

تأثير جرائم غش وتقليد العلامة التجارية على الناتج القومي والتجارة الدولية

The impact of fraud and trademark imitation crimes on the national product and international trade

الدكتورة/ شذى حامد عمر محمد - الدكتور/ محمد عبود حامد محمد

الأستاذان المساعدان بقسم الحقوق.¹

كليات بريدة الاهلية، بريدة، المملكة العربية السعودية

تاريخ النشر: 2023/09/01

تاريخ الاستلام: 2023/05/26

ملخص:

تناولت الدراسة تأثير جرائم غش وتقليد العلامة التجارية بالسودان على الناتج القومي والتجارة الدولية وذلك من خلال القوانين المختلفة والإتفاقيات الدولية . تمثلت مشكلة الدراسة في ضعف الحماية القانونية للعلامة التجارية وكيفية التصدى لظاهرة الإعتداءات على العلامة التجارية والحد منها بالحماية القانونية اللازمة ، كما أن العقوبة المنصوص عليها في القانون المعنى غير رادعة ولا تتناسب مع جسامة وخطورة التقليد في العلامة التجارية مما يؤثر سلبا على التجارة الدولية . ويضعف من الناتج القومي.

برزت أهمية الدراسة في توضيح الدور الإقتصادي للعلامة التجارية وبيان الأثر السلبي لتقليد وتزوير العلامة التجارية مع بيان مدي خطورة التقليد والتزوير وحمايتها بواسطة قوانين مستحدثة وذلك بإنشاء أنظمة مستحدثة تدعم الحماية القانونية لتواكب التطور وتشجيع المستثمرين مع تذليل كافة العقبات التي تعيق التجارة الدولية . هدفت الدراسة الى بيان التحديات التي تواجه العلامة التجارية في ضوء التكنولوجيا الحديثة وتفعيل سبل الحماية وتطوير القوانين الفاعلة والانضمام الى الإتفاقيات المستحدثة. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي . خلصت الدراسة الى العديد من النتائج أهمها أن العلامة التجارية زادت أهمية في المجال التجاري للمستهلك والتاجر على حد سواء وأنها تصنف من ضمن عناصر الملكية الصناعية والتجارية . إن النظام المتبع في السودان للعلامة التجارية كفل الحماية القانونية للعلامة التجارية المسجلة ورتب حقوقا لذلك وحدد صور جرائم الإعتداء بشكل كافى للتصدى له ، رغم ضعف العقوبة المنصوص عليها لردع المخالف . قدمت الدراسة العديد من التوصيات ضرورة مساهمة الدول النامية مساهمة فعالة ونشيطة بإتباع سياسة موحدة لمكافحة القرصنة والتقليد والتزوير في العلامة التجارية لتساهم في رفع إقتصادها وتعزيز روح الإلتزام بالمعاهدات والإتفاقيات التي تنظم العلامة التجارية بما يحافظ على حقوق ومصالح الدولة والصالح العام ويساهم في تحقيق الاستثمار اقليميا ودوليا . اقترحت الدراسة ضرورة الإهتمام بالبحث العلمي في موضوع الآثار القانونية والاقتصادية المتعلقة بالتجارة الدولية والناتج القومي

1- البريد الإلكتروني: shazaomar59@gmail.com - wedabboud@gmail.com

للعلامة التجارية نظرا لندرة مثل هذه الموضوعات وعدم مناقشتها بعمق قانوني ويعود السبب الى تهييب القانونيين للبحث في الموضوعات ذات الطابع الفني مما أسهم في هذه الندرة ولذا فإن البحث العلمي في هذه المجالات النادرة هو وحده القادر على تقديم نماذج جديدة ومتطورة وفي نشرها وإعدادها فرصة لتغيير كثير من المفاهيم القانونية العتيقة .

كلمات مفتاحية: (العلامة التجارية - الناتج القومي - التجارة الدولية - غش وتقليد)

Abstract:

The study dealt with the impact of fraud and trademark imitation crimes in Sudan on the national product and international trade, through various laws and international agreements. The problem of the study was represented in the weakness of the legal protection of the trademark and how to address the phenomenon of attacks on the trademark and limit it with the necessary legal protection, and that the punishment stipulated in the relevant law is not deterrent and does not commensurate with the gravity and seriousness of imitation of the trademark, which negatively affects international trade and weakens the product national.

The importance of the study emerged in clarifying the economic role of the trademark and showing the negative impact of imitation and counterfeiting of the trademark with an indication of the seriousness of counterfeiting and counterfeiting and protecting it by new laws by establishing new systems that support legal protection to keep pace with development and encourage investors while overcoming all obstacles that impede international trade. The study aimed to explain the challenges facing trademarks in the light of modern technology, activating means of protection, developing effective laws, and joining the new agreements. The study followed the descriptive analytical method. The study concluded with many results, the most important of which is that the brand has increased in importance in the commercial field for both the consumer and the trader, and it is classified among the elements of industrial and commercial property. The trademark system followed in Sudan guaranteed the legal protection of the registered trademark, arranged rights for that, and identified forms of infringement crimes sufficiently to deal with it, despite the weakness of the punishment stipulated to deter the violator. The study made many recommendations that developing countries need to contribute effectively and actively by following a unified policy to combat piracy, counterfeiting and forgery in the trademark to contribute to raising their economy and enhancing the spirit of commitment to treaties and agreements that regulate the trademark in a way that preserves the rights and interests of the state and the public interest and contributes to achieving investment regionally and internationally. The study suggested the need to pay attention to scientific research in the subject of legal and economic effects related to international trade and the national product of the trademark due to the scarcity of such topics and the lack of legal discussion of them. Al Nadra is the only one capable of presenting new and advanced models, and in publishing and preparing them, it is an opportunity to change many outdated legal concepts

Keywords: (trademark - national product - international trade - fraud and imitation)

مقدمة.

سعت معظم الدول الى إدراج الملكية الفكرية ضمن السياسات الوطنية ، فقامت بسن التشريعات التي تكفل وتصور هذه الحقوق من الإنتهاك أو التعدي كما رافق ذلك إهتمام دولي تمثل بإيجاد العديد من الإتفاقيات الدولية المنظمة لحماية هذه الحقوق في إطار دولي محكم ، وبما أن العلامات التجارية تعتبر من ضمن تصنيفات الملكية الفكرية الصناعية وباعتبارها من وسائل التمييز الخاصة بالمنتج ولعظم الدور الإقتصادي الذي تلعبه العلامات التجارية ، فقد كثر الإعتداء علي العلامة التجارية في ظل الإنفتاح التجاري وأنعكس ذلك على الناتج القومي .

1. سبب اختيارالموضوع

كان سبب اختيارنا لموضوع أثر تقليد العلامة التجارية على الناتج القومي والتجارة الدولية يتلخص في النقاط التالية:

أ. الأهمية الإقتصادية للعلامة التجارية وما يطالها من تقليد يمتد أثره للجميع ، وذلك بتوضيح الأثرالسلي للتقليد للعلامة التجارية لأنها باتت حجر الزاوية لأي إزدهار وتقدم إقتصادي في الحاضر والمستقبل .

ب. الإهتمام بالعلامة التجارية وحمايتها بواسطة عقوبات رادعة وقوانين مستحدثة لمعالجات الإشكاليات التي قد تظهر في الجوانب العملية عند تطبيق القانون ومن ثم معالجات تلك السلبات وذلك بإنشاء أنظمة مستحدثة تواكب التطور وتشجيع المستثمرين وتسهم في زيادة الناتج القومي .

3. اهداف الموضوع

1. بيان التحديات التي تواجه العلامة التجارية في ضوء التكنولوجيا الحديثة وتفعيل سبل الحماية وتطوير القوانين الفاعلة والإنضمام الى الإتفاقيات المستحدثة .

2. بيان الآثار السالبة المترتبة على تقليد العلامة التجارية من حيث فقدانها لقيمتها التسويقية والإقتصادية .

3. بيان مدى خطورة الآثار الإقتصادية من جراء التقليد في العلامة التجارية التي تتعلق بقلّة جودة المنتج وإنخفاض القوة الشرائية التي تؤدي الى تدهور الإقتصاد الوطني .

4. مشكلة البحث

1. كيفية التصدي لظاهرة الإعتداءات على العلامة التجارية والحد منها بالحماية القانونية اللازمة .

2. مدى فعالية الأنظمة العقابية في السودان من الإعتداء على العلامة التجارية ومقدرتها على الحماية .

3. العقوبة المنصوص عليها في القانون المعنى غير رادعة ولا تتناسب مع جسامة وخطورة الآثار المترتبة على تقليد العلامة التجارية مما يؤثر على التجارة الدولية بضعف الحماية القانونية المقررة للتقليد.

5. خطة البحث: تم تقسيم هذه الدراسة الى ثلاث مباحث فقد تحدثنا في المبحث الأول عن أثر تقليد العلامة التجارية عن التنمية الاقتصادية ، وفي المبحث الثاني تحدثنا عن العلاقة بين التنمية الاقتصادية والعلامة التجارية ، وشمل المبحث الثالث أثر جرائم الغش والتقليد على الناتج القومي والتجارة الدولية ومن ثم بعد ذلك أنت الخاتمة التي شملت النتائج والتوصيات . وأخيراً قائمة المراجع والمصادر .

