

تسويق المنتجات المقلدة عبر الأنترنت بين إشباع الرغبات ومنع التعديات.

د، شرون عز الدين
جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة.
ch.azizon@yahoo.fr

د، محبوب مراد
جامعة محمد خيضر، بسكرة.
rayanmourad@yahoo.fr

فاطمة محبوب

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة

ملخص:

في ظل إنتشار المنتجات المقلدة، ووجود عملاء يقبلون على شرائها والتعرف عليها عبر صفحات الأنترنت تبرز مشكلة التوفيق بين مزايا ومخاطر تلك المنتجات، فرغم أن التقليد هو عملية غير شرعية من الناحية القانونية والأخلاقية إلا أنه ساهم في حل مشكلات عديدة تواجه المستهلكين مثل إرتفاع الأسعار، وندرة المنتجات الأصلية وصعوبة الحصول عليها، وقد وجد المقلدون في شبكة الأنترنت كل التسهيلات التي ساعدتهم على توسيع نشاطهم بعيدا عن الرقابة والملاحقة من طرف الهيئات المعنية، وقد حاولت هذه الدراسة توضيح ذلك من خلال تقديم مفهوم لعملية التقليد، وإبراز دورها في إشباع رغبات المستهلكين، مع الإشارة إلى أهم التعديات والمخاطر الناتجة عن هذه العملية، بالإضافة إلى تحديد متطلبات إشباع رغبات المستهلكين عبر الأنترنت وكيفية حمايتهم من أخطار السلع المقلدة.

Abstract:

Although the tradition of products is illegal and immoral, it has helped solve many problems facing consumers, such as rising prices, scarcity of original products and difficulty in obtaining them, Where imitators found in the Internet all the facilities that helped them to expand their activity away from censorship and prosecution by the bodies concerned, This study attempted to illustrate this by defining the process of imitating products and highlighting their role in satisfying the desires of consumers, And to clarify the most important infringements and risks resulting from this process, In addition to determining the requirements to satisfy the desires of consumers over the Internet and how to protect them from the dangers of counterfeit goods.

مقدمة:

لقد أصبح التسوق عبر شبكة الإنترنت من أهم الوسائل المستخدمة من طرف الشركات والمستهلكين على سواء، وذلك لما يوفره من الوقت والجهد، مما شجع العديد من المنتجين والتجار على إستغلال مختلف الامكانيات التي تتيحها الشبكة العنكبوتية لعرض منتجاتهم وخدماتهم، ويعتبر ذلك أمراً عادلاً إذا ما تتعلق بتسابق عدة أشخاص في سوق واحدة لإشباع حاجات مماثلة أو متقاربة من الناحية الإقتصادية، لكن التطورات التكنولوجية الحديثة وانفتاح الأسواق العالمية على بعضها جعل من الممكن أن يستفيد شخص آخر من مشروع الغير باللجوء الى طرق ملتوية وأساليب غير مشروعة، ومن بينها عملية تقليد وتزييف المنتجات، حيث تشهد العديد من الأسواق على شبكة الأنترنت إنتشاراً لسلع مقلدة تخص علامات تجارية مشهورة، والتي عادة ما تكون من فئة السلع الفاخرة التي تتجاوز أسعارها القدرة الشرائية لشريحة كبيرة من السكان، وفي ظل رغبة المستهلكين في إقتناء المنتجات الأصلية والماركات العالمية لاقت السلع المقلدة رواجاً كبيراً، خاصة وأن المحتالين يقومون بعرض منتجات تشبه الأصلية إلى حد كبير وبأثمان أقل، وفي بعض الأحيان يهائم المستهلك بأنها عرض خاص من الموقع، وبهذه الطريقة أصبحت إقتناء المنتجات المقلدة جزءاً من العادات الشرائية، وباتت هذه المنتجات المقلدة تعرف باسم فيرست كوبي (First Copy)، وتطور الأمر الى وجود منتجات درجة ثانية وأخرى ثالثة، وبين هذا الإقبال الذي يهدف إلى إشباع الرغبات والمخاطر التي يمكن أن تلحق بالمنتجين والمستهلكين تبرز إشكالية هذا البحث، والمتعلقة بالحد المسموح به في عمليات التقليد بحيث نلبي الرغبات ونمنع التعدييات.

أولاً: مفهوم تقليد المنتجات.

التقليد بصفة عامة هو كل عملية إعادة إنتاج كلي أو جزئي لخصائص مميزة لمنتج أصلي ذو طابع فني أدبي أو صناعي دون موافقة مالكه، أو إستعمال علامة تجارية أو صناعية لأهداف تسويقية وتوزيعية، أو أعمال الاستيراد أو التصدير لهذه العلامة بطريقة غير شرعية دون علم مالكها والتي تمس بحقوق الملكية، وينجم عنها ضرر مباشر له⁽¹⁾.

1- أنواع تقليد المنتجات.

ينقسم تقليد المنتجات إلى:

1-1- التقليد الكلي أو الجزئي: وهو إعادة تجسيد لكل - أو بعض - الخصائص المميزة لعلامة أو منتج معين من أجل تغليط المشتري أو المستهلك حول الهوية الأصلية للمنتج، ودفعه إلى إقتنائه ظناً منه أنه أصلي.

