

Консультативный комитет по защите прав

Шестнадцатая сессия
Женева, 31 января – 2 февраля 2024 года

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, СВЯЗАННОЕ С ПИРАТСКИМ ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРОИЗВЕДЕНИЙ, ОХРАНЯЕМЫХ АВТОРСКИМ ПРАВОМ – РЕЗЮМЕ*

*Исследование подготовили д-р Сюэмэй Бянь, профессор маркетинга, и г-жа Хумайра Фарид, научный ассистент Ньюкаслской школы бизнеса, Нортумбрийский университет, Ньюкасл, Соединенное Королевство***

АННОТАЦИЯ

Цель данного исследования – добиться всестороннего понимания поведения потребителей в контексте пиратства в области авторского права в Индонезии и Таиланде. В нем определяются категории товаров, которые в наибольшей степени подвергаются пиратству в обеих странах. Далее исследуется поведение потребителей пиратских копий произведений, а также наиболее частый способ доступа и частота использования по отношению к каждой категории товаров. Также выявляются мотивационные факторы использования пиратских копий и предполагаемое качество пиратских копий по сравнению с оригинальными копиями. Данное исследование раскрывает отношение потребителей к пиратским копиям произведениям в целом и иллюстрирует различия в отношении между потребителями пиратских копий и теми, кто не использует подобную продукцию. Кроме того, в данном исследовании раскрываются причины, по которым лица, не являющиеся потребителями пиратских копий произведений, сознательно предпочитают не обращаться к ним, и определяются ключевые факторы, удерживающие

* Данное исследование было проведено с использованием средств, предоставленных министерством по делам культуры, спорта и туризма (МКСТ) Республики Корея. Полный текст исследования доступен (на английском языке) по ссылке https://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=76048.

** Мнения, высказанные в настоящем документе, принадлежат авторам и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

потребителей от сознательного приобретения пиратских копий. Также сообщается о важных выводах, сделанных на основе результатов данного исследования.

I. ВВЕДЕНИЕ

1. Пиратство является глобальной проблемой на протяжении многих лет и по-прежнему распространено как в онлайн, так и на офлайн-рынке. Масштабы пиратства могут значительно отличаться в разных странах, а также в разных категориях товаров.

2. Для того, чтобы искоренить пиратство, важно прийти к всестороннему пониманию текущей глобальной проблемы, которое также учитывает специфику различных стран и товаров. Основываясь на исследовании, проведенном в 2021 году Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС), в котором оценивалось отношение и поведение потребителей к пиратству на Филиппинах, в данном исследовании изучается отношение потребителей к пиратству в Индонезии и Таиланде, которые считаются проблемными рынками с точки зрения пиратства.

II. СХОДСТВО ОСНОВНЫХ ВЫВОДОВ, СДЕЛАННЫХ В ТАИЛАНДЕ И ИНДОНЕЗИИ

3. Использование пиратских копий произведений по-прежнему широко распространено среди потребителей в обеих странах. Популярность пиратских копий варьируется в зависимости от категорий товаров. Среди четырех исследованных категорий товаров наиболее часто используются пиратские копии фильмов.

4. Для потребителей, сознательно использующих пиратские копии произведений, наиболее часто применяемый способ доступа зависит от категории товара, а именно: музыка (неофициальные пользовательские сайты на YouTube), фильмы (неофициальные сайты), телеканалы (неофициальные сайты потокового вещания) и компьютерное программное обеспечение (приложения или сервисы на устройстве). Потребители находят большинство пиратских копий произведений через поисковые системы, такие как Google.

5. Более 10 процентов потребителей используют пиратские копии произведений чаще, чем один раз в месяц.

6. Наиболее распространенной причиной использования пиратских копий для музыки и фильмов/телепрограмм/телеканалов является плохое соотношение цены и качества подписки, для компьютерного программного обеспечения – доступность.

7. Более 50 процентов потребителей, использующих пиратские копии, считают, что пиратское компьютерное программное обеспечение такого же или лучшего качества, чем подлинная копия.

8. Большинство потребителей, не пользующихся пиратскими копиями, уверенно отличают неофициальные сайты от официальных.

III. РАЗЛИЧИЯ ОСНОВНЫХ ВЫВОДОВ, СДЕЛАННЫХ В ТАИЛАНДЕ И ИНДОНЕЗИИ

9. В Таиланде потребители-мужчины чаще, чем женщины, сознательно используют пиратские копии произведений. В Индонезии потребители-женщины более склонны к использованию пиратских копий, чем потребители-мужчины, по всем категориям товаров, кроме компьютерного программного обеспечения.
10. В двух странах существуют некоторые возрастные различия в отношении потребителей, склонных к пиратству. В частности, в Таиланде потребители в возрасте до 30 лет более склонны к использованию пиратских копий произведений. Напротив, индонезийские потребители в возрасте от 30 до 39 лет чаще используют пиратские копии, чем потребители других возрастных групп, включая тех, кому меньше 30 лет.
11. По сравнению с индонезийскими потребителями больше тайских потребителей, использующих пиратские копии произведений, считают, что пиратская музыка/фильмы/телепрограммы и телеканалы хуже по качеству, чем оригинальные копии.
12. Масштабы пиратства в Таиланде выше, чем в Индонезии, поскольку, по сравнению с 33-процентной вероятностью для индонезийских потребителей, существует примерно 50-процентная вероятность того, что тайские потребители, которые не используют пиратские копии произведений, столкнутся с ними непреднамеренно.
13. Наиболее распространенные причины отказа от пиратской музыки, фильмов/телепрограмм и телеканалов различаются у тайских и индонезийских потребителей. Для первых это наличие подписки на оригинальную услугу/копию, для вторых – озабоченность качеством.
14. Что касается компьютерного программного обеспечения, то наиболее распространенной причиной отказа от пиратских копий является чувство вины для тайских потребителей и опасения за качество для индонезийских потребителей.
15. Существуют некоторые существенные различия в отношении к пиратству (например, предполагаемые выгоды, суждения, вред и восприятие) между индонезийскими потребителями пиратских копий произведений и теми, кто ими не пользуется. Что касается тайских потребителей, то между потребителями пиратских копий и теми, кто этим не занимается, нет значительных различий в отношении к пиратству.
16. Наиболее значимым фактором, который оттолкнул бы индонезийских потребителей от сознательного приобретения пиратских копий произведений, является более низкая цена оригинальных копий. Для тайских потребителей таким фактором является большее удобство оригинальных копий.

IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

17. Несмотря на все усилия заинтересованных сторон, пиратство в сфере авторского права по-прежнему распространено как в Таиланде, так и в Индонезии, а некоторые потребители все еще не до конца понимают разницу между пиратством и контрафакцией. Помимо сходства в основных выводах, данное исследование выявляет некоторые существенные различия между двумя странами в отношении пиратства в сфере авторского права с точки зрения потребителей. Также выявлены различия между категориями товаров. В связи с этим политика и стратегии в сфере борьбы с пиратством,

направленные на искоренение пиратства среди потребителей, должны учитывать особенности категорий товаров и потребителей, а также различия на национальном уровне.

[Конец документа]