



المعهد القومي للملكية الفكرية  
The National Institute of Intellectual Property  
Helwan University, Egypt

## المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار

دورية نصف سنوية محكمة يصدرها

المعهد القومي للملكية الفكرية

جامعة حلوان

العدد الرابع

يناير ٢٠٢١



**الهدف من المجلة:**

تهدف المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار إلى نشر البحوث والدراسات النظرية والتطبيقية في مجال الملكية الفكرية بشقيها الصناعي والأدبي والفني وعلاقتها بإدارة الابتكار والتنمية المستدامة من كافة النواحي القانونية والاقتصادية والادارية والعلمية والأدبية والفنية.

**ضوابط عامة:**

- تعتبر كافة الدراسات والبحوث والمقالات عن رأى مؤلفيها ويأتي ترتيبها بالمجلة وفقاً لإعتبارات فنية لا علاقة لها بالقيمة العلمية لأى منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) فى زاوية خاصة فى المجلة.
- تنشر المجلة مراجعات وعروض الكتب الجديدة والدوريات.
- تنشر المجلة التقارير والبحوث والدراسات الملقاه فى مؤتمرات ومنتديات علمية والنشاطات الأكاديمية فى مجال تخصصها دونما تحكيم فى أعداد خاصة من المجلة.
- يمكن الاقتباس من بعض مواد المجلة بشرط الاشارة إلى المصدر.
- تنشر المجلة الأوراق البحثية للطلاب المسجلين لدرجتى الماجستير والدكتوراه.
- تصدر المجلة محكمة ودورية نصف سنوية.

**ألية النشر فى المجلة:**

- تقبل المجلة كافة البحوث والدراسات التطبيقية والأكاديمية فى مجال حقوق الملكية الفكرية بكافة جوانبها القانونية والتقنية والاقتصادية والادارية والاجتماعية والثقافية والفنية.
- تقبل البحوث باللغات (العربية والانجليزية والفرنسية).
- تنشر المجلة ملخصات الرسائل العلمية الجديدة، وتعامل معاملة أوراق العمل.
- يجب أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه إلى جهة أخرى حتى يأتیه رد المجلة.
- يجب أن يلتزم الباحث بإتباع الأسس العلمية السليمة فى بحثه.
- يجب أن يرسل الباحث بحثه إلى المجلة من ثلاثة نسخ مطبوعة، وملخص باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية، فى حدود ٨ - ١٢ سطر، ويجب أن تكون الرسوم البيانية والإيضاحية مطبوعة وواضحة، بالإضافة إلى نسخة إلكترونية Soft Copy، ونوع الخط Romanes Times New ١٤ للعربى، و١٢ للانجليزى على B5 (ورق نصف ثمانيات) على البريد الالكتروني: [ymgad@niip.edi.eg](mailto:ymgad@niip.edi.eg)
- ترسل البحوث إلى محكمين متخصصين وتحكم بسرية تامة.
- فى حالة قبول البحث للنشر، يلتزم الباحث بتعديله ليتناسب مع مقترحات المحكمين، وأسلوب النشر بالمجلة.



مجلس إدارة تحرير المجلة	
أستاذ الاقتصاد والملكية الفكرية وعميد المعهد القومي للملكية الفكرية (بالتكليف) - رئيس تحرير المجلة	أ.د. ياسر محمد جاد الله محمود
أستاذ القانون الدولي الخاص بكلية الحقوق بجامعة حلوان والمستشار العلمي للمعهد - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. أحمد عبد الكريم سلامة
سكرتير تحرير المجلة	أ.د. وكيل المعهد للدراسات العليا والبحوث
أستاذ الهندسة الانشائية بكلية الهندسة بالمطرية بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. جلال عبد الحميد عبد اللاه
أستاذ علوم الأطعمة بكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. هناء محمد الحسيني
مدير إدارة الملكية الفكرية والتنافسية بجامعة الدول العربية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. وزير مفوض / مها بخيت محمد زكي
رئيس مجلس إدارة جمعية الإمارات للملكية الفكرية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	اللواء أ.د. عبد القدوس عبد الرزاق العبيدلي
أستاذ القانون المدنى بجامعة جوته فرانكفورت أم ماين - ألمانيا - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	Prof Dr. Alexander Peukert
أستاذ القانون التجارى بجامعة نيو كاسل - بريطانيا - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	Prof Dr. Andrew Griffiths

### المراسلات

ترسل البحوث إلى رئيس تحرير المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار بجامعة حلوان  
جامعة حلوان - ٤ شارع كمال الدين صلاح - أمام السفارة الأمريكية بالقاهرة - جاردن سيتي

ص.ب: ١١٤٦١ جاردن سيتي

ت: ٢٥٤٨١٠٥٠ + ٢٠٢٢٥٤٨١٠٥٠ + ٢٠١٠٠٠٣٠٥٤٨ + ٢٠٢٢٧٩٤٩٢٣٠ ف:

<http://www.helwan.edu.eg/niip/>

ymgad@niip.edu.eg



## الأضرار الاقتصادية الناجمة عن انتهاك العلامة التجارية

علاء عثمان عقل

## الأضرار الاقتصادية الناجمة عن انتهاك العلامة التجارية

علاء عثمان عقل

مقدمة وتمهيد:

تستمد العلامة التجارية، قيمتها الاقتصادية، من خلال وظائفها، التي تؤديها، في النشاط التجاري والاقتصادي، كأداة لتحديد مصدر المنتجات من سلع وخدمات، وتمييزها عن غيرها، وتأكيد انتمائها لمصدر واحد، ولضمان مستوى الجودة لجميع السلع والخدمات التي تحمل ذات العلامة، وكوسيلة للتسويق والدعاية عن المنتجات. ومن حيث كونها وسيلة لتحقيق المنافسة المشروعة في الأسواق بين مختلف المشاريع (برانبو ٢٠١٢، ٥١ - ٦٧)

