

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

الدورة السادسة عشرة
جنيف، من 31 يناير إلى 2 فبراير 2024

سلوك استهلاك النسخ المقرصنة من المصنفات المحمية بحق المؤلف - ملخص عملي*

دراسة من إعداد الدكتور زويبي بيان، أستاذ التسويق، والسيدة حميرة فريد، باحثة مساعد في كلية نيوكاسل للأعمال، جامعة نورثمبريا، نيوكاسل، المملكة المتحدة**

ملخص

الغرض من هذا البحث هو فهم المستهلكين بنحو شامل فيما يتعلق بقرصنة حق المؤلف في إندونيسيا وتايلند. ويحدد فئات المنتجات الأكثر تعرضًا للقرصنة في كلا البلدين. وعلاوة على ذلك، يستكشف سلوك مستهلكي المصنفات المقرصنة وطريقة النفاذ الأكثر شيوعًا إليها ووتيرة استخدامها فيما يتعلق بكل فئة من فئات المنتجات. ويكشف أيضًا عن الدوافع وراء اللجوء إلى المصنفات المقرصنة وجودتها مقارنة بالنسخ الأصلية. ويكشف هذا البحث عن مواقف المستهلكين تجاه المصنفات المقرصنة بشكل عام ويوضح اختلافات المواقف بين مستهلكي المصنفات المقرصنة وغير مستهلكيها. وبالإضافة إلى ذلك، يكشف هذا البحث الأسباب التي تجعل غير مستهلكي المصنفات المقرصنة يختارون عن قصد عدم النفاذ إليها ويحدد العوامل المؤثرة التي تثني المستهلكين عن الحصول على المصنفات المقرصنة عن علم. كما يكشف عن الآثار الهامة، المستنيرة بنتائج هذا البحث.

أولاً. مقدمة

1. كانت القرصنة مشكلة عالمية لسنوات عديدة ولا تزال سائدة سواء عبر الإنترنت أو في الأسواق غير المتصلة بالإنترنت. وقد يختلف حجم القرصنة اختلافاً كبيراً من بلد إلى آخر وكذلك عبر فئات المنتجات.

2. وللغناء على القرصنة، من المهم تكوين فهم شامل عنها كقضية سارية في كل العالم والتي لها سمات مميزة حسب البلد والمنتج. وبناءً على دراسة أجرتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) في عام 2021، والتي قيمت مواقف وسلوك المستهلكين تجاه القرصنة في الفلبين، فإن هذا البحث يحقق حول المستهلكين فيما يتعلق بالقرصنة في إندونيسيا وتايلند، وكلاهما يعتبر من الأسواق المثيرة للقلق بشأن القرصنة.

* أجريت هذه الدراسة بمساعدة مالية من وزارة الثقافة والرياضة والسياحة في جمهورية كوريا. تُتاح الدراسة كاملة (باللغة الإنكليزية) على الرابط التالي: https://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=76048.

** الآراء المعرب عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلفين، وليست بالضرورة آراء الأمانة أو أي من الدول الأعضاء في الويبو.

ثانياً. أوجه التشابه بين النتائج الرئيسية المتوصل إليها في تايلند وإندونيسيا

3. لا يزال استخدام المصنفات المقرصنة سائداً بين المستهلكين في كلا البلدين. وتختلف شعبية المصنفات المقرصنة حسب فئات المنتجات. ومن بين فئات المنتجات الأربعة المختارة للبحث، كانت الأفلام هي الأكثر تعرضاً للمقرصنة.
4. وبالنسبة للمستهلكين الذين يستخدمون المصنفات المقرصنة عن قصد، تختلف طريقة النفاذ الأكثر استخداماً اعتماداً على فئات المنتجات، وهي الموسيقى (المواقع غير الرسمية التي أنشأها المستخدمون على YouTube)، والأفلام (المواقع غير الرسمية)، والقنوات التلفزيونية (مواقع البث غير الرسمية) وبرامج الكمبيوتر (التطبيقات أو الخدمات على الجهاز). ويجد المستهلكون معظم المصنفات المقرصنة عبر محركات البحث مثل غوغل.
5. ويستخدم أكثر من 10 في المائة من المستهلكين المصنفات المقرصنة أكثر من مرة في الشهر.
6. ويعتبر ضعف القيمة مقابل مبلغ الاشتراك هو السبب الأبرز لاستهلاك النسخ المقرصنة من الموسيقى والأفلام/البرامج التلفزيونية/القنوات التلفزيونية؛ وبالنسبة لبرامج الكمبيوتر فالسبب هو القدرة على تحمل التكلفة.
7. ويرى أكثر من 50 في المائة من المستهلكين الذين يستخدمون النسخ المقرصنة أن برامج الكمبيوتر المقرصنة لها نفس جودة النسخة الأصلية أو أفضل منها.
8. ولدى غالبية المستهلكين الذين لا يستخدمون النسخ المقرصنة الثقة في التمييز بين المواقع غير الرسمية والمواقع الرسمية.

