

تمهيد:

تبدل المؤسسات مجهودات كبيرة من أجل الحصول على ابتكارات جديدة؛ هذه الأخيرة تتطلب عملية استثمار لمبالغ كبيرة وإمكانات بشرية ومالية معتبرة من خلال نشاط البحث والتطوير للحصول على منتجات أو أساليب إنتاج متطورة تحقق ميزة تنافسية، غير أن هذه الابتكارات عادة ما تكون عرضة للسرقة؛ من خلال التقليد وهي وسيلة سهلة بالنسبة للمؤسسات المنافسة للاستفادة من هذه الابتكارات بعد التأكد من نجاحها، وبالتالي تتحطم الميزة التنافسية للمؤسسة المبتكرة؛ لذلك لجأت الدول إلى حماية المؤسسات المبتكرة وحتى الأشخاص من سرقة الابتكارات من طرف المؤسسات المنافسة، وذلك لضمان حقوق المبتكر وتشجيعه على الاستمرار في تطوير وخلق قيمة مضافة جديدة ما يمكن الدول من التطور المستمر واحتلالها مراكز متقدمة كقوة اقتصادية.

وقبل التطرق إلى أساليب حماية الابتكارات التكنولوجية ارتأينا التطرق إلى مفهوم **الملكية الفكرية**؛ هذه الأخيرة التي عرفتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية بأنها: "أعمال الفكر الإبداعية، أي الاختراعات والمصنفات الأدبية والفنية، والرموز والأسماء، والصور، والنماذج، والرسومات الصناعية"، كما تعرف بأنها: "الحق المطلق للمالك في استغلال حقوقه وألا ينتفع بها إلا بموافقته".

أما **حقوق الملكية الفكرية** فتعرف بأنها: "كافة الحقوق القانونية الناشئة عن أي نشاط أو جهد فكري يؤدي إلى ابتكارات في المجالات الصناعية، العلمية، الأدبية والفنية"؛ أو هي: "تلك الحقوق التي تمنح للأشخاص، المنظمات، المؤسسات والدول مقابل ابتكاراتهم الفكرية وتؤمن للمبتكر حقوقا خاصة في استخدام اختراعاته لمدة محددة وفي ارض محددة عادة ما تكون هي أراضي الدولة التي وفرت الحماية لفترة زمنية محددة".

من خلال التعاريف السابقة؛ يمكن استنتاج الأهمية الاقتصادية للملكية الفكرية في نقاط:

- السماح للمبدع أو مالك البراءة والعلامة التجارية أو المؤلف بالاستفادة من عمله واستثماره؛
 - قيام الصناعات المحلية؛
 - منع المنافسين من محاكاة منتجات المؤسسة المبدعة أو خدماتها أو تقليدها تقليدا دقيقا؛
 - حماية المنتج من السرقة أو النسخ أو القرصنة؛
 - التفاوض بشأن التراخيص وحقوق الامتياز أو غير ذلك من الاتفاقيات التعاقدية التي تستند إلى الملكية الفكرية؛
 - الحد من انتشار الأصناف المقلدة والمنسوخة التي ترد إلى الأسواق المحلية وتسبب في خسائر كبيرة للمنتجين والوكلاء؛
 - تسهيل نقل التقنية وتوطيها؛
 - حماية المستهلك من الغش والتقليد التجاري؛
 - مواجهة تحديات التجارة الالكترونية وتحديات مجتمع الاتصالات والانترنت.
- بناء على كل ما سبق، خصصت هذه المحاضرة لاستعراض العناصر التالية:
- حق المؤلف والحقوق المجاورة؛
 - الملكية الصناعية؛
 - مقياس الابتكار التكنولوجي.

أولا: حق المؤلف والحقوق المجاورة

يشير **حق المؤلف** إلى: "حماية أعمال المبدعين من المصنفات الأدبية مثل: الكتب، والمحاضرات، والروايات، وقصائد الشعر، والمسرحيات والأفلام، والمصنفات الفنية مثل: الرسوم واللوحات الزيتية والصور الشمسية والمنحوتات وتصاميم الهندسة المعمارية".

أما الحقوق المجاورة لحق المؤلف فيقصد بها: "الحقوق المشابهة أو المطابقة للحقوق التي يكلفها نظام حماية حق المؤلف، غير أن نطاقها غالبا ما يكون محدودا ومدتها أقصر مثل: حقوق فناني الأداء في أدائهم، ومنتجي التسجيلات الصوتية، وحقوق هيئات الإذاعة في برامجها الإذاعية والتلفزيونية".