ووفقاً لمكونات (شرودر) الثمانية لحقوق الملكية الفكرية الخاضعة للقانون الرئيسي، تأتي أهمية العلامة التجارية في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، بعد براءة الاختراع والأسرار التجارية غير المفصح عنها وحق النشر، (نجم ٢٠١٧، ٤٤٢). إلا أن أهمية العلامة تتعاضد وتستمد أساسها، من كونها تجسيدا لمنتجات مجالات الاقتصاد التقليدي، لحاجة المشروعات كافة، إلي العلامة لتميزها وتمييز منتجاتها، خاصة بعدما أدي التقدم الاقتصادي، في مختلف الميادين، إلي إنتاج سلع عديدة ومتشابهة. وتبدو هذه الأهمية، من واقع التطبيق العملي، من ناحيتين: (أولهما): قابلية الحق في العلامة للتأييد (ثانيهما): ما قد تشكله بعض - إن لم يكن أغلب - المنتجات التي تحمل العلامة، من إبتكار، يجسد إحدي عناصر الملكية الفكرية الأخرى. ومن ثم تكتسب العلامة أهمية من مجرد ارتباطها بتلك العناصر، وأنه بقدر مساهمة تلك العناصر، كبراءة الاختراع، بتحقيق التنمية المستدامة في جانبها الاقتصادي، بقدر ما ترتبط العلامة بتلك المساهمة تبعاً لذلك.

فقيمة العلامة ترتبط بقيمة المنتجات التي تحملها، وتصبح للعلامة قيمة اقتصادية مستقلة عن قيم تلك المنتجات التي تروج لها (المولي و المخزومي ٢٠١٨، ٤٨٩) تتمثل في الفرق بين ارباح المشروع المحققة في حالة وجود علامة لمنتجاته، وبين الأرباح المحققة في حالة عدم وجودها (عبد الله، علي و جاد الله ٢٠١٣، ٤٦٥). فقد تبلغ القيمة الاقتصادية السوقية capitalization market للعلامة التجارية، ما يجاوز قيمة أصولها

الملموسة بنسبة كبيرة. فقد قدرت قيمة العلامة التجارية (COCA COLA) بنحو ٤٠٠٠% من قيمة أصولها الملموسة (عبد الغني ٢٠٠٦، ١٠) بل قد تتجاوز قيمتها، قيمة ميزانيات بعض الدول (المولي و المخزومي ٢٠١٨، ٤٨٨). كما قدرت القيمة السوقية لشركة (IBM) سنة ٢٠٠٠ بـ ٧٠,٧ بليون دولار بينما كانت القيمة الدفترية ١٦,٧ بليون دولار فقط. والقيمة السوقية لشركة ميكروسوفت في ذات العام وصلت إلى ٨٥,٥ بليون دولار، والقيمة الدفترية ٩,٣ بليون دولار فقط (فرحاتي ٢٠١٥-٢٠١٦، ٨٦).

### المبحث الأول

#### الأضرار الاقتصادية الناجمة عن انتهاك العلامة التجارية

للعلامات التجارية دور إيجابي في زيادة معدلات النمو الاقتصادي للدولة (عبد الله، علي و جاد الله ٢٠١٣، ٤٦٧). فتشير الدراسات أن أكثر أشكال انتهاك حقوق الملكية الفكرية التي اجتذبت أكبر اهتمام عالمي، وهو الاستخدام غير القانوني للعلامات التجارية لبيع السلع غير المصرح بها (Carsten Fink ٢٠١٦). حيث أدى التقدم التقني وتزايد التبادل التجاري بين الدول إلى تسهيل عملية تقليد العلامات التجارية، وقد فُدرت حجم التجارة في البضائع المقلدة بخمسة إلى سبعة بالمائة من مجمل التجارة العالمية (برانبو ٢٠١٢، ٧٠). وقد وجدت منظمة الجمارك العالمية، أن حوالي ٥% من كل التجارة العالمية هي تجارة في السلع المقلدة، كما قامت المفوضية الأوروبية، باستنتاج أن ما بين ٥% و ٧% من التجارة العالمية يعتمد على التقليد، وهذه النسبة تمثل من ٢٠٠ إلى ٣٠٠ مليار يورو من التجارة المهدورة. وقدرت (منظمة التعاون والتنمية) أن الخسارة في التجارة العالمية تزيد علي ٥% كما نشرت المنظمات الدولية الأخرى، وجمعيات الصناعة، ومنظمات غير حكومية تقديرات مماثلة (بانثيير ٢٠٠٥، ٣). كما قدرت الخسائر الدولية الناجمة عن انتهاك العلامات التجارية للمنتجات في حقة ما قبل ٢٠٠٢ لما يقدر بـ (٤٠٠) بليون دولار (نجم ٢٠١٧، ٤٤٥). حيث يتعرض منتج، المنتجات الأصلية لفقدان الأسواق والأرباح، وتضاءل سمعة وقيمة علاماتهم التجارية، وبذل جهود مضية في البحث عن التقليد والكيانات القائمة عليه. وبعاني موظفوها من فقدان الوظائف عندما ينخفض الطلب على المنتجات الأصلية (Peter Avery ٢٠٠٨).

وتشير التقديرات أن صناعات الرعاية الشخصية المنزلية في مصر ، تفقد أكثر من ٣٠% من مبيعاتها بسبب التقليد. بما يؤثر على حجم العمالة، وقد إيرادات كضريبة المبيعات، وتكبد المستهلكين دفع أسعار أعلى، من قيمة المنتجات المقلدة، رغم أنها تعرض صحتهم وسلامتهم للخطر. وأنه من الصعب قياس الأثر الاقتصادي الكامل للتقليد نظراً لسرية هذه الأنشطة. وتفتقر الحكومة المصرية إلى بيانات دقيقة عن الضرر الاقتصادي الناجم عن مبيعات السلع المزورة أو المقرصنة (KENAWY ٢٠١٣).