ثالثاً. أوجه الاختلاف بين النتائج الرئيسية المتوصل إليها في تايلند وإندونيسيا

9. في تايلند، يبدو أن الذكور يستخدمون المصنفات المقرصنة عن قصد أكثر من الإناث. أما في إندونيسيا، فيبدو أن الإناث يستخدمون النسخ المقرصنة أكثر من الذكور في جميع فئات المنتجات باستثناء برامج الكمبيوتر.
10. وهناك بعض الاختلافات العمرية فيما يتعلق بالمستهلكين المعرضين للمقرصنة بين البلدين. وعلى وجه التحديد، في تايلند، يميل المستهلكون الذين تقل أعمارهم عن 30 عاماً إلى استخدام المصنفات المقرصنة. وفي المقابل، فإن المستهلكين الإندونيسيين الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و39 عاماً هم من يميلون لاستخدام النسخ المقرصنة أكثر من المستهلكين من الفئات العمرية الأخرى، بما في ذلك أولئك الذين تقل أعمارهم عن 30 عاماً.
11. وبالمقارنة مع المستهلكين الإندونيسيين، يرى عدد أكبر من المستهلكين التايلنديين الذين يستخدمون المصنفات المقرصنة أن الموسيقى/الأفلام/برامج التلفزيون والقنوات التلفزيونية المقرصنة أقل جودة من النسخ الأصلية.
12. ويرتفع حجم القرصنة الاحتمالية في تايلند منه في إندونيسيا لأنه، هناك احتمال بنسبة 50 في المائة تقريباً أن المستهلكين التايلنديين الذين لا يستخدمون المصنفات المقرصنة سيصادفونها عن غير قصد مقارنة بنسبة 33 في المائة بالنسبة للمستهلكين الإندونيسيين.
13. وتختلف الأسباب البارزة وراء تجنب الموسيقى والأفلام/برامج التلفزيون والقنوات التلفزيونية المقرصنة بين المستهلكين التايلنديين والإندونيسيين. فبالنسبة للتايلنديين لأنهم يفضلون الاشتراك في الخدمة/النسخة الأصلية وبالنسبة للأندونيسيين لديهم مخاوف حول الجودة.
14. وفيما يتعلق ببرامج الكمبيوتر، فإن السبب الأبرز لتجنب النسخ المقرصنة هو الشعور بالسوء/الذنب بالنسبة للمستهلكين التايلنديين والمخاوف المتعلقة بالجودة بالنسبة للمستهلكين الإندونيسيين.
15. وهناك بعض الاختلافات المهمة في المواقف (مثل الفوائد المتوقعة والأحكام والضرر والتصورات) تجاه القرصنة بين مستهلكي وغير مستهلكي المصنفات المقرصنة في إندونيسيا. وفيما يتعلق بالمستهلكين التايلنديين، لا توجد اختلافات كثيرة في المواقف بين مستهلكي وغير مستهلكي المصنفات المقرصنة.
16. ويتمثل العامل الأكثر تأثيراً الذي من شأنه أن يثني المستهلكين الإندونيسيين عن الحصول على المصنفات المقرصنة عن قصد هو رخص سعر النسخ الأصلية. وبالنسبة للمستهلكين التايلنديين، هو توفير النسخ الأصلية راحة أكبر.

رابعاً. خاتمة

17. على الرغم من كل الجهود التي يبذلها أصحاب المصلحة، لا تزال قرصنة حق المؤلف منتشرة في كل من تايلند وإندونيسيا، ولا يزال بعض المستهلكين لا يقدرّون تمامًا الاختلافات بين القرصنة والتقليد. وإلى جانب أوجه التشابه في النتائج الرئيسية، يكشف هذا البحث عن بعض الاختلافات الجوهرية بين البلدين فيما يتعلق بقرصنة حق المؤلف من وجهة نظر المستهلكين. ويحدد أيضًا الاختلافات عبر فئات المنتجات. وتحقيقاً لهذه الغاية، ينبغي لسياسات واستراتيجيات القضاء على قرصنة المستهلكين أن تأخذ في الاعتبار فئة المنتج وخصائص المستهلك، فضلاً عن الاختلافات على المستوى الوطني.

[نهاية الوثيقة]