المبحث الاول

تأثير تقليد العلامة التجارية على التنمية الاقتصادية

أولاً: تأثير تقليد العلامة التجارية على المستهلك

من الأضرار التي ترتبت على الغش التجاري وتقليد السلع على مستوى المستهلك الآثار السلبية على السلامة العامة وأثرها على الاقتصاد الوطني المتمثل في زيادة البطالة بسبب خسائر الشركات التي تتعرض لمنتجاتها للغش والتقليد. أما فيما يخص أصحاب العلامات التجارية فقد جاءت على حساب الإساءة إلى سمعة المنتج، لجهة قضائه على ثقة العميل والمستهلك في العلامة التجارية ومن الآثار السلبية الأخرى للتقليد والغش التجاري، تردد الشركات صاحبة العلامات التجارية عن الاستثمار في تلك الدول، ومن ثم التأثير على منحى الاستثمار والاستهلاك، ما يؤدي الى انخفاض مكونات الطلب الكلي الفاعل في تحقيق مستوى أعلى للناتج القومي ، وبالتالي هدفت الحماية الجنائية للعلامة التجارية من خلال القوانين والاتفاقيات الدولية الى حماية المستهلك من الغش التجاري ومن التقليد وقد ساهمت جمعية حماية المستهلك السودانية في حل كثير من الاشكاليات التي تمس امان المستهلك وصحته وذلك من خلال التوعية بمخاطر التقليد وهناك مشروع قانون لحماية المستهلك قيد الدراسة ولذا فان العلامة التجارية تمثل ثقة وضمان الجودة للمستهلك ، وقد ساعدت التكنولوجيا في انتشار السلع المقلدة ونتج عن ذلك الكثير من الآثار التي تمس المستهلك وتتمثل تلك الآثار الاقتصادية للمستهلك في الآتي:.

1. شراء سلع رديئة بأسعار أقل إلا أنها لا تدوم طويلاً مما يعنى في الحقيقة كلفاً أعلى وهذا بالطبع يؤثر على المستوى المعيشي للفرد ويقلل من فرص الرخاء الإجتماعي الذي يتطلع اليه الجميع .

2. التكلفة الاقتصادية الناجمة عن العلاج الطبي بسبب الأمراض الناجمة عن السلع المغشوشة وكذلك إستعمال الأدوية المغشوشة منخفضة الجودة¹ .

3. اذا يتضح لنا جلياً أن التقليد و التزوير في العلامة التجارية ذو أثر سلبي فعال وواضح في إنخفاض دخل الفرد وفي تدهور الصناعات الوطنية ، كما أن آثاره السلبية تنعكس على الإقتصاد القومي نتيجة لخسارة البلاد للعملات الصعبة لإستيراد وتهريب تلك السلع من الخارج أضف الى ذلك إستيراد السلع المهمة الغير موجودة

1 . أ. سمير فرناى بالى ، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية ، مرجع سابق ، ص 56 ، 57.

في الصناعات الوطنية المحلية أما من حيث الأثر الإجماعي للتقليد فإن إنتشار ظاهرة الغش بجميع أشكاله له آثار سلبية على المجتمعات التي تنشر فيها ، لانه بالأساس فعل يخالف واجب الإخلاص و الثقة المفروض تواجدها في تعاملات الأفراد مع بعضهم البعض¹ .

4. إن المجتمعات عادة ما تتحمل التكلفة الاقتصادية الناجمة عن الأمراض التي تسببها السلع المغشوشة أضف إلى أن المجتمع يتحمل عبء التنافس غير المشروع نتيجة لإنخفاض الدخل للصناعيين و التجار من ذوى الكفاءة العالية وبالتالي إنسحابهم وخروجهم من النشاط الإقتصادي مما يجعل الفرصة مواتية لتجار آخرين يسعون إلى تحقيق الربح ولا تهمهم مصلحة المجتمع ، مما يترك أثراً إجتماعياً سيئاً على جمهور المستهلكين² .

5. إن تنامي ظاهرة الغش والتقليد في العلامة التجارية و تطورها ومواكبتها بكافة أشكال التطور تجعلنا أمام تحدى كبير لهذه الظاهرة التي تؤدي الى إشاعة قيم الفساد والانحراف وعدم التحرج من الربح الفاحش والمنافسة الغير عادلة والغير مشروعة والتي نصت عليها كل القوانين وأمنت عليها اتفاقية تريبس (TRIPS) بأن إشتربت أن تكون المنافسة مشروعة وغير مجحفة³ .

6. وهكذا وبإنتشار التحايل على القوانين و الغش في التعامل تهدم القيم الأخلاقية والإجتماعية و تتفكك أواصر الترابط الإجتماعية التي تجمع بين أفراد المجتمع الواحد ويضعف صمودهم وتماسكهم أمام أى خطر خارجي أو داخلي يهدد وجودهم ، حيث يصبح هم كل فرد أن يضمن المكاسب الشخصية ضارباً عرض الحائط بقيم الوطنية والولاء للأمة و المجتمع الذى ينتمى اليه⁴ .

7. أما عن كيفية دخول البضائع المقلدة إلى الدولة، بداية لابد من الإشارة إلى أن النظريات الحديثة تعتبر أن المعرفة والتقدم التكنولوجي عموماً، والإبداع والابتكار خصوصاً من أهم العوامل التي يتركز عليها نمو الأمم في العالم المعاصر، حيث تعمل الدول على إيجاد أطر قانونية تسمح لصناعاتها الوطنية بالإزدهار والتمتع بقدرة تنافسية عالية في الأسواق الداخلية والخارجية، ومكافحة الغش والتزوير وتحصين الإبداع الذهني وتعزيز المناخ الإستثماري، وهذا ما تحرص عليه وزارة الإقتصاد بالتعاون مع مختلف الجهات في القطاعين العام والخاص .

1 . عبدالفتاح بيومي حجازي ، حماية المستهلك من الغش التجارى و التقليد ، الرياض، 2004م ، ص 54 .

2 . تزايد عدد القضايا المرفوعة ضد المروجين للسلع المغشوشة و المقلدة او المزورة مقارنة بالعام الحالى في السودان ، حيث نظرت محكمة الخرطوم للملكية الفكرية عدد من قضايا تقليد العلامات و اخرى يتم حلها بالسلوب التسوية الودية المقرونة بتعهد بسحب البضاعة موضوع الشكوى وعدم التكرار لهذه الممارسة ، محكمة الخرطوم لحقوق الملكية الفكرية تعتبر من المحاكم الرائدة في مجال حل نزاعات الملكية الفكرية وهى الاولى من نوعها في العالمين العربى و الافريقى .

3 . تتضمن إتفاقية تريبس (TRIPS) أحكاماً تفصيلية حول الإجراءات القضائية و الادارية وغيرها من الاجراءات المتعلقة بانفاذ الحقوق فضلاً عن قواعد معينة لمكافحة التقليد في التجارة للعلامات التجارية و الاعمال التي تتعرض للتعدى (القرصنة) وقد تكون تلك القواعد ايضاً قابلة للتطبيق وفقاً للتشريع الوطنى لتعدييات اخرى على حقوق الملكية الفكرية المادة (51) .

4. توفر قوانين الملكية الفكرية في السودان سبل التقاضى الجنائية و المدنية ضد أعمال الغش و التقليد ويتم تطبيق هذه القوانين في السودان من خلال محكمة متخصصة (محكمة الخرطوم التجارية لحقوق الملكية الفكرية) عن طريق المبادرة الفردية وكذلك هناك نيابة متخصصة (نيابة حماية المستهلك) وكذلك ويتم تطبيق العقوبات بصورة مستمرة وان كانت العقوبة غير رادعة وفعالة .

8. وتلتزم جمهورية السودان بتنفيذ وتطبيق معايير اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية ومكافحة حالات التعدي وانتهاك وتزوير العلامات التجارية، إدراكاً من القائمين على الامر بأن حماية هذه الحقوق تسهم في الحد من الإضرار بالمصالح الوطنية والاستثمارات الصناعية والتجارية، وتسهيل حركة انسياب وتدفق التجارة ، ويتم التعاون مع مختلف الدول والمنظمات الدولية في هذا الشأن، ونأمل في أن تتفق دول العالم من خلال منظمة الجمارك الدولية على مبادرات أو اتفاقات ملزمة للدول، تكون أهم بنودها أنها تتيح وضع غطاء قانوني يحق بمقتضاه للإدارات الجمركية في كل دولة تفتيش البضائع في المنافذ الجمركية سواء كانت هذه البضائع قادمة إلى السوق المحلية أو عابرة أو معاد تصديرها، بينما يتم حالياً تفتيش البضائع القادمة للأسواق المحلية فقط ، أما العابرة فيتم التأكد من الأختام ولا يتم تفتيشه إلا في حالة الإشتباه .

ثانياً: تأثير تقليد العلامة التجارية على التنمية الاقتصادية

يعد القضاء على ظاهرة الغش والتقليد من الأولويات المهمة التي تساعد الدولة على عدم التعرض لعقوبات إقتصادية من منظمة التجارة العالمية والمنظمات الدولية المعنية بمكافحة هذه الظاهرة ، وقيام المجتمع الدولي بمساعدة الدول التي تقضي على الظاهرة ، والتمتع بالمساعدات الدولية لتنمية الاقتصاد للدولة ويؤدي القضاء على ظاهرة الغش والتقليد الى توازن هيكل الدخل وعدم تولد دخول ضخمة لا يقابلها إنتاج يستوعب تلك الزيادة لفئة في الدخل ، فالتخلص من هذه الظاهرة يؤدي الى الحفاظ على الموارد البشرية والتنمية البشرية لكافة الدول النامية فالأطفال العمال يمثلون قوة المستقبلية فالقضاء على تشغيلهم في أعمال شاقة وغير مشروعة يؤدي الى الحفاظ على القوى العاملة وعدم تدميرها وانتشار تلك الظاهرة يؤدي إلى نزوح الاستثمارات الأجنبية بالدولة وهروب المصانع والمقدمة من الدول التي تنتشر بها تلك الظاهرة فالقضاء عليها ومواجهتها يؤدي الحفاظ على الموارد البشرية للدولة أن هروب الإستثمارات الأجنبية يؤدي إلى إرتفاع معدلات البطالة ويؤثر على السياسات الاقتصادية للدولة والقضاء عليها يؤدي إلى تصحيح هيكل القوى العاملة للدولة وتصحيح أوضاع العاملين والمحافظة على ثروتها من الموارد البشرية التي تعد العصب الرئيسي لإقتصادها. وتؤدي جهود الدول النامية التي تقضي على تلك الظاهرة ، كما يعد من الآثار الاقتصادية المهمة للقضاء على تلك الجرائم الحد من التهرب الضريبي وذلك لحصول أصحاب تلك المصانع والورش التي تقوم بالغش والتقليد على دخول غير مشروعية دون دفع ضرائب فالجميع يدفع الضرائب المفروضة عليهم ويعد من أهم الآثار الإيجابية لإحتواء ظاهرة الغش والتقليد تحويل نفقات مكافحة تلك الظاهرة إلى التنمية الاقتصادية للدولة ، وذلك لرفع المعدل المعيشي للفرد في الدولة والإستقرار الإقتصادي للدولة ، حيث أن ميزانية الدولة لا ترهقها نفقات تؤثر على إقتصادها القومي وإحتواء تلك الظاهرة مما له الأثر في تنمية المجتمعات والحفاظ عليها ، كما ان هذه الظاهرة توفر للدول الإنفاق على إنشاء مستشفيات لعلاج المواطنين من جراء الغش للسلع الغذائية التي تؤثر تأثيراً مباشراً على الصحة العامة للمواطنين .

