A

WIPO
المنظمة العالمية
للملكية الفكرية

WIPO/ACE/16/11/EX
الأصل: بالإنكليزية
التاريخ: 24 نوفمبر 2023

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

الدورة السادسة عشرة
جنيف، من 31 يناير إلى 2 فبراير 2024

الممارسات التي تستخدمها الأسواق الإلكترونية للتعامل مع التجارة في المنتجات المقلدة – ملخص تنفيذي*

*دراسة من إعداد الدكتور ديفيد شيرد، محاضر رئيسي، كلية علم الجريمة والعدالة الجنائية، جامعة بورتسموث، المملكة المتحدة؛ والسيدة كيت ويتمان، طالبة لنيل درجة الدكتوراه، كلية المحاسبة والاقتصاد والمالية، جامعة بورتسموث، المملكة المتحدة؛ والدكتور جيريمي ويلسون، أستاذ، كلية العدالة الجنائية، جامعة ولاية ميشيغان، إيست لانسينغ، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والسيدة آنا بالوكا، طالبة ماجستير، كلية علم الجريمة والعدالة الجنائية، جامعة بورتسموث، المملكة المتحدة***

ملخص

تطورت الأسواق الإلكترونية على مدى 20 سنة الماضية لتصبح صناعة قوية ومبتكرة وناجحة بشكل كبير. وهي تدعم الشركات الكبيرة وتمكن رواد الأعمال الناشئين عبر ربطهم بالعملاء في جميع أنحاء العالم. ولكن، هناك جانب مظلم لهذا النجاح: فهو يسهل أيضا التجارة في السلع المقلدة. وعلى النقيض من الصناعات التيسيرية الأخرى، مثل الخدمات اللوجستية ومزودي خدمات الدفع، تجتذب الأسواق الإلكترونية اهتماماً خاصاً لأن ظهور المنتجات المقلدة في واجهات متاجرها، يولد فرصاً واضحة للسيطرة على التجارة غير المشروعة. ويعرض هذا التقرير نتائج البحث الاستكشافي في الممارسات التي تستخدمها عينة من الأسواق الإلكترونية للتعامل مع التجارة في المنتجات المقلدة. ويخلص إلى أن أقلية صغيرة من المنصات تنفذ سياسات هادفة لمكافحة التقليد. ونظرا لتنوع نماذج الأعمال في السوق، يوصي التقرير باتباع نهج قائم على المخاطر لوضع إطار مشترك لمكافحة التقليد بدلاً من قائمة إلزامية من الممارسات.

* أُجريت هذه الدراسة بمساعدة الأموال المقدمة من مكتب براءات الاختراع الياباني (JPO).
** الآراء الواردة في هذه الوثيقة هي آراء المؤلفين ولا تعبر بالضرورة عن آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

ملخص تنفيذي

1. يشكل الاتجار غير المشروع بالسلع المقلدة تهديداً كبيراً لنظام السوق الحرة، مما يعوق التقدم ويعرض رفاه المجتمع للخطر. وقد سمحت قوى العولمة والاقتصاد الرقمي لمصنعي المنتجات المقلدة بالوصول إلى الأسواق العالمية، مما حول التقليد إلى صناعة عالمية ضخمة. وفي عام 2019، بلغت القيمة التقديرية للتجارة الدولية في السلع المقلدة 464 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 2.5 في المئة من التجارة العالمية. وتسهيل الطلب على المنتجات المقلدة يتم عبر الأسواق الإلكترونية الوسيطة التي تربط الموردين غير الشرعيين بالمستهلكين في جميع أنحاء العالم. ويستكشف هذا التقرير مدى اعتماد الأسواق لمجموعة من 36 ممارسة. واستخدمت الدراسة منهجية مختلطة: فحص السياسات والممارسات المنشورة لما عدده 50 سوقاً و16 من مزودي التكنولوجيا، واختبار الامتثال على الأسواق ومزودي التكنولوجيا، ومقابلات مع أصحاب المصلحة في الصناعة.

