



## جعل و تقلب در کالاهای قاچاق

گروه کارشناسی معاونت پیشگیری

وجود کالاهای جعلی و تقلبی یکی از مشکلات و مباحث موجود در جهان است. امروزه در تمام زمینه‌ها از جمله دارو، اسباب بازی، لوازم برقی و... محصولات جعلی وجود دارد. این محصولات به تمام جهان و حتی کشورهای توسعه یافته با جعل نام و نشان (Brand) قانونی و اصلی شناخته می‌شوند. گستردگی جعل کالا به شدت رو به افزایش است، به نحوی که سازمان همکاری‌ها و توسعه اقتصادی (OECD) در گزارش تجارت جهانی محصولات جعلی در سال ۲۰۰۵ را بالغ بر ۲۰۰ میلیون دلار اعلام کرده است. کالاهای جعلی حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را نقض کرده و از آنجا که عمدتاً از کیفیت پایینی برخوردارند، مشکلات و آسیب‌های جدی ایمنی و مالی به بار می‌آورند. این امر باعث شده است که سازمان‌ها و نهادهای متعددی در جهان مبارزه با کالاهای جعلی را در دستور کار خود قرار دهند. از جمله این سازمان‌ها می‌توان <sup>۱</sup>OECD، <sup>۲</sup>CACN و <sup>۳</sup>IACC نام برد. <sup>۴</sup>ICCC نیز با برنامه <sup>۵</sup>BASCAP به موضوع مبارزه با جعل کالا پرداخته است. ائتلاف <sup>۶</sup>AGAM نیز متشکل از چندین شرکت بزرگ بین‌المللی در زمینه فناوری اطلاعات است که انحصاراً به موضوع جعل کالاهای فناوری اطلاعات پرداخته است.

**روش‌های معمول جعل:** پدیده جعل کالا اولین بار در حدود ۴۰ سال پیش در جهان مطرح شد. جعل در لغت به معنای "ساختن، کپی کردن از چیزی بدون داشتن حق آن کار و با هدف فریفتن یا کلاه برداری کردن است". این تعریف، بیشتر مناسب روش‌های ابتدایی جعل یعنی ساختن کالایی مشابه با اصلی است که الزاماً استفاده از نام و نشان اصلی را دربر نداشته و عمدتاً از نام‌های مشابه با جابه‌جایی حروف یا تشابه‌هایی نظیر آن به منظور فریفتن مصرف‌کننده استفاده می‌کنند (مثلاً نام **Sonny** به صورت **Sorry** یا **Sanny** نوشته می‌شود).

- 1- Organization for Economic Co-operator and Development
- 2- Canadian Anti-counterfeiting network
- 3- The International Anti-counterfeiting coalition
- 4- International Chamber of Commerce
- 5- Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy
- 6- Alliance of Gray Market and Counterfeiting Abatement

بندی OECD از این عوامل را ارائه می‌کند.<sup>۴</sup> لازم به ذکر است، منظور از تقاضای شناخته شده، تقاضای کالای جعلی از سوی متقاضیان با علم به جعلی بودن کالا است. در اکثر موارد، خریدار از جعلی بودن کالا بی اطلاع است و با تصور اصل بودن کالا تقاضای خرید آن را دارد.

علاوه بر موارد فوق، وجود بازار خاکستری نیز یکی از عوامل تاثیرگذار در توزیع کالاهای جعلی است. بازار خاکستری به مفهوم خروج محصول از کانال توزیع مجاز و کنترل شده سازنده محصول است. به بیان واضح تر، محصولی که تولید کننده برای مشتری با شرایط ویژه و خاص ساخته است (که معمولاً به دلیل پایین تر بودن کیفیت نسبت به محصول اصلی و یا کمتر بودن تعرفه‌ها و مالیات و... از قیمت پایین تری برخوردار است) در کشور دوم خریداری شده و در کشور ثالث بدون اطلاع سازنده به فروش می‌رسد. در این خرید و فروش خارج از کنترل صاحب علامت تجاری، جاعلین برای افزایش حاشیه سود خود

## کالاهای جعلی حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان را نقض کرده و از آنجا که عمدتاً از کیفیت پایینی برخوردارند، مشکلات و آسیب‌های جدی ایمنی و مالی به بار می‌آورند

اعلان‌های فروش کالای تخفیف دار در حجم زیاد از علانم وجود کالاهای جعلی در بازار است.