المبحث الثاني

العلاقة بين العلامة التجارية والتنمية الاقتصادية

سنتناول في هذه الجزئية العلاقة ما بين العلامة التجارية والتنمية الاقتصادية بإعتبار أنها أداه من أدوات التنمية الإقتصادية ، تسهم بشكل فعال وواضح في عجلة تنمية الإقتصاد الوطني إن الغرض من إستخدام الملكية الفكرية

بشكل رئيسى هو تحقيق سبل التنمية الإقتصادية ، حيث أن العلامة التجارية وبراءات الإختراع وحقوق المؤلف وغيرها من أدوات الملكية الفكرية تعد وسائل يتمكن المبدعون والمستثمرون من خلالها إستعادة تكاليف إستثماراتهم من الوقت والمال الذى تم إستخدامه ، لإيجاد المنتجات الجديدة التى تجسد إبتكاراتهم فى الأسواق¹ .

وتم الإعتراف بالملكية الصناعية والإنتفاع بها منذ زمن طويل فى البلدان الصناعية وعدد متزايد من البلدان النامية ، لأنها أداة هامة للتنمية التكنولوجية والإقتصادية. وتعى بلدان كثيرة أن مصلحتها تقضى بإنشاء أنظمة وطنية للملكية الصناعية أو تعزيز الأنظمة القائمة الموروثة عن تاريخها العريق التى لم تعد تستجيب لحاجات العصر وأولوياته ، ورفع مستوى تلك الأنظمة ولا تقتصر مهمة العلامة التجارية أو وظيفتها على أنها تحدد السلع فحسب بل لها وظائف عديدة ومرتبطة إرتباط وثيقاً بالتنمية الإقتصادية التى يمكن أن تحدث متى ماوفرن الحماية اللازمة للعلامة التجارية وسعينا الى تطويرها وتنميتها لتحقيق النهضة الإقتصادية والإجتماعية وتؤدى حماية العلامة التجارية أيضاً الى ضبط جهود مزاولى المنافسة غير المشروعة من قبل المزورين ، اذا شاءوا الإنتفاع بعلامات مميزة بغرض تسويق منتجات أو خدمات من نوع ردى أو مختلف² فى هذه الجزئية نحاول إضاءة جانب آخر إيجابى متصل بأحدى عناصر الملكية الفكرية وهى العلامات التجارية ، فيما يتعلق بالوظيفة والدور الإقتصادى الذى تؤديه العلامات التجارية للمشاريع والشركات التى تستخدمها وتملكها والذى يجعل للعلامات التجارية قيمة إقتصادية أساسية للشركات تبرر الجانب القانونى الذى يقوم على حماية هذه القيمة ومنع الآخرين من الإعتداء عليها ومن خلال هذه الجزئية نحاول أن نتعرض لأساسيات دور العلامة التجارية الإقتصادى من حيث هى بالأساس وسيلة لتسويق المنتجات وأداه للمنافسة فى السوق بين الشركات ، ونهدف الى جذب الإنتباه الى أهمية التعامل الواعى المنهجى المنظم مع العلامة التجارية من الشركة التى تملكها وتستخدمها وهذا التعامل يبدأ من مرحلة إتخاذ إشارة معينة أو كلمة ، وشكل كعلامة تجارية لمنتجات المشروع وتطويرها وحمايتها ، كل هذه المسائل أصبحت من أهم المسائل التى تحتاج لخطط وقرارات إدارية على مستوى الشركة ككل ، وليس فقط إداره التسويق وهنا يبرز الدور الإقتصادى للعلامة التجارية من حيث هى وسيلة لتسويق المنتجات وأداة للمنافسة فى السوق بين الشركات .

إن موضوع التعامل مع العلامة التجارية من الوجهة الإقتصادية والتجارية كأداة للتسويق والمنافسة فى السوق له علاقة بالإختيارات الذاتية التى تقوم بها الشركات ذاتها فيما يتعلق بعلاماتها وهو موضوع غير سهل لوجود الكثير من النتائج التجريبية الهامة التى وصلت لها هذه الشركات والتى لاتنشرها أو تتيحها للجمهور بل تعتبرها معارف ذات قيمة تنافسية تحافظ عليها وتستخدمها وحدها فى أعمالها . وهذا مايزيد من صعوبة هذا الموضوع ويجعل الكثير من جوانبه غير مؤكدة وبالتالى فإننا فى هذا المبحث نحاول أن نتحدث عن الأهمية الإقتصادية للعلامة التجارية وذلك بحث المشاريع والشركات فى السودان والدول النامية كلها على إستكشاف الإمكانية الكبيرة التى يمكن أن تقدمها لها العلامات التجارية على صعيد تسويق منتجاتها وإرتفاع القوه الشرائية وكسب زبائن أكثر وبالتالى فإن تحقيق الربح سيكون هدفاً مضموناً ومن ثم تحدث الطفرة الإقتصادية والتنمية المنشودة متى ما طورنا نظاماً منسقاً و مدروساً لتلك العلامات التجارية ، كما أن الحماية القوية للعلامة التجارية تشجع على الإبتكار وتوفر مستوى من الثقة فى الإقتصاد ، وهى ثقة لازمة لإجتذاب الإستثمار الأجنبى بتدفقات أكبر للتجارة والتى بدورها تترجم الى

1 . أ . هدى أنيس سراج الدين ، تحديات حماية الملكية الفكرية من منظور عربى ودولى ، القاهرة ، 2002 م ، ص 67 .

2 . أ . سمير فرنان بالى ، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت الجزء الثالث ، ص 232 .

معدلات أسرع في النمو الإقتصادي ويثار تساؤل في أذهاننا عن أهمية العلامة التجارية بالنسبة للمشاريع أو الشركات وللإجابة على هذه التساؤل فإننا نرى أن الهدف الرئيسي لأي مشروع تجاري أو إقتصادي أو زراعي أو خدمي سواء أن إتخذ شكل مشروع فردى أو شركة هو الربح وذلك عن طريق إكتساب زبائن أكثر في السوق لمنتجاته أو خدماته وبقدورها يزداد زبائنه و نجاحه وربحه وهنا يأتي دور العلامة التجارية ، حيث أن صاحب المشروع يستخدمها كأداة لتقديم منتجاته أو خدماته للزبائن والمنافسة بين المنتج أو الخدمة العائدة له ومنتجات وخدمات المشاريع الأخرى التي تقدم نفس المنتجات أو الخدمات وهذا الدور الذي تلعبه العلامة التجارية في تمهيد منتجات أو خدمات مشروع معين عن تلك العائدة لمشاريع أخرى تنتج نفس نوع هذه الخدمات أو المشاريع أصبح مميزاً كإحدى أكثر وسائل التسويق والمنافسة فعالية في الإقتصاد على الذي يقوم على كثرة من المنتجات والخدمات في السوق ، أما من حيث الأسواق العالمية في الوقت الحالى فإنها تعتمد أكثر فأكثر على المعارف والمعلومات ، في التسويق عبر وسائل التكنولوجيا ويقوم نظام الملكية الفكرية بدور جوهري في عملية تحويل الطاقة الإبداعية والإبتكار والمعارف والمعلومات الى ثروات إقتصادية ملموسة¹ .

كما يتزايد الإقرار بأهمية نظام الملكية الفكرية كأداة فعالة تفيد الدول الأقل نمواً وتساهم في نهضتها ، والملاحظ أن حقوق الملكية الفكرية تقوم على منطق إقتصادي بحت وهي تتميز عن باقى الحقوق بطبيعتها المؤقتة وهي مؤقتة لأنها تمنح الفرد أو المشروع مدة محددة وبالتالي فإن الفرد أو الشركة يستفيد من خلال تلك المدة من تلك الحقوق ونتيجة لذلك تتحقق مصلحة المجتمع بأسرة ، إذ أن المجتمع يستفيد من إستخدام ونشر الإبتكارات والإختراعات وكيفية تحقيق الربح في العلامات التجارية التي يتوصل إليها الأفراد والشركات وإن وجود تلك الإبتكارات والإهتمامات بتحقيق النجاح والربح حتما يودى الى إزدهار وإنتعاش الإقتصاد الامر الذي ينتج عنه زيادة رفاهية أبناء المجتمع² .

إذا العلاقة بين العلامة التجارية والتنمية الإقتصادية متوافرة وهي علاقة متداخلة ومترابطة ويتضح لنا ذلك جليا من خلال الوظائف التي تؤديها العلامة التجارية سواء أن كانت بالنسبة للمشروع أو المستهلك والعلامة التجارية تؤدي عدة وظائف إقتصادية للمشروع والمستهلك وأهم الوظائف التي تؤديها العلامة التجارية:

1. **التمييز والمصدر:** حيث تقوم العلامة التجارية بتمييز المنتجات أو الخدمة العائدة للشركة التي تستخدمها عن منتجات وخدمات الشركات أو المشاريع الأخرى المنافسة لها³ وهذه المعلومات يحصل عليها المستهلك عادة ويحملها بالترتيب ومع مرور الوقت نتيجة لمقارنته عدة منتجات يهيمه النوعية ، السعر ، المحتوى ، الإستخدام وما الى ذلك ، فيصل الى قرار اى منتج أو خدمة تناسبه وبالتالي يقرر شرائه⁴ ويصبح قرار الشراء آلى وسريع وحتى بدون أن يرى المنتج وعليه فإنها تصبح ضمانا حقيقىه لجودة المنتجات ومن ناحية ثانية تحافظ على صحة المستهلك بإعتبارها ذات جودة عالية ، عكس تلك العلامة التجارية المقلدة والمزيفة التي تحمل مواصفات سيئة

1 . أ . كنعان الاحمر ، ورقه بحثية بعنوان (الانتفاع بالعلامات التجارية كأداة للتنمية الاقتصادية) ، دمشق ، 2004 م ، ص

2 . د. عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن ، حقوق الملكية الفكرية وأثرها الإقتصادي ، الطبعة الاولى ، 2009م ، دار الفكر الجامعي الاسكندرية ، ص78 .