2. ووجدت الدراسة أن ثمانية فقط من أصل عينة ال 50 سوقاً لديها استراتيجيات متماسكة لمكافحة التقليد وأن جميع الأسواق الثمانية اجتازت اختبار الامتثال. وأربعة من هذه الأسواق عامة، تبيع مجموعة واسعة من المنتجات، وتستند استراتيجياتها لمكافحة التقليد إلى مجموعة واسعة من الضوابط الإدارية. والأربعة الأخرى هي أسواق متخصصة وتستند استراتيجياتها إلى فحص المنتجات والتحقق من صحتها.

3. أما الأسواق ال 42 الباقية فليس لديها استراتيجيات متماسكة وفشل 60 في المئة منها في اجتياز اختبار الامتثال. وبعضها غير مبال بمشكلة التقليد. والبعض الآخر منخرط ببساطة في تزيين الواجهات، أي أن أفعالهم لا ترقى إلى مستوى القيم والنوايا المعلنة في سياساتهم. ويعاني قطاع وسائل التواصل الاجتماعي من قصور ملحوظ في تنفيذ سياساته الخاصة. إن الاستثمار في استراتيجيات مكافحة التقليد أقل بكثير من المستوى المطلوب لخدمة نموذج أعمال القطاع.

4. وتؤدي الابتكارات السريعة لمزودي التكنولوجيا إلى دمج التسويق والخدمات اللوجستية المادية عبر منصات متعددة، مما يزيد من الوصول وخفة الحركة والكفاءة التشغيلية للبائعين الشرعيين وغير الشرعيين. ومع ذلك، فإن واحدا فقط من مزودي التكنولوجيا الذين تم أخذ عينات منهم قد نفذ سياسات ذات مغزى. أما الآخرون فلم يقروا بوجود مشكلة.

5. ويمثل ضعف عمليات التحقق مشكلة أساسية داخل الصناعة تقوّض القدرة على السيطرة على التجار غير الشرعيين. وعلى وجه الخصوص، فإن ممارسة "التحقق المعتمد"، التي تقبل السوق بموجبها بائعين جدد لأنهم يتاجرون بالفعل في سوق أخرى، توسّع نطاق العمليات للتجار غير الشرعيين.

6. وأوجه القصور في التقنيات الأخلاقية التي تتحكم في الجهات الفاعلة السيئة وتعطلها تعني أن استراتيجيات مكافحة التقليد لا تزال تعتمد بشكل كبير على العلاقات المهنية مع أصحاب المصلحة، مما يعطي الأفضلية للعلامات التجارية الكبيرة ذات النفوذ. ولتعويض الفجوة التكنولوجية، تحتاج الصناعة حالياً إلى الاستثمار في توظيف عدد كاف من المهنيين الذين يمتلكون مجموعة متنوعة من المهارات الشخصية والتجارية ومهارات الملكية الفكرية وحل المشاكل.

7. ولا بد من معالجة العقبات التي تعترض التعاون الفعال، بما في ذلك أوجه القصور في تبادل البيانات. فالاتجاه نحو التكامل القائم على التكنولوجيا للتسويق والخدمات اللوجستية يجعل مشاركة البيانات مع جميع أصحاب المصلحة وبين المنافسين أكثر أهمية. وهذا يعني أيضا إعادة معايرة عتبات الأدلة العالية التي تعيق التحقيقات التعاونية وتحابي التجار غير الشرعيين.

8. وبالنظر إلى التعقيد وتعدد الجهات الفاعلة وتنوع نماذج الأعمال داخل الصناعة، يوصي التقرير بأن تنظر الصناعة في إطار عام قائم على المخاطر لمعالجة المنتجات المقلدة بدلا من صيغة إلزامية. وهذا من شأنه أن يمكن الأسواق من وضع استراتيجيات للتعامل مع حجم وتعقيد نماذج الأعمال الخاصة بها. وينبغي أن تعتمد هذه الاستراتيجيات بشكل أساسي على القيادة الأخلاقية وسياسات مكافحة التقليد الهادفة والشفافة والموارد الكافية، وكلها أمور غائبة حالياً في العديد من الأسواق.

[نهاية الوثيقة]