УДК 330.113.6
Вавдіюк Н.С., д.е.н., професор
Луцький національний технічний університет
Іванчук В.Ю., слухач секції «Фінанси, грошовий обіг та кредит» КЗ «Волинського відділення Малої академії наук України»

ЗАКОНОМІРНОСТІ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКУ ПІРАТСЬКОЇ І КОНТРАФАКТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

В статті визначені теоретико-методологічні засади формування ринку піратської і контрафактної продукції, виявлено закономірності його розвитку. На основі дії закону попиту та пропозиції обгрунтовано принципи формування ринку піратської і контрафактної продукції, а саме: виявлено носіїв попиту та пропозиції, розглянуто чинники, що впливають на їх розвиток.
Ключові слова: ринок піратської продукції,піратство, закони попиту та пропозиції

Vavdiyuk N., Ivanchuk V.

REGULARITIES OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF PIRATED AND COUNTERFEIT MARKET

In the article the theoretical-methodological principles of forming market of pirated and counterfeit products the regularities of its development. On the basis of the law of supply and demand justified principles of forming market of pirated and counterfeit products, namely media identified supply and demand, examined the factors that affect their development.
Keywords: market of pirated goods, piracy, the laws of supply and demand

Вавдиюк Н. С., Иванчук В. Ю.

ЗАКОНОМЕРНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ПИРАТСКОЙ И КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ

В статье определены теоретико-методологические основы формирования рынка пиратской и контрафактной продукции, выявлены закономерности его развития. На основе действия закона спроса и предложения исследованы принципы формирования рынка пиратской и контрафактной продукции, а именно: выявлено носителей спроса и предложения, рассмотрены факторы, влияющие на их развитие.
Ключевые слова: рынок пиратской продукции, пиратство, законы спроса и предложения

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Економічне піратство, масштаби якого визначаються низкою чинників і умов, негативно впливає на розвиток продуктивних сил в системі суспільних відносин держави і породжує ряд суперечностей в економіці. При поглибленні таких суперечностей процеси ринкового саморегулювання будуть неспроможні розв'язати завдання розширеного відтворення національної економіки, чим зумовлюється необхідність дослідження питань протидії економічному піратству.

Специфіка і масштаби розвитку економічного піратства визначаються низкою чинників і умов, що потребують вивчення та систематичного спостереження в Україні.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретичними і методологічним основам формування економічного піратства присвячені праці таких науковців, як Д. Позова, О. Штефан, Л. Шикова, Д. Липцик, В. Сандул, Н. Бааджи, Ю. Симонян, Л. Безуглий, В. Харченко, М. Давиденко, А. Лазаренко, М. Карчевський, О. Чернишова, О. Харитонова, А. Гальченко, О. Дудоров, Т. Рудник, М. Перетятко, А. Веймарн, Л. Сімкін, В. Пирогова, О. Яра, О. Кочина, В. Чеботарьов, А. Коваль, Є. Флейшиц та ін.

Надаючи важливе значення дослідженням вітчизняних і зарубіжних вчених, слід зазначити, що в питаннях аналізу можливостей і загроз розвитку ринку піратської продукції залишається чимало невирішених проблем, котрі потребують детальнішого дослідження.

Цілі статті. Нині залишаються нез'ясованими питання організації попиту та пропозиції піратських і контрафактних товарів, виокремлення наслідків піратства, переваг та загроз для держави, виробника та споживача.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Термін «піратство» використовується у сфері інтелектуальної власності, зокрема, у авторському праві і суміжних правах. Але при вивченні проблеми порушення цих прав часто можна зустріти й вживання іншого терміну – «контрафакція».

