Цена – разница в 40-50% Качество – высокое Место реализации – дилерская сеть Условия растаможивания – искажение товара		Цена – разница в 70-80% Качество – низкое Место реализации – дилерская сеть Условия растаможивания – искажение товара	
Производитель	Близко (минимизация затрат) Легальное и нелегальное производство, частные предприниматели		За рубежом Мелкие и крупные легальные фирмы, благотворительные фонды		Близко (минимизация затрат) Нелегальное производство, частные предприниматели	
Угроза производству	Низкая, Обнаружение контрафакта и приостановка технологических процессов		Средняя Обнаружение затруднено		Высокая Обнаружение при использовании	
Обнаружение производителя	Типовой процесс		Затруднено: распутать цепочки серого импорта, обильно сдобренные «прокладочными» фирмами, практически невозможно.		Типовой процесс	

Серый или параллельный импорт – это не санкционированные правообладателями поставки оригинальной (т.е. неподдельной) продукции в ту или иную страну. Серый импорт считается безусловным элементом контрафакта представителями правообладателей, поскольку путает их планы поставок и не дает извлечь намеченную прибыль, провоцируя ценовой демпинг. К тому же осложняются отношения с дистрибьюторами в регионах, которые оперируют малыми объемами и очень чувствительны к неконтролируемым поставкам на их местный рынок. У государственных органов по этому поводу однозначного мнения не существует.

Действия серых импортеров основаны на возможности завозить в страну товар по более низким ценам, чем это делают уполномоченные правообладателем агенты. Особенно привлекательны для серых импортеров закупки товара на открытых рынках; заканчивающимся сроком годности; в ходе промакций, предполагающих скидки с цены; в странах с относительно более низкими ценами.

### **3. Условия возникновения и вероятность появления контрафактной продукции**

Основным фактором для масштабных фальсификаций в отечественной экономике является наличие в ее структуре огромного теневого сектора, который по объемам производства вполне заслуживает названия параллельной экономики. При этом границы между легальной и теневой экономикой размыты, а зачастую их практически не существует. Один и тот же предприниматель часто оказывается как легальным бизнесменом, так и «теневином». Одна и та же продукция

нередко может реализовываться как легально, так и без соответствующего учета. Результатами деятельности теневой экономики пользуются многие слои общества

### **Темпы роста сегмента рынка**

Сектор разработки программного обеспечения сейчас является наиболее быстрорастущим сегментом рынка информационных технологий в России.