وفي كثير من الأحيان يتعلق الأمر بالجوانب الخارجية للمنتج والمتمثلة في: التغليف، العلامة، الشعار، أو رموز المنشأة: الاسم التجاري، الاسم التجاري للمحل⁽²⁾.

1-2- التقليد الذكي: وهو استعمال بعض خصائص المنتج الأصلي لإنتاج منتج يحمل علامة مختلفة، هذا المنتج يلي نفس الإحتياجات المطلوبة في المنتج الأصلي وبنوعية مساوية أو أعلى في بعض الأحيان، فهي منتجات منافسة أكثر منها مقلدة، والهدف من هذه المنتجات ليس تغليط المستهلك حول أصلية المنتج وإنما جعله في وضعية الحكم بين أفضلية منتوجين، لهذا

يصعب تحديد شرعية أو عدم شرعية المتاجرة في هذا النوع من المنتجات لأنها لا تلحق الضرر بالمستهلك، وتعتبر في نفس الوقت تطوير وتحسين للمنتج الأصلي.

2- طرق تقليد المنتجات.

من بين أهم الطرق التي يتم من خلالها تقليد المنتجات نذكر⁽³⁾:

- ✓ من ناحية الإسم: يختار المقلد الإسم الموضوع في العلامة التجارية مع تغيير بعض الحروف، أو إضافة حرف لا يغير نطق الكلمة، أو تغيير ترتيب الحروف، وفي كثير من الأحيان يحافظ المقلد على نفس نوع الخط وحجمه ولونه.
- ✓ من الناحية البصرية: يقوم المقلد بتقديم علامة معتمدة على نفس التركيب والبناء في المنتج الأصلي من ناحية الأشكال والأوزان والرموز.
- ✓ المحاكاة الذهنية: يتوجه التقليد إلى ذهن المستهلك من أجل خلق تقارب ذهني بين العلامة الأصلية للمنتج والعلامة المقلدة، ويعتمد في ذلك على المرادفات أو المتناقضات للكلمات التي تدخل ضمن تركيب العلامة.

3- أهم الدول المنتجة للتقليد والمصدرة له.

- حسب الاحصائيات المتوفرة فإن 70% من المنتجات المقلدة مصدرها آسيا، و30% حوض البحر الأبيض المتوسط، وتحتل الصين المرتبة الأولى في التقليد في العالم وتليها الكوريتين وتيلاندا، وتشتهر بعض الدول بتقليد السلع التالية⁽⁴⁾:
- ✓ الصين: تسمى إمبراطورية التقليد، إذ أن جميع السلع المقلدة يمكن الحصول عليها من الصين، فهي أكبر دولة في العالم تصنعا وتصديرا للسلع والمنتجات المقلدة رغم التزامها عبر إتفاقيات دولية بالحد من هذه الظاهرة، حيث أن 90% من الأفلام والموسيقى وبرامج الحواسيب في الصين هي عبارة عن مواد مقلدة أو منسوخة.
- ✓ ألمانيا: حيث جاء في تقرير إتحاد صناعة المكائن الألماني أن بعض الشركات الألمانية المعروفة تحولت إلى منتج للسلع المقلدة، ومنها من تقوم بتزييف سلعها بنفسها كي تعرضها في السوق بأسعار تنافسية، وإمتدت أنشطة تلك الشركات لتشمل إنتاج ألعاب الأطفال ومواد البناء، وحسب "إتحاد مكافحة القرصنة" الذي تموله الشركات الصناعية الألمانية، فإن القرصنة الألمان يسرقون الفكرة والتقنية والتصاميم ويرسلونها إلى الصين، ليجري هناك تصنيعها حسب مبالغ معينة ثم يعاد تصديرها مجدداً إلى ألمانيا، وتستخدم بعض الشركات هذه الطريقة نكاية بشركات منافسة⁽⁵⁾.
- ✓ كوريا الجنوبية: في مجالات الألبسة، المنتجات الكمالية، الأسلحة، السيارات، ألعاب الفيديو.
- ✓ تيلاندا: يعتبر هذا البلد من الناشطين في مجال تقليد المنتجات الجلدية والمنسوجات، المعدات السمعية والبصرية، العطور ومستلزمات الصياغة.
- ✓ إيطاليا: وتعتبر مهد التقليد في أوروبا، وتختص بتقليد العطور والمنسوجات، بالإضافة إلى المنتجات الصناعية الكبرى كقطع غيار السيارات.
- ✓ المغرب: وذلك في مجال الأمتعة بمختلف أنواعها، وحسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ومكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية، احتل المغرب المركز الـ 15 عالميا في قائمة الدول المصدرة للمنتجات المقلدة والمقرصنة.

- ✓ سنغافورة: أو كما تسمى جنة التسوق للمنتجات الكمالية ذات العلامات المشهورة، ومن بينها العطور، والألبسة، وبرامج الإعلام الآلي والإلكترونيات.
- ✓ الهند: وتختص في أجهزة ومعدات الإعلام الآلي، والمواد الصيدلانية، المنسوجات، المنتجات الكيميائية.
- ✓ روسيا: وتنتج سلع مقلدة أهمها قطع غيار السيارات، الكحول والمواد الصيدلانية.
- ✓ تركيا: المنتجات الجلدية، الأدوات الرياضية، والمنسوجات، بالإضافة إلى المنتجات الغذائية.

ثانيا: دور المنتجات المقلدة في إشباع رغبات المستهلكين.