Найбільш поширеним є підхід до визначення понять «піратство» та «контрафакція» як синонімічних. Відповідно до іншої точки зору, контрафакція пов'язується з виробництвом та поширенням несанкціонованих примірників творів, фонограм, відеограм, програм організацій мовлення тощо та виступає елементом піратства як більш широкого поняття. При такому підході до визначення змісту терміну контрафакції не включаються порушення авторських та суміжних прав, що не пов'язані із виготовленням матеріальних об'єктів – контрафактних примірників. У свою чергу, піратство розглядається як порушення виключного права дозволяти будь-яке використання об'єктів авторського та суміжних прав, а не лише шляхом їх відтворення в матеріальній формі, опублікування та розповсюдження [1, с. 132]. О. О. Штефан зазначає, що контрафактна діяльність полягає у відтворенні виданого твору, фонограми, аудіовізуального твору, комп'ютерної програми та інших об'єктів шляхом незаконного використання назви, фірмового найменування або знака законного виробника, власника ліцензії та ін. [2, с. 8]. Тобто при контрафактній діяльності допускається водночас порушення не лише авторських та суміжних прав, а також прав на засоби індивідуалізації виробника, товарів та послуг.

Подібну позицію висловлює Д. Ліпцик, розглядаючи «піратство» як протиправну поведінку, яка безпосередньо посягає на виключне право автора на відтворення творів й іншої культурної продукції, а контрафактне виготовлення культурної продукції – як складовий елемент піратства. При цьому піратство полягає у виготовленні, продажі та будь-якій формі комерційного розповсюдження незаконних екземплярів (книг і взагалі друкованих матеріалів, дисків, касет тощо) літературних, художніх, аудіовізуальних, музикальних творів або їх виконань, комп'ютерних програм і банків даних. Крім того, термін «піратство» використовується для кваліфікації недозволених вистав, повторних передач і всіх інших форм використання твору, передачі в ефір та ін. [3, с. 478, 482].

У чинному законодавстві України надається інше визначення поняттю піратства. Так, відповідно до ч. 1 ст. 50 Закону України «Про авторське право і суміжні права» від 05.12.2012 р. піратство в сфері авторського права і (або) суміжних прав – це опублікування, відтворення, ввезення на митну територію України, вивезення з митної території України і розповсюдження контрафактних примірників творів (у тому числі комп'ютерних програм і баз даних), фонограм, відеограм і програм мовлення [4].

Що стосується міжнародної нормотворчості, то першим правовим документом міжнародного характеру, в якому надається визначення контрафактним і піратським товарам, стала Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності Світової Організації Торгівлі (скорочено – Угода ТРІПС). Під «піратськими товарами» ця угода має на увазі «будь-які товари, які є копіями, зробленими без згоди правовласника або особи, належним чином ним уповноваженої в країні виробництва товару, і які прямо або опосередковано виготовлені з будь-якого виробу, якщо виготовлення такої копії стало порушенням авторського права або суміжних прав згідно із законодавством країни

імпортування» [5, с. 2989]. Аналогічні норми були відтворені і в Торговельній угоді про боротьбу з контрафакцією (The Anti-Counterfeiting Trade Agreement).

Окрім того, термін «піратство» зазначений у рекомендації R95 «Про заходи проти звукового та аудіовізуального піратства», прийнятій Комітетом міністрів Ради Європи, де мова йде про те, що недозволені відтворення, розповсюдження або сповіщення для загального відома з комерційною метою творів, фонограм і виконань, захищених авторським правом і суміжними правами, що в цілому розглядаються як «піратство», є незаконною діяльністю [6, с. 337].

Існують і інші підходи до класифікації піратських дій. Так, наприклад, піратство у сфері авторського права поділяють на [7, с. 88]:

1) «чисте» піратство, яке пов'язане з напівлегальним оприлюдненням об'єкта авторського права;

2) піратство, пов'язане з підробкою об'єктів авторського права;

3) піратство, що проявляється у незаконному розмноженні копій об'єкта авторського права.

