

От редакции:**Комментарий эксперта «АС» О. Кваши**

Читая о том, как международное сообщество в едином порыве поднялось на борьбу с контрафактом, можно, конечно, порадоваться за сообщество, однако самим обольщаться, пожалуй, не стоит. На конгрессах вроде того, что прошел в феврале в Женеве, слова всегда говорят правильные и красивые. Но масштабные реальные действия — они ведь требуют существенных финансовых вложений и следуют за словами лишь тогда и там, когда и где ущемляются интересы крупных транснациональных игроков, готовых всерьез раскошелиться ради их защиты. Понятно при этом, что защищать они будут прежде всего *свои* интересы, а чужие — лишь заодно.

Вот с этих позиций давайте и оценим ситуацию.

Известно, что одним из самых активных субъектов мировой борьбы с контрафактом является Международный альянс интеллектуальной собственности (ИПРА), в который входят семь крупнейших ассоциаций, в том числе Ассоциация американских издателей, Альянс производителей делового программного обеспечения, Киноассоциация Америки. То есть, во-первых, тут правят бал американцы, а не европейцы, во-вторых, к промышленному оборудованию их интересы не имеют никакого отношения. Зато ущерб от контрафакции исчисляется многими миллиардами. А его виновниками они полагают... нас с вами!

Действительно, на просторах России нечасто встретишь лицензированные Windows, да и с другим ПО ситуация немногим лучше. (Еще бы! Если в США лицензия Microsoft обходится пользователю в среднем в полторы *дневные* зарплаты, то в России подобная лицензия стоила бы ему *месячного* заработка.) А многие ли россияне побрезгуют покупкой нелегального компакт-диска или кассеты? Львиная доля нашего внутреннего рынка ИТ-продуктов — контрафакт! Понятно, что производителей ИТ-продуктов и продукции шоу-бизнеса такая ситуация, мягко говоря, не радует.

В прошлом году ИПРА опубликовал список стран-лидеров в вопросах производства контрафакта, где Россия заняла «почетное» второе место после Китая. На третьем месте оказалась Италия. Были также названы Украина, Латвия, Литва, Белоруссия, да вообще, считай, все бывшие республики СССР, а также Колумбия, Израиль, Ливия, Индия, Турция и еще порядка двадцати государств.

Давайте все же признаемся, что когда на Западе говорят о контрафакте, чаще всего подразумевают вот именно пиратство в сфере информационных технологий. Наряду с ИТ-продукцией всерьез (читай — с финансовой поддержкой) речь также идет о подделке известных брендов парфюмерии и одежды. Когда же речь заходит о контрафакте на рынке промышленного оборудования, обнаруживается вдруг, что европейцы и

американцы как-то не очень понимают наши проблемы. Да, подобные прецеденты случаются; то есть, если их настойчиво попросить привести пример фальсификации оборудования — они вспомнят. Но сами, без напоминания, в числе самых своих насущных проблем западные машиностроители контрафакцию вряд ли упомянут. Почему-то не воспринимается она ими как нечто необоримо грандиозное, как прямая угроза бизнесу. И хотя кивать головами и говорить правильные слова они будут обязательно, серьезной помощи в этом направлении нам от них ждать не стоит.

Почему?

Есть две фундаментальные причины, которые позволяют расцветать контрафакту на всех без исключения товарных рынках на территории бывшего Союза, но которые при всем нашем желании не станут предметом международного обсуждения, поскольку другим народам они не слишком хорошо знакомы, хотя у нас являются, пожалуй, ключевыми.

Первую причину можно обобщенно обозначить как «нищета мышления».

Речь не только о потребительских рынках, где в погоне за низкой ценой покупатель не задумывается о проверке происхождения товара, приобретая, например, китайский вентиль под видом итальянского. (Причем европейца нужно еще уметь обмануть, а наш обманывается как бы сам и даже как бы с радостью.) Неспособность ответственно подходить к закупкам — болезнь всеобщая. Хотя механизмы потребительского выбора при закупках оборудования крупными компаниями вроде бы другие, в итоге часто получается все та же «погоня за ценой» с теми же последствиями, что и на потребительских рынках.

Но данный фактор проявляет себя не только в торговых операциях. Он проник всюду, во все сферы хозяйственной жизни. При изучении происхождения контрафактных товаров немало вопросов возникает, допустим, к таможене, почему-то дающей порой добро там, где надо заводить дело. Да и сама массовость явления, когда новоявленный предприниматель вместо организации честного производства или торговли предпочитает искать легкую прибыль на ниве фальсификации — это ведь не только от фактической безнаказанности, но и от нищеты мышления.

Вторая причина — стена недоверия между обществом и государством, выстроенная в годы советской власти, за последние 15 лет не только не разрушенная, а ставшая еще выше и прочнее. И происходящее отсюда отсутствие привычки апеллировать к закону, активное нежелание и боязнь судебных действий. А ведь в действующем законодательстве есть все нормы, необходимые для того, чтобы хотя бы попытаться привлечь фальсификаторов к ответственности. Но предприятия предпочитают почему-то искать не способы борьбы с ними, а причины и оправдания своему бездействию.



Справедливости ради следует отметить, что у недоверия россиян к государственным институтам есть основания. И дело не в дефиците законов, а в дефиците

ренциях не добиться вообще ничего.

обеспечения их четкого исполнения. Но тут уж никакие конгрессы WIPO ничем нам точно помочь не смогут.

Исходя из вышесказанного, думается, для российских машиностроителей участие во всевозможных подобных международных инициативах особого смысла не имеет, поскольку большинство существующих проблем не решит. Единственный действенный метод борьбы с контрафактом — преследовать фальсификаторов по закону, с дальнейшим обнародованием обстоятельств дела в случае успешных судебных процессов. Конечно, это требует немалых затрат времени, сил и финансов, и далеко не всегда дает результат, но ведь одними лишь декларациями и сколь угодно правильными разговорами на совещаниях и конфе-

В статье использовано фото с сайта: www.stevhiggs.com