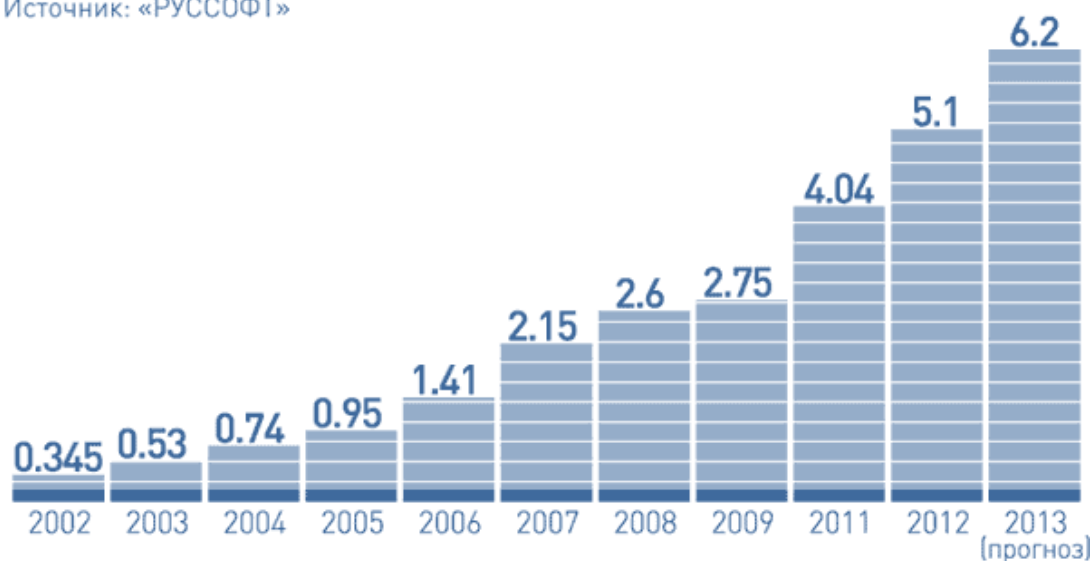
По данным ежегодного исследования некоммерческого партнерства "РУССОФТ", в прошлом году совокупная экспортная выручка российских разработчиков программного обеспечения увеличилась на 22,4% и составила 4,04 млрд долларов. Темпы роста составили 20-25%, и они будут сохраняться ближайшие два года. Эксперты считают, что вступление России в ВТО вряд ли скажется на работе российских софтверных компаний-экспортеров. Рынок ПО и услуг по его разработке в России изначально строился в условиях, соответствующих условиям ВТО и Соглашению по информационным технологиям - ИТА. Никаких ограничений на поставки ПО в Россию не существовало. Возможно, именно это привело к такому быстрому росту индустрии. Самыми перспективными для российских сервисных компаний по-прежнему являются рынки США и Западной Европы. Эксперты также отмечают, что на рынке ПО растет тенденция к легализации. Борьба с продажей и использованием нелегального ПО в России ведется достаточно активно, прежде всего силами объединений ИТ-бизнеса. По данным исследований ИС, за прошедшие 10 лет Россия заняла первое место в мире по темпам снижения уровня пиратства в ИТ. Но эта борьба уже не приводит к такому значительному прогрессу, как несколько лет назад. В розничной торговле удалось добиться хороших результатов, но незаконное распространение пиратского ПО переходит в Интернет, и это общемировая проблема. По данным "РУССОФТ", сейчас по уровню пиратства в ИТ Россия на фоне других стран не выделяется и находится примерно в середине мирового рейтинга, рядом со странами Восточной Европы.

Если говорить о мировых расходах на ИТ, то, по данным компании Gartner, они достигнут в 2012 г. 3,6 трлн долларов, что на 3% больше, чем в 2011 г. Расходы на корпоративное ПО увеличатся на 4,3%, до 281 млрд долларов. По оценкам аналитиков, объем мирового рынка программ, предоставляемых в виде сервисов (SaaS), достигнет в 2012 г. 14,5 млрд долларов, что на 17,9% больше прошлогоднего показателя.

Сейчас одним из наиболее востребованных сегментов разработки ПО являются системы Business Intelligence. Они предназначены для анализа и интерпретации "больших массивов данных". Кроме этого, по мнению аналитиков, ожидается увеличение числа бизнес-приложений, работающих с неструктурированной информацией и использующих семантические методы для нахождения релевантных данных. По наблюдениям директора компании First Line Software Александра Позднякова, среди корпоративных клиентов возрастает интерес к системам Cloud (удаленное размещение данных и приложений) и Mobility и Enterprise mobility (мобильные приложения для массовых или корпоративных пользователей) /1/.

## ЭКСПОРТ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИИ, МЛРД ДОЛЛ.

Источник: «РУССОФТ»



В целом, российский рынок становится все более привлекательным для мировых производителей, продажи которых в России ежегодно увеличиваются на 20—30% и более.

**Вывод:** Динамика роста рынка ПО способствует привлечению производителей контрафактного ПО в данный сегмент. Величина имитаторов может прогнозироваться на низком уровне (удержаться на быстрорастущем рынке с имитаторами сложно), их объем не превысит 5% контрафактной продукции. Вероятность его снижения до 1% - велика.

