

תוכן עניינים

מבוא	2
פרק ראשון - תעשיית זיוף מוצרים – נתונים, עובדות ופתרונות מוסדיים	4
השוק החופשי	6
החוק	8
הסביבה החברתית	10
פרק שני - בעיות מוסריות של תופעת זיוף המוצרים – תועלתנות, צדק זכויות וחובות	14
עיקרון התועלתנות	14
עיקרון צדק	16
עיקרון הזכויות	18
עיקרון החובות	20
פרק שלישי - פתרון אפשרי לבעיית המוצרים המזויפים	23
הבעיות הכלליות בהתמודדות עם זיוף מוצרים	23
פתרון טכנולוגי	24
פתרון חינוכי	26
סיכום ומסקנות	30
ביבליוגרפיה	32

מבוא

מוצרים מזויפים או מועתקים הינם מוצרים שאינם מיוצרים באישור בעל המוצר המקורי (מבחינת זכויות יוצרים) והמוצרים מיוצרים כסוג של חיקוי המוצר המקורי. יצור זה הינו חובק עולם וכלל המדינות והצרפנים בעולם חשופים בפני מוצרים מזויפים. הערכה היא כי בשנת 2016 מעל 71% מהייצור והמכירה של מוצרים מזויפים מקורו היה באסיה בדגש על סין. המסחר הבינלאומי של מוצרים מזויפים הסתכם באותה השנה ביותר מ-509 מיליארד דולר. מסחר זה אינו כולל מוצרים מזויפים ופיראטיים המיוצרים ונצרכים בייצור מקומי וכן נתון זה אינו כולל מוצרים מזויפים המופצים באמצעות האינטרנט (OECD/EUIPO, 2019, pp. 45-46). מתוך כך הערכה אחרת מדגישה כי נכון לשנת 2019 היקף הסחר הכולל במוצרים מזויפים נאמד ב-4.5 טריליון דולר ברחבי העולם, כאשר ענף זיוף מוצרי היוקר מהווה בין 60-70% מכלל הזיופים (Wang, Lin & Choi, 2020, p. 2).

למרות כי במסגרת החקיקתית העולמית ישנה חקיקה האוסרת על יצור ומכירה של מוצרים מזויפים (OECD/EUIPO, 2016, pp. 69-71), צרכנים רבים ממשיכים לעסוק ברכישה של מוצרים מזויפים. הסיבה לכך היא כי לקוחות סבורים כי רכישה של מוצרים מזויפים לרוב תלווה בשלילת אחריות אישית - כלומר האחריות על העבירה היא לא של הצרכן כי אם של היצרן; שלילת הקורבן - כלומר, התחושה שהרכישה איננה פוגעת בכלכלה ולעיתים המעשה ניתפס כסוג של נקמה אישית של הצרכן נגד התאגידים הגדולים; וכן תחושה של הסכמה חברתית (Koay, 2018, p. 498). עמדה נוספת טוענת כי צרכנים רואים ברכישת מוצרים מזויפים כמהלך תועלתני שמאפשר להם ליהנות מנגישות למוצרים שונים במחיר נוח (Tang, Tian & Zaichkowsky, 2014, p. 8). על פניו ישנן תועלות רבות לתעשיית המוצרים המזויפים כדוגמת הפחתת מחירים של סחורות, הגדלת התחרות, יצירת מקומות תעסוקה לאוכלוסיות חלשות, ואף פיתוח טכנולוגי מקומי – שכן לעיתים ייצור מוצרים מזויפים מחייב גם פיתוח טכנולוגי לצורך העתקתו (Fink, Maskus & Qian, 2016, p. 8).