وتأكيداً علي أهمية العلامة التجارية وتعرضها أكثر من غيرها للاعتداء ، فقد بلغت نسبة عمليات تقليد العلامات التجارية نحو ٧٨% من إجمالي عمليات التعدي علي حقوق الملكية الفكرية في الدول الأوروبية، ونسبة ١٥% تعدي علي حقوق المؤلف ٦% لحقوق التصميم، و ١% للبراءات (عبد الله، علي، و جاد الله ٢٠١٣، ٤٧١). وتشير تقديرات صناعة التركيبات الكهربائية الأوروبية إلى، أن المبيعات المفقودة في مختلف أنحاء العالم تراوحت بين ٢ و ٤ مليار يورو في عام ٢٠٠٥ (Peter Avery ٢٠٠٨). وتفيد تقارير EUIPO بأن عمليات التزوير تسفر عن خسائر تقدر بنحو ١٦,٥ مليار يورو في مبيعات قطاع الدواء (Janos Bertok May ٢٠٢٠).

### المطلب الأول

#### الأضرار الاقتصادية بالنسبة إلى الدولة

##### الفرع الأول: فقدان الإيرادات :

حيث أن من يقوم بتقليد المنتجات، لا يدفع ضرائب (Vithlani ١٩٩٨، ٢٣- ٢٢)، كما هو الحال عند شراء المنتجات الأصلية التي تتعرض للتقليد (أولسون ٢٠٠٤، ٣). حيث يمارس المقلدون نشاطهم، في الخفاء، بعيداً عن رقابة الدولة (برانبو ٢٠١٢، ٧١). وكذلك تحرم الدولة من فرص تحصيل رسوم تسجيل العلامات.

(أ): الرسوم والضريبة جمركية: ويبدو ذلك واضحاً، من واقع التطبيق العملي، في الحالات، التي يتم فيها، إدخال منتجات العلامة المقلدة، عن طريق التهريب بواسطة أفراد أو جهات غير قانونية، لا يخضعون للمنظومة الضريبية للدولة. وكذلك عند استيراد المنتجات المقلدة، رغم سداد الضريبة

الجمركة عنها (ضريبة الوارد) والتي تحتسب علي اساس، المبالغ المثبتة بفواتير الشراء، حيث تكون، أقل بكثير، من قيمة منتجات العلامة الأصلية. وتكون الخسائر، في هذه الحالة نسبية، بقدر هذا الإنخفاض. فلا شك، أن كميات تلك المنتجات المقلدة، كانت علي حساب، احتياج السوق للمنتجات الأصلية.

**(ب): الضريبة علي الدخل وضرائب القيمة المضافة:** ويتلاحظ من واقع التطبيقات العملية، تحقق هذا الأثر، سواء كان الإنتهاك، عن طريق التهريب من المنافذ الجمركية، أو تم الانتهاك ابتداء، داخل حدود الدولة، بواسطة أفراد أو جهات غير قانونية (الاقتصاد غير الرسمي). ومن ثم، فإن الدولة، في كلا الحالتين، تُحرم من، تحصيل ضرائب ارباح هؤلاء الأفراد، أو تلك الجهات. كما أنه، في حالة خضوعهم، لتلك الضريبة بسبب أنشطتهم الرسمية القانونية الأخرى، فإن الدولة، فضلاً عن عدم تحصيلها الضريبة ابتداء، عن النشاط غير القانوني، فإنها تُحرم كذلك، من الزيادة في مقدار الضريبة، التي تتحقق، بسبب الشرائح التصاعديّة المقررة علي ضريبة الدخل. وكذلك الأمر، بشأن ضريبة القيمة المضافة، المتعلقة بتداول المنتج، بدء من، إكتمال انتاجه، بمعرفة المصنّع أو مقدم الخدمة، مروراً بالوسطاء، من موزعين أو تجار جملة أو تجزئة، انتهائاً بالمستهلك أو متلقي الخدمة.

ويؤدي انخفاض حجم مبيعات المشروعات، وانخفاض أسعار منتجاتها، بسبب عمليات التقليد، أن تنخفض أرباحها، مما تنخفض معه الضرائب المستحقة علي دخل تلك المشروعات. وكذلك الأمر بشأن، انخفاض ضرائب المبيعات/ضرائب القيمة، التي تحتسب بنسبة مئوية من اسعار المنتجات المباعة (KENAWY ٢٠١٣). وتبين تقديرات الصناعة أن مصر كانت ستحصل علي حواله، ٢١٠ مليون جم في شكل إيرادات إضافية من ضريبة المبيعات في الفترة ٢٠٠٨/٢٠٠٩ لو تم القضاء علي التقليد، لكان قد تم توليد ٤٨٨ مليون جم، إضافية من إيرادات ضريبة الدخل في السنة المالية ٢٠٠٨/٢٠٠٩، ومبلغ ٣٣٦ مليون جم، إضافية في ضرائب الرواتب كانت لتتولد في (EMOI ٢٠٠٩ / ٢٠٠٨) (KENAWY ٢٠١٣).

## الفرع الثاني: فقد فرص الاستثمار الاجنبي المباشر:

وفقاً لتقارير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) المتتابة، فإن أحد أهم الآثار الناجمة عن التقليد، هو إعراض المشاريع، عن التصنيع في الدولة، التي ينتشر فيها التقليد، دون إنفاذ حقوق الملكية الفكرية (برانبو ٢٠١٢، ٧١) لعدم فعالية الحماية القانونية للعلامات التجارية. أو إجماعها عن تصدير منتجاتها، وتسويقها وتداولها، بأسواق تلك الدول، رغم حاجة المستهلكين، بهذه الدول، لهذه المنتجات لكونها ذات تكنولوجيا متطورة.

فعلي سبيل المثال تعد البلدان النامية، هي الأكثر احتياجاً للإبتكار في المستحضرات الدوائية، (منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ، ٢٠١٦). حيث أن أقل من ١٠% من نفقات البحوث الصحية العالمية موجهة نحو ظروف تشكل أكثر من ٩٠% من الوفيات التي يمكن الوقاية منها. وهي الظروف السائدة في الاقتصادات النامية (Janos Bertok May ٢٠٢٠).

