الملكية الفكرية

أداة فعالة في التنمية الاقتصادية

الدكتور كامل إدريس

ملخّص

المنظمة العالمية للملكية الفكرية

ويبو

Intellectual Property

الملكية الفكرية

Propriété Intellectuelle

知识产权

Propiedad Intelectual

Интеллектуальная Собственность

الملكية الفكرية

أداة فعالة في التنمية الاقتصادية

مقدمة

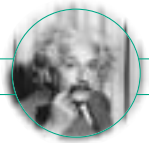
الملكية الفكرية مصطلح آخذ في الانتشار اليوم. بيد أن فهمه لا يزال محدودا. فهو مفهوم قانوني غامض حتى اليوم في ذهن العديد من الناس الذين يرونه بعيدا عن الحياة اليومية وانشغالاتها.

"الملكية الفكرية أداة فعالة في التنمية الاقتصادية" كتاب يسعى إلى رفع الغموض عن الملكية الفكرية وتفسير جدوى الموضوع ووسائله. وهو يتميز بذلك عن العديد من كتابات الملكية الفكرية الأخرى التي تركز على ماهية الموضوع فقط.

ورسالة هذا المؤلف هي أن الملكية الفكرية "أداة فعالة" في التنمية الاقتصادية وتكوين الثروات بيد أنها لا تُستغل على أكمل وجه في جميع البلدان، ولا سيما في العالم النامي.

والكتاب دليل مفيد إلى الانتفاع بالأصول والثروات المعنوية مثل المعارف والمعلومات والقدرة الإبداعية والطاقة الابتكارية. إنها ثروات تحل بسرعة محل الأصول التقليدية الملموسة مثل الأرض والقوة العاملة ورأس المال بصفتها القوى الدافعة للرفاهية الاقتصادية والصحية والاجتماعية.

القدرات الإبداعية والابتكارية موارد عالمية وطبيعية



"الخيال أهمّ من المعرفة" ألبيرت أينشتاين

يأتي تفضيل ألبيرت أينشتاين للخيال على المعرفة في المستهل لأن الملكية الفكرية تقوم على قوة الخيال. وكان ألبيرت أينشتاين مدركا أن مصدر التقدم الشخصي والثقافي والاقتصادي كامن في القدرة على الوقوف على أسس المعارف الثابتة والتطلع إلى ما وراءها على حدود الاكتشافات.

وتقر المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بأن الملكية الفكرية فطرة في الأمم كلها ولها دور تتناقله كل الثقافات، وأن الملكية الفكرية قد أسهمت في تقدم المجتمعات عبر التاريخ.

وأدرك الكيميائي والمخترع الأمريكي من أصل أفريقي، جورج واشنطن كارفر، الذي ولد في الستينات من القرن التاسع عشر، حقيقة تلك الرسالة.

وهو الذي اخترع أساليب الزراعة التناوبية بغية الحفاظ على المغذيات في التربة واكتشف مئات الاستخدامات للمحاصيل مثل الفول السوداني، مما فتح أسواقا جديدة أمام المزارعين في الولايات المتحدة. وكان مدركا أيضا أن قوة الإبداع والابتكار المطبقة على التعبير الفني أو الرامية إلى حلّ مشكلات تقنية لا تنحصر في بلد أو شعب دون غيره، بل إنها ينبوع يزخر بقدرات متاحة للجميع ولا ينضب.

إنها قوة يمكن تطويعها في شكل ملكية فكرية والاستعانة بها في إثراء حياة الأفراد ومستقبل الأمم من الناحية المادية والثقافية والاجتماعية.

تاريخ الملكية الفكرية

يعتقد أن شمال إيطاليا في عصر النهضة هو مهد نظام الملكية الفكرية. والمفهوم إذاً ليس بجديد. وجاءت أول محاولة نظامية لحماية الاختراعات بنوع من البراءة في قانون صدر في البندقية سنة ١٤٧٤ ونص على منح حق استئثاري للفرد. ونشأ أول نظام لحق المؤلف في العالم خلال ذلك القرن بفضل اختراع الأحرف المطبعية المنفصلة والآلة الطابعة على يد يوهانس غوتنبرغ حوالي سنة ١٤٤٠.

وبرزت أساليب ابتكارية جديدة في الصناعة في نهاية القرن التاسع عشر فساهمت في انطلاق حركة التصنيع على نطاق واسع إلى جانب ظواهر أخرى مثل نمو المدن بسرعة واتساع شبكات السكك الحديدية واستثمار رؤوس الأموال ونمو التجارة فيما وراء المحيطات. وبادرت عدة بلدان إلى وضع أولى قوانينها العصرية بشأن الملكية الفكرية في ظل أهداف التصنيع الجديدة وبعد ظهور حكومات مركزية أقوى واشتداد الروح الوطنية.

وبدأ نظام الملكية الفكرية الدولي يترعرع في ذلك الوقت مع معاهدتين أساسيتين بشأن الملكية الفكرية هما اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في سنة ١٨٨٣ واتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية في سنة ١٨٨٦.

والفرضية التي قامت عليها الملكية الفكرية عبر التاريخ هي أن الاعتراف والمكافأة المقترنين بملكية الاختراعات والمصنفات الإبداعية يحفزان الأنشطة الابتكارية والإبداعية التي تعمل بدورها على تنشيط النموّ الاقتصادي. ولا تزال السلسلة المتواصلة من المشكلة ← المعرفة ← الخيال ← الابتكار ← الملكية الفكرية ← حلّ المشكلة، في شكل منتجات محسّنة وتقنيات جديدة، تؤدي دور المحرّك القوي للتنمية الاقتصادية.

علم الاقتصاد والملكية الفكرية

حاول علماء الاقتصاد عبر السنين إيجاد تفسير للأسباب التي تجعل بعض الاقتصادات تنمو بسرعة والبعض الآخر لا يفعل، أو بعبارة أخرى، الأسباب التي تجعل بعض البلدان غنية دون الأخرى. ويتفق الجميع على أن المعارف والابتكارات أدت دورا مهما في النمو الاقتصادي الحديث. ويرى الخبير الاقتصادي بول رومر أن تجميع المعارف يشكل القوة الدافعة للنمو الاقتصادي. وينبغي للبلدان التي تسعى إلى تعزيز النمو، في رأيه، أن تضع سياسات اقتصادية تشجع الاستثمار في المجالات الجديدة من البحث والتطوير وتقدّم إعانات للبرامج التي تنمّي رأس المال البشري.

ويتجلى ذلك في النمو الاقتصادي الذي حققته بعض البلدان في التسعينات من القرن العشرين. وأدى تكوين المعارف السريع، بما في ذلك ظهور التكنولوجيا الجديدة، إلى تغييرات في السياسة العامة بشأن الملكية الفكرية واعتماد ممارسات جديدة لإدارة الثروات المعرفية.

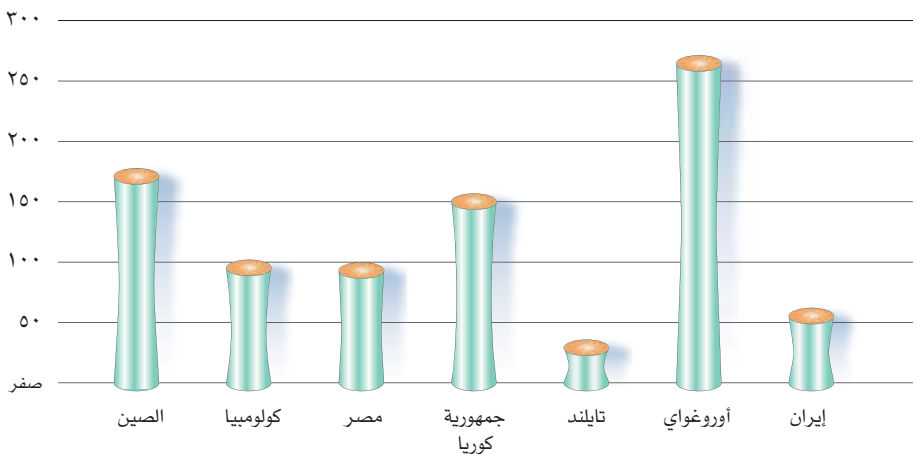
وكان من نتائج بروز أهمية الملكية الفكرية والنسق الجديد في التجارة العالمية اللذين بدءا في مستهل التسعينات أن أقيمت علاقة مقصودة بين الاثنين. فبدأت بعض البلدان تستند إلى تدابير تجارية للحد من قرصنة الملكية الفكرية في الخارج. وكان اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبس) من حصيلة ذلك، وهو واحد من اتفاقات منظمة التجارة العالمية التي خلصت إليها المفاوضات التجارية متعددة الأطراف التي دارت خلال جولة أوروغواي.

واعترف عدد كبير من واضعي السياسات في القوى الاقتصادية الجديدة، خلال التسعينات، بدور نظام الملكية الفكرية المهم في تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في البحث والتطوير لا سيما في ميداني الصناعة والعلوم. وأبرزت دراسات عدة أن نظام الملكية الفكرية السليم عنصر أساسي في تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر. وعلى سبيل المثال، يشهد مستوى الاستثمار الأجنبي المباشر في الهند زيادة ثابتة منذ إصلاح نظام البراءات والعلامات التجارية في أوائل التسعينات. وحصل تطوّر أكبر في البرازيل التي

شهدت زيادة هائلة في الاستثمار الأجنبي المباشر عقب تطبيق قانون جديد بشأن الملكية الصناعية في سنة ١٩٩٦(من ٤,٤ مليار دولار أمريكي سنة ١٩٩٥ إلى ٣٢,٨ مليار دولار أمريكي في سنة ٢٠٠٠).

