

## תוכן עניינים

1. מבוא ..... 2
2. תופעת זיוף המוצרים ותחליפי מוסר ..... 3
3. עקרונות מוסר ..... 6
4. כלי יישומי – אחריות חברתית בניהול-מודל בעלי העניין ..... 9
5. סיכום ..... 11
- ביבליוגרפיה ..... 12

## 1. מבוא

מוצרים מזויפים הינם מוצרים המיוצרים על-ידי יצרן שלא קיבל את הזכות לייצר אותם מבעליו של המוצר המקורי. יצור מוצרים מזויפים הינה תופעת חובקת עולם שכוללת ענפי מוצרים רבים כמו ביגוד, הנעלה, מוצרי יוקרה, קוסמטיקה, טכנולוגיה ואפילו מוצרים רפואיים. מרבית היצור המזויף מתרחש במדינות מתפתחות שבהן האכיפה איננה חזקה ומצוקת האבטלה והפרנסה דוחקת, וזה מוביל אנשים רבים לעסוק בזיוף מוצרים. מוצרים אלה נמכרים לאחר מכן בכל העולם בהיקפים גדולים וכמעט כל האוכלוסיות בעולם נחשפות למוצרים מזויפים – בין אם במודע ובין אם בשוגג (Wang, Lin, & Choi, 2020, pp. 1-2). המוצרים המזויפים אומנם מאפשרים נגישות זולה למוצרים רבים ויצירת מקומות עבודה במדינות עניות, אך מצד שני הדבר פוגע בכלכלה מקומית של היצרן המקורי, באיבוד פרנסה ומקומות עבודה ובחוסר הרצון לעסוק במחקר ופיתוח של מוצרים חדשים (Hilton, Choi, & Chen, 2004, pp. 348-349). שאלת המחקר: האם מוסרי לאפשר את תופעת תעשיית המוצרים המזויפים?

פרק 2 בעבודה יציג נתונים כלפי תופעת זיוף המוצרים וכן שני תחליפי מוסר שבהם ניתן לכאורה להתמודד עם התופעה. תחליפי המוסר הינם השוק החופשי והחוק. השוק החופשי יראה כי מצד אחד לקוחות יכולים לבחור באופן חופשי לחלוטין אם הם מעוניינים לרכוש מוצרים מזויפים; אך מצד שני השוק החופשי תחת התפישה של 'לא הכל קניין פרטי', איננו מגלה רגישות לעוול הכלכלי שנוצר בעת מכירת מוצרים מזויפים ולקוחות לעיתים מעדיפים להמשיך ולרכוש מוצרים מזויפים, וכל לעיתים השוק החופשי איננו פעול באופן שקוף ולכן לקוחות לא תמיד מודעים לכך שהם רוכשים מוצרים מזויפים. החוק יתאר את חוקי הקניין הרוחני השונים אך גם את מגבלת האכיפה למנוע יצור ומכירה של מוצרים מזויפים.

בפרק 3 בעבודה אתאר שלושה עקרונות מוסר. עיקרון התועלתנות יתאר כי מצד אחד מוצרים מזויפים הינם זולים ולכן הם נגישים לאוכלוסיות חלשות והייצור שלהם לרוב מתבצע גם במדינות מתפתחות. מצד שני ישנה פגיעה בכלכלה המקומית של היצרן המקורי כמו אובדן הכנסה, אובדן מקומות תעסוקה ופגיעה בתמריץ לעסוק במחקר ופיתוח של מוצרים מועילים כמו תרופות. עיקרון הצדק המחלק יראה כי מצד אחד אין חלוקה הוגנת של התגמולים בחברה משום שיצרנים שהשקיעו מאמץ רב בפיתוח המוצר לא נהנים מהרווחים שלו, מצד שני עיקרון הצדק המתקן יראה כי אוכלוסיות מוחלשות נהנות מנגישות למוצרים מזויפים שבצורה אחרת לא הייתה להם נגישות למוצרים אלה. עיקרון הזכויות יראה כי מוצרים מזויפים פוגעים באופן אנוש בזכויות הקניין הרוחני.

בפרק 4 אתמקד במודל בעלי העניין ככלי שמאפשר להתמודד עם תופעת זיוף המוצרים. פרק זה ידגיש כי תאגידים של מוצרים מקוריים חייבים לפעול בשיתוף פעולה ובשקיפות מלאה עם לקוחות, המדינה וארגונים שונים בכדי להגביר את המודעות בהשלכות המוסריות והכלכליות של הימצאות המוצרים המזויפים. כמו כן גם לעסוק בשקיפות המחירים של המוצרים המקוריים ולהסביר מדוע נקבע מחיר כזה או אחר כדוגמת, איכות מוצרים, בטיחות המוצר, עלות מחקר ופיתוח.