وتشير الدراسات، إلى أنه إذا ما تم خفض التقليد، إلى حد كبير، فإن الزيادة المتوقعة في الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر في العام المالي ٢٠٠٨/٢٠٠٩ سوف تبلغ ٣,٤٢ مليار جنيه مصري من الأموال الإضافية المقرر إدخالها في الاقتصاد المصري (٢٠١٣ KENAWY). ويتولد عن انتهاكات العلامة التجارية ضعف الثقة في القواعد التي تشكل جوهر الاقتصاديات الحديثة القائمة في السوق (٢٠١٦ Carsten Fink). وينعكس الأفتقار إلى التنفيذ الكافي لحقوق الملكية الفكرية في الدولة، مباشرة في انخفاض الاستثمار الأجنبي المباشر (٢٠٠٨ Peter Avery). فللتقليد تأثير سلبي على الاستثمار الأجنبي المباشر، وبؤدى الحد من التزوير والقرصنة إلى زيادة الاستثمار الأجنبي المباشر. (٢٠١٣ KENAWY). ولا تقتصر الأضرار، في فقد الاستثمار الأجنبي المباشر فحسب، بل تخسر الدولة أيضاً الدراية الأجنبية (٢٣- ٢٢، ١٩٩٨ Vithlani).

وتعد العلامة التجارية، وسيلة تحقيق عوائد مالية للمشاريع مناسبة بمخاطر أقل في حالات منح التراخيص والامتيازات بشأنها (نجم ٢٠١٧، ٤٣٠). وتشكل احد العناصر الاساسية في عقود الامتياز. ووسيلة للحصول علي أتوات من خلال التراخيص (جوامع و بركات ٢٠١٦، ١٧٣). حيث

تتضمن عقود نقل التكنولوجيا الترخيص باستغلال كلاً من: حقوق المعرفة الفنية (know-how) المتعلقة بتصنيع منتجاتها، و العلامات التجارية، والاستفادة من شهرتها، كذلك المساعدات التي يقدمها المرخص والتي تشمل التدريب والارشادات والاعلانات، فضلا عن المعلومات المالية والتسويقية. وتشكل التراخيص وعقود الفرنشايز (التصنيع، التوزيع، التشكيل التجاري) افضل وسائل استغلال العلامات التجارية (عبد الغني ٢٠٠٦، ٢٥، ٢٧). فنقل التكنولوجيا الحديثة والمتطورة، هي أحد أهم دوافع وأهداف الاستثمار الاجنبي المباشر بالنسبة للدولة المضيفة. (ميرة و عزه ٢٠١٦، ٩ - ١٠).

### الفرع الثالث: تكبد نفقات الرعاية الصحية:

تبلغ الأضرار الناجمة، عن انتهاك العلامة التجارية، ذروة خطورتها، إذا ما تعلق، بمنتجات تؤثر علي، صحة الإنسان وسلامته، فتناول أدوية مغشوشة أو أغذية أو غير صالحة للاستهلاك، يؤدي إلي تفشي الأمراض (Carsten Fink ٢٠١٦). وتشير تقارير المالية والسنية لشركة (نوفارتيس للأدوية) إلي المخاطر التي الناجمة عن تقليد منتجاتها الدوائية بالنسبة للمرضى. كما ورد في أحدث تقرير سنوي لـ (مجموعة روشيه ٢٠١٩)، عن تقليد منتجاتها الدوائية، تضمن تفاصيل التأثيرات التي يمكن أن تخلفها على صحة المرضى (Janos Bertok May ٢٠٢٠). كما تشير الدراسات، إلي أن تقليد الأدوية، يتم في، كل من البلدان النامية والمتقدمة، وتصل نسبة التقليد في البلدان النامية إلى ٢٥% (الأونكتاد ٢٠١٢، ٢١). فطبقاً لبيانات منظمة الجمارك العالمية (World Customs Organization (WCO) جاء قطاع الأدوية، بالمركز الثالث كأكثر القطاعات تقليداً، بإجمالي عدد حالات بلغت ٢٢٨٧ حالة. والتي شهدت ارتفاع في معدل الاعتداء عن حالات عام ٢٠١١ بواقع ٢١٦١ حالة، ويأتي بعدها قطاع المواد الغذائية بعدد حالات ٢٩١ حالة عن عام ٢٠١٢ مقابل ١٧٩ حالة عن عام ٢٠١١. (عبد الله، علي و جاد الله ٢٠١٣، ٤٧٤)

ووفقاً لتقارير (منظمة الصحة العالمية، ٢٠١٧ ج) فإن الأدوية المقلدة، منخفضة الجودة يمكن أن تؤثر على الأفراد بعدة طرق منها، فقدان الثقة في مهن الرعاية الصحية، والبرامج والنظم الصحية. وزيادة الإنفاق على الرعاية الصحية في إطار النظام الصحي. وفقدان الدخل بسبب المرض لفترات طويلة أو الوفاة. وتكاليف الإنتاجية المفقودة بالنسبة للمرضى والأسر المعيشية عند

سعيها للحصول على رعاية طبية إضافية، التي تشعر الشركات التجارية والاقتصاد بأثارها. وتؤدي تلك الانتهاكات، حسبما قررت (منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ، ٢٠١٦) إليّ تبيد الموارد الصحية، سواء من حيث، الإنفاق علي المنتج المقلد ابتداءً، وما يُتكد، من مصاريف، لعلاج اثاره، علي الصحة العامة، والذي قد يستلزم في بعض الاحوال استيراد أدوية، من الخارج، لمعالجة الأمراض، التي أصابت المستهلكين جراء ذلك، فوفقاً لتقرير (منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ، ٢٠١٦) فإن المرضى قد يحتاجون إلى علاج إضافي للتعامل مع الآثار السلبية المحتملة للأدوية غير الفعالة أو الضارة. كما تثبت اختبارات الطب الشرعي لعينات المشتبه بهم التي أجرتها صناعة الأدوية (تقرير نوفارتيس، ٢٠١٩) أن الأدوية المزيفة، في ٩٠% من تلك الحالات التي تم اختبارها، قد تسبب ضرراً للمريض. وقد خلصت دراسة إستقصائية - (نوفمبر ٢٠٢٠) - أجرتها مؤخرًا شركة (سابيو) بتكليف من شركة خاصة (نوفمبر) إلى أن ما يقرب من ثلث (٣٢%) أولئك الذين اشترؤا أدوية مقلدة، عانوا من مشاكل صحية نتيجة لذلك. ( Janos Bertok May ٢٠٢٠).