3 . د. عبد اللطيف بارودى ، مقال بعنوان حماية المستهلك ، دمشق ، 2001م منشورة على الموقع www.wikipedia.org.

4 . د. يعقوب يوسف صرخوة ، النظام القانوني للعلامات التجارية ، مرجع سابق ، ص252 .

تضر بصحة و إقتصاد المستهلك من حيث أنه يصرف ماله على سلعة رديئة ويتعالج بثمان أكثر في حالة تدهور صحته من جراء تناول السلع المقلدة وبالتالي فإن تمييز المنتج يجعل من السهولة واليسر للشخص إختيار ما يحتاجه من سلعة وفقاً للموصفات التي إقتنع بها من تجربته السابقة أو تجربة من سبقوه فبذلك تحمي العلامة التجارية المميزة (فلا تعد علامة تجارية صحيحة العلامة التجارية المجردة من اية صفة مميزة والتي تتألف من أشكال شائعة أو نوعية ، فلا تعد علامة قابلة للحماية التي تتكون من شكل شائع ومألوف)¹ . أيضا يجوز للمسجل رفض العلامة التجارية التي لا تميز المنتج (العلامة التجارية تساعد مالكيها على زيادة نسبة الأرباح والرد على المنافسة غير المشروعة وتوسيع حصتها من السوق والحفاظ عليها وتمييز منتجاتها وطرح منتجات جديدة وتحصيل الإتاوات من خلال برامج الترخيص ودعم الشراكات الاستراتيجية والتحالفات التسويقية وتأكيد وزن الشركات في المعاملات المالية)² وفي تطبيقاتنا الداخلية نجد ان المسجل السوداني رفض كثير من العلامات غير المميزة ، أو المتشابهة التي تؤدي لتضليل الجمهور (يكفى وجود التشابه بين المنتجين أساسا لتضليل جمهور المستهلكين ، ولا يشترط التطابق متى يمكن القول بإمكان تضليل جمهور المستهلكين بسبب العلامة التجارية)³ .

2. **ضمانات الجودة المستهلك :** يعرف نتيجة للخبرة أن منتجاً معيناً يؤمن له مستوى معيناً من النوعية و الجودة وبالتالي فإن هذا المستوى من الجودة يرتبط بالعلامة التجارية التي يحملها المنتج ، هذه الوظيفة تأخذ أهمية خاصة بالنسبة للمنتجات أو الخدمات التي لا يستطيع المستهلك التعرف على نوعيتها بنفسه مثل الإلكترونيات أو ما شابهه⁴ . وبالتالي فإن العلامة التجارية تضمن الجودة وتكون رمز للثقة لجمهور المستهلكين ويزل اصحاب العلامات التجارية الكثير من الجهد والوقت والمال في سبيل تطوير العلامات حتى يعرف العملاء ما ينتظرونه من اصحاب تلك العلامات قبل أن يحصلوا عليه .

3. **وسيلة للمنافسة المشروع :** تعتبر العلامة التجارية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المشاريع الإقتصادية سواء على المستوى الدولي أو المحلي بإعتبارها وسيلة لتمييز سلع أو بضائع أو خدمات مالك العلامة التجارية عن مثيلاتها⁵.

4. **التسويق و الدعاية :**العلامة التجارية و نتيجة للوظائف المتشابهة التي تؤديها تصبح وسيلة أساسية للدعاية والتسويق لمنتجات المشروع الذي يستخدمها و تعتبر العلامة التجارية من أهم وسائل الإعلان عن المنتجات أو الخدمات ، فمن خلال العلامة يمكن للمنتج أو مقدم الخدمة الإعلان عن خدمته بواسطة العلامة التجارية التي

1 . مختار سعد ورجاء الدقي ، العلامة التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك ، مطبعة الاسكندرية ، 2000 م ، ص 15 .

2 . د. كامل ادريس ، الملكية الفكرية أداة فعالة في التنمية الاقتصادية ، ملخص المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، ص 18 .

3 . سابقة شركة أبو كليوة للتجارة والخدمات المحدودة / ضد / الشركة العالمية للمواد الغذائية ، نمر / أ س . م / تجارى / 128 / 2009 م ، مجموعة السوابق القضائية المتعلقة بالملكية الفكرية ، المجلد الثاني ، إعداد وإصدار المكتب الفنى والبحث العلمى بالسلطة القضائية ، ص 22 .

4 . د. محمد حسين عيسى ، حدود مشروعية الاعلانات التجارية المتجرى المستهلك ، القاهرة ، 1999م ، ص 93 .

5 . دراسة عن حقوق الملكية الفكرية بين النظرية و التطبيق ، إعداد الاستاذ. تاج الدين ادريس الحامى .

تميزه واصبحت متعارفة لجمهور المستهلكين ، (تساعد برامج التسويق والدعاية المستمرة على انتشار العلامة التجارية والحفاظ على مكانتها في السوق ، وهذا النجاح يساوى مبيعات أكثر تصب في مصلحتك)¹ كما يمكن الإعلان مالك العلامة التجارية أن يجعلها معروفة للمستهلك وإجذابه الى ما ينتجه أو يقدمه من خدمات ، فبعد أن يتعرف الجمهور على علامة تجارية معينة و ترتبط في ذهنه بالمواصفات التي يحملها المنتج ، يصبح بإمكان المشروع أن يسوق المنتج من خلال العلامة التجارية نفسها دون الحاجة للتأكيد على صفات أو خواص المنتج و يتضح لنا جلياً من خلال هذه الوظائف الحيوية و الهامة التي تؤديها العلامة التجارية في إنجاح أى مشروع اذا ما روعيت فيها كل القواعد التي تطلبها القانون وغنى عن البيان أن تزوير وتقليد العلامات التجارية يعرقل أداء العلامة التجارية لوظائفها ويلحق ضرراً جسيماً بالمجتمع اذا لا يقتصر الضرر الناتج عن التزوير و التقليد على الصناعة و التجارة بل يمتد كما ذكرنا من خلال هذا البحث الى المستهلك الذى يقع ضحية الغش والخداع خاصة ، كما إن دائرة التقليد في العلامة التجارية اتسعت وشملت كافة المجالات المرتبطة بالإنسان بالمساس بصحته وتعريض حياته للخطر من خلال المنتجات الغذائية و الدوائية المقلدة ، بالإضافة الى ما تقدم فمن المعلوم أن تصنيع وتجارة السلع المزيفة تحقق أرباحاً طائلة للمعتدين ، وتعزز من تقوية أنشطتهم الإجرامية مما ينعكس سلباً على التقدم الإقتصادي و الإجتماعى المطلوب و الملاحظ أن كثيراً من هذه الأرباح الغير مشروعة تستخدم في تمويل أنشطة إجرامية منظمة تمارسها عصابات على مستوى دولى (عصابات المافيا)².

اذا نخلص الى أن النظر الى الملكية الفكرية باعتبارها وسيلة إنتاجية قد يكون أكثر الطرق لفهم موضوعاتها ، حيث أن قوانين الملكية الفكرية تساعد في زيادة قيمة الابتكارات الذهنية وإستخدامها لتحقيق أهداف عديدة مثل التنمية الاقتصادية ، أيضاً تساعد الملكية الفكرية على تحويل الأفكار المجردة الى سلع ذات فائدة بالإضافة الى تقديم حماية للجهود الإبداعية والمالية وإزدهار الأعمال التجارية والمنافسة في الأسواق³ . أيضاً تساهم العلامة التجارية في بناء السمعة التجارية وتقديم الضمانات المطلوبة للحصول على المساعدات المالية بوصفها أداة من أدوات التنمية ، حيث يذهب البعض الى أن الحماية الكافية و الفعالة للعلامة التجارية تعد عاملاً أساسياً للتنمية الإقتصادية ، وفي الوقت الحالى يتزايد إعتداد التجارة فى السلع و الخدمات على التقدم التكنولوجى ومن ثم فان أى دولة تكون في وضع سيئ إذا فشل نظام الملكية الفكرية فيها في مساهمة التغير التكنولوجى⁴ .

ومن المؤكد أن منتجى السلع ذات التكنولوجيا المتقدمة يفضلون إدخالها فى الأسواق التى توفر حماية أكثر مما ينعكس سلباً على الدول التى لا توفر حماية كافية وبالتالى تضيق لديها فرص الإستثمارات الأجنبية والمشاريع التى

1 . عماد الحداد ، بيع الأسماء والعلامات التجارية ، الطبعة العربية الاولى ، دار الفرقان للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ص 24 .

2 . د . حازم حلمى عطوة ، حماية حقوق الملكية الفكرية وتأثيرها على البلدان النامية ، المنصورة ، 2005م ، ص 127 .

3 . أ . هدى انيس ، تحديات حماية الملكية الفكرية من منظور عربى ودولى ، مرجع سابق ، ص 73 .

4 . د . محمد حسام محمود لطفى ، الجوانب القانونية للعلامة فى مجال الملكية الفكرية ، القاهرة ، 2002م ، ص 80 .