**محرک‌های جعل کالا:** ایجاد بازار، به وجود تقاضا و امکان عرضه کالا نیاز دارد. لذا شناخت عوامل محرک تقاضا و عرضه محصول جعلی، مهم ترین قدم برای مقابله با آن است. جدول زیر جمع

### عرضه کالای جعلی تقاضای شناخته شده برای کالای جعلی

عوامل محرک	عوامل محرک
مشخصه‌های محصول:	مشخصه‌های بازار:
<ul style="list-style-type: none"> <li>قیمت پایین</li> <li>کیفیت درک شده در حد قابل قبول</li> <li>امکان انجام عملیات پنهانی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>سودآوری بالا</li> <li>بازار بالقوه بزرگ</li> <li>قدرت نام و نشان (Brand)</li> </ul>
ویژگی‌های مصرف کننده:	تولید، توزیع و فناوری:
<ul style="list-style-type: none"> <li>کم توجه به سلامتی</li> <li>کم توجه به ایمنی</li> <li>محدودیت بودجه شخصی</li> <li>احترام کم به حقوق مالکیت معنوی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>نیاز متوسط به سرمایه گذاری</li> <li>نیاز به فناوری متوسط</li> <li>توزیع و فروش بدون مشکل</li> <li>امکان انجام عملیات پنهانی</li> <li>سهولت فریب مصرف کنندگان</li> </ul>
مشخصه‌های نهادی:	مشخصه‌های نهادی:
<ul style="list-style-type: none"> <li>ریسک پایین کشف جعل و پیگرد قانونی</li> <li>جریمه‌های کم یا ضعیف</li> <li>قابلیت دسترسی و سهولت تصاحب</li> <li>عوامل اجتماعی و اقتصادی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ریسک پایین کشف جعل</li> <li>چارچوب حقوقی و قانونی</li> <li>اجبار کم</li> <li>جریمه‌های غیر بازدارنده</li> </ul>

شبکه کانادایی مبارزه با جعل (CACN) جعل را "تخلف صریح در مورد استفاده غیر مجاز از علامت تجاری" تعریف می‌کند و در عین حال مواردی نظیر کاهش یا تعویض اجزاء گران قیمت محصول اصلی با دیگری را نیز از جمله موارد جعل می‌داند. CACN معتقد است که روش اخیر به دلیل حاشیه سود بالا و ریسک کم اکتشاف، بیش از روش تولید و توزیع محصول جعلی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

AGMA، محصولات تولید شده از طریق بازار خاکستری<sup>۱</sup> را نیز در زمره محصول جعلی به حساب آورد که در صورت پذیرفتن مفهوم جعل آنگونه که CACN ادعا کرده است، منطقی می‌باشد. چون محصول در «بازار خاکستری»، از کانال توزیع مجاز صاحب علامت تجاری کالا خارج شده و از کانال‌های غیر مجاز توزیع می‌شود. لازم به ذکر است، در ادبیات موضوع، از مواردی چون کپی غیر مجاز نرم افزار، فیلم، کتاب و امثال آن کمتر به عنوان جعل و بیشتر به عنوان «دزدی»<sup>۲</sup> یاد می‌شود.

**دامنه شمول جعل:** دامنه شمول جعل بسیار گسترده است و تقریباً هر چیزی را شامل می‌شود. امروزه حتی محصولات پیچیده ای نظیر کالاهای IT و دارویی نیز جعل می‌شوند. متخصصین این امر را به دلیل افزایش برون سپاری<sup>۳</sup> عملیات تولید و گسترش عمومی اینترنت و رد و بدل داده‌های دیجیتالی از طریق آن می‌دانند. به گزارش AGMA، امروزه از هر ۱۰ محصول IT که فروخته می‌شود یکی جعلی است. هر چیزی از دیسک سخت گرفته تا یک سیستم کامل جعل می‌شود. در بعضی موارد (از جمله کارت‌های شبکه) آمار جعل بسیار بالا است. تخمین زده می‌شود که صنعت IT سالانه ۱۰۰ میلیون دلار به دلیل جعل متحمل خسارت می‌شود. AGMA ادعا می‌کند که ارزش کالاهای IT توقیف شده در گمرکات جهان طی یک سال (۲۰۰۵-۲۰۰۴) بیش از دو برابر شده و در حال افزایش است. این در حالی است که کشف کالاهای جعلی کاملاً اتفاقی است. افزایش در کالاهای مرجوعی و

1- Gray Market

2- Piracy

3- Outsourcing

اینجا اعتماد مفهوم تضمین را دارد. نام و نشان، کیفیت محصول را برای آن‌ها تضمین می‌کند.