إن عمليات التقليد ليست كلها شرا، فالتجربة تشير إلى استفادة قطاعات عريضة من البشرية من عمليات التقليد خاصة الفئات ذات الدخل المحدود، حيث أسهم ارتفاع الأسعار خلال الفترة الماضية في ظهور سلع مقلدة أقل تكلفة، مما جعل شريحة من المستهلكين تدعوا إلى عدم محاربة السلع المقلدة وترك ذلك لقانون العرض خاصة في مجال السلع الاستهلاكية المنزلية أو الشخصية، فمثل هذه السلع لها أهمية بالغة ولا يستطيع الجميع شراء الماركات الغالية منها، خاصة أن ظروف الناس وإمكاناتهم المادية تتفاوت من شخص إلى آخر، حيث أن منع تلك السلع سوف يضر بالمستهلك ويشجع التجار على رفع أسعار بضائعهم، في حين يسهم التقليد في خفض أسعار السلع ذات الجودة العالية وربما تصبح الأسعار متقاربة، وعليه فالمستهلك هو الذي يقرر ما الذي يناسبه من السلع وفقا لقدرته المادية، فالتقليد أصبح الخيار الأكثر عدلا للحصول على النسخة الشبيهة بالمنتج الأصلي، وساعد الأفراد على شراء ألبسة وأدوات تجميل تحمل علامات تجارية مشهورة بغض النظر عن كونها أصلية أو مقلدة، المهم هو التمتع بمظهر لائق وجذاب، فالمقلدون أصبحوا في الوقت الحالي أكثر براعة في نسخ المنتجات الثمينة لدرجة أنه يصعب على بعض المستهلكين التفرقة بين المنتج الأصلي والمقلد⁽⁶⁾، ففي الجزائر مثلا أكد المستشار الاقتصادي والتجاري بسفارة الصين "لو يفينغ"، أن أغلبية المستوردين الجزائريين يفضلون المنتجات المقلدة الأقل ثمنا من المنتجات الأصلية، وقال إن العلاقات التجارية الصينية شهدت تطورا سريعا في السنوات الأخيرة، وقد سجلت سنة 2012 أكثر من 7 مليارات دولار، منها 4.5 مليار استوردتها الجزائر في مجال التجهيز الصناعي والأشغال العمومية والسيارات، حيث فاقت العلامات المستوردة 30 علامة صينية، أما مصطفى زبدي رئيس جمعية حماية المستهلك فقد قال نحن كجمعية "لا نرى أن كل ما هو مقلد سيئ" لأن أي مادة مقلدة يتوفر فيها شرط الأمان وتفي بالغرض ليس لدينا مشكل معها، وذلك راجع للقدرة الشرائية للمواطنين، لذا ناشد المؤسسات المكلفة بقمع الغش ترك بعض المواد المقلدة كالألبسة وبرامج الكمبيوتر، عكس المواد الصيدلانية ومواد التجميل التي تضر بالمستهلك⁽⁷⁾.

وعليه فإن عمليات التقليد يمكنها أن تساعد الكثير من الناس على إشباع احتياجاتهم، والوصول إلى بعض المنتجات التي لم يكن من الممكن أن يحصلوا عليها، ومن أمثلة ذلك⁽⁸⁾:

1- تمكن مئات الملايين من البشر في الدول الفقيرة في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية من حمل الهواتف النقالة أو امتلاك الكثير من الأجهزة الإلكترونية من خلال شراء العلامات التجارية المقلدة وبأسعار منخفضة، خصوصا تلك المصنعة في الصين، وقد وصل الأمر إلى قيام عمليات التقليد في منافذ تصنيع العلامات الأصلية في حد ذاتها، وذلك كوسيلة لزيادة إيرادات تلك المصانع ومنها تلك التي تقوم بتصنيع الملابس الرياضية ذات العلامات الشهيرة في الصين مثل "بيما"، حيث تقوم بتصنيع النسخ الأصلية

منها في أوقات الدوام الرسمي، أما في المساء أو في العطلات فإنها تقوم بتصنيع النسخ المقلدة منها، وبعض هذه النسخ المقلدة عالية الجودة لدرجة أنه يصعب اكتشاف عملية التقليد حتى من جانب أصحاب العلامات الأصلية.

2- انتشار عمليات تقليد الطباعات الأصلية للكتب في أوروبا في القرن الثامن عشر ساعد على انتشار الثقافة في المناطق الريفية في أوروبا من خلال تمكين ملايين الفقراء من الاطلاع على هذه الكتب المنخفضة الثمن مقارنة بثمنها الأصلي، إضافة إلى أن عمليات تقليد النسخ الأصلية من الكتب أسهمت في شهرة المؤلفين وانتشار عمليات القراءة لهم، ففي القرن الثامن عشر بعد قرن تقريبا من وفاة ويليام شكسبير كانت قصصه قد أشرفت على الاختفاء، غير أن طبع النسخة الأصلية لقصصه بصورة غير قانونية، وأحيانا تقسيمها إلى أجزاء وبيعها بأسعار زهيدة ساعد على انتشار الأعمال الأصلية لويليام شكسبير، وأدى إلى زيادة الطلب على تلك الكتب وساهم في تكثيف عمليات البحث عن القصص التي اختفت ولم تعد تطبع، ولكن الأهم أنه مع انتشار هذه العمليات ارتفعت مستويات الثقافة لقطاع واسع جدا من سكان بريطانيا لم تكن لهم أي فرصة في الوصول إلى هذه المطبوعات لولا عمليات الطباعة غير القانونية لتلك الكتب.