ثانيا: الملكية الصناعية

تقوم المؤسسات بحماية إبتكارها التكنولوجية باستعمال ما يعرف بحقوق الملكية الصناعية، وتصنف حقوق الملكية الصناعية إلى:

1. براءات الاختراع

تعرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية البراءة على أنها: " حق استثنائي، يمنح نظير اختراع يكون منتجا أو عملية، تتيح طريقة جديدة لانجاز عمل ما أو تقدم حلا جديدا لمشكلة ما، وهي تشكل للملكها حماية اختراعه وتمنح لفترة محدودة (عشرون سنة على العموم)". تتمثل هذه الحماية بموجب البراءة في أنه لا يمكن صنع أو الانتفاع من الاختراع أو توزيعه أو بيعه لأغراض تجارية دون موافقة مالك البراءة". بناء على التعريف السابق يتضح أن براءة الاختراع تمنح ميزتين لصاحبها:

- اقتصادية: وهي أن يستأثر المخترع باستغلال اختراعه استغلالا اقتصاديا بما في ذلك ما يترتب عليه من فوائد مالية نظير ما قدم من خدمة للمجتمع والإنسانية؛

- قانونية: تقوم براءة الاختراع بإثبات أن صاحبها قد استوفى الإجراءات الشكلية التي يظلمها القانون لحماية الحق في استغلال الاختراع.

2. الأسرار التجارية

ازدادت حدة الاهتمام بهذا الجانب من الملكية الصناعية بسبب سهولة نقل المعلومات الكترونيا، وازدياد احتمالات نقلها عن طريق الأشخاص الذين يشغلون وظائف حساسة في شركة ما ثم يحصلون على مناصب في شركات منافسة؛ وفي العموم المعلومات تعتبر كأسرار تجارية خاصة إذا كانت:

- تشكل خاصية متميزة بالنسبة للمؤسسة ويكون ذلك على شكل أرباح اقتصادية؛
 - تبقى ذات قيمة مرتفعة ومهمة بالنسبة للمؤسسة عندما تبقى هذه المعلومات خاصة؛
 - تتمثل في طرق الإنتاج، قوائم الزبائن، الصيغ الكيميائية، خطط العمل، الأساليب التجارية، وصفات خاصة.
- وعليه يمكن القول أن الأسرار التجارية هي: "عبارة عن معلومات خاصة بمؤسسة ما، وغالب ما تكون غير معروفة بالنسبة للآخرين كما أنها لا تتوافق مع المتطلبات الإلزامية القانونية حول براءات الاختراع ما يسمح بحماية فئة من الأصول والأنشطة على نطاق واسع".

3. العلامات التجارية

تمثل العلامة التجارية وسيلة حماية بالنسبة للمنتجات، حيث تعرف على أنها: "الرمز أو العلامة (كلمة، شعار، صورة) المميزة والمنفردة التي تختارها المؤسسة، حيث تميز بوضوح منتجاتها عن باقي المنتجات المنافسة لها في نفس القطاع". هذا المؤشر المميز يشير إلى جودة منتوجاتها، وبالتالي تستطيع رفع أسعارها، ما يضمن لها زيادة أرباحها، كما أنه جد مهم في كل عملية اشهارية.

تعتبر العلامات التجارية جزء من الأصول غير الملموسة للشركة، مما يساعدها في المساهمة في جزء من قيمة الشركة في حالة الاندماج أو الاستحواذ.

4. التصميم أو النماذج

تعرف التصميم والنماذج بأنها: "مجموعة من الأشكال والألوان ذات طابع فني خاص، يتم تطبيقها على المنتجات عند صنعها لإضفاء الجمال عليها وبالتالي جذب الزبائن لشرائها وتفضيلها على مثيلاتها؛ تضعها المؤسسة لتحديد الخصائص الرسمية

والمميزات الأساسية للمنتجات لمنع أي تقليد بنفس المواصفات ونفس الأبعاد، حيث يتم التصريح بالملكية الصناعية لهذا النموذج مما يسمح لها بالاستفادة من كل محاولات استغلال النموذج".

تجد النماذج مجال تطبيقها في الصناعة والحرف اليدوية كصناعة الأجهزة التقنية والطبية والساعات والحلي والآلات والأجهزة المنزلية والكهربائية والسيارات والتصاميم الهندسية والرسوم الموضوعة على الأقمشة، كما يمكن إدراج أي شيء آخر يحتاج في صناعته أو تجسيده إلى تصميم أو رسم أو نموذج يميزه.

5. المؤشرات الجغرافية

يعرف **المؤشر الجغرافي** بأنه: "العلامة أو الإشارة التي تضع على منتج معين لتشير إلى أنه ينشأ في منطقة جغرافية محددة، تتميز بخصائص أو سمعة ترتبط بمكان منشأها الجغرافي".