يمكن عبرها تحقيق الرخاء الإجتماعى والإقتصادى. ومن ثم يمكن القول بأن وجود نظام فعال للملكية الفكرية بكافة أشكالها وأنواعها حتما سيساهم فى التنمية الإقتصادية للمجالات التقليدية للصناعة والتجارة وكذلك فى صناعة وبحوث التكنولوجيا المتقدمة¹ أيضا يمكننا أن نقول أن العلاقة ما بين العلامة التجارية و التنمية الإقتصادية علاقة قوية اذ أن العلامة التجارية تساعد فى التنمية الإقتصادية وذلك بتحفيز أنشطة الابتكار ومعدلاته و تطويرها لتواكب التكنولوجيا التى تستخدم فى العديد من مجالات الإنتاج ، كما أنها تساهم فى زياده حركة التجارة وإزدهار الإقتصاد وتكتسب العلامة التجارية أهميه بالغه بالنسبة الى المؤسسة متى أحسنت اختيارها ، لأنها تمكنها من إحتلال مركز فى الأسواق على أساس العلامة التجارية ، ولذا فإن الحماية الفعالة للعلامات التجارية هى من الجوانب الهامة للنشاط التجارى فى أى بلد من البلدان وتعنى البلدان النامية بشكل متزايد بالحملات الدعائية والترويجية للعلامات التجارية على أنماط الاستهلاك فى البلاد ، أضف على ذلك إنتعاش الأسواق بالعديد من السلع ذات الجودة العالية مما يخلق روحاً عالياً للتنافس المشروع ، مما سينعكس إيجاباً على التدفقات الدولية للإستثمار والتجارة والتكنولوجيا التى حتماً ستؤدى الى الرفاهية و الإستقرار ، وفى ظل وضع إقتصادى متميز للجميع ، وأخيرا فإنه لا يمكن لاي نظام ملكيه صناعية ، مهما صيغت قوانينه الأساسية بلباقة ومهما نفذت بفعالية أن يسهم بشكل فعال فى التنمية الإقتصادية والتكنولوجية ، إلا اذا عرف هذا النظام وإنفع به من أنشى النظام لأجلهم ، ويتم إنشاء نظام الملكية الصناعية لتلبية إحتياجات التجار والمصنعين والصناعيين والباحثين ورجال الأعمال والمستهلكين ، مع العلم أن المكاسب الناتجة عن إستعمال فعال للملكية الصناعية تمتد الى مختلف القطاعات الإقتصادية ولا بد من توعية أصحاب الملكية الصناعية بها فى الحاضر والمستقبل وفى الأواسط الحكومية والقطاع الخاص بطبيعة الملكية الصناعية وكيفية تنمية عناصرها الرئيسية والنجاح فى إستغلالها فى التجارة والصناعة ، حتى يتمكن نظام الملكية الصناعية من خدمة المصلحة الوطنية والأهداف التنموية الوطنية على أفضل نحو، كما يجب الحد من ظاهرة بيع البضائع المقلدة بما لها من تداعيات إقتصادية سلبية ، تتمثل فى التأثير سلبا على أداء الحركة التجارية والإقتصادية وبالتالى لا بد من تضافر الجهود جميعها بما فيها الدولة بقطاعيها العام والخاص وأصحاب العلامات التجارية للمساهمة فى حماية حقوق الملكية الفكرية وذلك من خلال تبنى سياسات داخلية لإداره المخاطر وحماية الحقوق بتبادل المعلومات والمبادرة بالإبلاغ عن اى غش أو تقليد فى العلامة الأصلية ، إضافة الى تبادل الخبرات والمعلومات للمساهمة فى الحد من الآثار السلبية الناتجة عن الغش والتقليد والقرصنة ، ومن الضروى تفعيل قوانين حماية الملكية الفكرية وتعديل العقوبات الموجوده بقانون العلامات التجارية السودانى لسنة 1969م لتواكب التطور المنشود ، كما يجب توعية المستهلك وكسب ثقته من خلال تطوير قوانين حماية المستهلك وبذلك يخلق بيئة إستثمارية آمنة وقوة شرائية لدى مختلف فئات المجتمع ، مما يقوى الإقتصاد القومى ويرفع من دخل الفرد بإستمرار .

بعد أن سردنا الآثار المترتبة على تقليد العلامة التجارية ورغم جوانبها الفنية الا أن التعرض لها من الضرورة بما كان وقد قصدت من ذلك بيان مدى خطورة هذه الاثار التى لا تتناسب مع العقوبات الموجودة بقانون العلامات التجارية لسنة 1969م كما أن غياب النص التشريعى فى بعض مسائل العلامات التجارية كالعلامات التجارية المشهورة والعلامات التى تدرك بالحواس كالشم وغيرها قد يخلق اللبس والإرتباك أضف الى أن أغلب القوانين الخاصة

1 . مولانا دفع الله الحاج يوسف ، دراسة بعنوان التجربة السودانية فى انفاذ الحقوق الصناعية ، الخرطوم ، 2004م .

والمساندة لقانون العلامات التجارية ليس بها تنسيق قانوني ، كمان أن عدم وجود الية لتفعيل الحماية الجنائية وعدم تنسيق بين الجهات ذات الصلة يفاقم من مشكلة التقليد ويزيد من إنتشارها ، كما نجد ان الجريمة إرتبطت منذ فجر التاريخ بوجود الإنسان على الأرض بل وتطورت أوصافها وأشكالها بتطور حياة البشر حتى أنه يمكن القول أن تطور المجتمع وما يصاحبه من تطور علمي وتكنولوجي ينعكس أثره على تطور الجريمة ، فالجريمة بإعتبارها إحدى صور إفرازات المجتمع يصلها ما يصل المجتمع ويتأثران بحياته وثقافته وتطوره فأقضي ما يصل إليه المجرم من براعة ودراية نتيجة لهذه الثقافة والتعليم ، يحاول إستخدامها في جريمته ، فالجريمة هي محصلة كل ذلك وقد أدى التطور التكنولوجي في كافة مناحي الحياة المختلفة ، خاصة الإقتصادية منها الى تطور مقابل ممتد الأثر في البناء الاجتماعي وفي بعض المؤسسات الاجتماعية والإقتصادية وكان التطور سريعاً فصاحبه ظواهر سلبية متعددة ، كان أخطرها التقليد وجرائم التعدي على العلامة التجارية حيث أدى الإعلان عن الحد من دور الدولة في المجال الاقتصادي وتشجيعها للقطاع الخاص لكي يأخذ المبادرة في المجالات الصناعية والتجارية إلى أن سارعت بعض الفئات إلى إستغلال مناخ الحرية الاقتصادية الذي أتيح وقبل أن يحاط بالتنظيم الدقيق والضمانات الكفيلة بحماية المجتمع من هذه الانشطة ، فضلاً عن تصاعد نشاط تلك الفئات في استغلال مناخ الحرية لتحقيق الكسب السريع ، ونهج الكثيرون على إتباع أساليب الاحتيال والغش ووقع المستهلك ضحية لهذه الأنشطة في كل أوجه التعامل اليومي ، وأصبح غير قادر على تجنب المخاطر التي تهدده ، وصارت الأجهزة الحكومية المعنية بالرقابة تنوء بما يواجهها من أوجه التحاليل والغش والفساد . تناولت الدراسة العلامة التجارية من كافة جوانبها القانونية بإعتبارها تؤدي دوراً كبيراً وهاماً في المجال التجاري ولقد أنفق بأنما كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة عن غيره من السلع أو الخدمات المماثلة أو المتشابهة وقد بينت الدراسة أهمية الدور الذي تقوم به العلامة التجارية وبينت الدراسة أيضا إجراءات التسجيل والحماية الممنوحة لها كما وضحت الدراسة أهمية العلامة الإقتصادية بإعتبارها أداة من أدوات التنمية الإقتصادية، وبينت الدراسة صور التقليد والإعتداءات التي تقع على العلامة التجارية وطريقة التقاضي في دعاوى تقليد العلامة التجارية ودور الجهات ذات الصلة في حمايتها كما تناولت الدراسة مدى خطورة الآثار الصحية والاقتصادية لتقليد العلامة التجارية ومدى تأثيرها على المستهلك وعلى الإقتصاد الوطني تناولت موضوع الآثار المترتبة على التقليد في العلامة التجارية بإعتبارها إحدى ركائز الملكية الفكرية الصناعية وذلك من خلال تناول أهمية العلامات التجارية المتزايد في المعاملات التجارية إضافة الى التطور التكنولوجي السريع والذي نتج عنه إغراق الأسواق المحلية والدولية بالكثير من السلع والخدمات وإتساع حركة التجارة الداخلية والخارجية وظهور علاقات إقتصادية جديدة إستلزمت قيام أنظمة قانونية مستحدثة تبلور من خلالها حقوق الملكية الصناعية ومما لاشك فيه أن للعلامات التجارية أهمية بالغة على جميع الأصعدة التجارية والصناعية والإقتصادية ، فضلاً على أنها تربط بين أطراف كثيرة تتمثل في المنتج والتاجر والمستهلك، وتعتبر الوسيلة الوحيدة للمنافسة المشروعة الشريفة بين المنتجين ومقدمي الخدمات ونجدها تساعد المستهلك في سهولة التعرف على المنتج وجودته ، كما أن العالم يشهد الآن تحولات جذرية في النظم السياسية والإقتصادية والاجتماعية السائدة منذ بداية هذا القرن وتتسابق الدول المتقدمة والنامية على حد سواء لتمثل مكانا أفضل في عالم جديد أكثر إنفتاحا وتقاربا حيث تتساقط الحدود السياسية وتتوحد الأسواق وتتسع دائرة المنافسة ، وتظهر عوامل جديده للنجاح أهمها الجودة والدقة وسرعة تلبية إحتياجات المجتمع بالإضافة الى المرونة والقدرة على التجاوب مع متغيرات العصر ، وتزداد الأهمية التي توليها الدول حالياً للعلامة التجارية إنطلاقاً من الدور الذي تلعبه في تنشيط الإقتصاد وما يحقق من مكاسب مالية هامة .