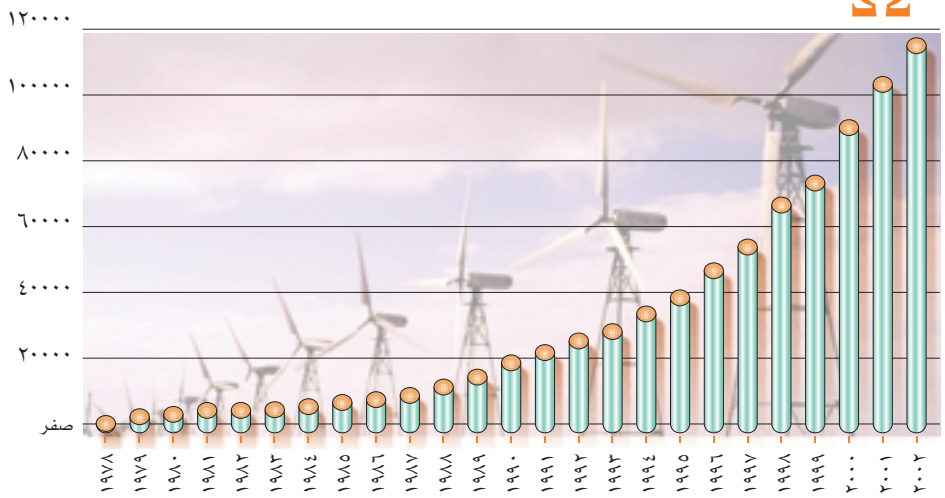
وارتفع أيضا إقبال الشركات على حماية اختراعاتها بموجب براءات على الصعيد العالمي ولا سيما في اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا. واستغرقت اليابان ٩٥ سنة لمنح المليون الأول من البراءات ولم تستغرق سوى ١٥ سنة لمنح المليون الثاني من البراءات. وهناك زيادة أيضا في طلبات البراءات في البلدان النامية (أنظر الشكل ٨ الذي يبيّن عدد الطلبات المودعة في المكاتب الوطنية في بلدان نامية مختارة).

٨ إجمالي طلبات البراءات في قائمة مختارة من البلدان النامية (**زيادة مئوية من ١٩٩٤ إلى ٢٠٠٠**)



ويلاحظ اتجاه مماثل وجلي في إجمالي طلبات البراءات الدولية المودعة بناء على معاهدة التعاون بشأن البراءات التي تديرها الويبو. وقد استغرق بلوغ ٠٠٠ ٢٥٠ طلب ١٨ سنة في حين تضاعف ذلك العدد في غضون ٤ سنوات فقط (أنظر الشكل Ω أدناه).

Ω الطلبات المودعة بناء على معاهدة التعاون بشأن البراءات



يساهم نظام معاهدة التعاون بشأن البراءات في خفض تكاليف الحصول على الحماية الدولية بموجب براءة ويسهّل نفاذ الجمهور إلى كم وافر من المعلومات التقنية المتعلقة بالبراءات. وبإيداع طلب براءة دولي واحد بناء على تلك المعاهدة، يمكن للمودع أن يلتمس حماية الاختراع في أية من الدول المائة والعشرين الأعضاء فيها أو فيها كلها (اعتبارا من أبريل/نيسان ٢٠٠٣) في العالم.

الأصول الفكرية وقيمة المشروع التجاري

تحتل الأصول الفكرية حيزا آخذا في الاتساع كمقياس لاستمرارية الشركة وأدائها في المستقبل. وفي سنة ١٩٨٢، كانت ٦٢ في المائة من أصول الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية أصولا مادية. ومع حلول سنة ٢٠٠٠، تقلصت تلك النسبة لتناهز ٣٠ في المائة. وفي مستهل التسعينات، كانت الأصول غير المادية في أوروبا تمثل أكثر من ثلث مجموع الأصول وبلغت نسبتها في هولندا مثلا ما يزيد على ٣٥ في المائة من مجموع الاستثمارات العامة والخاصة مع حلول سنة ١٩٩٢.

وتبيّن دراسة أجريت مؤخرا أن ٤٠ في المائة من قيمة الشركة في المتوسط، والتي تقوم على أصول غير ملموسة، لا تظهر في ميزانياتها بأي شكل من الأشكال.

ونظرا إلى ذلك، يشار إلى الملكية الفكرية أحيانا على أنها "قيمة خفية". ومن الواضح الآن أن البراءات وحق المؤلف والحقوق المجاورة والعلامات والتجارية والبيانات الجغرافية والأسرار التجارية كلها عوامل تساهم في قيمة الشركة سواء كانت خفية أو جليّة.

استخدام أصول الملكية الفكرية في المعاملات التجارية

هناك إقرار متزايد بأن الملكية الفكرية أصبحت اليوم من الأصول القيّمة، إن لم تكن أكثرها قيمة، في المعاملات التجارية سواء تعلق الأمر بعقود الترخيص أو اتفاقات التصنيع أو الشراء أو التوزيع أو حالات الاندماج أو الاقتناء. وغالبا ما تكون تراخيص استعمال البراءات والمواد المشمولة بحق المؤلف والعلامات التجارية مقترنة بنقل المهارات في شكل تدريب، وصارت عنصرا تتزايد أهميته في تلك المعاملات. وينتشر الآن التراجع عن النظر إلى نظام الملكية الفكرية على أنه يمنح حقوقا استئثارية تمارس من خلال صدّ المنافسين. وعلى أرض الواقع، يسود الانتفاع بنظام الملكية الفكرية بغية ترخيص المنتجات والتكنولوجيا بقدر ما ينتفع به لمنع الآخرين من استخدامها. وتعود تلك التراخيص بالإتاوات على أصحاب الملكية الفكرية وتوزع المنتجات والتكنولوجيا على المرخص لهم الذين ما كانوا لينفذوا إليها لولا ذلك. وفي ظل تلك المعاملات التجارية، قد يكتسب المرخص لهم أيضا حقوقا لابتكار بعض التحسينات أو المصنفات المشتقة وبالتالي تطوير أصول الملكية الفكرية الخاصة بهم والتي يمكن لهم فيما بعد تبادل تراخيصها مع الآخرين أو ترخيصها للغير. ومن شأن ذلك أن يرسي سلسلة خصبة من الاختراعات والمعاملات التجارية.

وخلص تقرير أصدرته شركة برايس–واترهاوس–كوبرز في سنة ١٩٩٩ إلى أن قيمة السوق العالمية لتراخيص الملكية الفكرية تجاوزت ١٠٠ مليار دولار أمريكي، ويدل ذلك على أهمية أصول الملكية الفكرية في اقتصاد اليوم.

إدارة الملكية الفكرية الحديثة والاقتصاد الجديد

أصبحت الملكية الفكرية، بفضل انتشار الإقرار بقيمتها الاقتصادية، عنصرا مهما في إدارة الشركات التجارية. ويساهم المسؤولون عن الملكية الفكرية في تكوين محفظات لها وزنها في أصول الشركة من الملكية الفكرية بغية استعمالها في حالات الاندماج والاقتناء والمشروعات المشتركة والاتفاقات التعاونية بشأن البحث والتطوير وعقود الترخيص، شأنهم في ذلك شأن المسؤولين عن المنتجات الذين يساعدون على إنشاء محفظات من المنتجات. وتُنشأ تلك المحفظات من أصول الملكية الفكرية وفقا لاستراتيجيات محددة تستهدف مجالات قطاعية معيّنة بالاستناد إلى أسواق المنتجات والتكنولوجيا وفرص الترخيص المتبادل. وتقيم الشركات فيما بينها تحالفات كي تعزز قيمة أصولها من الملكية الفكرية وتحصل على مزايا تنافسية مفيدة للطرفين من خلال الترخيص المتبادل.

وفي إمكان تلك التحالفات أن تتيح للشركات المعنية وزنا أكبر بكثير في مجال اختصاصها التكنولوجي، أو تسمح لها بوضع المعايير التكنولوجية في نطاق عملها.

البـراءات

تكفل البراءة، التي تحمي فكرة جديدة ومفيدة، للمخترع وقاية تحميه مؤقتا من قوى المنافسة في الأسواق. وتنحصر تلك الوقاية في حدود المطالب المحدّدة في البراءة لا أقل ولا أكثر، وهي حماية متينة تدوم عدة سنوات. والفرضية التي يقوم عليها نظام البراءات هي أن تلك الحماية وما ينتج عنها من مزايا تنافسية من شأنها أن تشجع على الاختراع إذ يعرف المخترع أن بإمكانه جني مكافآت مالية لقاء قدراته الإبداعية.

ولنظام البراءات أيضا دور في تعزيز التنافس التكنولوجي والتجاري إذ يتعيّن على أصحاب البراءات الكشف عن تفاصيل اختراعاتهم ويتمتّعون في المقابل بحقوق استئثارية في استغلال اختراعاتهم لمدة زمنية محدّدة. ونتيجة لذلك، فهم يتسارعون مع منافسيهم إلى تحسين اختراعاتهم واستغلال التكنولوجيا للوصول إلى اختراعات جديدة (أنظر الإطار ω).