### Тип рынка ПО

Таблица 3. Тип рынка ПО на территории РФ (без контрафакта)

Параметры	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Количество фирм, производящих продукт	Много независимых фирм, нет контроля над рынками	Много фирм, производящих сходные товары и услуги	Несколько крупных фирм, производящих товары и услуги	Один продукт и одна фирма
Контроль над ценами	Нет. Цены определяются рынком	Влияние ограничено возможностью замены	Существует влияние "ценового лидера"	Практически полный контроль
Товарная дифференциация	Нет, продукты не различимы по свойствам и качеству	Товары и услуги дифференцированы для сегментов рынка	Существенна для отдельных продуктов и мала для стандартизированных	Нет
Легкость входа	Относительно легкий вход и выход	Относительно легкий вход и выход	Трудный, часто требует больших инвестиций	Очень трудный

Широкая товарная дифференциация, легкость входа и выхода на монополистический рынок ПО РФ создает большую привлекательность для контрафакта.

Для того, чтобы выйти на рынок с контрафактной продукцией, придется потеснить своих конкурентов (монополистов), уменьшив их продажи, а, следовательно, и объем, занимаемый на рынке. Для реализации этой цели используются следующие стратегии:

1. *снижение затрат (снижение себестоимости продукции > снижение отпускной цены > большая привлекательность для покупателей) применяется в случае, если вы производите однотипную продукцию с конкурентами (основной тип контрафакта – «подделка»);*
2. *уникального предложения (выводите на рынок уникальный продукт) применяется для привлечения покупателей, готовых платить за качество (основной тип контрафакта – «серый импорт»);*
3. *концентрация (предприятие направленно работает только с ограниченной группой товаров, постоянно совершенствуя их имитацию) позволит вывести на рынок оригинальные продукты низкого качества (основной тип контрафакта – «имитация»).*

#### **4. Себестоимость и скорость производства контрафактной продукции**

Низкая себестоимость поддельных товаров позволяет их производителям и поставщикам получать значительную прибыль, которая не облагается налогом, в связи с чем отмечается рост недопоступления налоговых платежей в национальные бюджеты.

По сети Интернет была проанализирована разница в себестоимости изготовления и стоимости оптовой реализации для отдельных объектов авторских прав.

**Таблица 4. Доходность реализации контрафактной продукции по отдельным объектам авторских прав**

<b>Наименование</b>	<b>Себестоимость</b>	<b>Оптовая реализация</b>	<b>Соотношение</b>	<b>Тип контрафакта</b>
Диски	20 руб./шт.	70 руб./шт.	3,5	Подделка
Учебники	800 руб./компл.	1 600 руб./компл.	2,0	Имитаторы
Богословские книги	30 руб./книга	120 руб./книга	4,0	Серый импорт
ПО 1С бухгалтерия	12 000 руб.	45 000 руб.	3,75	Подделка
ПО Irdeto.	500 руб.	1 559 руб.	3,12	Серый импорт
Альбомы индивидуальных проектов (загородные владения)	60 руб.	250 руб.	4,17	Имитаторы
<b>Среднее</b>			<b>3,42</b>	

Высокая доходность контрафакта создает его привлекательность для недобросовестных производителей.

Скорость появления контрафактного ПО на рынках составляет от нескольких дней (диски после закрытых презентаций) до нескольких недель (системные ПО) по данным сайтов Интернет. Скорость связана с налаживанием технологической цепочки производства.

#### **Спрос на рынке**

Если раньше только 3-4% населения покупали лицензионную продукцию, то сегодня этот процент увеличивается. Сегодня возросло количество людей, считающих, что, покупая лицензионную продукцию, они поддержат отечественных производителей. Они уже не поддерживают пиратов только от того, что их продукция дешевле.