Таким чином, і «економічне піратство», і «контрафакція» є крадіжкою, недозволеним використанням об'єктів авторського права і суміжних прав, недобросовісною конкуренцією з метою отримання вигоди без згоди правовласників. При цьому завдається значна матеріальна шкода як особистим матеріальним інтересам власників, так й суспільству в цілому.

Передумовами формування ринку піратської та контрафактної продукції є висока концентрація конкурентного середовища, відсутність дозволу на ведення господарської діяльності, безконтрольність обсягів продажу такої продукції, низький рівень контролю за якістю та відсутність інформованості про оригінальну та незаконно марковану продукцію. Це свідчить про можливість формування економічних відносин на ринку піратської та контрафактної продукції.

Ринок піратської та контрафактної продукції – це сукупність відносин економічної власності з купівлі-продажу піратських товарів і послуг.

Об'єктом посягання на цьому ринку є продукти інтелектуальної власності – набуті знання чи інформація, витвір мистецтва та літератури, винахід, суттєве вдосконалення процесу чи продукту, тобто все, що є результатом творчої, науково-дослідницької та винахідницької діяльності і що надає його автору економічні чи соціальні переваги. Таким чином, перелік об'єктів посягання на ринку піратської та контрафактної продукції є досить великим: це екземпляри літературних, художніх, аудіовізуальних, музичних творів або їх виконання, комп'ютерні програми і банки даних, а також показ вистав, повторне використання програм організацій мовлення тощо без отриманого дозволу. Зважаючи на це, науковці виділяють декілька видів економічного піратства: піратство програмного забезпечення, аудіо-піратство, відео-піратство, піратство комп'ютерних програм, піратство літературних творів, контрафакція (підробки) споживчих товарів, лікарських засобів, агрохімікатів та інші [8; 9].

Суб'єктами ж цього ринку є носії пропозиції і попиту на піратську та контрафактну продукцію. Носіями пропозиції виступають фізичні та юридичні особи, установи або організації, що займаються піратською діяльністю переважно задля отримання особистої, взаємної, комерційної та інших вигод. До того ж, пропозиція піратських та контрафактних товарів на цьому ринку стимулюється і рядом інших сприятливих умов [10, с. 220], що у систематизованому вигляді представлені у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Чинники, що сприяють наявності пропозиції
на ринку піратської та контрафактної продукції

Фактори впливу	Умови, що сприяють поширенню контрафакції та піратства
Ринкові	
Рентабельність	Висока рентабельність та прибутковість діяльності
Наявність, місткість та потенціал ринку	Велика місткість потенційного ринку
Управління брендом	Високий рівень впізнання оригінальної продукції та її популярність
Виробничо-збутові	
Матеріально-технічне забезпечення	Просте та дешеве матеріально-технічне забезпечення
Маркетинг та збут продукції	Легкість проникнення в канали збуту продукції
Приховування інформації про якість товару та послуги	Можливість приховування нелегальних дій
Представлення недостовірної інформації про товар чи послугу	Можливість ввести в оману
Інституційні	
Ризик викриття	Низький відсоток викриття
Нормативно-правова база	Неврегульованість нормативно-правового забезпечення
Штрафи та покарання	Низькі штрафи та відсутність покарання

В свою чергу, носіями попиту на цьому ринку є споживачі, яких доцільно умовно розділити на три категорії: 1) споживачі, що зацікавлені у придбанні виключно оригінального товару; 2) споживачі, що за певних умов бажають усвідомлено купувати контрафактну або піратську продукцію; 3) споживачі, що не зацікавлені або байдуже відносяться до статусу захищеності продукту правом інтелектуальної власності і купують лише піратські товари.