עם זאת, לתעשיית המוצרים המזויפים ישנה השפעה גדולה על הכלכלה העולמית כדוגמת איבוד מקומות עבודה פוטנציאליים, איבוד הכנסות המדינה, יצירת מעשי מרמה, הונאה ותמיכה בארגוני פשע. ארה"ב לבדה מפסידה מדי שנה יותר מ-373,000 מקומות עבודה פוטנציאליים לצד הפסד של 16.3 מיליארד דולר ממכירות ועוד 2.6 מיליארד דולר הפסד בגביית מיסים פוטנציאלית, רק כתוצאה ממעשי זיוף מוצרים אמריקניים בעולם (Fink, Maskus, & Qian, 2016, p. 21). בריטניה גם-כן איבדה בשנת 2011 כשלושים מיליארד לירות בריטיות מהפסד פוטנציאלי של מכירת מוצרים מקוריים ואיבדה כ-14,800 מקומות עבודה פוטנציאליים (Chen, Teng, & Liao, 2018, pp. 249, 259). ישנם מספר פתרונות להתמודדות עם תופעת המוצרים המזויפים. ראשית, הגברת המודעות ותחושת הבושה של הצרכנים ברכישת מוצרים מזויפים (Chen, Teng & Liao, 2018, p. 259). שנית, תאגידים יכולים להציג שקיפות גדולה יותר בנוגע לאופן קביעת המחירים של מוצרים מקוריים ובכך תהיה הבנה ברורה יותר של האינטרסים התאגידיים והן האינטרסים של הצרכן (Wilcock & Boys, 2014, p. 282). מתוך נתונים אלו עולה השאלה: **מהו האיזון של מוסר ועסקים במסגרת תעשיית המוצרים המזויפים?**

חלוקת מבנה העבודה תבוצע לפי שלושה פרקים מרכזיים. הפרק הראשון ישלב תיאור של התופעה המסחרית של מוצרים מזויפים וכן הצגת שלוש שיטות ממסדיות להתמודדות עם תופעת המוצרים המזויפים. שיטות אלו כוללת את השוק, החוק והסביבה החברתית. השוק החופשי ידגיש את חופש הפעולה של הצרכנים בבואם לבחור אם הם ירכשו מוצרים מזויפים או לא. החוק ירחיב על החקיקה הנוכחית במדינות שונות והן את החקיקה הבינלאומית בנושא הקניין הרוחני והאיסור של זיוף מוצרים. הסביבה החברתית תדגיש את הערכים והנורמות של הקהילה שעשויים לגלות סלידה מהתנהגות צרכנית-מסחרית בלתי מקובלת. חרף השיטות המסורתיות הללו, הפרק יתאר כי ישנן מגבלות שפוגעות ביעילותן של השיטות הללו. לדוגמה כישלון השוק החופשי יתמקד באדישות של השוק כלפי התופעה או בחוסר ידיעה של חלק מהציבור כלפי מוצרים מזויפים. החוק יראה את האתגרים השונים במהלך החקיקה כמו לשון חוק כללית או אכיפה בלתי מרתיעה; ואילו מודל הסביבה החברתית יתאר כי לעיתים הקהילה דווקא מוכנה ומסכימה לקבל את תעשיית המוצרים המזויפים משום שתעשייה זו משרתת אותה.

הפרק השני בעבודה יתמקד בארבעה מודלים מוסריים - תועלתנות, צדק, זכויות וחובות. פרק זה יבחן באופן פרטני כל עיקרון מוסרי וכיצד הוא מתקיים במסגרת תעשיית המוצרים המזויפים. עיקרון התועלתנות יבחן את היתרונות והחסרונות של המוצרים המזויפים ויעשה שימוש בתחשיב התועלתני בכדי לקבוע אם מדובר במעשה תועלתני-מוסרי או לא. הפרק יראה כי התחשיב התועלתני מדגיש כי תעשיית המוצרים המזויפים מלווה בעיקר

פרק ראשון - תעשיית זיוף מוצרים – נתונים, עובדות ופתרונות מוסדיים

בפרק זה אציג את תופעת המוצרים המזויפים כדוגמת הגדרות, עובדות, נתונים אמפיריים כלפי התופעה, וכן מספר פתרונות מוסדיים שעשויים להתמודד עם תופעת המוצרים המזויפים, על-ידי שימוש בעקרונות השוק החופשי, החוק והסביבה החברתית. באמצעות פרק זה יהיה ניתן להבין את תופעת המוצרים המזויפים, היתרונות שתופעה זו עשויה ליצור לצד החסרונות שיכולים להתפתח מתופעה זו.