ومع إزدياد أهمية العلامة التجارية في المجال التجاري وإرتفاع قيمتها الإقتصادية ، إرتفعت حصيلة الأعتداء عليها وإستعمالها على سلع وخدمات منافسة ، من أجل الوصول الى ترويج سريع للسلع والخدمات المقلدة، مما يؤثر سلبا على حقوق مالكي العلامات التجارية الأصلية وعلى المستهلكين وذلك من خلال هدم الثقة في جودة ونوعية السلع التي تحمل علامة تجارية أصلية وأمام هذا التنوع في صور وأشكال الأعتداء على حق العلامة التجارية أصبح أصحاب هذه الحقوق في حيرة بشأن التكييف القانوني لتلك الأفعال الضارة بهم وبالتالي فإن الدراسة تبين التقليد الذي يطل العلامة التجارية ويضعف من قيمتها الإقتصادية كذلك بينت الدراسة الآثار المترتبة على التقليد التي تنعكس على العلامة التجارية وعلى المستهلكين.

المبحث الثالث

تأثير جرائم غش وتقليد العلامة التجارية على الناتج القومي والتجارة الدولية

اولاً: تأثير جرائم غش وتقليد العلامة التجارية على الناتج القومي

لظاهرة الغش التجاري والتقليد تأثير سلبي مباشر موارد الدول وتدمير الموارد البشرية وتقوم الدول النامية التي تنتشر فيها الظاهرة بتوجيه جزء من ميزانيتها لمكافحة تلك الظاهرة مما يؤدي الى زيادة الإنفاق الحكومي وزيادة الأعباء ومن الآثار السلبية لتلك الظاهرة حصول بعض المواطنين على دخول غير مشروعة دون أي ضرائب فأصحاب الدخول الشرعية يدفعون الضرائب المفروضة عليهم ولا يمكن أن يتهربوا منها ، أما أصحاب الدخول غير الشرعية فلا يدفع أصحابها الضريبة في الدولة ، مما يؤدي إلى زيادة العبء على الأنشطة الشرعية برفع قيمة الضرائب عليها وإنخفاض الحصيلة الضريبية مع زيادة الإنفاق العام الذي يؤدي إلى إحداث عجز في الموازنة العامة للدولة ويؤدي ذلك لوجود مشكلة مالية في السياسة المالية للدولة فالأنشطة غير الشرعية في الاقتصاد الخفي تؤدي إلى وجود خلل في السياسة المالية نتيجة لعدم فرض الضرائب على تلك الأنشطة والتهرب منها¹ . كذلك تتأثر الموارد البشرية يعتبر من الآثار المدمرة لظاهرة الغش ، لأن القوى العاملة التي تعمل بالمصانع والورش التي تقوم بالغش والتقليد ويتم إستنزفها وإستهلاكها في الأعمال غير المشروعة وأصحاب تلك المصانع والورش يسعون الى الربح ولا ينظرون الى تأثير البيئة المحيطة بالعمال والمؤثرة والمدمرة لصحتهم وإستخدامهم للأطفال وهذا بدوره يخفض أجورهم ويؤدي إلى تشويه هيكل القوة العامة وتسهم ظاهري الغش التجاري والتقليد بالدول النامية في تزايد الهجرة غير الشرعية بحثاً عن حياة أفضل ، فدخول تلك العمالة الى دول أجنبية يخفض من البطالة لأن المصانع التي تقوم بالغش والتقليد تسهم في هجرة رؤوس الأموال للإستثمارات الأجنبية والمماركات العالمية في الدول النامية . وكذلك تنخفض معدلات الكفاءة الإنتاجية التي تقوم على العمالة الرخيصة التي تقوم ببعض الأعمال غير المشروعة للأعمال الحالية من المهارة والذكاء والتي تحتاج الى مجهودات شاقة ومن ثم تعطي فرصة الابداع لهذه الفئة التي تعمل في ظروف صحية وبيئة سيئة وصعبة وكما انها لا تضيف شيئاً إلى الناتج القومي .

1 . أ . عمر عبد الحميد سليمان ، الإنعكاسات الاقتصادية لحماية الملكية الفكرية ، مركز بحوث ودراسات التجارة الخارجية . جامعة حلوان ، 2001 م ، ص 66 ، 67 .

إن ظاهرة الغش التجاري والتقليد تأثير سلبي مباشر موارد الدول وتدمير الموارد البشرية وتقوم الدول النامية التي تنتشر فيها الظاهرة بتوجيه جزء من ميزانيتها لمكافحة تلك الظاهرة مما يؤدي الى زيادة الإنفاق الحكومي وزيادة الأعباء ومن الآثار السلبية لتلك الظاهرة حصول بعض المواطنين على دخول غير مشروعة دون أي ضرائب فأصحاب الدخول الشرعية يدفعون الضرائب المفروضة عليهم ولا يمكن أن يتهربوا منها ، أما أصحاب الدخول غير الشرعية فلا يدفع أصحابها الضريبة في الدولة ، مما يؤدي إلى زيادة العبء على الأنشطة الشرعية برفع قيمة الضرائب عليها وإنخفاض الحصيلة الضريبية مع زيادة الإنفاق العام الذي يؤدي إلى إحداث عجز في الموازنة العامة للدولة ويؤدي ذلك لوجود مشكلة مالية في السياسة المالية للدولة فالأنشطة غير الشرعية في الاقتصاد الخفي تؤدي إلى وجود خلل في السياسة المالية نتيجة لعدم فرض الضرائب على تلك الأنشطة والتهرب منها¹ .

كذلك تتأثر الموارد البشرية يعتبر من الآثار المدمرة لظاهرة الغش ، لأن القوى العاملة التي تعمل بالمصانع والورش التي تقوم بالغش والتقليد ويتم إستنزفها وإستهلاكها في الأعمال غير المشروعة وأصحاب تلك المصانع والورش يسعون الى الربح ولا ينظرون الى تأثير البيئة المحيطة بالعمال والمؤثرة والمدمرة لصحتهم وإستخدامهم للأطفال وهذا بدوره يخفض أجورهم ويؤدي إلى تشويه هيكل القوة العامة و تسهم ظاهر الغش التجاري والتقليد بالدول النامية في تزايد الهجرة غير الشرعية بحثاً عن حياة أفضل ، فدخول تلك العمالة الى دول أجنبية يخفض من البطالة لأن المصانع التي تقوم بالغش والتقليد تسهم في هجرة رؤوس الأموال للأستثمارات الأجنبية والماركات العالمية في الدول النامية . وكذلك تنخفض معدلات الكفاءة الإنتاجية التي تقوم على العمالة الرخيصة التي تقوم ببعض الأعمال غير المشروعة للأعمال الخالية من المهارة والذكاء والتي تحتاج الى مجهودات شاقة ومن ثم تعطي فرصة الابداع لهذه الفئة التي تعمل في ظروف صحية وبيئة سيئة وصعبة وكما انها لا تضيف شيئاً إلى الناتج القومي .

ثانياً: تأثير غش وتقليد العلامة التجارية على التجارة الدولية

تعرض الدول النامية التي تنتشر بها ظاهرة الغش والتقليد إلى عقوبات إقتصادية ويتبين ذلك في برنامج منظمة العمل الدولية ، حيث تقوم المنظمة بتقديم الدعم في سبيل التطوير وتطبيق الإجراءات التي تمنع هذه الظاهرة وتقاوم الدول النامية مع منظمة التجارة العالمية بتطبيق معايير العمل الدولية وتزداد الفجوة بين البلدان النامية والبلدان الصناعية الكبرى المتقدمة وقد نشطت الدول النامية بعد إنتشار حركات التحرير بعد الحرب العالمية الثانية ، وازداد عددها خاصة بعد الستينات ، واتبع معظمها النظام الإقتصادي الاشتراكي وفشل هذا النظام في التحول الى النظام الرأسمالي في إطار العوامة² . ولا زالت تعاني تلك الدول من برامجها التنموية خاصة مع الفجوة المتعقمة والمتزايدة بينها وبين الدول الصناعية المتقدمة في شتي مناحي الحياة وزاد هذا من مآسي الإنسانية خاصة أن عدد الدول النامية ، يزداد وينتج أغلبها مواد أولية زراعية أو تعتمد على صناعات تنتشر بها ظاهرة الغش والتقليد ، مما يؤدي إلى تعرض الدولة لعقوبات إقتصادية من المجتمع الدولي وعدم تمتعها بالمساعدات الدولية للتنمية

1 . أ . عمر عبد الحميد سليمان ، الإنعكاسات الاقتصادية لحماية الملكية الفكرية ، مركز بحوث ودراسات التجارة الخارجية . جامعة حلوان ، 2001 م ، ص 66 ، 67 .

2 . د . حميد محمد على اللهبي ، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في اطار منظمة التجارة العالمية ، طبعة أولى 2011م ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، ص 23 .

الإقتصادية ، كما ان هناك إعتبارات اخرى للدولة نحو زيادة الصادرات وتزايد الأنشطة والمنافسة على جودة المنتجات وخاصة في مجال الأغذية ، ويبقى من الضروري السماح للجهات العالمية المعنية القيام بأعمال التفتيش والإختبار ، للتحقق من مطابقة السلع والمنتجات الغذائية للمواصفات القياسية العالمية ، ومنح المنشأة الملتزمة بهذه المواصفات شهادة (الايزو ISO) والتي كثرت الجهات المختصة التي تقوم بها وكثر عدد الأفراد العاملين فيها بجميع أنحاء العالم¹ . ونقترح إنشاء مجلس وطني يتشكل من المختصين بمراقبة الجودة وتمنح له فاعليات وصلاحيات ، وتكون مهمته الاساسية التحقق من جدية هذه الجهات أو المكاتب العالمية ومراقبتها وإعتماد الشهادات التي تمنحها للمنشآت داخل البلاد والغرض المتبقي من هذا المجلس هو تحقيق حماية المستهلك والعمل على زيادة القدرة التنافسية للصناعة السودانية .