3- تطوير بعض المنتجات الأصلية وظهور أجيال جديدة منها، فعندما يتم إدخال النسخ الأصلية من المنتج تتسع مبيعات الشركات المنتجة له، إلى أن يتمكن المقلدون من تقليده وإنتاجه وتوزيعه على نطاق واسع، وهو ما يقلل من مبيعات الشركة، ورغبة منها في ضمان استمرار الطلب مرتفعا على منتجاتها لا بد من أن تستمر في عمليات الابتكار والتجديد على نحو مستمر.

ثالثا: استخدام الأنترنت في تسويق المنتجات المقلدة.

تعد شبكة الأنترنت من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسب، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة، ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي كل لحظة بالجديد، بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية⁽⁹⁾.

ففي الصين مثلا ارتفعت المبيعات عبر الأنترنت من السلع الاستهلاكية خلال العام 2016 بنسبة 26.2% لتبلغ 5.1 نحو 750 مليار دولار أمريكي، أما في دول الخليج فقد حظى التسوق عبر الأنترنت بروج غير مسبوق خاصة بعد أن استحوذت شركة أمازون - عملاقة التسوق عبر الأنترنت - على موقع (سوق كوم)، وقد أوضحت دراسة تم إجرائها مؤخرا أن 83% من الشباب بدول مجلس التعاون الخليجي قد تسوقوا عبر الأنترنت خلال الستة أشهر الماضية، حيث تسوق (42%) على مواقع التسوق المحلية وتسوق (41%) على مواقع التسوق العالمية، وتوصلت الدراسة إلى أن أغلب ما تم شراؤه عبر الأنترنت هو الهواتف الجواله (20%) وبرامج الكمبيوتر (20%)، ويليها المعدات الإلكترونية (19%) والألعاب الإلكترونية (17%)، بالإضافة إلى الكتب الإلكترونية (13%)، وكانت منتجات الصحة هي الأقل شراؤها عبر ب (7%)⁽¹⁰⁾

وفي ظل هذا الاستخدام الكبير للأنترنت في مجال التسويق، أصبحت هذه الأخيرة تلعب دور بارزا في نمو أسواق البضائع المقلدة، حيث أن 25% من إجمالي سوق المنتجات المقلدة عالميا يتم عبر الأنترنت⁽¹¹⁾

فشركة "غوغل" مثلا أوقفت في عام 2014 ما يقارب 524 مليون إعلان يروج لبضائع مقلدة أو لبرمجيات خبيثة، كما حذف موقع "فيسبوك" أكثر من 3 آلاف إعلان احتيالي خلال 60 ساعة خلال العام نفسه.

كما قامت الصين التي لديها أكبر منصة للتسوق عبر الأنترنت في العالم، بمكافحة المنتجات المقلدة، حيث تم التعامل في عام 2016 مع 170 ألف حالة تعدي على حقوق الملكية الفكرية والمنتجات المقلدة مع اعتقال ما يقرب من 20 ألف مشتبه بهم.⁽¹²⁾

أما شركة الإلكترونيات الأمريكية العملاقة "آبل" فذكرت أن حوالي 90% من شواحن هاتف آيفون المباعة على موقع التجارة الإلكترونية أمازون مقلدة وليست أصلية، وبحسب شكوى رسمية قدمتها شركة آبل ضد عدد من الشركات التي تقلد منتجاتها، فإن النسبة الأكبر من أسلاك الطاقة الذي تنتجه آبل باسم "لايتنيغ" المباعة عبر أمازون مقلدة.

كما حذرت "فيدرالية التجارة الإلكترونية بالمغرب"، من انتشار إعلانات لمنتجات مزيفة ومعيبة تحمل أسماء ماركات عالمية ومشهورة تباع على الأنترنت بأثمان بخسة، وتشكل مخاطر على صحة المستهلكين، وأفادت الفيدرالية أن هذه الآفة تتسبب في "خسارة المغرب مليار دولار سنويا وأكثر من 30 ألف فرصة عمل، وحذرت المنظمة التجار الإلكترونيين المزيفين من اتخاذ الخطوات القانونية اللازمة لفرض احترام حق المستهلك الإلكتروني في منتجات ذات جودة، داعية بعض التجار الإلكترونيين سواء كانوا أعضاء أو غير أعضاء في الفيدرالية إلى التخلي عن هذه التجارة غير المشروعة التي تقوض سمعة القطاع.⁽¹³⁾

ومن بين الأسباب التي شجعت على تسويق المنتجات المقلدة عبر الأنترنت هو وجود عدداً كبيراً من الصفحات على منصات مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وتحول أنظار العديد من التجار نحوها لتسويق منتجاتهم المقلدة، حتى ولو تطلب الأمر قيامهم بدعاية مضللة قد تنطوي في بعض الأحيان على مغالطات علمية بهدف تحقيق قدر كبير من الربح على حساب المستهلك الذي تخدعه هذه الدعاية، ومن الأمثلة على ذلك، ما تلجأ إليه شركات صناعة الألبان المجففة من دعاية عبر شبكة الانترنت وغيرها، تفيد أن منتجاتها هي البديل الكامل لحليب الأم، في حين أن الثابت لدى منظمة الصحة العالمية أن ملايين الأطفال خاصة في دول العالم الثالث يموتون سنويا قبل السنة الأولى من أعمارهم بسبب اعتمادهم في التغذية على الألبان الصناعية⁽¹⁴⁾.