وهناك آثار سلبية غير مباشرة، تنتج عن استخدام المنتجات التي تمس صحة وسلامة جسد الإنسان، كما في حالات تقليد الآلات والمعدات والماكينات ووسائل المواصلات وقطع الغير وغيرها، مما قد ينتج عنها المساس بجسد الإنسان وصحته. وتلك التكاليف الاقتصادية، يتحملها الاقتصاد القومي، نتيجة تعريض سلامة المستهلكين والممتلكات معاً للخطر، بسبب تقليد المنتجات كقطع غيار الطائرات والمركبات والسيارات وما شابهها.

ففي إحدى القضايا الشهيرة، *Textron v. Aviation Sales* امام القضاء الأمريكي بشأن تقليد قطع غيار طائرات هليكوبتر رديئة، ثبت للمحكمة، أن انتهاك العلامة بتزويرها، قد أدى إليّ المساس بأمن وسلامة الطيران وضياع الأرواح، بسبب، قطع الغيار المعيبة، التي صنعتها وباعتها الشركة المدعي عليها، وكانت تحمل، العلامة التجارية المزورة، مما أدى إليّ حدوث، حالات وفاة، وإصابات بدنية جسيمة (الصغير ٢٠٠٤، ٢)

**الفرع الرابع: إعاقة تطور الأسواق والقضاء عليّ الابتكار:**

تمكن العلامات التجارية المنتجين ذوي الجودة العالية من التمييز في السوق ، مما يدعم الاستثمارات في تحسين نوعية المنتجات أو الخدمات في الدولة (Carsten Fink ٢٠١٦) ذلك أن أساس تطوير الأعمال التجارية الجديدة في بلد ما، هو وجود نظام قانوني لحماية منتجات المشروعات، وتعزز المنافسة النزهاء. لذا فإن إنتشار تقليد منتجات العلامة في السوق، لا يشجع على الابتكار، في ذلك البلد، لأنه يمنح المشروعات مالكة الحقوق، من استثمار الموارد في المنتجات الجديدة وتنمية الأسواق (٢٢- ١٩٩٨، Vithlani ٢٣). ويرى (تريسييت، ٢٠١٩) أن انتهاك الملكية الفكرية من خلال التقليد يقوض الإبداع من خلال الحد من الحوافز للاستثمار والابتكار، ومن خلال حرمان الشركات من العائدات ، وبالتالي خفض كمية الأموال المتاحة للمزيد من البحث والتطوير (Janos Bertok May ٢٠٢٠). كما أنه في الأجل الطويل، لا يشجع التقليد من قبل الكيانات غير الرسمية، على الاستثمار في تطوير المنتجات المقلدة (٢٣- ٢٢، ١٩٩٨، Vithlani). حيث يصبح مالكو العلامات التجارية الأصليون أقل رغبة في الاستثمار في تطوير سلع جديدة، مما يؤدي في النهاية إلى تقليل معدل تطوير المنتجات الجديدة وتقليل دخول المنتجات الجديدة. فيمنع التقليد إلى حد كبير ظهور منتجات وشركات جديدة ، ويعرقل تنمية الصناعات الإبداعية، لا سيما في البلدان الفقيرة حيث تكون ظروف الدخل ضعيفة بالفعل (Carsten Fink ٢٠١٦).

#### الفرع الخامس : تضرر النشاط التجاري وانعدام فرص التصدير :

يؤدي تقليد المنتجات، إلى كساد المنتجات المحلية، وهدم القدرة الانتاجية، والإضرار بالإنتاج الوطني، بسبب تكاليف المستهلكين، على المنتجات الرخيصة المستوردة، التي تحمل علامات تجارية مقلدة. مما يؤدي لتدهور الاقتصاد (بركان ٢٠٠٩ / ٢٠١٠ ، ١٢٠). وبالنسبة للبلدان النامية ، حيث يصل التقليد الخادع إلى مستويات مرتفعة في بعض الأحيان، بما يحول دون دخول المشروعات المحلية إلى الأسواق أو تمكنها من استمرار نشاطها، مما يحد من نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم (Carsten Fink ٢٠١٦). فوجود سلع رديئة مقلدة في السوق، ذات اسعار منخفضة، عن أسعار السلع الأخرى المماثلة لها، يؤدي إلى توجه المستهلكين، من ذوي الدخل المنخفضة، لشراء تلك السلع، لأن أسعارها تتناسب ومستويات دخولهم. وهذا بدوره يؤدي إلى انخفاض الطلب على السلع الجيدة، مما يؤدي

إلى انخفاض أسعارها، ومن ثم تحمل المنتجين والمستوردين خسائر كبيرة، تتمثل في تركهم للسوق، وابتعادهم عن المنافسة المجتفة وغير المشروعة، مما يجعل الباب مفتوحاً أمام من يسعون إلى التقليد، باستيراد السلع الرديئة والمغشوشة، لأنها أقل تكلفة وأعلى ربحاً، وحتماً سينعكس ذلك على المصانع المحلية الوطنية سلبيًا، وذلك إما بإغلاق هذه المصانع بالنسبة للمنتجين، أو عدم تطويرها لمواكبة التطور والتكنولوجيا التي هي السبب الرئيسي في إنجاح تسويق المنتجات. (محمد ٢٠١٥، ٩٢). فالمنتج السيئ النوعية يشوه سمعة مالك العلامة المقلدة (الأونكتاد ٢٠١٢، ١٤)

ونظراً لإنخفاض مستوى جودة المنتجات في السوق بوجه عام بسبب التقليد، فيؤدي ذلك إلى تقليل فرص تصدير منتجات المشاريع القائمة بتلك الدولة، ومن ثم، حرمانها من العملة الأجنبية (برانبو ٢٠١٢، ٧١). فإذا اكتسبت منتجات الدولة التي يتم فيها التقليد وانتهاك حقوق العلامة - بما فيها المنتجات الحقيقية - سمعة سيئة النوعية، فإن ذلك سيتسبب في خسائر في صادراتها، وفقدان الوظائف والنقد الأجنبي (٢٣- ٢٢، Vithlani ١٩٩٨).