وتعد ظاهرة الغش التجارى والتقليد والقرصنة من القضايا الرئيسية التي تشغل كافة الدول وكذلك الشركات المعنية، وذلك لما لها من آثار سلبية تنعكس على المستهلك و التاجر و الإقتصاد الوطنى بالإضافة الى تأثير التقليد الضار على عملية الإستثمارات الأجنبية بشكل خاص ومنظومة التقدم التكنولوجى بشكل عام وبالتالى يعد التقليد فى العلامة التجارية مشكلة خطيرة وسريعة النمو وتعيق التطور الاجتماعى والاقتصادى الذى يشهده الجميع ولذلك سميت جريمة التقليد فى العلامة التجارية بجريمة القرن الحادى والعشرون لما لها من أبعاد مختلفة على جميع الأصعدة الاقتصادية ، السياسية و الأمنية² . كذلك نجد أن هناك خيط مشترك بين حقوق الملكية الفكرية وبين التنمية الاقتصادية ، فتعزيز التنمية الثقافية ، ورعاية الابتكار والنمو ، وحماية الصحة والسلامة العامة كلها أهداف يصبو اليها الجميع ونحن جميعا نريد أن نعيش فى مجتمعات تقدر وتبنى هذه القيم ، وحرى بنا فى الجدل الحالى المحيط بالملكية الفكرية ، أن نتذكر دور حماية الملكية الفكرية فى حياتنا اليومية وتعتبر ظاهرة الغش التجارى أهم التحديات التى تواجهها أجهزة الرقابة فى كافه دول العالم وذلك لإختلاف طرق وأساليب الغش وإختلاف الثقافات ومحاولة الوصول الى الكسب السريع من بعض ضعاف النفوس ، إضافة الى عدم وجود الوعى الإستهلاكي من قبل المستهلك الذى يرضى بالصناعات الرخيصة والمقلدة متدنية السعر وذلك تماشياً مع وضعه الاقتصادى .

إن الغش الذى يحدث الآن فى العلامة التجارية يتطلب جهداً مضاعفاً، وإنطلاقاً من أيمان الجميع بضروره محاربة الغش التجارى والتقليد وإنتهاك حقوق الملكية الفكرية و إسهاما فى حماية المستهلكين وحقوق المبدعين ومالكي المنتجات الأصلية والمحافظة على المجتمع وتسهيل التجارة الدولية النزهاء ، فقد تضافرت الجهود الحكومية والإقليمية والدولية لتوحيد الجهود لمكافحة هذه المشكلة العالمية التى طالت كل بلدان العالم والغش الصناعى يتحقق عند حصول عدد من الحالات منها تقليد العلامة التجارية أو إنتاج وتسويق مواد ذات مكونات تختلف كلياً عن المنتجات الأصلية المثبت إسمها أو مكوناتها على العبوة أو الغلاف³ . ولا يخفى هنا مدى الضرر الإقتصادى الذى يلحق بمنتجات السلع الأصلية عند تعرض منتجاتهم للتقليد أو الغش بفقدانهم الأسواق التى يروجون فيها سلعهم أو

1 . أ. عمر عبد الحميد سليمان ، الإنعكاسات الإقتصادية لحماية الملكية الفكرية ، مركز بحوث ودراسات التجارة الخارجية ، جامعة حلوان ، طبعة 2001م ، ص 43 .

2 . قدر حجم الغش التجارى و القرصنة عالمياً 890 مليار دولار فى السنة ، وقد تسارع نمو هذه الظاهرة ، حيث اثبتت الدراسات ان حجم الغش التجارى تفاقم خلال اربع سنوات ليصل الى 156980 مليار دولار بنهاية عام 2014م نقلا عن موقع www.arabcin.com بتاريخ 2014/9/5 م ، ص 17 .

3 . د. جلال وفاء محمد ، الحماية القانونية للملكية الصناعية ، دار الجامعة الجديدة للنشر القاهرة ، 2004م ، ص 37 .

فقدان ثقة المستهلكين بمنتجاتهم خصوصاً الوطنية¹ فإن هذا الضرر لا ينحصر بالمستوى الفردي بل يتعداه الى المصلحة العامة اذ أن التقليد يضر بالإقتصاد الوطنى و بسمعة الصناعات الوطنية ويؤدى الى إضعاف الموقع التنافسى للمنتجات الوطنية إزاء المنتجات الأجنبية ، أضف الى ذلك الأضرار التى تتعلق بالصانع الكفو و التاجر الجيد الذى تتعرض منتجاته للتقليد وبالتالي يفقد الأسواق التى يروج فيها بضاعته وكذلك بفقد ثقة المستهلكين فى المنتج ، مما يضعف الموقع التنافسى للمنتجات الوطنية و تقليص الحصة السوقية إزاء المنتجات الأجنبية و أضرار أخرى مختلفة تنصب غالبيتها على الإقتصاد الوطنى² .

إن المجتمعات عادة ما تضرر كثيراً من التقليد الذى يضرب بضرورة كافة المجتمع وبالتالي فإن إنخفاض إنتاجية العمل تعنى إرتفاع تكاليف الإنتاج لا سيما فى البلدان النامية التى تمتاز بكثافة عنصر العمل ، مما يعنى إرتفاع تكاليف الإنتاج بسبب إرتفاع أجور العمل مقابل إنخفاض إنتاجية العامل وبالتالي فإن الأسواق المحلية تعتمد على الأسواق العالمية فى إستيراد السلع التى تعانى الأسواق المحلية فى الدول النامية من نقص فيها بسبب إنخفاض الإنتاجية ، مما يحتم على حكومات الدول النامية إستيراد تلك السلع لسد النقص الحاصل فيها ونتيجة لذلك تتحمل ميزانية الدولة أعباء مالية كبيرة تساهم فى تعظيم المديونية لتلك الدولة³ .

إن أردنا أن نحصر التكاليف الإقتصادية التى يتحملها المجتمع عن ظاهرة الغش و التقليد فى العلامة التجارية فهى كثيرة و لكن نجمها فى تكاليف تقع على عاتق الدولة وتؤثر على الإقتصاد الوطنى و أخرى يتأثر بها المستهلك وفيما يلي نوجزها فى الأتى :

1. التكاليف الإقتصادية التى سيتحملها المجتمع الإقتصادى القومى نتيجة لوجود سلع رديئة مغشوشة فى السوق ينخفض سعرها عن أسعار السلع الأخرى المماثلة لها مما يعنى توجه المستهلكين من ذوى الدخول المنخفضة لشراء تلك السلع لأن أسعارها تتناسب و مستويات دخولهم⁴ . وهذا بدوره يؤدى الى إنخفاض الطلب على السلع الجيدة مما يؤدى الى إنخفاض أسعارها ومن ثم تحمل المنتجين و المستوردين خسائر كبيرة تتمثل فى تركهم للسوق و إبتعادهم عن المنافسة المحففة و الغير مشرفة مما يجعل الباب مفتوحاً أمام من يسعون الى التقليد بإستيراد السلع الرديئة و المغشوشة لأنها أقل تكلفة وأعلى ربحاً وحتما سينعكس ذلك على المصانع المحلية الوطنية سلباً ، وذلك إما بإغلاق هذه المصانع بالنسبة للمنتجين أو عدم تطويرها لمواكبة التطور و التكنولوجيا التى هى السبب الرئيسى فى إنجاح تسويق المنتجات .

2. التكاليف الإقتصادية التى يتحملها الإقتصاد القومى نتيجة لإستيراد الأدوية من الخارج التى تستخدم لمعالجة المرض بسبب سوء التغذية الناجم عن الغش التجارى والصناعى .

1 . أ. سمير فرنان يالى ، قضايا القرصنة التجارية و الصناعية و الفكرية ، منشورات الحلبي ، ج 3، بيروت، 2001م ، ص 13 .
2 . الصحف ، صحيفة يومية تصدرها مؤسسة الجزيرة للطباعة و النشر (الدوة العلمية الثانية حول الغش التجارى التقليد تحت شعار ، من اجل استهلاك آ من و حماية فعالة لحياة و اقتصاديات المستهلك ، صنعاء ، منشوره على الموقع www.america.gov بتاريخ 4/3/ 2007 م .
3 . تشير التقديرات الى أن حجم التزوير فى العلامة التجارية فى العالم يقارب نسبة ال 63% من إجمالى التجارة العالمية ، كما ان رأس المال المستثمر فى انتاج بضائع مقلدة ومزورة قدرت بنحو 300 مليار دولار سنوياً وحسب التقرير الصادر من الاتحاد الدولى للصناعة فان تاوان فى مقدمة الدول المشكو منها فى العالم تليها إيطاليا و كوريا الجنوبية - هونغ كونج . المصدر منشور على الموقع www.syriamlaw.4t.com 2009/3/4 م .
4 . الندوة العلمية القانونية حول الغش التجارى و التقليد تحت شعار من أجل استهلاك آمن و حماية فعالة لحياة و اقتصاديات المستهلك ، صنعاء ، منشور بموقع www.wikipedia.org ، 2007 م .