ω مغامرة تويوتا

حصل ساكيشي تويوتا في سنة ١٨٩٦ على براءة لجهاز كهربائي للنسيج شبيه بالآلات المستخدمة في أوروبا سابقا. وبعد مضي ثلاث عشرة سنة، نجح ساكيشي في اختراع جهاز آلي للنسيج. وحصل أيضا على عدد من البراءات الإضافية لتكميل الاختراع وتحسينه. وفي سنة ١٩٢٤، طرح في الأسواق جهاز تويوتا الآلي للنسيج (طراز G) ووصل ابن ساكيشي تويوتا، وهو كيشيرو تويوتا، إلى اتفاق مهم مع شركة "بلات برادرز أند كو" بشأن تسويق ذلك الجهاز. ودفعت الشركة مبلغ ١٠٠ ٠٠٠ جنيه استرليني إلى تويوتا (أي ما قيمته اليوم ٢٥ مليون دولار أمريكي) لقاء الحق الاستئثاري لتصنيع جهاز النسيج الآلي وبيعه في جميع البلدان ما عدا اليابان والصين والولايات المتحدة الأمريكية. فقرر تويوتا استغلال ذلك المبلغ كرأس مال أولي لإنشاء شركة لصنع السيارات وتمويل أنشطة البحث والتطوير اللازمة.

المصدر: تاداشي إشيي، "الابتكار الصناعي في اليابان ودور نظام البراءات: دراسة إفرادية لتويوتا" (محاضرة ألقيت في مؤتمر انعقد في جامعة واشنطن، سان لوي ميسوري، أكتوبر/تشرين الأول ٢٠٠٠).

البراءات تنهض بالتنمية الاقتصادية

يقتضي الحديث عن سبل حفز التنمية الاقتصادية بالبراءات تأليف عدة مجلدات. وسنحاول مع ذلك، في الفصول التالية، أن نرسم الخطوط العريضة لجوهر ذلك الدور والإتيان ببعض الحقائق والأمثلة. ويمكن استخدام البراءات لحفز التنمية الاقتصادية بالطرق الأربع التالية:

- تمهّد المعلومات المتعلقة بالبراءات السبيل أمام نقل التكنولوجيا والاستثمار؛
- وتشجع البراءات البحث والتطوير في الجامعات ومراكز الأبحاث؛
- وتعمل البراءات عمل الحافز للتكنولوجيا والمشروعات التجارية الجديدة؛
- وتعمد الشركات إلى جمع البراءات والانتفاع بها في عقود الترخيص والمشروعات المشتركة وسائر المعاملات التي تدرّ الربح.

• المعلومات المتعلقة بالبراءات تمهّد السبيل أمام نقل التكنولوجيا والاستثمار

تُمنح البراءة مقابل الكشف الكامل عن الاختراع. وتزخر قواعد البيانات المتعلقة بالبراءات، المتاحة للجمهور على الإنترنت مع إمكانية البحث، بمصادر المعلومات التقنية التي يمكن استعمالها شريطة ألا يؤدي ذلك الاستعمال إلى التعدي على البراءة. ويمكن أيضا استعمال قواعد البيانات المتعلقة بالبراءات للبحث عن مرخصين وشركاء تجاريين محتملين. ويذكر أن ٦٧ في المائة من الشركات الأمريكية تملك أصولا تكنولوجية غير مستغلة (تتراوح قيمتها بين ١١٥ مليار دولار أمريكي وتريليون دولار أمريكي تقريبا). ويظل حوالي ١٠٠ مليار دولار أمريكي مقيّدا في مثل تلك الابتكارات المجمدة في محفظات الملكية الفكرية عند الشركات الكبرى. ومن الأفضل للشركات أن تعرض الاختراع للبيع أو الترخيص عوضا عن تكبد النفقات المتراكمة لصيانته. (أنظر المثال الوارد في الإطار ٦).

أزيثروميسين: أحد المضادات الحيوية الأكثر مبيعا في العالم من كرواتيا

بليفا هي إحدى الشركات التي تحقق أعلى الأرباح في كرواتيا وهي واحدة من أكبر شركات المستحضرات الصيدلية في أوروبا الوسطى. وتعدّ بصورة عامة أول شركة متعددة الجنسيات التي نشأت في أوروبا الوسطى. وبعدما كانت تكافح من أجل البقاء، شهدت ثروة هذه الشركة انقلابا هائلا بعد أن اكتشفت الأزيثروميسين. وهو اليوم أحد المضادات الحيوية الأكثر مبيعا في العالم. وحصلت شركة بليفا على براءة لهذا المستحضر في سنة ١٩٨٠ ثم رخّصته لشركة بفيتزر التي تسوّقه تحت اسم زيتروماكس. وبلغت مبيعات زيتروماكس ١,٥ مليار دولار أمريكي في سنة ٢٠٠١. وبفضل هذه العائدات الضخمة المحصلة من اتفاق الترخيص، استطاعت شركة بليفا أن تتوسع بسرعة في كرواتيا وبولندا وروسيا. وما كان لكل هذا أن يحدث لولا أن وقع باحثو شركة بفيتزر على براءة شركة بليفا في سنة ١٩٨١ وهم يبحثون في وثائق البراءات في مكتب الولايات المتحدة الأمريكية للبراءات والعلامات.

المصدر: "وول ستريت جورنل" (بروكسل)، ٣ مارس/آذار ١٩٩٩، ١٤.

- **البراءات تشجّع على البحث والتطوير في الجامعات ومراكز الأبحاث**

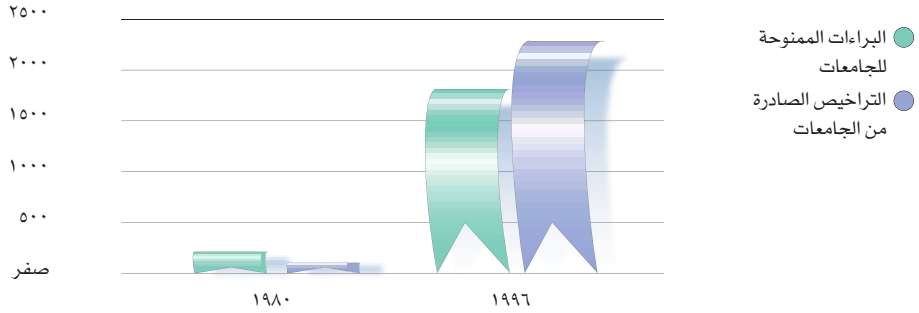
يمكن إقامة علاقة دينامية بين الأبحاث الممولة من مصادر عمومية والأبحاث الجامعية والملكية الفكرية. ومن شأن أنشطة البحث والتطوير المنجزة في تلك المؤسسات أن تولد الاختراعات التي يمكن توظيفها فيما بعد في توليد العائدات لها من خلال الترخيص. وتصبح الجامعة، بفضل عائدات الترخيص، قادرة على مواصلة البحث والتطوير وتعزيز رسالتها الأولى أي التعليم. فتتكون بالتالي سلسلة من الأنشطة الدينامية والابتكارية ومحورها مراكز الأبحاث والجامعات. ولهذا المحيط آثار مفيدة في الاقتصاد الكلي إذ يساهم في الحد من "هجرة الأدمغة" وفي توليد الدعم المالي للتعليم والارتقاء بالبحث إلى ذروته.

وتموَّل برامج الأبحاث في البلدان النامية من القطاع العام أساسا أو الجامعات (ومعظمها جامعات عمومية)، ويظل هذا التمويل في معظم الحالات غير كاف. فنسبة الإنفاق الإجمالي على البحث والتطوير في البلدان النامية آخذة في الانخفاض. ومن بين المناهج الكفيلة بتعزيز دخول المستثمرين هناك تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر وإقامة الشراكات بين مراكز الأبحاث والجامعات المحلية والقطاع الخاص. ويمكن تشجيع ذلك الاستثمار وتلك المشروعات المشتركة من خلال تدابير متعددة منها تعزيز قوانين الملكية الفكرية وتعديل القوانين والسياسات بغية تسهيل ترخيص التكنولوجيا من الجامعات ومراكز الأبحاث إلى القطاع الخاص.

وتسمح تلك القوانين والسياسات للجامعات والمؤسسات العمومية الحصول على البراءات ومنح تراخيص استئثارية أو غير استئثارية للشركات الخاصة وتحقيق دخل من الإتاوات.

وعلى سبيل المثال، سمح قانون بايه–دول لسنة ١٩٨٠ في الولايات المتحدة الأمريكية للجامعات والشركات الصغيرة أن تختار امتلاك الاختراعات المحققة بتمويل فدرالي فتعنى مباشرة بعملية التسويق. وسمحت تلك السياسة الجديدة أيضا بترخيص اختراعات جديدة من الجامعات إلى الشركات التي تعمل فيما بعد على تصنيعها. وساهم ذلك القانون في تحقيق زيادة كبيرة في نقل التكنولوجيا بين الجامعات وقطاع الأعمال (أنظر الشكل ∏).

π نقل التكنولوجيا من الجامعات الأمريكية إلى قطاع الصناعات وأثر قانون بايه–دول لسنة ١٩٨٠



• البراءات تحفز التكنولوجيا والمشروعات التجارية الجديدة

البراءات أداة فعالة في الحفز على تطوير التكنولوجيا والصناعات الجديدة. وما كان للبيوتكنولوجيا مثلا لتتطور كما فعلت لولا نظام البراءات. (أنظر الإطار π).

π تجربة الدكتور ريدي الناجحة في الهند

أسّس الدكتور أنجي ريدي شركة صيدلية في الهند حققت تطورا سريعا وأصبحت تقدم مستحضرات صيدلية عالية الجودة وقليلة التكلفة في الأسواق العالمية. وأنشئت مؤسسة الدكتور ريدي للأبحاث في سنة ١٩٩٣ بغية استكشاف أساليب جديدة للعلاج بالأدوية. ويرجع معظم النجاح الذي حققته المؤسسة إلى نظام حماية البراءات الذي مكّنها من تسويق أدويتها الجديدة وترخيصها على الصعيد الدولي. وأودعت المؤسسة طلبات للبراءات بشأن اختراعاتها كلها في العديد من البلدان، بما في ذلك ٣١ طلبا للبراءة بشأن مستحضرات في الولايات المتحدة الأمريكية. وقد حصلت حتى الآن على ١٧ براءة. أما في الهند، فقد أودعت المؤسسة ١١٠ طلبات للبراءة بشأن مستحضرات وطرائق صنع. وحيث أن حماية البراءات مسألة أساسية في أنشطة المؤسسة، فإنها أنشأت داخل الشركة فريقا لإدارة شؤون الملكية الفكرية بغية الإشراف على إيداعات البراءات الدولية والمسائل ذات الصلة بالاستراتيجية المتعبة بشأن البراءات.