إن تسجيل المؤشرات الجغرافية لا يقل أهمية بأي حال من الأحوال عن تسجيل باقي فروع حقوق الملكية الصناعية، وهذا لما لها من مزايا ومنافع عديدة؛ فالعملية تضيف للمؤشر الجغرافي صفة الشرعية القانونية، كما أنها تمنع المنتجين الآخرين من استخدام المؤشر الجغرافي المحمي، ويمنح التسجيل حقوق اقتصادية للمنتجين ومصدري السلع والمنتجات التي تأتي من منشأ جغرافي محدد ويحمل مؤشر جغرافي محمي، وتمتد مدة حماية المؤشرات الجغرافية 10 سنوات من تاريخ إيداع الطلب، ويمكن تجديد المدة لـ 10 سنوات أخرى نظير دفع الرسوم المقررة للتجديد ولعدد غير محدود من المرات.

ثالثاً: مقياس الابتكار التكنولوجي

يتم استعمال ثلاث أنواع من القياسات الكمية للنشاط الإبتكاري، تؤدي في مجموعها إلى نفس النتائج تقريبا، وتمثل هذه القياسات في:

1. نفقات البحث والتطوير

تستعمل بشكل واسع قيمة البحث والتطوير كمقياس للاستثمارات في الإبداع والابتكار، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تجبر المؤسسات التي لها ميزانيات معتبرة في البحث والتطوير على إظهار هذه القيمة في الميزانيات السنوية، بحيث تتوفر على فترات طويلة ولآلاف المؤسسات على معطيات مهمة تبين مدى اهتمام المؤسسات بهما والإنفاق عليهما، وهل هو من الأولويات الإستراتيجية أم لا، وعند إنفاق المؤسسات مبالغ كبيرة في البحث والتطوير بصورة غير منتظرة، فسوف يؤدي ذلك إلى زيادة أسعار أسهمها في البورصة.

كما يشير كل من Gu et Whewell إلى أن القطاع الصناعي بكندا لم يخصص سوى 0.99% من الناتج القومي الصافي للبحث والتطوير، بينما تخصص الولايات المتحدة الأمريكية 1.96% واليابان 2.01%، الانتقاد الوحيد لمنهجية هذا المقياس كونه قياس خارجي للإبتكار، وليس تعداد أو قيمة للإبتكارات الحقيقية الناتجة.

كما يلاحظ أن معظم البحوث والتطوير تقوم بها المؤسسات، خاصة المؤسسات الكبيرة (تعداد مستخدميها أكثر من 1000 عامل) والتي تستحوذ على 80% من البحوث، وعند مقارنة إنفاق المؤسسات على البحث والتطوير نجد مفاجئات كبيرة، فشركة جنرال موتورز وفورد تنفقا معا أكثر مما تنفق فرنسا، ومن بين المؤسسات العشر الأولى في العالم التي تنفق على البحث والتطوير نجد أربع شركات أمريكية وثلاثة يابانية وشركتين ألمانيتين، أما القطاعات الأكثر استثمارا في البحث والتطوير فهي: قطاع الطيران، الفضاء، الكمبيوتر، الصيدلة، الاتصالات والسيارات.

2. عدد براءات الاختراع

تعتبر قاعدة المعلومات المتعلقة بعدد طلبات براءات الاختراع وعددها الممنوح مصدر مهم جدا للمعلومات عن الابتكار التكنولوجي، ويمكن أن يمثل عدد براءات الاختراع مؤشر جيد له، باعتباره منتج البحث والتطوير.

كما يمكن للمعلومات حول براءات الاختراع أن تعطي معلومات مضملة في الجانب الاقتصادي، فأولا: الابتكار التكنولوجي يخص تطبيق الأفكار والتكنولوجيات الجديدة بهدف تحسين الحياة البشرية، وليس فقط إنتاج الأفكار، فعدد كبير من براءات

الاختراع لا تعني بالضرورة مستوى عال من الابتكار التكنولوجي؛ وثانياً المؤسسات التي تملك تكنولوجيا جديدة، وتخشى من منافستها تقوم بتطبيق ما يسمى بتشويش براءات الاختراع.

3. تعداد الابتكارات التكنولوجية

هو عبارة عن قائمة الابتكارات المتأتمية من مختلف المؤسسات وتكون مستخلصة من تحقيق شامل، ويجب أن يمثل أحسن مصادر المعلومات، لأنها تقيس بوضوح الإنتاج ويستطيع القائمون على التحقيق وضع قواعد إعداد مجمل المعطيات ويستهدفون المؤسسات والصناعات أو الدول.

وفي الواقع يوجه انتقاد لهذا التعداد لعشوائية الطابع الذي يتميز به، فيجب على القائمون بالتحقيق أن يحددوا ماذا يمثل الابتكار التكنولوجي وما لا يمثل، وعادة ما يفضلون بين الابتكارات التكنولوجية المهمة، ونشير في الأخير إلى تعداد الابتكارات التكنولوجية معلومة غير متوفرة في معظم الدول.