ويعد استخدام الأنترنت بيئة ملائمة للترويج للسلع المقلدة بعيدا عن أعين الرقابة والمسائلة القانونية، ويعود ذلك لعدة عوامل أهمها⁽¹⁵⁾:

- 1- إمكانية الدخول من عدة أماكن، فالمتعامل عبر الانترنت لا يحتاج إلى مكان محدد لدخول الشبكة، فأى شخص يمكنه الدخول إلى الشبكة من أي مكان يتوفر به جهاز كمبيوتر وخط اتصال، كمقاهي الانترنت ومختبرات الجامعات والمدارس.
- 2- سرعة العملية، قد لا يحتاج الدخيل (المخترق) إلى أكثر من بضع دقائق لاختراق موقع معين والتلاعب به ومغادرة الموقع قبل أن يتم تعقبه.
- 3- تباعد المسافات، قد يكون المخترق لموقع ما يبعد آلاف الكيلومترات وفي بلد آخر، فشبكات الانترنت صممت بشكل عالمي.
- 4- عدم وجود هوية محددة، لا يمكن معرفة ماهية المخترق، ولا بأي شكل من الأشكال، ويمكنه بهذه الطريقة تزوير صفحات الوب، بحيث تظهر صفحة الوب مطابقة للصفحة الرسمية التي يسوق من خلالها المنتج الأصلي.
- 5- عدم وجود قوانين دولية، فشبكات الانترنت شبكة عالمية ذات معايير موحدة بالاستخدام فقط، ولو أننا افترضنا اكتشاف أحد المخترقين بدولة مغايرة لدولة الشركة التي تم اختراقها، فإنه ليس بالضرورة وجود قوانين موحدة للتعامل مع المخترق.

6- عدم وجود دلائل مادية، فإثبات أي جريمة لا بد له من توفر دلائل وقرائن مادية، ولكن أين هي هذه الدلائل في هذه الشبكة المرئية فقط.

7- إمكانية إتلاف بيانات جهاز الكمبيوتر، ففي حالة شعور أي مخترق بإمكانية تعقبه يستطيع إتلاف بيانات جهازه بضغطة زر بسيطة، مما يجعل عملية تعقبه عديمة الجدوى.

8- حماية الحسابات البنكية، هناك الكثير من الحسابات البنكية محمية من اطلاع الغير عليها، وبالتالي يستطيع المخترق استخدام هذا النوع من الحسابات دون القلق من آلية تعقبه.

9- عدم الإبلاغ عن الإختراقات، هناك الكثير من الشركات لا تبلغ عن الإختراقات التي تعرضت لها أنظمتها، خوفا من فقدان عملائها وتفضل تحمل خسائر كبيرة عوضا عن فقدان الثقة بها.

رابعاً: أهم التعديلات والمخاطر الناتجة عن تقليد المنتجات.

يؤدي انتشار عمليات التقليد وتشعب ممارساته في الأسواق إلى مخاطر وآثار سلبية متعددة تشمل مستويات مختلفة منها الإنسان، البيئة، الإقتصاد، ومن بينها⁽¹⁶⁾:

1- بالنسبة للمؤسسات: يتسبب التقليد في فقدان المؤسسات لحصتها السوقية، وفقدانها لسمعتها والتي عملت لسنوات طويلة على تكوينها، ذلك أن المستهلك عند اقتنائه المنتج المقلد وفي حالة عدم رضاه عنه، سيلوم المؤسسة الأصلية ظناً منه أنها صاحبة المنتج، مما يؤثر سلباً على مستوى الجودة في تلك المؤسسات، ضف إلى ذلك الخسائر التي تتحملها المؤسسات جراء عمليات الحماية التي تقوم بها مثل التحقيقات الميدانية والمتابعات القضائية.

2- بالنسبة للمستهلك: امتدت تجارة البضائع المزيفة إلى سلع يؤدي تقليدها إلى المساس بصحة الإنسان وتعريض حياته للخطر، مثل المنتجات الغذائية والأدوية والأجهزة الطبية وفرامل السيارات وقطع غيار الطائرات، وخير مثال على ذلك ما سطره القضاء الأمريكي في قضية *Textron v. Aviation Sales* وهي تتعلق بتصنيع قطع غيار طائرات هليكوبتر رديئة وضعت عليها علامة تجارية مزورة، هي في الأصل علامة مسجلة مملوكة لشركة *Bell Helicopter Division of Textron, Inc.* فقد وجدت المحكمة أن الحوادث التي وقعت لعدة طائرات هليكوبتر كانت بسبب قطع الغيار المعيبة التي صنعها وباعها المدعي عليهم وكانت تحمل العلامة التجارية المزورة مما أدى إلى حالات الوفاة والإصابات البدنية الجسيمة.