المصدر: مؤسسة الدكتور ريدي للأبحاث

وأدى الطابع الدولي الذي يصبغ الأبحاث الصيدلية والبيوتكنولوجية إلى بروز شراكات بين الشركات من جميع أرجاء العالم بما في ذلك مراكز القوة الاقتصادية الجديدة في البرازيل والهند والصين وكوبا وجمهورية كوريا وسنغافورة (أنظر الإطار σ).

σ شركة "بيوبراز" – مشروع البيوتكنولوجيا المشترك والأبحاث الجامعية في البرازيل

كانت شركة "بيوبراز" عبارة عن مختبر مستقل صغير داخل جامعة ميناس جيرايس الاتحادية في البرازيل حين بدأت أنشطتها بإنتاج إنزيمات بموجب عقد ترخيص مبرم مع مركز نيو إنغلند للإنزيمات الذي يقع مقره في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي سنة ١٩٧٧، عقدت شركة "بيوبراز"، بمساعدة من وزارة الصحة البرازيلية، اتفاقا لمشروع مشترك مع أصحاب البراءات وشركة "إلي ليلي" متعددة الجنسيات لأغراض استحضار الأنسولين الحيواني وتسويقه في البرازيل. وبناء على اتفاق التعاون، تولت شركة "إلي ليلي" تدريب موظفي شركة "بيوبراز" على مختلف جوانب البحث والتطوير والإدارة والتسويق. ومع انتهاء الاتفاق مع شركة "إلي ليلي" بعد مضي ست سنوات، صارت شركة "بيوبراز" من كبار منتجي الأنسولين باستعمال أحدث ما وصلت إليه التكنولوجيا. ودخلت منذ ذلك التاريخ في أبحاث سمحت لها بتحقيق تقدم كبير في هذا المجال. وأصبحت شركة "بيوبراز" الآن واحدة من بين الشركات الصيدلية الأربع – والشركة الوحيدة غير متعددة الجنسيات – التي تملك القدرات والتكنولوجيا التي تمكنها من إنتاج الأنسولين البشري المأشوب. وهي تكنولوجيا طوّرتها شركة "بيوبراز" بالتعاون مع جامعة برازيليا وأصبحت فيما بعد مشمولة بالحماية بموجب براءة في البرازيل وكندا وأوروبا والولايات المتحدة الأمريكية.

المصادر: موقع شركة "بيوبراز" *www.uol.com.br*، ومكتب الولايات المتحدة للبراءات والعلامات التجارية، والموقع *pharmalicensing.com*.

- **الشركات تجمع البراءات وتنتفع بها في عقود الترخيص والمشروعات المشتركة والمعاملات الأخرى التي تدرّ الربح**

يمكن للشركات كلها، سواء كانت من الشركات متعددة الجنسيات أو من الشركات الصغيرة والمتوسطة، أن تستفيد من جمع أصول الملكية الفكرية والدخول في معاملات لترخيص الملكية الفكرية.

ومن شأن تلك الأنشطة أن تشجع على التنافس وتتيح فرصا تجارية مربحة مما يفضي إلى إنشاء فرص للعمل والتدريب وتنمية الموارد البشرية وتوفير السلع والخدمات المطلوبة وزيادة العائدات للشركات والدخل للأفراد.

والهدف من البراءات اليوم، أكثر من أي وقت مضى، هو ترخيص أصول الملكية الفكرية وتقاسمها وتوزيعها وليس التقاضي بشأنها. ويعود ذلك الترخيص بمنافع جمّة. فقد حققت شركة أي بي إم على سبيل المثال عائدات بلغت ١,٧ مليار دولار أمريكي بفضل ترخيص البراءات في سنة ٢٠٠٠ فقط. وكذلك حصلت شركة تكساس إنسترومنت على مبلغ ٥٠٠ مليون دولار أمريكي. وزادت العائدات العالمية المحققة من ترخيص البراءات من ١٠ مليار دولار أمريكي سنة ١٩٩٠ إلى ١١٠ مليار دولار أمريكي سنة ٢٠٠٠. وينبغي ألا تدفع هذه الأرقام المدهشة إلى الاعتقاد بأن ترخيص التكنولوجيا حكر على كبريات الشركات متعددة الجنسيات أو مقصور على مؤسسات البحث المرموقة. فبوسع الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تملك أصولا من البراءات أن تساهم أيضا في مثل هذه العلاقات التجارية المدعومة بالبراءات. أما الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لا تملك أصولا من البراءات فعليها أن تعتمد على العامل الزمني للاستفادة في الأسواق من ميزة أو خدمة عالية الجودة أو عوامل أخرى. والبلدان النامية والبلدان المتقدمة في ذلك سيان.

البراءة ودورها في البلدان النامية

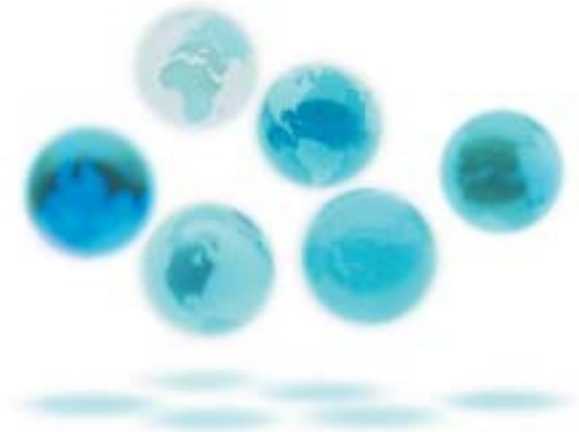
لا بد من الرد على ما يقال أحيانا من أن البراءات، على عكس أشكال الملكية الفكرية الأخرى، لا تخص البلدان النامية نظرا لتدني مستوى التطور التكنولوجي. ويدّعي البعض أن حق المؤلف والعلامات التجارية والبيانات الجغرافية قد تكون مفيدة وملائمة بالنسبة إلى تلك البلدان، وأن ذلك لا ينطبق على البراءات إلا إذا عملت البلدان النامية على توفير الحماية بموجب البراءات بغية استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر. ويذهب البعض من منتقدي نظام البراءات إلى القول إن البراءات قد تعود حتى بالضرر على الأمم النامية بسبب مما تتيحه البراءات لمالكيها من سيطرة على الأسواق والأسعار.

وهذه الأفكار القائلة بأن البراءات لا تنفع الأمم النامية أو أنها لا تتمشى والأهداف الاقتصادية إنما هي أفكار بعيدة عن الصواب إذ تعطي الانطباع بأن من الممكن الاستغناء بكل بساطة عن نظام البراءات الدولي ومع ذلك تحقيق نمو اقتصادي. وهذا مفهوم خاطئ لأن البراءات عنصر أساسي في الاستراتيجية الاقتصادية لجميع البلدان أيا كان مستوى نموها الاقتصادي.

وتحسن البلدان النامية، على مستويات متفاوتة، تدبير نظام البراءات وتسخيره للتنمية الاقتصادية على أكمل وجه. ودور حكوماتها وواضعي السياسات فيها حاسم في تمكين تلك البلدان من استغلال قوة نظام البراءات بفعالية في التنمية الاقتصادية من خلال تنفيذ سياسة استباقية بشأن البراءات.

السياسات الاستباقية بشأن البراءات

يقتضي الانتفاع بالبراءات لتنمية الاقتصاد وضع سياسة استباقية بشأن البراءات تكون مرتبطة في جوهرها بالتنمية الاقتصادية. وتؤكد تجارب سنغافورة وجمهورية كوريا في مجال سياسة البراءات أهمية انتهاج أسلوب استباقي. وينبغي أن ترسم السياسات الوطنية والسياسات الاستباقية بشأن البراءات بهدف النهوض بترخيص البراءات والمشروعات المشتركة والتحالفات الاستراتيجية التي من شأنها أن تشجع الاختراع على الصعيد الوطني والاستثمار الأجنبي المباشر. وبموازاة مع الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا من خلال السياسات الاستباقية بشأن البراءات، يساهم البحث والتطوير داخل الجامعات ومراكز الأبحاث في الإقلاع بتنمية المعارف المحلية ويتيح "الطاقة" اللازمة لتشغيل سلسلة الابتكار الوطني. وتصبح البراءات، إذا استعملت على نحو سليم، محركات فعالة للابتكار والبحث والتطوير واستحداث المنتجات والمعاملات التجارية على الصعيد الوطني فتعود بالنفع على الاقتصاد بشقيه الكلي والجزئي.



العلامات التجارية

تؤدي العلامات التجارية وظيفة قيّمة على مستوى الاقتصاد الكلي إذ تساعد على تعريف مصدر المنتجات والتكنولوجيا وتساهم بالتالي في تعزيز المساءلة أمام المستهلك. وتؤدي أيضا دورا استراتيجيا في الشركات على مستوى التسويق. والانتفاع بالعلامات لأغراض الترويج لدى المستهلك هو أكثر الاستعمالات شيوعا إذ يساهم في تعزيز مبيعات المنتجات. بيد أن استعمال العلامات صار أكثر تطوّرا وتنوعا.