Відповідно до наведеного розподілу, попит другої та третьої груп споживачів на піратську та контрафактну продукцію стимулюється наявністю багатьох сприятливих чинників і значною мірою залежить від них [11, с. 228-231]. Ці чинники у систематизованому вигляді подані у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Чинники, що сприяють наявності попиту
на піратську та контрафактну продукцію

Фактори впливу	Умови, що сприяють поширенню контрафакції та піратства
Ринкові	
Ціна	Низька ціна, велика різниця в ціні з оригінальним товаром
Якість продукції	В деяких випадках малі відмінності з якістю оригінального товару
Можливість приховання своїх дій	Легкість приховання неоригінального статусу товару
Доступність товару	Легкий доступ та простота придбання продукції
Споживчі	
Рівень здоров'я	Відсутність або незначний вплив на здоров'я
Рівень безпеки споживання товару та послуг	Відсутність або незначний вплив на безпеку
Особисті доходи	Висока частка витрат на придбання оригінальної продукції
Особисті цінності	Низький рівень поваги до авторських і суміжних прав, продуктів інтелектуальної власності
Інституційні	
Ризик викриття	Низький відсоток викриття
Штрафи та покарання	Низькі штрафи, тенденція до пом'якшення покарань

Окрім того, ринок піратських і контрафактних товарів можна поділити на дві складові: первинний ринок, де правовласники конкурують з виробниками контрафактної та піратської продукції, що займаються нелегальним її збутом під виглядом оригінальних товарів (тобто оманливо продають підробки); вторинний ринок, де споживачі виявляють попит на піратську та контрафактну продукцію (здебільшого за зниженими цінами), усвідомлюючи, що вона є нелегальною.

Тож оскільки повноцінна взаємодія пропозиції піратської продукції та попиту на неї відбувається лише на вторинному ринку піратських і контрафактних товарів, детальніше розглянемо ситуацію саме на цьому сегменті ринку та визначимось з основними його закономірностями.

Як вже було зазначено, на вторинному ринку існують споживачі, що в силу певних обставин та особливостей купують виключно піратські або контрафактні товари, а при їх відсутності не проявляють попит на оригінальний продукт (що відповідає третій групі носіїв попиту за розподілом, розглянутим вище). Також присутні споживачі, що за наявності піратського чи контрафактного товару на ринку готові купувати його на заміну оригінальному, усвідомлюючи, що цей товар є нелегальним (що відповідає другій категорії носіїв попиту). При цьому для більшості товарів готовність споживачів придбати контрафакт зростає по мірі збільшення різниці між цінами оригінального та контрафактного продуктів. Ця ситуація проілюстрована за допомогою моделі на рис. 1.1-1.3.

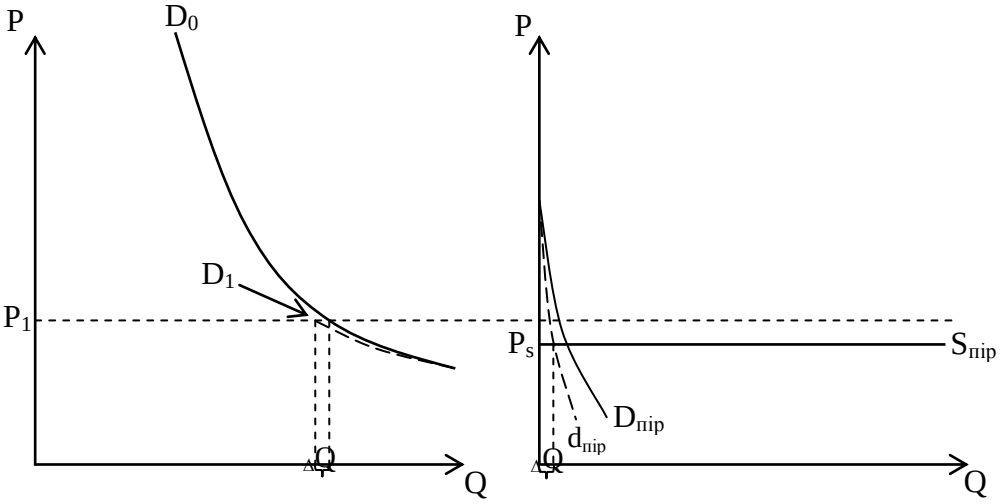

Рис. 1.1. Стан ринку, коли ціна оригінального товару встановлена на вищому рівні, ніж ціна піратського