به همین دلیل است که ارائه دهندگان محصول، تلاش دارند تا علاوه بر ظاهر خوب و نام و نشان معتبر، انواع ضمانت‌ها را نیز به خریدار ارائه دهند. یکی از متداول‌ترین و موثرترین ضمانت‌ها، که به طور روزافزون استفاده از آن در حال افزایش است، استفاده از گواهی‌های تاییدیه انطباق با استانداردهای بین‌المللی است (certification). در این صورت خریدار به تایید و گواهی شخص ثالثی اعتماد می‌کند که آگاهی‌ها و اطلاعات و ابزارهایی دارد که خریداران محصول در اختیار ندارند. از آنجا که تولید کننده محصول اقدام به اخذ این گواهی می‌نماید، داشتن این تاییدیه می‌تواند نشانی بر جعلی نبودن کالای خریداری شده نیز باشد.

سازمان‌های متعددی در جهان، انواع گواهی و نشان‌های تاییدیه منطبق با استانداردهای بین‌المللی را ارائه می‌کنند و در بسیاری از کشورهای جهان، داشتن یک یا چند گواهی از این دست، از ضروریات صدور مجوز ورود کالا است. متأسفانه تولید کنندگان و توزیع کنندگان کالاها نیز متوجه اهمیت وجود نشان تاییدیه بر کالاها شده‌اند و این نشان‌ها را نیز جعل می‌کنند به طوری که بسیاری از سازمان‌های صدور گواهی تاییدیه بین‌المللی از جمله UL، CSA، IEC و... برنامه‌هایی را برای مبارزه با جعل نشان‌های خود دنبال می‌کنند. این امر اطمینان و اعتماد این نشان‌ها را نیز خدشه دار می‌سازد. پس چه می‌توان کرد؟

#### راه حل پیشنهادی:

همان‌طور که ذکر شد مهم‌ترین اقدام، جلوگیری از ورود کالاهای جعلی در مبادی ورودی کشور است. در حال حاضر سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی با همکاری گمرکات کشور در مورد برخی کالاها اقدام به نمونه‌گیری و آزمون مطابقت کالا

اقدام به اعلان عمومی و تعویض کالای اصلی با جعلی می‌کنند.

شاید موثرترین روش مقابله با کالای جعلی، استفاده از فشار بازار و کاهش تقاضا و عوامل محرک آن باشد. ولی همان‌طور که بارها تاکید شد، خریداران اطلاعاتی از جعلی یا اصلی بودن کالا نداشته و علاوه بر آن درباره کیفیت و امنیت کالای خریداری شده نیز به ندرت اطلاعات کامل دارند. از آن‌جا که عمل خرید مستلزم ایجاد اعتماد است، اعتماد خریداران معمولاً با "ظاهر خوب محصول" و "اظهارات مثبت تولید کننده یا فروشنده" جلب می‌شود. به عبارتی خریدار به اعتبار نام و نشان تولید کننده یا فروشنده اعتماد می‌کند. در

قادرند اقداماتی نظیر تعویض یا کاهش قطعات گران‌قیمت را نیز انجام دهند. IACC عقیده دارد که مناطق آزاد تجاری بیش از سایر مناطق در معرض استفاده جاعلان جهت توزیع جهانی کالای جعلی هستند و امارات عربی و ترکیه را از جمله کشورهایی می‌دانند که خدمات توزیع جهانی کالای جعلی در آن‌ها رو به فزونی است.

در مجموع می‌توان نتیجه‌گیری کرد که ایران، مقصد خوبی برای عرضه و فروش کالای جعلی به شمار می‌رود و بسیاری از عوامل محرک عرضه و تقاضای کالای جعلی را داراست. از طرفی تحریم‌های اقتصادی اعمال شده، امکان خرید از مبداء تولید کالاها را دارای نام و نشان معتبر را کاهش داده و بخشی زیادی از واردات از طریق مناطق آزاد تجاری و کشورهای غیر توسعه یافته صورت می‌گیرد. به عبارتی امکان توزیع از طریق بازار خاکستری نیز در ایران بالا است.