أما في مجال الألبسة فقد كشفت السنوات الأخيرة عن خطورة المنتجات الصينية على الصحة العامة، فبعض الألبسة يؤدي ارتدائها على الجلد إلى ظهور طفح جلدي لدى الأطفال واحمرار في كافة أجزاء الجسم بسبب المواد المجهولة المستعملة في تصنيعها، ومنها أحذية كادت تتسبب في بتر أقدام أطفال وأخرى أدت إلى بتر أقدام بالغين مصابين بأمراض السكري على خلفية تسببها في "الغرغرينا" التي تعفن قدم المصاب.

3- بالنسبة للمجتمع.

من بين المخاطر التي يخلفها التقليد على المجتمع نجد:

3-1- التهزّب الضريبي: لا يدفع المقلّدون الضرائب بإعتبار أن عملهم غير مشروع، وعلى هذا الأساس يجنون أرباحاً دون تأدية الضريبة أو الرسوم المقابلة لها للدولة (ومن ذلك رسوم تأسيس الشركات، ضريبة الدخل، الضريبة على القيمة المضافة، الرسوم

الجمركية الخاصة بالاستيراد والتصدير، ناهيك عن التهرب أيضاً عن دفع الاشتراكات الخاصة بالضمان الاجتماعي)، وهو ما يؤدي إلى أمرين هما إنخفاض في واردات الدولة وزيادة في الإنفاق على الصحة العامة والتصدي لجرائم التقليد.

3-2- الأضرار بالبيئة: يسهم التقليد في تخفيض حجم السلع الصديقة للبيئة والمطابقة للمقاييس، وذلك بسبب لجوء التجار إلى المنتجات المقلدة عوضاً عن المنتجات الأصلية، وفي حالة مصادرتها فإن التخلص منها مكلف وينجم عنه مقدار كبير من النفايات المضرّة بالبيئة، لاسيما إذا كانت تحتوي هذه المنتجات على مواد كيميائية أو فاسدة.

3-4- الفساد والرشوة: يشجع التقليد على الفساد، فالمقلدون بحاجة إلى عدم تطبيق القانون عليهم، فتكثر أساليب الرشوة والابتزاز عند نقل البضائع المقلدة أو بيعها أو تسويقها.

3-5- مخالفة القوانين: التقليد في الأصل هو تعدي على حقوق الملكية الفردية، وعادة ما يرتبط بجرائم أخرى متصلة بتبييض الأموال، كالاتجار بالبشر والأعضاء البشرية، والمخدرات والأسلحة، إذ أن المقلدون غالباً ما يلجأون إلى الطرق والوسائل نفسها التي يعتمد عليها رجال التهريب.

4- بالنسبة لإقتصاديات الدول المصدرة والمستقبلة للتقليد.

يؤثر تقليد المنتجات سلبي على الدول المصدرة والمستوردة له، وذلك على النحو التالي:

4-1- البلدان المصدرة للتقليد: يؤدي التقليد إلى تخفيض صادرات الدول المقلدة، خاصة في حالة وجود اتفاقيات دولية تمنع التقليد، وقد يطال ذلك حتى السلع الأصلية، وذلك راجع للسمعة السيئة للبلد وعدم وجود ثقة لدى المتعاملين في ما ينتجه من سلع.

4-2- البلدان المستقبلة للتقليد: تعتبر ألمانيا من أكثر الدول الأوروبية التي تعاني خسائر كبيرة جراء قرصنة المنتجات، إلى درجة باتت معها الظاهرة تشكل خطراً كبيراً على الاقتصاد الألماني بأكمله، حيث تكبدت الشركات الألمانية خسائر بلغت نحو 26 مليار يورو جراء قرصنة المنتجات والأفكار، وتم مصادرة منتجات مزورة تبلغ قيمتها أكثر من مليار ونصف المليار يورو.

أما في الولايات المتحدة فقد تضاعف حجم السلع المزورة التي ضُبطت من قبل موظفي الجمارك في الولايات المتحدة في السنوات الخمس الماضية وحدها إلى حدود عشرة أضعاف، إذ تجاوزت قيمتها أكثر من مائة وخمسين مليوناً، بينما كشفت التحريات والتحقيقات أن نحو سبعين في المائة من السلع المغشوشة والمقلدة مصدرها الصين، رغم أن هذه الأخيرة عضو في المنظمة العالمية لحماية الملكية الفكرية التابعة للأمم المتحدة.

وفي الجزائر تتكبد الدولة خسائر مالية بالملايير جراء استفحال ظاهرة السلع المقلدة في العشر سنوات الأخيرة، حيث تعالج المحاكم الجزائرية ما يقارب 400 قضية في السنة، تخصّ الغش والتلاعب في علامة المنتجات التجارية، وقد أكد مختصون وجود مشكلة حقيقية بخصوص من يتحمل تكاليف إتلاف السلع المقلدة المحجوزة من طرف إدارة الجمارك، حيث من المفروض أن يتحمل مستورد هذه السلع تلك التكاليف المالية، لكن في ظلّ عدم معرفة الصاحب الحقيقي لهاته السلع، يبقى مصيرها يطرح أكثر من علامة إستفهام حول أنجع الطرق لتسييرها.

خامساً: متطلبات إشباع رغبات المستهلكين عبر الأنترنت وحمايتهم من أخطار السلع المقلدة.