Всегда в обществе есть люди, которые готовы платить за товар самую высокую цену, если это им гарантирует высокое качество, с точки зрения безопасности для здоровья, комфорта и престижности. Для таких людей первостепенную важность приобретает брэнд, который зачастую дороже самого товара. Эта группа, по приблизительным оценкам, составляет процентов пять от

общего числа потребителей. Есть люди, которые покупают все самое дешевое, другое им просто не по карману. Таких в нашем обществе процентов 10-15. Но большинство объективно заинтересовано в том, чтобы товар соответствовал цене.

На сознательную покупку контрафактной продукции чаще всего идут более молодые категории населения. Реже это делают люди со средним и высоким доходом. Интересно, что вероятность сознательной покупки контрафакта человеком с высшим образованием высока.

16 процентов допускают покупку контрафактной продукции, но только определенного вида товаров.

Различные исследования показывают, что в силу низкого уровня доходов значительная часть населения страны по-прежнему предпочитает приобретать контрафактные товары, так как их стоимость, часто даже при сопоставимом качестве, существенно ниже оригинальной продукции. Покупатели на рынках РФ пока готовы приобретать контрафактную продукцию по демпинговым ценам. Улучшение экономической ситуации в РФ повлияет на рост численности Покупателей, готовых покупать только лицензионную продукцию.

### **Условия появления контрафактной продукции**

Основной фактор появления контрафактной продукции – наличие теневой экономики.

На основании вышеизложенных данных, условиями появления контрафактной продукции ПО являются:

- Высокие темпы сегмента рынка;
- Монополистическая конкуренция на рынке, широкая товарная диверсификация, легкость входа и выхода с рынка;
- Высокая доходность;
- Высокая скорость появления контрафактной продукции на рынке;
- Высокий покупательский спрос на контрафактную продукцию.

## **5. Стадии развития контрафактной продукции ПО**

Продолжительность экономической жизни ПО связана с их полезностью для решения различных задач. Сроки экономической жизни приведены в Табл.1.

Контрафактная продукция также имеет определенный диапазон продолжительности существования, связанный со сроками экономической жизни легальных оригиналов (прототипов).

Потребительский рынок использует как новые, так и старые ПО, что связано с различными вариантами решаемых задач с использованием ПО.

Быстрота появления на рынке контрафактной продукции связана с маркетингом рынка, его спросом на легальные оригиналы ПО. Основными рычагами, способствующими появлению контрафакта могут являться:

- высокий спрос потребителей;
- высокая доходность различных типов контрафакта;
- возможность построения технологической цепочки создания подделок, серого импорта, имитаторов.

Следует отметить, что вероятность появления на рынке имитаторов («обманок»), как было рассмотрено выше, очень низкая. Для их распространения требуется обеспечить малую вероятность повторной встречи Покупателя и Распространителя имитаторов. Рынки сбыта имитаторов – специфичные, они связаны с большим движением потоков индивидуального населения (электрички, метро, вокзалы и т.п.). Сегмент рынка небольшой, поэтому дальнейшее рассмотрение имитаторов нецелесообразно.



Анализ рыночных данных показывает, что появление контрафактной продукции на рынках имеет следующие сроки:

- Подделки появляются спустя несколько недель после появления легальных оригиналов;
- Серый импорт – спустя 1 – 2 месяца после появления легальных оригиналов.

Уход с рынка ПО контрафактной продукции продолжается долго после прекращения (обновления) выпуска легальных оригиналов. По отдельным данным, этот срок может быть растянут на 1...3 года. Он зависит от спроса Покупателей, уровня доходности контрафакта, падения стоимости легальных оригиналов устаревших ПО. Первым с рынка уходит серый импорт, затем подделка.

**Таблица 5. Пример рыночных цен на обновляемые версии ПО**

Наименование	Появление на рынке легального оригинала	Появление на рынке подделки	Появление на рынке серого импорта (МСФО)	Обновление легального оригинала	Спрос на рынке контрафакта
1 С бухгалтерия версия 7	Март 2009 г.	Конец марта 2009 г.	Май 2009 г.	Июнь 2010 г.	До конца 2010 г.
Цена оригинала	25 000	25 000	25 000	25 000 / 28 000	13 750 (-45%)
Цена контрафакта		10 000	12 000	Снижение цен	5 000
Соотношение цен		2,50	2,08	(2,08 – 2,75)	2,75

Пример показывает, что контрафактная продукция на рынке ориентируется на цены легального оригинала как во время его работы, так и после окончания его эффективной работы (обновления).