בפרק הסיכום, נראה כי תופעת זיוף המוצרים הינה נרחבת, כלל עולמים וכלל צרכנית, אך תופעה זו איננה מחייבת. ניתן להתמודד עם תופעת זיוף המוצרים באופן נוח יחסית בדגש על הגברת המודעות של הצרכנים כלפי ההשלכות ברכישת מוצרים מזויפים כמו אובדן פרנסה והכנסה, רכישה של מוצרים מסוכנים ולא איכותיים, והבנה כלפי תמחור מוצרים מקוריים. תהליך זה ידגיש כי בעולם העסקים תמיד חייב להיות שיתוף פעולה בין התאגידים, הצרכנים, המדינה וארגונים חברתיים וזאת בכדי ליצור סביבה עסקית מוסרית יותר.

## 2. תופעת זיוף המוצרים ותחליפי מוסר

הפרק הנוכחי יתמקד בשני תחליפי מוסר – השוק החופשי והחוק. תחילה אציג רקע קצר ומקדים כלפי תופעת זיוף המוצרים ולאחר מכן אתאר את תחליפי המוסר שמהווים כלים המאפשרים להשפיע ולחייב את הארגון לפעול באופן אתי ולקיים דיון האם בכלל ניתן מבחינה מוסרית לאפשר את תעשיית המוצרים המזויפים. תחליפי המוסר יתארו אמצעים שבהם ניתן להפעיל לחץ על התאגיד להימנע מפעילות בלתי מוסרית, אך מצד שני יוצגו גם כשלים ופגמים בתחליפי המוסר שעלולים לכרסם ביעילות התחליפים ובכך להנציח על פניו פעילות בלתי מוסרית.

### מבט עובדתי על תופעת זיוף המוצרים

מוצרים מזויפים הינם מוצרים שאינם מיוצרים באישור בעל המוצר המקורי (מבחינת זכויות יוצרים) והמוצרים מיוצרים כסוג של חיקוי המוצר המקורי. הערכה היא כי נכון לשנת 2019 היקף הסחר 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). הערכה נוספת גורסת כי לפחות שני-שליש מהמוצרים המזויפים שנתפסו על-ידי רשויות החוק בארה"ב מקור היצור שלהם היה בסין (Wilcock, & Boys, 2014, p. 280).

הפצה ומכירה של מוצרים מזויפים משפיעה באופן ישיר על הכלכלה. מצד אחד זיוף מוצרים מאפשר להפחית את מחירם של המוצרים שכן השוק יוצר חלופה למוצרים מקוריים יקרים ובכך מאפשר לצרכנים עם הון נמוך ליהנות ממוצרים שונים כמו מכשירי סלולר חדשים ובכך לעורר את הכלכלה המקומית. מצד שני הדבר פוגע ברווחי התאגידים ובמשרות רבות של היצרן המקורי (Liao, & Hsieh, 2013, p. 410). הערכה היא כי בריטניה לבדה איבדה בשנת 2011 כשלושים מיליארד לירות בריטיות מהפסד פוטנציאלי של מכירת מוצרים מקוריים ואיבדה כ-14,800 מקומות עבודה פוטנציאליים. תעשיית המוצרים המזויפים איננה תלויה בלבד ברצון של יצרן מסוים לזייף מוצרים אלא גם ברצון של הצרכן לרכוש מוצרים מזויפים במחיר נמוך מהמחיר המקורי. עולה הטענה כי בכדי להתמודד תעשיית המוצרים המזויפים, לא רק שיש לחוקק חוקים מחמירים נגד היצור והמכירה של מוצרים מזויפים, אלא גם להציג בפני הלקוחות את תועלות ודילמות מוסריות הכרוכות בתעשייה זו ובהשלכות שנוצרות כתוצאה מקיומה של תעשייה זו – כמו אובדן פרנסה ומקומות עבודה (Chen, Teng, & Liao, 2018, pp. 249, 259).

### תחליף השוק החופשי

עיקרון 'היד הנעלמה' רומז כי בסביבת השוק החופשי כאשר כל שחקן יפעל למען רווחיו האישיים, סביבת השוק החופשי תהפוך את הדברים ותוביל למימוש האינטרסים הכלליים וטובת הכלל. תפישה זו איננה מבוססת על ניסים כי עם על הנחת מוצא לפיה שחקנים לא יפגעו זה בזה שכן אחרת הם חשופים לפגיעה הדדית, הרחקת צרכנים מהם והתערבות רגולציה חריפה. השוק החופשי מבוסס על שש חירויות בסיסיות: זכות הקניין, הזכות של בעל הנכס לעשות שימוש חופשי בנכס; צדק, תגמולים ועונשים בהתאם לתרומות או בזבזים של הפרט כלפי הסביבה העסקית שבה הוא פועל; שוויון, תנאי המסחר הינם שוויוניים בפני כל המעורבים; הדדיות, סביבה שבה כל הצדדים מרווחים ואין ניצול של סוכן מסוים; אמת, חשיפת כל המידע הנחוץ לטובת קבלת החלטות מועילות בסביבה העסקית; טובת הכלל, האינטרסים השונים של הסוכנים במשך נועדו להגשים את טובת הכלל (גבע, 2011, ע' 37).

השוק החופשי מאפשר חופש בחירה וחופש כוונות לרכישה של הצרכן, וזה יכול להחליט בעצמו אם הוא מעוניין לרכוש מוצרים מזויפים. תאגידים יכולים לייצר מוצרים מזויפים, אך אין זה אומר כי לקוחות ירכשו