Для спрощення аналізу припустимо, що ціна оригінального продукту в короткостроковому періоді незмінна, а пропозиція піратських товарів – абсолютно еластична за ціни пропозиції P_s. Графіки ліворуч ілюструють ситуацію на ринку оригінального товару (криву попиту на оригінальний товар), а графіки праворуч – ситуацію на ринку піратської продукції. В усіх випадках крива D_0 показує початковий попит на оригінальний товар за відсутності піратської та контрафактної продукції на

ринку. Щоб виявити зміни, спричинені появою підробок на ринку, проаналізуємо три наступні ситуації.

На рис. 1.1. *а)* відображений стан ринку, коли ціна оригінального товару встановлена на трохи вищому рівні, ніж ціна піратського. За цих умов загальний попит споживачів на піратську продукцію проілюстровано кривою $D_{пір.}$ При цьому певна частина цих споживачів готова за відсутності контрафакту купувати оригінальний товар (крива $d_{пір}$), інші ж – купують лише піратську продукцію (що відповідає другій та третій категоріям носіїв попиту на ринку, адже споживачі першої категорії ніколи не переходять на купівлю піратських товарів). Відповідно, саме ті споживачі, які готові були б повернутися до купівлі оригіналу, становитимуть втрати для виробників оригінальної продукції, в результаті чого обсяг попиту на їх товар за його ціни на рівні P_1 зменшиться на величину $_{\Delta}Q$. Варто зазначити, що при незначному перевищенні ціни оригінального товару над ціною піратської продукції втрати власників авторських прав також є доволі незначними, адже незважаючи на різницю в ціні, споживачі все одно продовжують віддавати перевагу оригінальному товару, що має набагато кращу якість та інші характеристики.

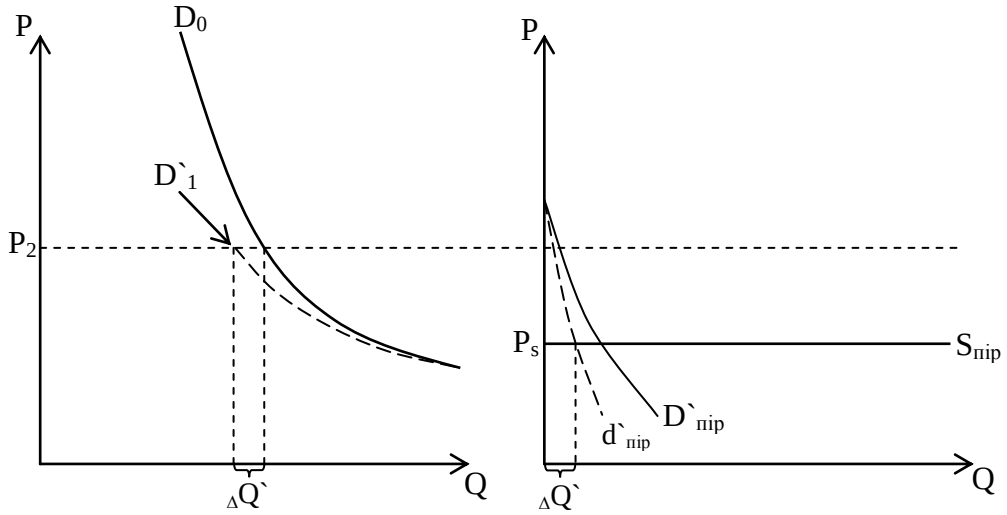

Рис. 1.2 стан ринку, коли ціна оригінального товару встановлена на значно вищому рівні, ніж ціна піратського