وتساعد العلامات التجارية على توطيد العلاقة مع المستهلك. وتبيّن الدراسات أن دور استبقاء المستهلك في تحقيق الأرباح يعادل دور استقطاب مستهلكين جدد: "وقد ساهم خفض حالات فقدان الزبائن بنسبة ٥ في المائة فقط في توليد ٨٥ في المائة من الأرباح الإضافية في فرع أحد المصارف و٥٠ في المائة من الأرباح الإضافية في شركة تأمين و٣٠ في المائة من الأرباح الإضافية في شركة محطات صيانة السيارات". وإلى جانب النهوض بمبيعات المنتجات وتوطيد العلاقة مع المستهلك، فإن العلامات التجارية تساعد مالكيها على زيادة نسبة الأرباح والردّ 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.

والعلامة التجارية هي أيضا أحد العناصر الأساسية من عقود الامتياز. وتقدر الرابطة الدولية للحاصلين على حقوق الامتياز أن عقود الامتياز تمثل ثلث جميع المبيعات بالتجزئة في الولايات المتحدة الأمريكية، بما في ذلك مبيعات شركات مثل ماكدونالدز وكوكا-كولا وجنرال موتورز وريماكس. وتعدّ استراتيجية الانتفاع بالعلامة التجارية مع عقود الامتياز نموذجا تجاريا فعالا في العديد من البلدان (أنظر الإطار δ).

بإذن من شركة فيجيميت

δ "ناندوز": نجاح باهر في الانتفاع بالعلامات في جنوب أفريقيا

كان تحضير الدجاج، في قلب الجالية البرتغالية في جوهانسبرغ، يتم حسب طريقة طبخ سرية للغاية. وفي سنة ١٩٨٧، اشترك فرناندو دوارتي وصديقه روبرت بروزين في إنشاء "ناندوز" التي أصبحت اليوم سلسلة آخذة في التوسع من مطاعم الوجبات السريعة وتضم حوالي ٢٠٠ محل في أفريقيا وأستراليا وكندا ومصر وإسرائيل وماليزيا والمملكة العربية السعودية والمملكة المتحدة. واكتسبت الشركة سمعة وشهرة تجارية دولية مذهلة باسمها "ناندوز" الذي يقترن بسرعة ووضوح بمحلاتها لبيع الدجاج في وجبات سريعة عبر العالم. ثم إن الشركة تملك الآن حقيبة دولية مهمّة من العلامات التجارية المسجلة باسمها "ناندوز" (Nando's). وبفضل قوة هذه العلامة التجارية، استطاعت الشركة أن تنوع أنشطتها في قطاعات أخرى تشمل منتجات وسلع تجزئة تحمل علامة "ناندوز". وصرح السيد بروزين قائلا: "شركتنا واحدة من أكبر الشركات العالمية غير الأمريكية في مجال مطاعم الخدمات السريعة. وقد استوردت العديد من شركات جنوب أفريقيا علامات تجارية عالمية، ولكن لم يسبق وأن انتفع أحد بعلامة جنوب أفريقية للاتجار بها في الأحياء التجارية. وهذا ما نحاول تحقيقه".

ورفعت شركة "ناندوز" في مارس/آذار ٢٠٠٠ قضية بشأن السطو الإلكتروني أمام مركز الويبو للتحكيم والوساطة بناء على السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المنطبقة على الحقول العليا المكونة من أسماء عامة، وهي سياسة موحدة اعتمدتها هيئة الإنترنت المعنية بالأسماء والأرقام المعيّنة (ICANN). وكان المدعى عليه، والذي يقيم في ولاية كاليفورنيا، قد سجل اسمي الحقلين nandos.com وnandoschicken.com واقترح ترخيصهما أو بيعهما لشركة "ناندوز". وجاء قرار الهيئة الإدارية لصالح شركة "ناندوز" وأُمر المدعى عليه بنقل اسمي الحقلين إلى الشركة.

المصدران: شركة ناندوز الدولية المحدودة وصحيفة "فينانشل تايمز" (لندن)

ومن تجليات مستوى التعقيد الذي يبلغه الانتفاع بالعلامات التجارية الترخيص الذي يخص شخصية هاري بوتر من سلسلة كتب الأطفال الشهيرة بقلم ج. ك. راولين. وكانت شركة وارنر براذرز هي التي اكتسبت حقوق تسويق المصنف على الصعيد العالمي. واندهشت أمام نجاح الفيلم السينمائي "هاري بوتر وحجرة الساحر" الذي سجل إحدى أكبر الافتتاحيات في التاريخ. فحققت الشركة أرباحا تبلغ حوالي ٩٣,٥ مليون دولار في الأيام الثلاثة الأولى. وكانت شركة وارنر براذرز قد قسمت حقوق الترخيص فيما بين مختلف شركائها التجاريين والحاصلين على تراخيصها إذ حصلت "هاسبرو" على حقوق توزيع البطاقات التجارية والألعاب الإلكترونية للأطفال، وحصلت منافستها "ماتيل" على حقوق صنع اللعب، وحصلت شركة أخرى على حقوق صنع الحلوى التفاعلية، وحصلت شركة "إلكترونيك آرتس" (وهي شركة متخصصة في صنع برامج التسلية الحاسوبية) على حقوق صنع ألعاب هاري بوتر على الحاسوب والفيديو، وحصلت كوكا-كولا أيضا على حقوق أخرى تتعلق بتسويق الفيلم السينمائي. وفي ظل هذه الشبكة المعقدة من الاتفاقات والعقود، يصبح ترخيص العلامة التجارية وسيلة تمكّن من "توسيع نطاق العلامة" والاشتراك في التسويق بحيث يساعد كل منتج على بيع المنتجات الأخرى من خلال تعزيز شعبية الشخصية المعنية.

ولقد تغيّرت أوجه الانتفاع بالعلامات التجارية وزادت تعقيدا مع تزايد أهمية التكنولوجيا كأحد مكونات المشروعات التجارية، مثل استعمالها للدلالة على احترام معايير السلامة واستيفاء المواصفات التقنية وتطابق التشغيل في الأنظمة التقنية المعقّدة. وهناك اتجاه آخر تقوده التكنولوجيا حيث أثار بروز الإنترنت عددا من القضايا الصعبة فيما يتعلق بتداخل أسماء الحقول والعلامات التجارية.

وأصبحت بعض العلامات التجارية "أيقونات ثقافية" إذ تجاوز نطاق الانتفاع بها دائرة الترخيص التجارية إلى الأفراد والمنظمات الخيرية والأمم التي تسعى إلى التعريف بخصائصها المميزة. وعلى سبيل المثال، تسعى نجمة ريكيافيك (إيسلندا)، المطربة بيورك، إلى نقل الصورة المنعشة وغير التقليدية التي تعكس طبيعة البلد. وعمدت اللجنة الصينية الأولمبية إلى إعادة تصميم الرمز الأولمبي للتعبير عن الحركة التي تميّز تمارين تاي تشي الرياضية. أما إسبانيا فتروّج للأنشطة السياحية من خلال رمز إسبانيا المشمسة.

والعلامات التجارية أداة تجارية فعالة تساعد على إيصال صورة متكاملة ومركّزة عن المنتجات والتكنولوجيا والثقافات والأفراد. ويمكن تجديد العلامات التجارية بلا نهاية، على عكس البراءات وحق المؤلف، وتشكل بالتالي ثروة قوية جدا من أصول الملكية الفكرية. وتصبح أكثر فعالية عند إدماجها ضمن استراتيجية تجارية وتسويقية شاملة، قد تغطي معاملات الترخيص والبيع التي تخص منتجات ناجحة وأشكال أخرى من الملكية الفكرية. بيد أنها قد تتضرّر في حال كانت المنتجات والتكنولوجيا التي تميّزها دون تطلعات المستهلك.

البيانات الجغرافية

تعبّر البيانات الجغرافية عن رسالة معيّنة، شأنها في ذلك شأن العلامات التجارية. وتعلِم المستهلك المحتمل أن المنتَج قد تم إنتاجه في مكان معيّن وأنه يتميّز بخصائص لا توجد إلا في ذلك المكان. ويمكن الانتفاع بالبيانات الجغرافية وفقا لاستراتيجية محدّدة بغية الترويج لشركات إقليمية أو وطنية.

ويمكن أن تتحسّن صورة منتجات منطقة معيّنة في نظر المستهلكين إذا كان كل من جمعية منتجي تلك المنطقة والأعضاء فيها يتمتع بالحق الاستئثاري في الانتفاع ببيان جغرافي معيّن. والبيانات الجغرافية قادرة على إضفاء مزيد من الحيوية على المنتج وتعزيز مكانته في الأسواق، شأنها في ذلك شأن العلامات التجارية، ذلك أنها أصيلة في المجموعة التي تملكها ومن أفضل أدوات التنمية الاقتصادية للمناطق والمجتمعات المحلية.

والمشروب المكسيكي "تيكيلا" هو خير دليل على النجاح الذي يمكن تحقيقه بفضل الانتفاع بالبيانات الجغرافية وفقا لاستراتيجية محددة (أنظر الإطار ٧).