إن عملية التوفيق بين إشباع رغبات المستهلكين وحمايتهم من أخطار السلع المقلدة عبر الأنترنت يتطلب القيام بمجموعة من

الجهود والتي من أهمها:

1- خفض تكلفة السلع الأصلية، حيث يؤدي ارتفاع تكلفة السلع الأصلية إلى تسويق خدمات مقلدة عبر الأنترنت، ويساهم في خرق قوانين الملكية الفكرية والصناعية، ويتسبب في خسائر تلحق بالمالكين، فعلى سبيل المثال قدرت خسائر الشركات المنتجة لاسطوانات برمجيات الحاسوب في 2008 بنحو 53 مليار دولار، ويرجح أن أكثر من 40 في المائة من البرامج المثبتة على أجهزة الحاسوب في العالم مسروقة، بالطبع لقد كان من الممكن تعويض جانب كبير من هذه الخسائر لو أن عمليات تسعير هذه المنتجات تتم بصورة أكثر عدالة، فمما لا شك فيه أن من يشتري النسخ المقلدة من هذه البرامج سيكون أكثر استعداداً لشراء النسخ الأصلية، منها لو أن أسعارها كانت في متناول يده، ولكن حرص منتجي هذه البرامج على تعظيم أرباحهم يدفعهم إلى فرض أسعار مرتفعة نسبياً لها مما يحفز عمليات التقليد ويحفز المستهلكين على المخاطرة بشراء النسخ المقلدة منها، فما معنى أن يصبح بيل جيتس أغنى رجل في العالم بفضل الأرباح التي تحققها مايكروسوفت المنتجة للبرمجيات ليعود ليتبرع بجانب كبير منها مرة أخرى للأغراض الخيرية، ألم يكن من الأولى في الأساس أن يحقق أرباحاً معتدلة بتخفيض أسعار البرمجيات لتكون في متناول الفقراء من المستهلكين في العالم، وقد دفع ذلك بعض الحكومات ومنها مصر مثلاً إلى عقد اتفاقات مع شركات عالمية منتجة للبرمجيات، إذ تسمح هذه الاتفاقيات لجميع المؤسسات والهيئات الحكومية بالحصول على تراخيص استخدام برامج هذه الشركات بتكلفة مخفضة مما يؤدي إلى ترسخ استخدام البرامج الأصلية كسلوك حضارى.

2- التنسيق مع البلدان المصدرة للمنتجات المقلدة لأنه مع إتقان عمليات التقليد من الصعب معرفة الأصلي من المقلد من قبل الجهات الرقابية إلا عن طريق المخابر المتخصصة، ويعتبر ذلك أمراً مستحيلاً بالنسبة لجميع السلع والبضائع، ومنه لا بد من التنسيق مع البلدان المصدرة لهذه البضائع.

3- إبتكار برامج وتقنيات جديدة للحد من ظاهرة التقليد، ومن أمثلة ذلك تطبيق "made in" الذي يستخدم في محاربة المنتجات المقلدة، حيث يعمل هذا التطبيق على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية التي تعمل بنظام أندرويد، وذلك عن طرق كود يتم وضعه مسبقاً على غلاف أو علبه المنتج، هذا الكود قابل للخدش من قبل المستهلك، ومن خلال إدخاله على التطبيق تظهر للمستهلك رسالة تحتوي على التفاصيل المتعلقة بالمنتج، وما إذا كان هذا المنتج حقيقى أو مقلد.

4- تدشين مواقع على الأنترنت لحماية المستهلك وتعريفه بحقوقه الاستهلاكية التي من أبرزها سلامة المنتج، وحقه في الإختيار، وقد أصبحت هذه المواقع التي بعضها مجاني والأخر يقدم خدماته بمقابل، منبراً مهماً للمستهلك لإبداء رأيه وإعطاء فرصة للآخرين للمشاركة في خبراتهم عن المنشآت التجارية التي يتسوقون منها، كما يمكنه الإطلاع على مدى رضا الزبائن السابقين، وعلى تقييمهم لبعض المنتجات التي استخدموها، وتوفر هذه المواقع أيضاً خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد الإلكتروني من خلال ما يسمى مركز الشكاوى، كما تخصص بعض الصفحات لتقديم معلومات تساعد المستهلك على تجنب الوقوع في حالة احتيال أو غش⁽¹⁷⁾.

خاتمة:

من خلال ما تم تناوله في هذه الدراسة يمكن القول أن التسوق عبر الأنترنت أصبح نتيجة حتمية للتطورات التكنولوجية الحديثة خاصة مع ما يوفره من مزايا تتعلق بتوفير الوقت والجهد، حيث يمكن زيارة أسواق إلكترونية عديدة في وقت قياسي، والحصول على كل ما نحتاجه من سلع وخدمات بأقل الأسعار، وعلى الرغم من هذه المزايا ظهرت مخاطر وتحديات أثرت سلباً على حقوق المستهلك في الحصول على منتجات ملائمة لإحتياجاته، ومن بينها الترويج للسلع المقلدة عبر الأنترنت، والتي لاقت

إقبالاً واسعاً على إقتنائها بسبب إنخراط مؤسسات ودول عديدة في تسويقها مثل الصين وكوريا الجنوبية والشمالية وحتى دول معروفة بجودة منتجاتها مثل ألمانيا، وفي ظل هذا التحول أصبحت تلك المنتجات المقلدة تلبي إحتياجات ورغبات متنوعة لطبقات مختلفة من الزبائن، وأصبح التراجع عن إستهلاكها أمراً صعباً، خاصة وأنها تتنوع إلى منتجات درجة أولى وثانية وحتى ثالثة، لذلك كان لابد من التوفيق بين إشباع تلك الرغبات والحد من التعديات التي تخلفها المنتجات المقلدة على صحة الإنسان واقتصاديات الدول.