За умови ж вищої ціни оригінального товару – P_2 – попит на піратську продукцію значно зросте (рис. 1.2). Це пояснюється тим, що оригінальна та піратська продукція – товари-субститути, і, відповідно, збільшення ціни одного призводить до зростання попиту на інший товар (таким чином, коефіцієнт перехресної еластичності попиту на піратську продукцію за ціною оригінального товару матиме додатне значення: $E_{xy}>0$). Отже, внаслідок цього крива попиту на піратський товар зрушиться до положення $D`_{пір,}$ а обсяг продажів піратської продукції споживачам, що за інших рівних умов готові були б купувати оригінальні товар, збільшаться до $_{\Delta}Q$. Тобто за ціни оригінального товару на рівні $P_2$ втрати власників авторських прав збільшуються до $_{\Delta}Q`$, зважаючи на що продовжимо криву $D`_1$, яка ілюструє попит на оригінальний товар за наявності дешевших підробок.

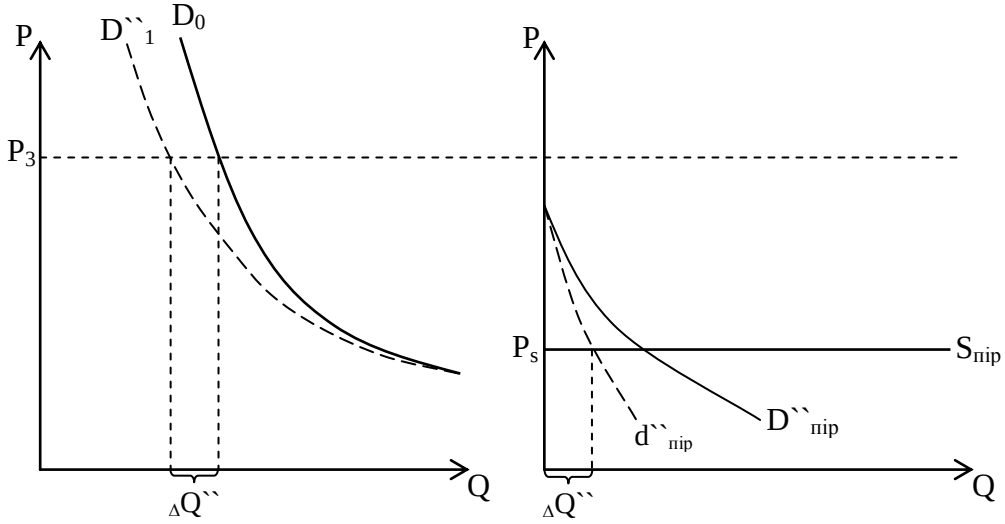

Рис. 1.3. Вторинний ринок піратських та контрафактних товарів

При встановленні ціни оригінального товару на значно вищому рівні, ніж ціна піратської продукції (рис. 1.3)), діють аналогічні механізми: зростає попит на піратську продукцію (крива пересувається в положення $D``_{пір}$), адже все більше споживачів відмовляють собі в купівлі оригінального товару на користь значно дешевшого піратського аналогу. Внаслідок цього продажі оригінальної продукції значно скорочуються і втрати власників авторських прав зростають до обсягу ΔQ``. Зважаючи на це, побудуємо кінцеву криву попиту на оригінальний товар за наявності доступніших підробок $D``_1$. Відхилення її від початкової кривої попиту буде збільшуватися по мірі зростання ціни оригінального товару, адже, керуючись ціновими міркуваннями, все більше споживачів віддаватимуть перевагу дешевшим піратським товарам.

Таким чином, згідно з розробленою моделлю вторинного ринку піратських та контрафактних товарів, втрати правовласників при заданій ціні оригінальної продукції за наявності піратства вимірюються тією кількістю піратського товару, якою споживачі другої категорії носіїв попиту замінюють купівлю оригінального продукту. І ці втрати є прямо пропорційні ціні оригінального товару.