بإذن من شركة روكفور

٧ مشروب "تيكيلا" لا يعصَر إلا حيث ينمو صبّار الأغاف

مشروب "تيكيلا" هو مشروب مكسيكي اكتسب هوية متميّزة ومعزّزة أيضا بتصاميم زجاجاته التي تبيّن بعض الرموز الخاصة بالمكسيك. ولعل الكثيرين لا يعرفون أن مشروب "تيكيلا" لا يعصر إلا في منطقة محدّدة في المكسيك حيث تنمو المادة الأولية لعصره ألا وهي صبّار الأغاف، وأن الاسم "تيكيلا" محميّ كبيان جغرافي في المكسيك بموجب مرسوم رئاسي صدر سنة ١٩٧٧. ويجيز ذلك الصكّ التشريعي الخاص استخدام الاسم "تيكيلا" فقط بالنسبة إلى المشروبات المعدّة في خمس ولايات مكسيكية تملك الحق الاستئثاري في إنتاج المشروب. ولمشروب "تيكيلا" اليوم سمعة عالمية. وبفضل حماية ذلك الاسم كبيان جغرافي في العديد من البلدان، أصبح بالإمكان منع المنافسين من استخدامه بالنسبة إلى المشروبات الكحولية غير المنتجة في المناطق المكسيكية المتميّزة بإنتاجها أو غير المنتجة وفقا للتشريع المكسيكي المنطبق. ويتمتع الاسم "تيكيلا" بالحماية كتسمية منشأ بناء على اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي (وهو اتفاق دولي تديره الويبو). وزادت مبيعات مشروب "تيكيلا" إذ استطاع منتجوه ضمان جودة المنتج ومنع استعمال الاسم لمنتجات مصنوعة بمكونات مختلفة مما قد يسيء بسمعة المنتج المكسيكي الأصلي ويضلّل المستهلك.

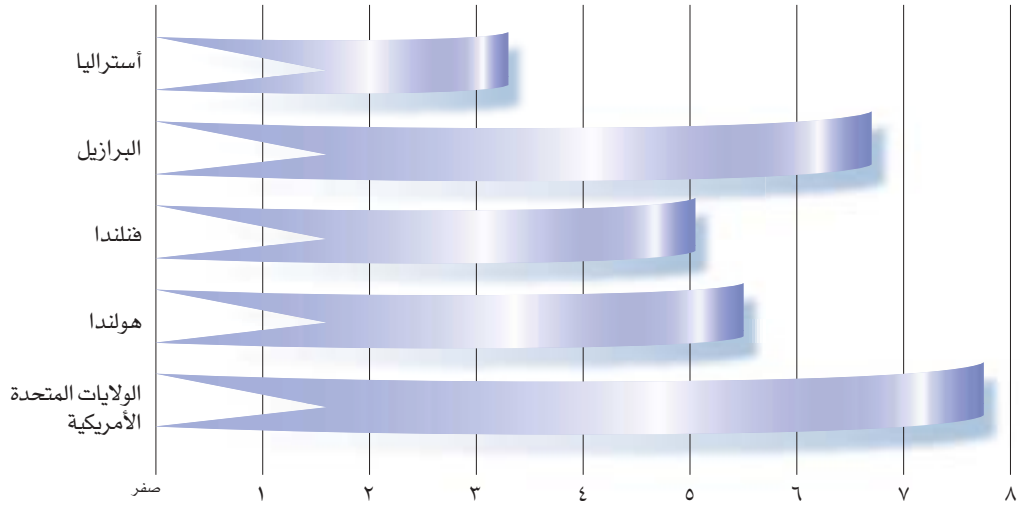
المصدر: المجلس التنظيمي لمشروب تيكيلا

حق المؤلف والأنشطة الثقافية

حق المؤلف باب في القانون ينص على حماية مصنفات التأليف الأصلية مثل الكتب والرسوم والهندسة المعمارية والمؤلفات الموسيقية والبرامج الحاسوبية. وتفسح الحماية القانونية المكفولة لتلك المصنفات المجال أمام تطور الأنشطة الثقافية وانتشارها بالإضافة إلى المشروعات التكنولوجية القائمة على برامج الحاسوب وسائر مجالات التكنولوجيا.

وتعطي الإحصاءات الواردة أدناه (أنظر الشكل Σ) فكرة عن حجم الأنشطة في إطار حق المؤلف. ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلا، بلغ إجمالي مساهمة القطاعات القائمة على حق المؤلف في سنة ٢٠٠١ حوالي ٧٩١,٢ مليار دولار أمريكي في اقتصاد البلد مما يشكل حوالي ٧,٧٥ في المائة من الناتج المحلي الإجمالي.

Σ إجمالي مساهمة القطاعات القائمة على حق المؤلف في الناتج المحلي الإجمالي (نسبة مئوية)



وفيما يلي نبذة موجزة عن التأليف الموسيقي وهي مثال عن دور حق المؤلف والحقوق المجاورة في الأنشطة الثقافية. والأغنية، أو بالأحرى القطعة الموسيقية، هي نقطة البداية في المشروع ككل الذي يقوم عليه النموذج التجاري في قطاع الموسيقى. ويملك كاتب الأغنية أو الملحن جميع حقوق المؤلف في العمل الموسيقي عند تثبيته أي عندما "يثبَّت" ماديا إما بالعلامات الموسيقية (النوتة) أو بالتسجيل التناظري أو الرقمي. وبعد الإبداع أو التثبيت، حسب التشريع الوطني، تدخل الحماية بموجب حق المؤلف حيز التنفيذ تلقائيا ودون أية إجراءات شكلية إضافية. وبالنظر إلى المثال الوارد أدناه (أنظر الإطار η)، يمكن بسهولة فهم سبل الانتفاع بها المتنوعة والإبداعية.

η سندات المطرب "دافيد بووي"

ألّف الفنان البريطاني الشهير دافيد بووي خلال حياته الفنية التي تزيد على ٣٠ سنة، مئات المؤلفات الموسيقية، بالإضافة إلى أدائها وتسجيلها. وبفضل تسجيلاته لتلك المؤلفات وأغانيه التي يؤديها فنانون آخرون، أصبح له دخل مستمر. ومن الأرجح أن يتواصل في المستقبل أيضا. ورأت مؤسسة مبدعة في مجال السمسرة والوساطة، مجموعة بولمان، فرصة جديدة في تحويل المؤلفات الموسيقية إلى "أوراق مالية" فتصبح أصولا تدرّ العائدات. فحصلت على ترخيص لحقوق المطرب في مؤلفاته الموسيقية مقابل ٥٥ مليون دولار أمريكي. ثم باعت للمستثمرين سندات على أساس نموذج التسديد والربح باستعمال العائدات المحققة من المؤلفات الموسيقية كضمان للاستثمار ومصدر للتسديد في آن واحد. وهذه حالة مربحة للجميع حتى الآن. فدافيد بووي يحصل على دخل حالي قائم على عدة سنوات من الإتاوات المدرجة في خطة محدّدة. وتحصّل مجموعة بولمان الرسوم وستحقق أرباحا من نموذجها التجاري الجديد. ويحقق المستثمرون عائدات على استثمارهم بأسعار تفوق الأسعار العادية. والعملية كلها مضمونة بأصول من الملكية الفكرية أثبتت جدارتها، وكل ذلك يتم بطريقة ابتكارية جدا.

المصدران: موقع مجموعة بولمان *www.pullmanco.com*، ومجلة "غلوبال فاينانس"، عدد نوفمبر/تشرين الثاني ١٩٩٩.

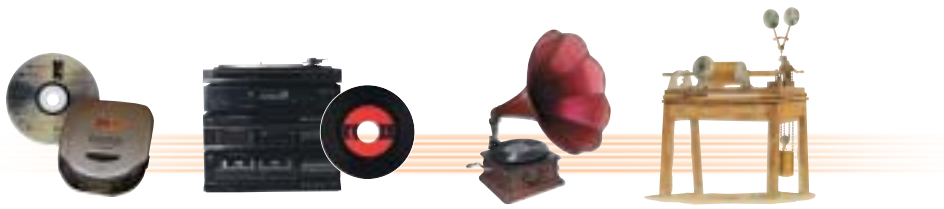
الإدارة الجماعية لحق المؤلف والحقوق المجاورة

قد يصعب جدا على المبدعين الأفراد مراقبة الانتفاع بمصنفاتهم على محطات الراديو أو التلفزة. ولذلك، أنشئت في بعض البلدان هيئات خاصة (جمعيات الإدارة الجماعية) لأداء تلك المهمة والحرص على أن يحصل المبدعون على مكافآت لقاء الانتفاع بمصنفاتهم. ويمكن أن تساعد تلك الجمعيات على النهوض بالثقافات المحلية من خلال منح الفنانين المحليين مثلا مكافآت لقاء ملكيتهم الفكرية عند إذاعة مصنفاتهم الموسيقية محليا أو في الخارج. وقد تبلغ تلك العائدات مبالغ لا يستهان بها فتساهم بقدر كبير في الناتج القومي الإجمالي.

حق المؤلف والتغيرات التكنولوجية

طرح ظهور التكنولوجيا الجديدة في وسائل الإعلام والمعلومات والاتصالات وتطورها – مثل مسجلات شرائط الفيديو في نهاية السبعينات والثورة الرقمية في الثمانينات وشبكة الإنترنت في التسعينات – تحديات مستمرة أمام قوانين حق المؤلف والقطاع الثقافي والأوساط الثقافية التي تنشط وتزدهر في إطار تلك القوانين.

واكتسحت الأقراص المدمجة سوق الأسطوانات التقليدية والشرائط الموسيقية ففتحت بذلك فرصة أمام شركات الموسيقى لبيع منتجاتها من جديد في شكل أقراص مدمجة. ويلاحظ اليوم تطوّر مماثل في قطاع الإنتاجات السمعية البصرية في أشكال رقمية. وتتميّز أقراص الفيديو الرقمية بجودة الصورة ودقّتها وأسعارها المعقولة. وظهر اليوم جيل جديد من مستهلكي الإنتاجات السمعية البصرية بذاك الشكل الجديد، بما فيها تلك التي كانت في عداد المنتجات غير المجدية اقتصاديا. بيد أن محتويات أقراص الفيديو الرقمية تتميّز أيضا بسهولة نَسخ محتوياتها ونشرها على مواقع الإنترنت. وهكذا تصبح ملايين النسخ عرضة للقرصنة.