3. هناك نمط آخر من التكاليف الإقتصادية وهى تلك التكلفة التى يتحملها الإقتصاد القومى والمجتمع نتيجة لتلوث البيئة الناتج عن عدم إفصاح بعض الشركات عن المخالفات الصناعية التى تلوث البيئة¹.
 4. التكلفة الناتجة عن إستيراد أو إنتاج بذور وتقاوى رديئة ومغشوشة مما يعنى إنخفاض الإنتاج الزراعى . وعادة يتحمل الفلاح فى هذه الحالة تكاليف شراء البذور والحراثة والأسمدة والمبيدات والعمل وهذه تكون تكاليف عالية مقابل إنتاجية منخفضة ، أضف الى أن المستهلك أيضاً يتحمل تكاليف إضافية ناجمة عن إرتفاع أسعار تلك المحاصيل بسبب الإنتاج مما يعنى إنخفاض المستوى المعيشى له .
 5. قد تتضرر الدولة من إستيراد السلع المهمة فى حالة عجز الإنتاج لان الإستيراد فى هذه الحالة يكون بالعملة الصعبة التى حتماً تؤثر على الإقتصاد الوطنى².
 6. زيادة البطالة بسبب خسائر الشركات التى تتعرض منتجاتها للغش والتقليد مما يجعل تلك الشركات صاحبة العلامات التجارية مترددة عن الإستثمار فى تلك الدول ، ومن ثم التأثير على منحى الإستثمار والإستهلاك ، مما يؤدى الى إنخفاض مكونات الطلب الكلى الفاعل فى تحقيق مستوى أعلى للناتج القومى .
- ذكرنا فيما سبق أن آثار التقليد تمتد الى الدولة والى المنتج المحلى وكذلك الى المستهلك العادى وقد أوضحنا الآثار التى تنعكس على الدولة والإقتصاد القومى من حيث قلة الإنتاج للمنتجات الوطنية لعدم الكفاءة والتطور، مما يتطلب إستهلاك خارجى يضر بالإقتصاد الوطنى نتيجة لإستيراد السلع والأدوية وغيرها من الإحتياجات الضرورية بالعملة الصعبة . والآن بات من أولويات المنظمة العالمية للملكية الفكرية فى الدول النامية مكافحة التعدي على حقوق الملكية الفكرية ، من أجل تقوية الإقتصاد المحلى وتفعيل الفرص المتاحة للمبدعين لحفظ حقوقهم من أجل تنمية إقتصادية شاملة وسعياً إلى جعل الملكية الفكرية من الأصول الإستراتيجية يتحتم علينا إستمرار تقييم الوضع الراهن لأصول الملكية الفكرية وإعداد إستراتيجية وطنية بشأن الملكية الفكرية وإدماجها مع السياسات العلمية والثقافية والتجارية والإقتصادية والتعليمية وإتاحة حوافز وجوائز للمخترعين والمؤلفين وتنمية الموارد البشرية وتطوير إدارات الملكية الفكرية وإرساء بنية تحتية تسمح بنمو ثقافة الملكية الفكرية

الخاتمة

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

1. العلامة التجارية زادت أهمية فى الميدان التجارى للمستهلك والتاجر على حد سواء وأنها تصنف من ضمن عناصر الملكية الصناعية والتجارية .
2. إن وجود نظام فعال لحماية العلامة التجارية يساهم فى التنمية الإقتصادية المجالات الصناعية و التجارية .
3. إن قمع المنافسة المحيطة يخلق مناخاً مواتياً للإستثمار ومشجعاً على النمو الإقتصادى خاصة فى البلدان النامية .

1 . تعتبر تكاليف تنقية البيئة مكلفة ومرتبعة وفى الغالب الأعم لا ترصد مبالغ مالية كافية لتقليل الأضرار الناتجة عن الصناعات التى تلوث البيئة .

2 . د. محمد إبراهيم عبيدات ، العولمة و أثرها على المستهلك ، مسقط ، 2002م ، مرجع سابق ، ص 62 .

4. بالرغم من أن اتفاقية الترييس ليست ملزمة للدول إلا أن مراعاة أحكامها مطلوبة لأغراض مراعاة الإلتزام بعضوية الدول في المنظمة العالمية للملكية الفكرية .
5. تعد ظاهرة الغش التجارى والتقليد والقرصنة من القضايا الرئيسية التى تشغل كافة الدول وكذلك الشركات المعنية.

ثانياً: التوصيات

- تعميق الوعي بأهمية العلامات التجارية وقيمتها الإقتصادية والجمالية والوظيفية .
1. الإسراع فى إصدار قوانين مستحدثة تواكب التطور المتسارع للعلامة التجارية وتدعم الحماية الفعالة للعلامة التجارية .
 2. ضرورة مساهمة الدول النامية مساهمة فعالة ونشيطة بإتباع سياسة موحدة لمكافحة القرصنة والتقليد والتزوير فى العلامة التجارية لتساهم فى رفع إقتصادها
 3. تعزيز روح الإلتزام بالمعاهدات والإتفاقيات التى تنظم العلامة التجارية بما يحافظ على حقوق ومصالح الدولة والصالح العام ويساهم فى تحقيق الاستثمار اقليمياً ودولياً .
 4. ضرورة الإهتمام بالبحث العلمى فى موضوع الآثار القانونية والاقتصادية المتعلقة بالتجارة الدولية والنتائج القومية للعلامة التجارية نظراً لندرة مثل هذه الموضوعات وعدم مناقشتها بعمق قانونى ويعود السبب الى تهميش القانونين للبحث فى الموضوعات ذات الطابع الفنى مما أسهم فى هذه الندرة ولذا فإن البحث العلمى فى هذه المجالات النادرة هو وحده القادر على تقديم نماذج جديدة ومتطورة وفى نشرها وإعدادها فرصة لتغيير كثير من المفاهيم القانونية العتيقة

قائمة والمراجع

اولاً: الكتب العلمية

1. د.سمية عبدالحاميد ، الحماية الجنائية للعلامة التجارية ، مطابع العملة السودانية ، الخرطوم ، 2015 م
2. د. محمد مختار القاضى ، الغش التجارى ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2014 م
3. د. أنور أحمد حمرون ، الملكية الفكرية وفقاً للإتفاقيات والمعاهدات الدولية والقوانين السودانية ، الخرطوم ، 2013 م.
4. أ.د. حاج ادم حسن الطاهر ، احكام الملكية الفكرية ، الطبعة الرابعة ، مطبعة البركات الخيرية ، الخرطوم ، 2013م.
5. د. عبدالرحيم عنتر عبدالرحمن ، حقوق الملكية الفكرية وأثرها الإقتصادى ، الطبعة الاولى ، دار الفكر الجامعى الاسكندرية ، 2009 م
6. د. حاج آدم حسن الطاهر ، أحكام الملكية الفكرية ، المكتبة الوطنية ، ام درمان ، 2005م.

7. د. جلال وفاء محمددين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، 2004م .
8. أ. هدى أنيس سراج الدين ، تحديات حماية الملكية الفكرية من منظور عربي ودولي ، القاهرة ، 2002م .
9. أ. إبتسام السيد حسن السيد ، قانون الملكية الفكرية ، مطبعة الهيئة القضائية ، الخرطوم ، 2002 م .
10. د. حسام أحمد حسين ، الملكية الفكرية وفقاً لما عليه العمل في القانون السوداني ، الخرطوم ، 2007م .
11. أ. حسام الدين عبد الغنى الصغير ، الجديد في العلامات التجارية ، دار الفكر الجامعى ، الاسكندرية ، 2004 م
12. د. حازم حلمى عطوة ، حماية حقوق الملكية الفكرية وتأثيرها على التنمية في البلدان النامية ، القاهرة ، 2005م
13. أ. عمر عبد الحميد سليمان ، الإنعكاسات الاقتصادية لحماية الملكية الفكرية ، مركز بحوث ودراسات التجارة الخارجية ، جامعة حلوان ، طبعة 2001م .
14. الأستاذ المحامى ' سمير فرنان بالى ، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية (الاجزاء 1-3) ، منشورات الحلبي الحقوقية ، دمشق ، 2001 م . .
15. د. سميحة القليوبى ، الوجيز في التشريعات الصناعية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1996 م .
16. د. عبدالله حسين الخشروم ، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية ، دار وائل للنشر ، الطبعة الاولى ، عمان ، 2005 م .
17. د. عبد الفتاح بيومى ، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، الطبعة الاولى ، القاهرة ، 2005 م .
18. د. يعقوب يوسف صرخوة ، النظام القانوني للعلامات التجارية ، دراسة مقارنة ، مطبوعات جامعة الكويت ، الكويت ، 1993 م .
19. د. محمد ابراهيم عبيدات ، العولمة واثرها على المستهلك ، مسقط ، 2002 م .
20. د . عبد الفتاح بيومى حجازى ، حماية المستهلك من الغش التجاري والتقليد ، الرياض ، 2004 م .

ثانياً : الدراسات

1. الجوانب التجارية المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية ، أعدت تحت إشراف البنك الاسلامى للتنمية ، المملكة العربية السعودية ، جده ، سبتمبر 2001م .
2. حقوق الملكية الصناعية بين النظرية و التطبيق في السودان ، الأستاذ . تاج الدين إدريس بابكر المحامى ، الخرطوم .
3. التجربة السودانية في إنفاذ حقوق الملكية الصناعية ، مولانا دفع الله يوسف (رئيس القضاء الأسبق) ، الخرطوم

4. عمر عبد الحميد سليمان ، الانعكاسات الاقتصادية لحماية الملكية الفكرية ، مركز بحوث ودراسات التجارة الخارجية ، جامعة حلوان ، 2001 م .
5. د. كامل ادريس ، الملكية الفكرية أداة فعالة في التنمية الاقتصادية ، المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، الخرطوم ، 2012 م .

ثالثاً : المنشورات والاوراق البحثية

1. منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايو) .
2. تجربة محكمة الخرطوم التجارية وحقوق الملكية الفكرية (منشور صادر من محكمة الخرطوم التجارية) ، الخرطوم ، أغسطس، 2004 م .
3. حماية العلامة التجارية عبر الإنترنت وعلاقتها بالعنوان الإلكتروني ، غنام شريف محمد ، بحث منشور على الموقع www.arablawninfo.com ، بتاريخ 27 مارس 2006 م .
4. الإنتفاع بالعلامات التجارية كأداة للتنمية الاقتصادية ، أ. كنعان الاحمر ، ورقة بحثية ، دمشق ، 2004 م .
5. بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراة ، بعنوان الحماية الجنائية للعلامة التجارية ، اعداد الطالبة سمية عبدالحاميد ، الخرطوم ، 2015 م .
6. بحث بعنوان حماية العلامة التجارية وفقاً للإتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية ، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراة ، إعداد امانى أحمد عبدالله ، 2008 م .

رابعاً: القوانين

1. قانون العلامات التجارية لسنة 1969 م .
2. قانون تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار السوداني لسنة 2009 م .
3. قانون تشجيع الاستثمار السوداني لسنة 1999 م .

خامساً: الإتفاقيات الدولية

1. اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، الموقعة في استوكولم في 14/يوليو / تموز / 1967م ، والمعدلة في 28/سبتمبر / أيلول / 1979م .
2. إتفاقية تريس بشأن التنسيق الدولى للسلع والخدمات ، المبرمة في 15/7/1957م و المعدلة بمجيف 1977/5/13م .

سادساً : المواقع الالكترونية

1. www.mybi2nas.com.
2. www.syriamlaw.4t.com.