التوصيات والمقترحات:

من بين التوصيات والاقتراحات التي تقدمها هذه الدراسة ما يلي:

- 1- توعية المستهلكين من خلال الإعلام والمؤتمرات بمخاطر السلع المقلدة عبر الأنترنت وإرشادهم إلى كيفية التعامل مع هذه السلع والمنتجات بطريقة آمنة وبأسلوب يكفل له الصحة والسلامة، وكذلك الاستخدام الصحيح لهذه السلع.
- 2- تخفيض أسعار السلع الأصلية وجعلها قدر الإمكان في متناول المستهلكين.
- 3- ووضع شروط لترويج السلع عبر الأنترنت، ومحاولة تبويبها حسب النوعية ومستوى الجودة.
- 4- تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك ودعمها مادياً ومعنوياً في مجال محاربة السلع المقلدة، وإعطاءها حق التقاضي نيابة عن المستهلك في حالة وجود أضرار أو تلاعب من شأنه الإضرار بحقوق المستهلك.
- 5- حجب وزارة الاتصال لكل المواقع التي تروج لسلع مغشوشة أو سلع غير مطابقة للمواصفات.
- 6- تطوير إدارات ومصالح حكومية لها القدرة على مراقبة الأسواق الإلكترونية وكشف التعديات والممارسات التضليلية التي تضر بحقوق المستهلك.
- 7- إعداد مشاريع قوانين جديدة لحماية العلامات التجارية وبراءات الاختراع لتكون متناسبة مع الاتفاقيات الدولية، وتأهيل قضاة المحاكم للتعامل مع قضايا الملكية الفكرية وتوسيع صلاحياتهم في هذا الجانب.
- 8- تكوين العاملين في مصلحة الجمارك في مجال الكشف عن السلع المقلدة، ومنحهم مزيداً من الصلاحيات لمكافحة الغش والتقليد التجاري.
- 9- نشر وتطوير التكنولوجيا الحديثة التي لها القدرة على التفرقة بين السلع المقلدة والسلع الأصلية وتسهيل إستخدامها من طرف المواطنين.
- 10- إلزام الدول المروجة للسلع المقلدة بتحمل مسؤوليتها القانونية والأخلاقية من خلال إتفاقيات دولية.

قائمة المراجع (الهوامش):

1. عبد العزيز شرابي، مُجد أمين فروج، ظاهرة التقليد- المخاطر وطرق المكافحة-، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد5، 2008، ص 225.
2. Alexis SOBOL, **La concurrence déloyale par reproduction ou imitation de signe distinctif sur internet**, DESS droit et pratique du commerce électronique, 2004,p :06
3. براك ناصر النون، تقليد العلامة التجارية واضرارها وسبل حمايتها، الإتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية، ص 24.

4. عبد العزيز شرابي، مُجَّد أمين فروج، مرجع سابق ص 227.
5. أكبر بلد أوروبي مزيف للسلع بعد الصين، على الموقع:
http://www.vitamedz.org/%D8%A8/Articles_18300_2817009_0_1.html
6. شراء منتجات العلامات التجارية العالمية ما بين ارتفاع التكلفة ومستوى المعيشة، على الموقع:
<http://2016.omandaily.om/?p=388634>
7. المستشار الاقتصادي بسفارة الصين: المستوردون الجزائريون يفضلون المنتجات المقلدة، على الموقع:
http://www.vitamedz.org/%D8%A7/Articles_18300_1767025_0_1.html
8. مُجَّد إبراهيم السقا، إيجابيات تقليد العلامات التجارية، على الموقع:
http://www.aleqt.com/2014/04/25/article_843883.htm
9. طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الدار الجامعية، مصر، 2003، ص 36.
10. كيف يتسوق جيل الألفية في دول مجلس التعاون الخليجي عبر الإنترنت، على الموقع:
<https://mena.yougov.com/ar/news/2017/07/17/how-do-gcc-millennials-shop-online>
11. 250 مليار دولار قيمة المنتجات المقلدة عالمياً.. 25% منها يتم عبر الانترنت، على الموقع:
<http://b2b-sy.com/news/10498>
12. الصين تواصل مكافحة المنتجات المزيفة على الأنترنت، على الموقع:
<http://www.chinainarabic.org/?p=30303>
13. منتجات مزيفة تغزو الأنترنت وتكبد المغرب خسائر بمليار دولار، على الموقع:
<http://www.hespress.com/economie/260834.html>
14. مُجَّد شكري سرور، التجارة الالكترونية ومقتضيات حماية المستهلك، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي، أكاديمية شرطة دبي، الإمارات العربية المتحدة، 26-27 فبراير 2003، ص 176.
15. أحمد السيد طه كردى، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، كلية التجارة، جامعة بنها، مصر، 2011، ص 51.
16. عبد العزيز شرابي، مُجَّد أمين فروج، مرجع سابق، ص 229-231.
17. سامى عبد العزيز، المعالجة الصحفية لقضية حماية المستهلك المصري، مؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان، جامعة النهضة، مصر، 28-29 مارس 2009، ص 317.