بإذن من شركة إي إم أي

بإذن من شركة سوني

وتبذل في القطاع السمعي البصري جهود جمّة لمنع تلك الممارسات أو وقفها في حين حدوثها والمطالبة بتوقيع عقوبات مدنية أو جنائية على مرتكبيها. وتعد التدابير التكنولوجية، كالتجفير مثلا، من الوسائل الأساسية في منع القرصنة الرقمية. ولذلك الغرض تضم أحدث معاهدات الويبو في مجالي حق المؤلف والحقوق المجاورة، وهما معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف ومعاهدة الويبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي، أحكاما خاصة تحظر التحايل على تدابير الحماية التكنولوجية في المصنفات المحمية بموجب حق المؤلف.

وفي مجال الموسيقى، يسّرت تكنولوجيا MP-3 للملفات الصوتية عملية ضغط الملفات الموسيقية بغية تقليص حجمها بنسبة عالية وتسهيل نشرها ونقلها على الإنترنت وتسجيلها بصورة جيّدة في أجهزة محمولة. ونظرا إلى سهولة استخدام تلك التقنيات، يمكن الاعتماد عليها لأغراض التحميل من الإنترنت والنقل دون معرفة أصحاب الحقوق في الموسيقى ولا موافقة منهم، مما يشكّل تعديا على جوهر قانون حق المؤلف وأحكامه الصريحة (أنظر الإطار λ).

λ قضية "نابستير": القرصنة على الإنترنت

أصدرت محكمة الاستئناف للدائرة التاسعة في الولايات المتحدة الأمريكية، في ١٢ فبراير/شباط ٢٠٠١، حكمها الشهير في قضية قانونية مهمة ألا وهي قضية "مؤسسة أي أند إم للتسجيل وآخرون ضدّ شركة نابستير"، فأمرت بأن دفع شركة نابستير بمبدأ "الانتفاع المشروع" حجة لا أساس لها. ونابستير موقع وبرنامج لنقل الملفات الموسيقية حقق نجاحا باهرا (حوالي ١٠ ٠٠٠ عملية نقل في الثانية) ويستعمل مصنفات موسيقية محمية بحق المؤلف ومنقولة دون تصريح من أصحاب الحقوق. فكان إذاً مشروعا قائما على معاملات غير قانونية، بيد أنه ساهم في تطوير أساليب تجارية جديدة في عالم التسجيل الموسيقي.

المعارف التقليدية

لم تهتم أوساط الملكية الفكرية بالمعارف التقليدية إلا مؤخرا. والمقصود بالمعارف التقليدية هنا بصورة عامة تلك الابتكارات والإبداعات النابعة من التقاليد والمتشعبة عن النشاط الفكري في المجالات الصناعية والعلمية والأدبية والفنية. وهناك إقرار متزايد اليوم بأن الانتفاع بالملكية الفكرية من شأنه أن يعزّز القيمة الاقتصادية لثروات المعارف التقليدية.

ويعمل أصحاب المعارف التقليدية على استكشاف أفضل السبل لتسويق تطبيقاتها العملية باستعمال مختلف مناهج الملكية الفكرية بما في ذلك قوانين البراءات والعلامات التجارية وحق المؤلف (أنظر المثال الوارد في الإطار χ). وإذا كان المنتج أو التكنولوجيا أو المصنف جماعيا أو يرجع أصله إلى زمن بعيد، فإن ذلك لا يمنعه من أن يعامَل معاملة ملكية فكرية. فالملكية الفكرية مرتبطة برمّتها باختراعات ومعارف وإبداعات سابقة. وغالبا ما يفضي تحسين التكنولوجيا السابقة إلى اختراعات جديدة قيّمة وينتهي التصرف في أحد التقاليد الفنية القديمة إلى إبداع مصنف جديد. وهذه المسألة من محاور النقاش في لجنة الويبو الحكومية الدولية المعنية بالملكية الفكرية والموارد الوراثية والمعارف التقليدية والفولكلور. وهي لجنة تحرز تقدّما كبيرا في التصدي لنقاط الاتصال السياسية والعملية بين نظام الملكية الفكرية واحتياجات أصحاب المعارف التقليدية وأمناء الثقافات التقليدية وانشغالاتهم.

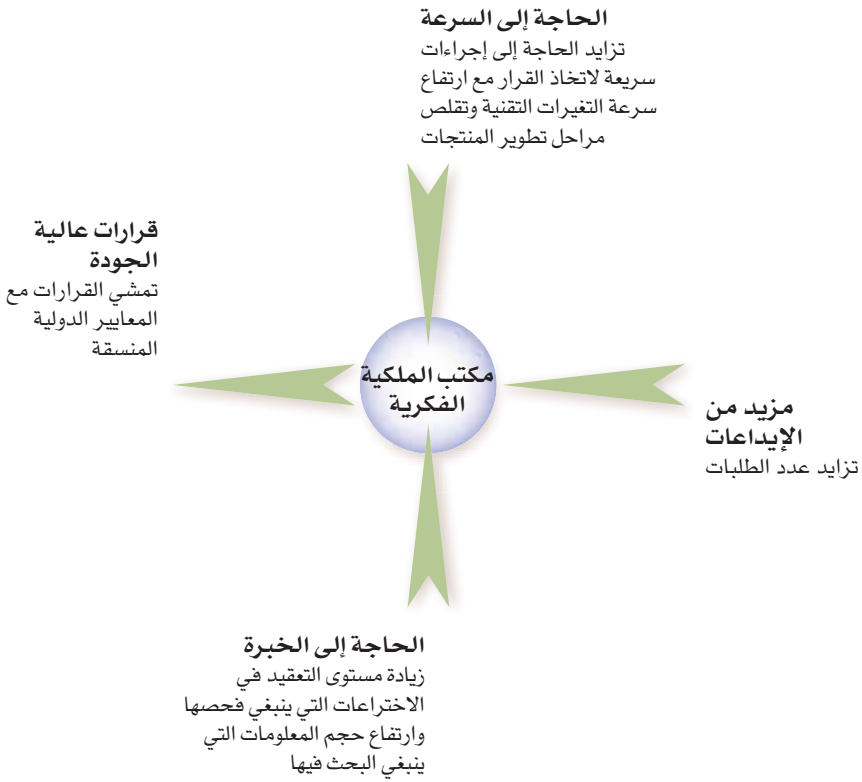
χ علامة أصالة لأعمال السكان الأصليين

تعكف أستراليا حاليا على بحث إمكانيات تسجيل العلامات التجارية والجماعية وعلامات التصديق لحماية الابتكارات والإبداعات القائمة على التقاليد، وقد أصدرت علامة أصالة لأعمال السكان الأصليين في أواخر سنة ١٩٩٩. والعلامة من إعداد الرابطة الوطنية للدفاع عن فنون السكان الأصليين بدعم من لجنة الشعوب الأصلية وسكان مضيق توريس (ATSIC) ومجلس أستراليا للفنون. ويعدّ الانتفاع بعلامات الأصالة أسلوبا فعالا للحفاظ على الهوية الثقافية لفنون الشعوب الأصلية وسكان مضيق توريس وضمان عائدات معقولة ومنصفة لهم وإذكاء الوعي، على الصعيدين الوطني والدولي، بتراثهم الثقافي والفني.

أنظمة اكتساب حقوق الملكية الفكرية

مكتب الملكية الفكرية هو الوحدة الإدارية الرئيسية في الحكومة التي تتولى إدارة نظام اكتساب حقوق الملكية الفكرية والمحافظة عليها. وقد انصب التركيز مؤخرا بصورة خاصة على التكلفة الاقتصادية والاجتماعية لإنشاء مكتب الملكية الفكرية وصيانته، لا سيما وأن المنتفعين بنظام الملكية الفكرية يطالبون بخفض رسوم إيداع طلبات حقوق الملكية الفكرية والحصول عليها والحفاظ عليها (أنظر الشكل Φ).

Φ تزايد الطلب على خدمات مكاتب الملكية الفكرية



بيد أن جميع مكاتب الملكية الفكرية تقريبا يعاني من قيود مالية وصعوبات في تعيين الموظفين المؤهلين واستبقائهم. وتشتد مشكلة الموارد المحدودة في العالم النامي على وجه الخصوص ويعني ذلك أن المكاتب لا تستطيع في أغلب الحالات تقديم الخدمات التي تودّ إتاحتها للمنتفعين بنظام الملكية الفكرية في تلك البلدان (أنظر الجدول ٨).

٨ الموارد البشرية والمالية لقائمة مختارة من مكاتب البراءات

البلد (مكتب البراءات)	عدد الموظفين: المجموع	طلبات البراءات (بما فيها التعيينات بناء على معاهدة التعاون بشأن البراءات)	الميزانية السنوية لمكتب الملكية الفكرية (بملايين الدولارات الأمريكية)
الولايات المتحدة الأمريكية	٤ ٧٠٠	٢٦٢ ٧٨٧	٨٦٣
المكتب الأوروبي للبراءات (٢٠ دولة)	٤ ٤٠٠	١٢١ ٧٥٠	٥١٣
الاتحاد الروسي	٢ ٧٠٠	٥٨ ٥٣٢	١٤,٣
اليابان	٢ ٥٠٠	٤٣٧ ٣٧٥	٨٤٤
جمهورية كوريا	١ ٠٠٢	١٢١ ٧٥٠	١٢٠
السويد	١ ٠٠٠	١٤٩ ٤٩٣	٦٩
أستراليا	٨٣٠	٥٧ ٧٠٦	٤٢
المكسيك	٦١١	٤٤ ٧٢١	٢٥,٥
البرازيل	٦١٠	٥٠ ٨٦٦	٤٢
إسبانيا	٦٠٠	١٤٧ ٨٨٩	٤٥,٣
مصر	١٤٦	١ ٦٨٢	١
سنغافورة	٨٥	٤٤ ٩٤٨	٤,٩

حلول عالمية وإقليمية

كانت الدول الأعضاء في الويبو قد نظرت في إمكانية إرساء نظام دولي للبراءات كحل على المدى الطويل حين اعتمدت معاهدة التعاون بشأن البراءات في يونيه/حزيران ١٩٧٠. وأمام البلدان اليوم أسباب أكثر من ذي قبل للبحث عن حلول عالمية وإقليمية من أجل استغلال الموارد المتاحة وتخفيض التكاليف وزيادة القيمة بالنسبة إلى المنتفعين. وهي ترغب أيضا في الاستفادة من الثورة الرقمية التي تتيح لها إمكانية تعزيز التعاون وتبادل البيانات والمعلومات بوسائل سريعة تستغني عن الورق ولا تكلف الكثير.