#### الفرع السادس: تزايد حجم البطالة :

حيث أن العمل أحد العوامل الرئيسية في الإنتاج، فلا شك، أن العمالة، في مرحلة ما، سوف تنتقل، من المشروعات مالكة العلامات إلى الكيانات المقلدة. وتشير الدراسات، إلى أن ملايين الوظائف، تدمر سنوياً بسبب التقليد. وقدرة آثار التقليد على " الصناعة المصرية بخسارة نحو ٧٠٠,٠٠٠ وظيفة وحوالي ٢ مليار دولار أمريكي كل عام (KENAWY ٢٠١٣). وعلي الرغم أن صناعة المنتجات المقلدة تولد فرص عمل بالسوق، إلا أن أغلب هذه الفرص تكون منخفضة الأجور. وتكون بيئة العمل فيها سيئة، بما يعرض العمال لمخاطر كبيرة وللبطالة (برانبو ٢٠١٢، ٧١) ، (٢٣- ٢٢، Vithlani ١٩٩٨). وتشير التقديرات أن نحو ١٢٠ ألف وظيفة في السنة بالولايات المتحدة الأمريكية، وأكثر من ١٠٠ ألف وظيفة في الإتحاد الأوروبي، وفقاً لإحصاءات عام ٢٠٠٤ (بانثيير ٢٠٠٥، ٣).

#### الفرع السابع: تشجيع المنظمات الإجرامية على زيادة نشاطاتها:

حيث تجتذب عمليات التقليد اهتمام الشبكات الإجرامية المنظمة، لكونها أنشطة مربحة للغاية وتتطوى على مخاطر منخفضة نسبياً (KENAWY ٢٠١٣). ومن ثم يمكنهم استغلال تلك الأرباح سواء كوسيلة لاستثمار عائدات الجريمة أو لتمويل جرائم أخرى (Vithlani ١٩٩٨، ٢٢- ٢٣)

### الفرع الثامن : زيادة التلوث البيئي:

حيث يتولد عن استخدام السلع المقلدة، عوامل خارجية سلبية، مثل تدهور البيئة، في حالة المواد الكيميائية الصناعية (Carsten Fink ٢٠١٦). ويظهر أثر تقليد المنتجات على البيئة بوضوح في المنتجات الزراعية وغيرها ذات الصلة بالصناعة لتأثيرها في عناصر البيئة النباتية والحيوانية والمناخ. كالالات والسيارات التي ينتج عنها العوادم، الملوثة لبيئة الانسان. (محمد ٢٠١٥، ٩٣).

### المطلب الثاني

#### الأضرار الاقتصادية علي المشروعات مالكة العلامات التجارية

تتأثر المشروعات مالكة العلامات التجارية، حينما تجد نفسها في منافسة مباشرة مع المقلدين، بما تكبده من خسارة في المبيعات. (Vithlani ٢٣- ٢٢، ١٩٩٨). وبؤدى انتشار السلع المقلدة في السوق، إلى إحجام المستهلك، عن دفع الثمن الكامل، في شراء السلع الأصلية، مما يؤدى إلى تقويض الحافز لدى المنتجين إلى الاستثمار في نوعية أعلى ، بما يدمر أسواق السلع العالية الجودة (Carsten Fink ٢٠١٦). وتقدر أحدث تقارير (الاتحاد الأوروبي) بشأن التعدييات (EUIPO، ٢٠١٩) أن صناعة الأدوية كانت تخسر ٩,٦ مليار يورو في المبيعات، بسبب عمليات التزوير خلال الفترة من ٢٠١٢ إلى ٢٠١٦ . والتي تمثل ٣,٩% من إجمالي المبيعات. (Janos Bertok May ٢٠٢٠). ومن ناحية أخرى ، قد يضطر المشروع مالكة العلامة، إلى إنفاق مبالغ إضافية على حماية المنتجات. حيث تشمل ما يتعلق بمجالات التسوق، والموارد البشرية وتطوير المنتجات والإدارات القانونية (Vithlani ٢٣- ٢٢، ١٩٩٨). ويتكبد مالك العلامة الأصلية، هذه التكاليف لحماية منتجاته، بدمج تكنولوجيات مكافحة التقليد في منتجاته، بما يؤدي إلى رفع التكاليف المنتجات الأصلية (منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ،

(٢٠١٦). وقدرت (المفوضية الأوروبية) تكاليف إدخال أداة فريدة لتحديد هوية المصنعين والمستوردين الموازيين بمبلغ يتراوح بين ٥٠ و ٣٢٠ مليون يورو سنوياً. وتتصل هذه التكاليف بتنسيق خطوط الإنتاج والتغليف والاستثمار في نظم البرمجيات لتحميل المعلومات الفريدة لتحديد الهوية على نظام المستودع. ويتراوح تقدير التكاليف بالنسبة لقطاع الدواء (بما في ذلك الشركات المصنعة وتجار الجملة وتجار التجزئة ونظم المستودعات) بين ٢٠٠ و ٨٠٠ مليون يورو (Janos Bertok May ٢٠٢٠). فلا تقل التكلفة السنوية التي تتكبدها الشركة من أجل تحديث وسائل الحماية عن ٧٥ مليون دولار. وتشير هذه المبالغ مجتمعة إلى درجة التعرض المالي، سواء فيما يتعلق بفقدان المبيعات أو التدابير الاحتياطية، التي تواجهها شركات في هذا القطاع لديها عدد كبير من العلامات التجارية التي يتعين حمايتها (Peter Avery ٢٠٠٨). وترد الإشارة إلى التحديات في تقارير الشركات، وإن كان ذلك بطريقة عامة. فعلى سبيل المثال، ذكرت شركة فايزر - إحدى أكبر خمس شركات للأدوية - في تقريرها المالي السنوي لعام ٢٠١٩، معلومات عامة عن التحديات التي تواجهها، بسبب تقليد منتجاتها، حيث جاء بتقريرها ما مفاده، بذلها للجهود سعياً إلى زيادة صعوبة قيام المزييفين بنسخ منتجاتها وتسهيل تمييز المرضى ومقدمي الرعاية الصحية للأدوية الأصلية عن المزييفة، وتعزيز إعاقة التزوير، والعمل الدؤوب على توعية الجمهور بمخاطر الأدوية المزييفة. كما ورد بالتقرير السنوي لشركة (ميرك كجا، ٢٠١٩) أنها تستخدم تدابير أمنية لحماية المنتجات من التزوير. وتستخدم حلول أمنية تقنية مبتكرة ونهج وقائية (Janos Bertok May ٢٠٢٠)