ההגדרה של מוצר מזויף הוא מוצר שהוא חיקוי לא מורשה של מוצר ממותג אחר. הייצור של המוצר המזויף בוצע ללא הסכמת בעליו של המוצר המקורי, והחיקוי פוגע בזכויות היוצרים וחוקי הקניין הרוחני (יורחב מיד). מוצרים מזויפים מתמקדים בעיקר במוצרים מוחשיים, כדוגמת ביגוד, תכשיטים, שעונים, נעליים, חלקי רכב ואפילו תרופות, שנרכשים בעיקר בשוק השחור. מוצרים מזויפים שונים בהגדרתם ממוצרים פירטיים, שכן מוצר פירטי איננו זיוף אי אם מוצר מקורי או העתק מדויק של המוצר המקורי שנסחר ומופץ בשוק ללא אישור בעל זכות הקניין הרוחני על המוצר. לדוגמה מוסיקה, סרטים וספרים שהינם שכפול מדויק או של המקור. בשני המצבים מדובר על סחר שאיננו חוקי, שחורג מכללי הקניין הרוחני, ומבוצע בניגוד גמור להסכמת בעל המוצר המקורי (Eisend, 2019, p. 302).

זכויות קניין רוחני מאופייניות כסט של הגדרות משפטיות המעניקות לאנשים, עסקים וארגונים את הזכות והרישיון הבלעדי ליצור, להעתיק ולמכור מוצרים שנובעים מעבודתם והמצאתם היצירתית. כללים אלה מגנים על צורות שונות של עבודות והמצאות יצירתיות כמו סמלים, פטנטים, סימנים מסחריים, וכמובן מוצרים ורעיונות הכוללים בין היתר מוצרים מוחשיים כמו תכשיטים וביגוד, ועד מוצרים בלתי מוחשיים כמו שירים, סרטים, תוכנות, יצירות אומנות, ורעיונות תאורטיים. כל העתקה, שכפול והפצה של המוצרים והרעיונות הללו, ללא אישור של בעל המוצר המקורי שמחזיק בזכות הקניין הרוחני, כמוה כזיוף או פירטיות שאסורים לפי חוק. למרות כי ההגדרות והכללים של זכויות הקניין הרוחני עשויים להיות שונים בין מדינות, הרעיון הכללי נותר זהה, והוא הזכות הבלעדית של בעל הקניין הרוחני לשמור על רכשו ולעשות בו ככל שהוא חפץ (Fink, Maskus & Qian, 2016, p. 2).

היקף הסחר במוצרים מזויפים נאמד ב-509 מיליארד דולר בשנת 2016 (OECD/EUIPO, 2019, p. 45) ונתון עדכני יותר מצביע כי היקף הסחר במוצרים מזויפים ופירטיים נאמד ב-4.5 טריליון דולר בשנת 2019 (Wang, 2020, p. 2). Lin, & Choi, 2020, p. 2). סוגי המוצרים המזויפים הינם מגוונים וביניהם גם מוצרי הנעלה שהיוו מעל 23% מכלל המוצרים המזויפים בעולם בשנת 2016; לאחריהם ביגוד – 17% בקירוב; מוצרי אלקטרוניקה – 13%; שעונים – 7% ואפילו מוצרים קליניים כדוגמת תרופות ותכשירים רפואיים – 3% בקירוב (OECD/EUIPO, 2019, p. 32).

מקורם של המוצרים המזויפים מגיע בעיקר מאסיה. 55% מכלל המוצרים המזויפים שנתפסו בעולם הגיעו מסין; 26% מהונג-קונג; 6% מאיחוד האמירויות ו-3% בקירוב מהודו. יחד עם זאת, ייצור של מוצרים מזויפים מתרחש גם במערב במדינות כמו גרמניה, ארה"ב והולנד אך בהיקפים נמוכים וזניחים שנאמדים בפחות מאחוז אחד. למרות כי במערב היקף הייצור של המוצרים המזויפים הינו זניח בהשוואה למקורות המרכזיים כמו סין והונג-קונג, הרי שהמערב מזוהה כקורבן המרכזי של המוצרים המזויפים. 24% מכלל המוצרים המזויפים שנתפסו בשנת 2016, נקשרו עם פגיעה בזכויות יוצרים של מוצרים שמקורם רשום בארה"ב; 16% - צרפת; 15% איטליה; 13% בקירוב שווייץ; 9% בקירוב מגרמניה וכן עוד רשימה ממושכת של מדינות מערביות (OECD/EUIPO, 2019, pp. 33, 40).

היקף התופעה מלמד כי למוצרים מזויפים ישנו ביקוש רחב היקף בשוק לצד תעשייה גדולה שמוכנה לספק את ההיצע. סוגיה זו מעלה שאלות יסוד מדוע בכלל מתקיימת תעשיית המוצרים המזויפים ומהם המניעים שלה.