Следует отметить: Цены на оригинал и контрафакт будут одинаковы в том случае, если при реализации используется тактика «миксования», т.е. смешения этих товаров. Например, для маскировки можно закупить небольшую партию настоящей продукции, реализовать ее, а потом под прикрытием документов на оригинальную продукцию продвигать в торговую сеть подделку.

На основании изучения рыночных данных по сети Интернет, построены стадии развития контрафактной продукции в привязке к легальным оригиналам ПО.

**Таблица 6. Стадии развития контрафактной продукции**

Наименование	Стадия 1	Стадия 2	Стадия 3	Стадия 4	Стадия 5	Стадия 6
Легальный оригинал ПО	Разработка	Вход на рынок	Создание спроса на рынке	Высокий спрос	Появление замены (обновление)	Падение спроса
Цена легального оригинала	90%	100%	100%	100 - 105%	100%	20-50%
Контрафакт	Нет на рынке	Нет на рынке	Появление Подделки	Появление серого импорта	Рынок насыщен контрафактом	10-15%
Цена подделки	0	0	20-30%	30-40%	30%	20-30% от уцененного оригинала
Цена серого импорта	0	0	0	20-45%	35-45%	Уход с рынка

## **6. Вероятности появления контрафактной продукции и захваты рынков**

Информация из разных источников немного отличается, но в общем считается, что объем подделок в России составляет: моторного топлива - 25%; алкогольной продукции - 30%, обуви и

одежды - 40%, программных продуктов – 30-45%; аудиопродукции - 65%, видеопродукции 65-75%; лекарственных средств – до 80%.

На сегодняшний день нет возможности твердо заявить об отсутствии контрафактной и фальсифицированной продукции тех или иных производителей на потребительском и промышленном рынке без предварительного мониторинга.

Причиной контрафактной / фальсифицированной продукции является:

- Высокая плотность концентрации конкурентной среды;
- Территориальная и количественная бесконтрольность продаж продукции;
- Информационный вакуумом необходимых знаний об оригинальной продукции;
- Отсутствие единой системы контроля качества и защиты производителем на рынке товаров.

Также необходимо отметить, что в области разработки компьютерных программ и баз данных в нашей стране работает несколько тысяч фирм, обеспечивающих занятость огромного числа своих сотрудников. В случае дальнейшего развития пиратства, такой сфере финансово-хозяйственной деятельности, как разработка программной продукции, грозит застой, а сама работа программистов по созданию новых программ будет нерентабельной.

Рынки реализации подделок разнообразны.

Прежде всего, это так называемые «нецивилизованные» форматы торговли – рынки различных типов, разнообразные киоски и павильоны и т.п. Вероятность контрафакта на этих рынках высока. Захват рынков контрафактной продукцией – свыше 50%. Учитывая покупательский спрос, вероятность приобретения контрафактной продукции – свыше 60%.

«Цивилизованные» форматы торговли (крупные дилерские сети с магазинами и торговыми комплексами) также имеют отношение к контрафакту, который достигает 10-15%, а при тактике «миксования» достигает 20-30%. Учитывая покупательский спрос, вероятность приобретения контрафактной продукции – свыше 25%.

Рынки реализации серого импорта также разнообразны, но в основном ориентированы на Интернет – магазины и «цивилизованные» форматы торговли. Серый импорт отличается от подделок и его уровень на данных рынках достигает 15-25%. Учитывая покупательский спрос, вероятность приобретения контрафактной продукции – свыше 30%.