ووفقاً لتقارير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) المتتابعة، تتكبد المشروعات خسائر سنوية هائلة تقدر بمليارات الدولارات الأمريكية بسبب تقليد منتجاتها، والذي يؤدي إلى انخفاض جودة المنتجات المقلدة، ومن ثم، إحجام المستهلك عن التعامل مع المشروع الأصلي مالك العلامة، نظراً لأن المستهلك في الكثير من الحالات، يعجز عن إدراك استخدامه لمنتج مقلد. بما ينعكس سلباً على سمعة وقيمة العلامة التجارية الأصلية. ومن ناحية أخرى فإن انخفاض أسعار المنتجات المقلدة من شأنه أن يدفع بعض المستهلكين إلى تفضيلها عن المنتجات الأصلية وإحجامهم عن الأخيرة على الرغم من علمهم بتقليدها. بما يؤدي إلى إنتفاء مبدأ المنافسة التجارية

المشروعة ويحول دون تداول المنتجات الأصلية داخل تلك الأسواق. كما يتكبد مالكو العلامات الأصلية، مبالغ هائلة لإنفاذ حقوقها واتخاذ الإجراءات القضائية تجاه المعتدين. (برانبو ٢٠١٢، ٧٠). وبؤدى خداع المستهلكين للاعتقاد بأن ما قاموا بشرائه منتج أصل، إلى إلقاء اللوم على صانع المنتج الحقيقي، مما يخلق خسارة في حسن النية (٢٣- ٢٢، Vithlani ١٩٩٨). كما أن من شأن شراء أجزاء مقلدة اعتقاداً بأنها أصلية، ممارسة المستهلكين لضغوط من أجل الضمانات والالتزام بخدمات ما بعد البيع، التي يتعين احترامها. بما يؤثر على المصنعين الأصليين في بعض الحالات (Peter Avery ٢٠٠٨). يضاف إلي ذلك، احتمال تعرض المشروع مالك العلامة الأصلية، للمسؤولية القانونية، إذا ما تضرر المستهلكون من جراء المنتجات المقلدة (منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ، ٢٠١٦) (Janos Bertok May ٢٠٢٠). رغم قدرته علي إثبات التقليد في نهاية المطاف، لكنه سوف يتكبد تكاليف إضافية للدفاع والتحصل علي الإثباتات.

### المطلب الثالث

#### الأضرار الاقتصادية بالنسبة إلي المستهلك

على الرغم أن بعض المستهلكون يُقدمون على شراء سلع مقلدة وهم على علم بذلك، لإسباب متنوعة منها إنخفاض قيمة السعر ، والاستفادة من الوضع الاجتماعي المرتبط بالعلامة التجارية المقلدة، وما إلى ذلك. إلا أن آلاف المستهلكين، يعانون كل عام، من الحوادث والإصابات، الناجمة عن استخدامهم لتلك المنتجات المقلدة. فمهما كانت الفوائد، فإن التأثيرات السلبية الطويلة الأجل تفوق الفوائد المحدودة للتقليد، ذلك أن المقلدين إنما يستهدفون السوق الأولية وسعون في الوقت نفسه إلى تحقيق أقصى قدر من الأرباح، دون الأهتمام بضمان جودة منتجاتهم أو فعاليتها أو سلامتها. وهو ما ينتج عنه حدوث آثار سلبية على صحة وسلامة المستهلكين، خاصة وأن التقليد ينصب على الصناعات التي عادة ما تحدث فيها التأثيرات الصحية كالسيارات، والمكونات الكهربائية، والأغذية والشراب، والمواد الكيميائية، والمنتجات المنزلية، والمستحضرات الصيدلانية (KENAWY ٢٠١٣). فالمستهلك هو الذي يدفع تكاليف المنافسة غير العادلة. ولو اعتقد أنه يحصل على صفقة لرخص الثمن، لأن القيمة الفعلية للمنتج المقلد عادة ما تكون أقل بكثير. وبالتالي، فإنه في نهاية المطاف، يدفع ثمناً باهظاً لمنتج أدنى. ونوعية

متدنية، ولا سيما أن لتلك المتعلقة بالصحة والسلامة، آثار وخيمة. فلم يعد من النادر العثور على قطع مزيفة في الطائرات والمركبات الأخرى تسبب الموت والإصابات، أو المستحضرات الصيدلانية المزورة في المستشفيات (Vithlani ٢٣- ٢٢، ١٩٩٨). فتكون العلاقة إيجابية بين حجم انتهاكات العلامات التجارية وعدد المستهلكين لمنتجات العلامة المقلدة.

والملاحظ أن الأضرار الاقتصادية بالنسبة للمستهلك تأخذ عدة أشكال، فمنها الضرر الاقتصادي المباشر، الذي يلحق المستهلك في فقده لأمواله بمقدار عدم تحصله على جودة وضمن وخصائص ومميزات المنتج الأصلي. ومنها الضرر الاقتصادي غير المباشر، والذي يصيب المستهلك في صحته أو سلامة جسده أو في بيئته المحيطة به، بما ينعكس سلباً في قوته الإنتاجية كونه في النهاية أحد عناصر الأيدي العاملة. بما يفقده بعض أو كل دخله، سواء كان ذلك بشكل دائم أو مؤقت، وكذلك ما يقتضيه علاجه خلال تلك الفترات من نفقات يتكبدها، على أمل أن يستعيد صحته أو ما يعوض ما فقده جراء تعامله على المنتجات المقلدة بشكل يومي ومستمر.