Висновки. У ході дослідження було виявлено, що «піратство», і «контрафакція» є складними термінами, підходи до трактування яких різняться як у працях вітчизняних та зарубіжних вчених, так і в нормативно-правових документах. Проаналізувавши основні погляди щодо їх визначення, було з'ясовано, що як «економічне піратство», так і «контрафакція» є крадіжкою, недозволеним використанням об'єктів авторського права і суміжних прав, недобросовісною конкуренцією з метою отримання вигоди без згоди правовласників. При цьому завдається значна матеріальна шкода як особистим матеріальним інтересам власників, так й суспільству в цілому.

Дослідження особливостей формування ринку контрафактної та піратської продукції дозволили запропонувати власне визначення поняття «Ринок контрафактної та піратської продукції», під яким розумітимемо сукупність відносин економічної власності з купівлі-продажу піратських товарів і послуг. Обґрунтовано передумову протидії економічному піратству – формування ефективної системи регулювання таких суспільних відносин.

Встановлено, що ринок піратської та контрафактної продукції включає два сегменти: первинний та вторинний ринки. За об'єкт посягання виокремлено наступні види економічного піратства: піратство програмного забезпечення, аудіо-піратство, відео-піратство, піратство комп'ютерних, піратство літературних творів, контрафакція (підробки) споживчих товарів, лікарських засобів, агрохімікатів та ін. Суб'єктами виступатимуть сторони, що виявляють попит і пропозицію на піратську та контрафактну продукцію. Щоб

виявити зміни, спричинені появою підробок на ринку, проаналізовано ситуації з ціноутворенням оригінального та піратського товару. Виявлено, що ринкові ціни через ситуацію неспроможності протидіяти формуванню ринку контрафактної та піратської продукції є вищими, аніж тіньова ціна на такому ринку. В умовах загальної ринкової рівноваги тіньові ціни дорівнюють ринковим.

Список використаних джерел:

1. Позова Д.Д. Контрафакція чи піратство? / Д.Д. Позова // Часопис цивілістики. – 2013. – №14. – С. 132–136;
2. Штефан О. Дещо до питання про порушення у сфері авторського права / О. Штефан // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2009. – №6. – С. 3–13;
3. Липцик Д. Авторское право и смежные права / Д. Липцик / [пер. с фр.]. – М. : Ладомир; Изд-во ЮНЕСКО, 2002. – 788 с.;
4. Закон України «Про авторське право і суміжні права» [Електронний ресурс] : офіц. веб-портал Верховної Ради України / Верховна Рада України. – [К.], 2014. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-12/;
5. Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності: Угода Світової організації торгівлі від 15.04.1994 р. // Офіційний вісник України. – 2010. – №84. – С. 2989;
6. Бааджи Н.П. Піратство як порушення авторських та суміжних прав / Н.П. Бааджи // Актуальні проблеми держави і права. – 2011. – №59. – С. 336–341;
7. Симонян Ю.Ю. Щодо визначення термінів «піратство» і «контрафакція» / Ю Ю. Симонян // Митна справа. – 2012. – №83. – С. 85–91;
8. Шикова Л.В. Аналіз впливу піратства на економіку країни та розробка ефективного способу боротьби з «піратством» / Л.В. Шикова, І.А. Ластенко // Вісник Приазовського державного технічного університету. – Серія: Економічні науки. – 2015. – №29. – С. 164–171;
9. Сандул В.А. Злочини у сфері інтелектуальної власності – основний чинник економічної загрози споживчому ринкові України / В.А. Сандул // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – Серія економічна. – 2012. – №1. – С. 128–138;
10. Безуглий Л.А. Причини й умови незаконного відтворення та розповсюдження комп'ютерних програм і баз даних / Л.А. Безуглий // Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ. – 2013. – №1. – С. 218–225;
11. Харченко В.Б. Про причини злочинів у сфері інтелектуальної власності / В.Б. Харченко, М.Л. Давиденко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2011. – №988. – С. 227–231.