Рынки реализации имитаторов описаны выше. Вероятность приобретения имитаторов не превышает 1-5%.

В табл.1 приведены качественные характеристики вероятности появления контрафактной продукции на рынках ПП и ПО в привязке к конкретным объектам.

## **7. Причины и следствия. Выводы**

Основными причинами сложившейся ситуации с контрафактной продукцией ПО являются:

- несовершенство законодательной и нормативной базы, обеспечивающей функционирование защиты рынка;
- свободный допуск значительного количества хозяйствующих субъектов к деятельности, связанной с производством и реализацией продукции;
- вовлечение большого числа недобросовестных лиц, ориентированных на быстрое извлечение прибыли в ущерб качеству реализуемых товаров;

· отсутствие действенного механизма, препятствующего поступлению в розничную сеть большого объема контрафактных товаров и товаров, не прошедших подтверждения соответствия установленным требованиям.

Формально для защиты прав интеллектуальной собственности существует целый арсенал средств, включающих: таможенный контроль; оперативно-розыскные мероприятия, проводимые органами внутренних дел; судебные процедуры (в рамках гражданского судопроизводства); административные меры", но "практика большинства стран с высоким уровнем охраны интеллектуальной собственности показывает, что одними гражданско-правовыми санкциями "пиратство" искоренить нельзя"

Как видим, контрафакт разнообразен, соответственно, и меры борьбы с ним должны различаться. Победить контрафакт полностью невозможно (еще ни одной стране это не удавалось).

Вопрос борьбы с контрафактом связан со стоимостью вложений средств. При максимизации средств на решение этой задачи, обществу слишком дорого обойдется «зачищенный от контрафакта рынок». Разумно ограничиться некоторой чертой, которая, видимо, имеет отраслевую дифференциацию. Наконец, уменьшение контрафакта лишь в некоторой степени определяется мерами, имеющими узкую антиконтрафактную направленность. Не меньшую роль играют далекие от этой тематики экономические процессы: межстрановое соотношение доходов и цен, экономическая ситуация в стране, миграционная политика и т.д.

#### **Выводы:**

1. Основной фактор появления контрафактной продукции – наличие теневой экономики.

2. Условиями появления контрафактной продукции ПО являются:

- Высокие темпы сегмента рынка;
- Монополистическая конкуренция на рынке, широкая товарная диверсификация, легкость входа и выхода с рынка;
- Высокая доходность;
- Высокая скорость появления контрафактной продукции на рынке;
- Высокий покупательский спрос на контрафактную продукцию.

3. Основными рычагами, способствующими появлению контрафакта могут являться:

- высокий спрос потребителей;
- высокая доходность различных типов контрафакта;
- возможность построения технологической цепочки создания подделок, серого импорта, имитаторов.

4. Вероятности приобретения:

- подделок ПО на различных рынках составляют 25-60%;
- серого импорта – 15-25%;
- имитаторов – не выше 1-5 %

#### **Литературные источники**

1. Программное обогащение. Ю.Воронина. "Российская Бизнес-газета" №872 (43), ноябрь 2012. <http://www.rg.ru/2012/11/13/razrabotka-po.html>
2. Яскевич Е.Е. Практика оценки объектов, связанных с нематериальными факторами воздействия. М., Техносфера, 2012,-560 с.
3. Руслан Абдуллин. Контрафакт: цифры, риски и защита. [press.org.ua](http://press.org.ua), [homa.kz](http://homa.kz), [idemotivators.ru](http://idemotivators.ru), [stopfake.ru](http://stopfake.ru) <http://prgsl.info/content/view/2653/1/>.

4. Морозов А.Г. Преступления в сфере авторских и смежных прав: общественная опасность и правила квалификации: Дис. ... канд. юрид. наук. Нижний Новгород, 2004. С. 39 - 40;
5. Сайты сети Интернет.

Статья напечатана в сборнике «Интеллектуальная собственность», №1,2013 г. с.41-52.