وقد ورد بمذكرة الأونكتاد حول سياسات حماية المستهلك والمنافسة المقدمة بمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (جنيف/ يوليه ٢٠١٢) تعريف حديث لمفهوم الضرر الذي يلحق المستهلك بأنه: "ما يتكبده المستهلك من خسائر من حيث الرفاهية الاقتصادية إذا عمد نتيجة لتضليله إلى شراء سلع وخدمات لم يكن يشتريها لولا تضليله أو إذا دفع سعراً مقابل مشترياته أعلى من السعر الذي كان سيدفعه لو أنه كان على قدر أكبر من المعرفة" وبينما يربط هذا التعريف بين الخسارة الاقتصادية الناتجة عن الغش ورفاهية المستهلك، إلا أنه هناك صور أخرى للضرر، كالصحة والسلامة (الأونكتاد ٧، ٢٠١٢). كذلك يفقد المستهلك تبعاً لذلك الضمانات التي تكون المنتجات مشموله بها (Peter Avery ٢٠٠٨).

### التوصيات:

ضرورة إجراء تعديلات تشريعية بتشديد العقوبات على التقليد. وتبني مبادرات توعية رجال القانون والقضاء والجهات الرقابية والتنفيذية المعنية، والمستهلك بمخاطر وأضرار التعامل على المنتجات المقلدة على جميع المناحي، وذلك بالتعاون مع الكيانات والجهات المعنية بالأمر.



## قائمة المراجع

- Carsten Fink. ٢٠١٦. *The Economic Effects of Counterfeiting and Piracy (A Review and Implications for Developing Countries)*. working paper, Development Economics Vice Presidency (Operations and Strategy Team), Washington: WORLD BANK GROUP.
- Janos Bertok, Christian Archambeau. May ٢٠٢٠. *Trade in Counterfeit Pharmaceutical Products, Illicit Trade*. OECD/EUIPO, Paris: OECD Publishing, ١- ٩٠.
- KENAWY, EZZAT MOLUK. ٢٠١٣. "THE ECONOMIC IMPACT OF COUNTERFEIT GOODS IN EGYPT." *International Journal of Business Management & Research (IJBMR)*, Aug, Vol.٣, Issue٣ ed.: ١١١- ١٢٨.
- Peter Avery, Fabienne Cerri, Linda Haie-Fayle, Karsten Bjerring Olsen, Danny Scorpecci, Piotr Stryszowski. ٢٠٠٨. *The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy*. Structural Policy Division of the OECD Directorate for Science, Technology and Industry. , ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, ١- ٤٩٣.
- Vithlani, Hema. ١٩٩٨. *The Economic Impact of Counterfeiting*. Bureau, for the Industry Division of the OECD's Directorate for Science, Technology and Industry., Organisation for Economic Co-operation and Development, ١- ٤٨.
- الأونكتاد, أمانة". ٢٠١٢. سياسات حماية المستهلك والمنافسة "مشاورات بشأن ضرورة تنقيح مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك . جنيف: مجلس التجارة والتنمية/ لجنة التجارة والتنمية/ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. ٢٥- ١ .

الصغير, حسام الدين". ٢٠٠٤. مكافحة جرائم التعدي علي حقوق مالك العلامة التجارية "العلامة التجارية ونظام مدريد. الدار البيضاء: المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) ، المعهد الوطني للملكية الصناعية (فرنسا) ، بالتعاون مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية. ٣- ٢ .

المولي, نداء كاظم محمد جواد and, المخزومي، عمر محمود سليمان. ٢٠١٨. "الروابط القانونية المستحدثة لخدمة القيمة الاقتصادية للعلامة التجارية". مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد ١٨، العدد ٣. ٤٩٩-٤٨٨ ed.:

أولسون, هنري". ٢٠٠٤. التزوير والقرصنة: جرائم اقتصادية "حلقة عمل الويبو الوطنية للقضاة. الرياض: المنظمة العالمية للملكية الفكرية بالتعاون مع حكومة المملكة العربية السعودية. ٤- ١ .

بانشير, داريل". ٢٠٠٥. استمرار القرصنة: تبعاتها علي الإبداع وعلي الثقافة وعلي التنمية المستدامة In "نشرة حقوق الملكية ٢٢- ١، باريس: أمانة منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو).

بركان, نبيلة ٢٠١٠/ ٢٠٠٩. الملكية الفكرية وتأثيرها في الاقتصاد العالمي . الجزائر: جامعة دالي ابراهيم/ كلية العلوم السياسية والإعلام/ قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية.

جوامع, إسماعيل and, فايزة بركات". ٢٠١٦. العلامة التجارية المبتكرة أداة لنمو وتدويل نشاط المؤسسات الاقتصادية (نموذج مقترح) "دراسات , نوفمبر, ٤٨. ١٨٣- ١٧٠ ed.:

عبد الغني , فتحي محمد". ٢٠٠٦. العلامة التجارية واقتصادياتها "ندوة الملكية الفكرية عبر الانترنت: تأثير حقوق الملكية الفكرية عبر الانترنت علي التطورات السياسية والاقتصادية العالمية . الإسكندرية: المنظمة العربية للتنمية الإدارية. ٢٧- ١ .

عبد الله، أمينة عز الدين and علي، ريهام عبد الفتاح؛ جاد الله، ياسر . " ٢٠١٣ الأثار الاقتصادية لتزييف العلامات التجارية في الصين: دراسة تحليلية ".المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد ٢٧ العدد ٤٨٠.٤ - ٤٥٣ ed.:

عدنان غسان برانبو. ٢٠١٢. التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة). تحرير الأولي. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.

فرحاتي, لويذة. ٢٠١٦- ٢٠١٥. دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة دراسة حالة شركة الأسمنت عين التوتة -باتنه .الجزائر: قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة - الجزائر، رسالة دكتوراة.

لمين, عزه، الأزهر. ميرة، محمد". ٢٠١٦. الاستثمار الأجنبي المباشر كألية إستراتيجية لدعم التنمية الاقتصادية ".الاستثمارات الأجنبية المباشرة ومستقبل المناطق الحرة الصناعية للتصدير .بومرادمس - الجزائر: جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، بالجزائر .

محمد , محمد عبود حامد". ٢٠١٥. أثر التقليد في العلامة التجارية "مجلة العدل , اغسطس, س ١٧، ع ١٠١.٤٤٤ - ٧٨ ed.:

نجم، نجم عبود. ٢٠١٧. الإدارة الإلكترونية (الإستراتيجية والوظائف والمشكلات). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.