**روش‌های کشف جعل:** بیشتر سازمان‌هایی که برنامه‌های ضد جعل را هدایت می‌کنند عقیده دارند که کشف جعل عمدتاً شانسی و اتفاقی است. اصلی‌ترین روش کشف جعل، کنترل ورود کالا در مبادی ورودی کشورها

(گمرکات) است. وجود سیستم استاندارد و مقررات کنترل گمرکی قوی، عامل تاثیرگذار کلیدی در جلوگیری از جعل و ورود محصولات جعلی به کشورهاست. ولی از آنجا که این نوع کنترل هزینه‌های بالا و زمانبر زیادی دارد، کامل نبوده و لذا کشف جعل در گمرکات، اتفاقی است.

روش دیگر، اقدام سازنده اصلی کالا یا نمایندگان و ارائه دهندگان خدمات بعد از فروش کالا است. آن‌ها از طریق افزایش در کالای مرجوعی متوجه وجود کالای جعلی در بازار می‌شوند و در برخی از موارد با تشکیل ائتلاف و NGO اقدامات قانونی علیه آن انجام می‌دهند و گاهی برای کاهش اثرات سوء جعل بر نام و نشان محصول خود،

### به گزارش AGMA، امروزه از هر ۱۰ محصول IT که فروخته می‌شود یکی جعلی است



۳) حداقل ۱۰۰۰ برابر حداکثر تعداد تولیدی ورود محصول در دوره زمانی مشخص مثلا طول عمر ورود و توزیع و فروش محصول (فرضا ۲ یا ۵ سال) باشند و یا یک batch محصول باشد. اگر از شماره سریال محصول به عنوان کامل کننده شناسه استفاده شود این محدودیت از بین می‌رود. به عنوان مثال اگر شناسه پویا به صورت هفت حرفی (۴ حرف + ۳ عدد) انتخاب شود، ۴۵۷ میلیون شناسه منحصر به فرد ایجاد می‌کند که می‌تواند برای ۴۵۶۹۷۶ محصول یکسان طی ۲ سال استفاده شود.

برای داشتن امنیت بیشتر، نیازی نیست که در عمل از قالب یکسان و ثابت برای شناسه استفاده کرد. قالب متغیر، کار جعل شناسه را مشکل تر می‌کند.

برای ردگیری نشانه‌ها، نیاز به یک کامپیوتر مرکزی و بانک اطلاعاتی محرمانه و حفاظت شده است. نشانه‌هایی که توسط این کامپیوتر "معتبر" تشخیص داده شوند اصل بوده و نشانه غیر معتبر می‌تواند بیانگر محصول جعلی یا قاچاق باشد. حفظ رکوردها برای ردگیری نشانه‌ها نیاز به حجم ذخیره سازی زیادی ندارد. اطلاعات مربوط به ۲۵۰ میلیون محصول دارای نشانه ۶ حرفی در یک CD و ۱۵۰۰ میلیون محصول در یک DVD بدون فشردن سازی قابل ذخیره است.

دولت یا شخص ثالث ارائه دهنده شناسه پویا کافی است یک سایت اینترنتی و یا خط تلفن اختصاصی و یا سیستم پیام کوتاه راه اندازی کند، در این صورت توزیع کنندگان / مصرف کنندگان / بازرسان کالا در بازار قادر خواهند بود به سهولت اعتبار نشانه‌های محصول را ارزیابی کنند.

روش پیاده سازی، مقایسه این روش با سایر روش‌های ضد جعل و هم چنین بررسی چالش‌ها و محاسبات مربوط به احتمال جعل شناسه پویا نیاز به بحث کامل تری دارند که، در این مقال نمی‌گنجد. ■

#### منابع

1. THE ECONOMIC IMPACT OF COUNTERFEITING AND PIRACY, OECD, 04 – Jun – 2007

## اصلی ترین روش کشف جعل، کنترل ورود کالا در مبادی ورودی کشورها (گمرکات) است

که در عین مشکل بودن تقلید، از هزینه کم و سهولت تشخیص برخوردار باشد. **شناسه پویا:** روش "شناسه پویا" دارای چهار عنصر ضروری است که عبارتند از:

۱) یک عبارت شناسه منحصر به فرد

۲) یک بانک اطلاعاتی امن و محرمانه کامپیوتری

۳) یک واسطه ارتباطی نظیر صفحه وب / خط تلفن اتوماتیک / سرویس پیام کوتاه

۴) همکاری در حد قابل قبول توزیع کنندگان و یا مصرف کنندگان

در حال حاضر بیشتر محصولات با درج علائمی نظیر شماره سریال کالا و شماره batch محصول به بازار ارائه می‌شوند. در روش شناسه پویا، کافی است فقط یک شناسه دیگر به محصول افزوده شود. این شناسه می‌تواند با نشان تأییدیه انطباق با استاندارد تلفیق شده و یا به صورت برچسب جداگانه به محصول افزوده گردد. شناسه پویا را می‌توان در هر مرحله ای (تولید، ورود به مبادی گمرکی، توزیع در بازار) به محصول افزود. مسلماً اگر منظور از چنین شناسه ای تشخیص کالای قاچاق (ورود از مسیرهای غیر قانونی به کشور) باشد، باید در مبادی گمرکی به محصول افزوده شود. در تخصیص شناسه پویا قوانین زیر باید رعایت گردد:

۱) شناسه باید عبارتی منحصر به فرد (بدون تکرار) برای محصول خاص باشد. به عبارتی فقط در صورتی ممکن است دو محصول شناسه‌های یکسان داشته باشند که با یکدیگر متفاوت باشند.

۲) شناسه به صورت شماره سریال نباشد. بلکه کاملاً تصادفی، غیر ترتیبی و غیر قابل حدس زدن باشد.

با استانداردهای اجباری ملی و بین المللی می‌نماید. اگرچه هدف اصلی این آزمون‌ها، کشف کالای جعلی نیست ولی از آنجا که بسیاری از کالاهای جعلی از کیفیت پایینی برخوردارند، از طریق این آزمون‌ها از ورود آنها جلوگیری به عمل می‌آید. ولی این اقدام برخی از کالاها، از جمله بسیاری از کالاها و قطعات IT را پوشش نمی‌دهند. علاوه بر آن ورود کالا از طرقی غیر از مبادی ورودی رسمی کشور (قاچاق کالا) نیز وجود دارد.

به نظر می‌رسد استفاده از یک نشان یا گواهی تأییدیه ملی (در کنار نشان‌های بین المللی نظیر CE) می‌تواند به منظور کنترل دقیق کالاها در هنگام ورود و پس از توزیع کالا در بازار (بازرسی‌های پیشی)، مهر تأیید بر اصل بودن محصول و نشان بین المللی و افزایش اعتماد و اطمینان خریداران کالا و مضمونی از احترام به حقوق مصرف کنندگان باشد. لذا پیشنهاد می‌شود دریافت چنین نشانی برای تمام کالاهای وارداتی که پتانسیل خطرآفرینی دارند، از جمله کالاهای IT و الکترونیکی که مصرف عمومی دارند، اجباری شود. اگرچه برخی از صاحب نظران حقوق مصرف کننده اطلاع کامل از مفهوم نشان تأییدیه استاندارد داشته باشد. در این صورت (اختیاری بودن استفاده از نشان تأییدیه انطباق با استاندارد ملی) لازم است تا اطلاع رسانی عمومی به نحو مناسب صورت بگیرد.

اما آیا امکان جعل نشان تأییدیه ملی وجود ندارد؟ مسلماً چرا؟ بسیاری از تولید کنندگان برای جلوگیری از جعل محصول خود از ابزارهای مختلف نشان گذاری نظیر هولوگرام، شماره‌های شناسایی رمزدار، شماره شناسایی دارای پوشش، سیستم‌های ثبت کالا و حتی فناوری‌های پیشرفته نظیر RFID، نانو تکنولوژی و... استفاده می‌کنند. هر کدام از ابزارها معایب و مزایای خاص خود را دارد ولی هیچ کدام از جعل جلوگیری نکرده اند، بلکه فقط انواع فناوری‌تر آنها توانسته اند جعل را مشکل تر و پرهزینه تر سازند. برخی از آنها نیز به سادگی توسط جاعلان تقلید شده اند که بیشتر به دلیل ایستاد بودن آنها بوده است. بنابر این لازم است که نشانه گذاری به نحوی پویا، متغیر و قابل پیگیری صورت گیرد