وبدأت الويبو في أكتوبر/تشرين الأول ٢٠٠١ مشاورات على الصعيد العالمي حول وضع الخطط الاستراتيجية الأولية لتطور نظام البراءات الدولي في المستقبل.

وهي مبادرة أطلق عليها اسم "جدول أعمال الويبو بشأن البراءات" وترمي إلى إيجاد حلول للمشكلات طويلة الأمد وللصعوبات الآنية أيضا، ومنها على وجه التحديد تلك التي يواجهها عدد من مكاتب البراءات في إدارة عبء العمل المفرط. ويأتي هذا المشروع تكميلا للعمل الجاري وتعزيزا له مثل الأعمال الرامية إلى إصلاح قطاع معاهدة التعاون بشأن البراءات وتنسيق قانون البراءات الموضوعي.

إنفاذ حقوق الملكية الفكرية

يصبح إنفاذ حقوق الملكية الفكرية ضروريا عندما لا يحترم الناس حقوق الغير. والأسباب وراء عدم احترام حقوق الغير متعددة ومتنوعة من الجشع إلى الحاجة الفعلية ومن قلة الوعي إلى النوايا الإجرامية الخبيثة وحتى الأخطاء البريئة. وتتفاوت جسامة التعدي على الحقوق تفاوتا كبيرا من النسخ غير القانوني للمصنفات المحمية في البيت لأغراض شخصية إلى مشروعات إجرامية لأغراض الاتجار على نطاق واسع، مما ينتهي بإعداد مئات الآلاف من النسخ غير القانونية.

وإذا اكتسبت المنتجات غير القانونية حصتها من السوق (أو قضت على سوق محتملة) وتسبّبت في مخاطر تهدّد الصحة والسلامة، وإذا حالت الممارسات الإجرامية دون استرجاع الاستثمارات، صارت آليات الإنفاذ لازمة من أجل حماية المصالح الحيوية لأصحاب الحقوق المعنيين والمصالح الحيوية للجمهور أيضا. وخلصت المنظمات الدولية والمنظمات غير الحكومية وهيئات دوائر الأعمال التي من مهماتها التعامل مع مختلف جوانب التزوير والقرصنة وآثارهما إلى تقديرات تدل على أن حصة سوق المنتجات غير القانونية المزورة في مجموع التجارة العالمية تتراوح بين ٥ في المائة و٧ في المائة (أنظر الجدول ٣).

٣ النسبة المقدرة للمنتجات المزورة والمقرصنة

المنظمة	التقديرات
منظمة الجمارك العالمية	حوالي ٥٪ من إجمالي التجارة العالمية
المفوضية الأوروبية	بين ٥٪ و٧٪ من التجارة العالمية مما يمثل ٢٠٠ إلى ٣٠٠ مليار يورو من الخسارة في العائدات سنويا، و٢٠٠ ٠٠٠ فرصة عمل مفقودة على الصعيد العالمي
منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي	أكثر من ٥٪ من التجارة العالمية

المصادر: *www.interpol.int*؛ لجنة الجماعات الأوروبية، "كتاب أخضر: مكافحة التزوير والقرصنة في السوق المشتركة" (بروكسل، ١٩٩٨)، ٢، أنظر الموقع: *http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/intprop/indprop/922.htm*؛ منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، مكتب المعلومات عن التزوير التابع للمركز التجاري الدولي، "وقع التزوير على الاقتصاد"، الوثيقة *DSTI/IND(97)6/REV1* (باريس، ١٩٩٨)، ٥.

الوقع السلبي على الصناعات المحلية

تتكبد البلدان التي يتفشى فيها التزوير والقرصنة، والتي تكاد تنعدم فيها الجهود الحكومية المركزة من أجل منع تلك الممارسات، خسائر على عدة مستويات ملموسة وغير ملموسة.

ويعمد صانعو السلع المشروعة مثلا إلى إقامة مرافقهم في بلدان أخرى تسهر على إنفاذ حقوق الملكية الفكرية. ويؤدي ذلك إلى فقدان الاستثمارات الأجنبية المباشرة ونقل التكنولوجيا والدراية العملية الأجنبية التي قد تصحبها. ويؤدي فقدان ذلك الاستثمار أيضا إلى خسارة في العائدات الأجنبية التي تؤثر بدورها في ميزان مدفوعات البلد.

وتتواصل هذه السلسلة على نحو يضرّ بآفاق البلد على الأجل البعيد، ذلك أن المبدعين والمخترعين والشركات الصغيرة والمتوسطة في البلد يصابون بالإحباط إذ يعلمون أن منتجاتهم تتعرّض للنسخ وتباع بصورة غير قانونية فيحرمون من عائدات ما استثمروه. ويؤدي ذلك إلى إعاقة النموّ في المستقبل ويعكّر جوّ العمل والحيوية وهما جزء لا يتجزأ من العملية الابتكارية. وذاك جوّ أساسي لتحقيق الرفاه في المجتمع، ولا يصبح ملموسا إلا عندما يسود في البلد. وخير مثال على ذلك "سيليكون فالي" في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية ومدينة "بانغالور" في الهند.

العواقب الاجتماعية الناتجة عن التزوير والقرصنة

تقع العواقب الاجتماعية الناتجة عن التزوير والقرصنة شخصيا على الفنانين والمبدعين والمقاولين.

وتزوير الأدوية وقطع غيار الطائرات والسيارات له أثر ضار في صحة الناس وسلامتهم. وتقدر منظمة الصحة العالمية أن حوالي ٦ في المائة من المستحضرات الصيدلية التي تباع في العالم هي منتجات مزوّرة.

وتسجّل أكبر حصة من تلك المبيعات في البلدان النامية إذ تبلغ نسبة الأدوية المزورة ٧٠ في المائة من إجمالي مبيعات الأدوية في بعض البلدان الأفريقية.

السبيل إلى إرساء ثقافة الملكية الفكرية

تعمل الويبو على إذكاء الوعي على جميع المستويات بقيمة الملكية الفكرية ووقعها الإيجابي المحتمل على المجتمع.

ويقتضي إدراك دور الملكية الفكرية كمصدر للنشاط الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، ضمان ما يلي:

- عمل المسؤولين الحكوميين والوكالات العمومية على صياغة سياساتهم وبرامجهم الإدارية والتنظيمية بهدف ضمان الانتفاع بحقوق الملكية الفكرية واحترامها على أكمل وجه؛
- واستغلال القطاع الخاص ككل، من الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى الشركات متعددة الجنسيات، قيمة أصوله من الملكية الفكرية وإقراره بقيمة صون حقوق الملكية الفكرية في الصناعات والاقتصادات القائمة أكثر مما سبق على المعارف؛
- وإدراك الجمهور مزايا شراء السلع والخدمات المشروعة والإسهام بالتالي في تعزيز الصناعات المحلية ورفع القاعدة الضريبية.

وفي غياب ثقافة الملكية الفكرية يتحجر الاقتصاد أو يركد ويتراجع الإبداع والابتكار ويفتقر المحيط التجاري إلى الاستثمار الأجنبي المباشر والثبات والثقة. ويقتضي إرساء ثقافة الملكية الفكرية في البلدان النامية التي لم تكوّن بعد ثروات الملكية الفكرية وضع سياسات استباقية.

ويمكن الشروع في تلك السياسات بما يلي:

- إجراء مراجعة للملكية الفكرية من أجل تقييم الوضع الراهن لأصولها؛
- وإعداد استراتيجية وطنية بشأن الملكية الفكرية وإدماجها مع السياسات العلمية والثقافية والتجارية والاقتصادية والتعليمية؛
- وإتاحة حوافز وجوائز للمخترعين والمؤلفين والجمعيات والمنظمات الجماعية التي تكوّن أصول الملكية الفكرية وتنتفع بها.

ولا بد من الاهتمام بجميع العناصر اللازمة لتحضير الأرض الخصبة لصون نمو ثقافة الملكية الفكرية وهي تنمية الموارد البشرية والتعليم والتسويق وتحديث مكاتب الملكية الفكرية وإداراتها وإشراك منظمات المجتمع المدني والتشجيع على الابتكار والنهوض بثقافة الملكية الفكرية في الجامعات ومراكز الأبحاث ووضع برامج لصقل المهارات العملية مثل الترخيص وسن قوانين جيّدة الصياغة وإنفاذ الحقوق بفعالية (أنظر الإطار β).

β إرساء ثقافة الملكية الفكرية في سنغافورة بواسطة سياسات استباقية

تقرّ سنغافورة بأهمية الملكية الفكرية في اقتصادها كمورد من الموارد الوطنية ودورها في استقطاب الاستثمار الأجنبي. وسعيا إلى جعل الملكية الفكرية من الأصول الاستراتيجية والتنافسية، اعتمدت سنغافورة سياسة استباقية في جوهرها في مجال حقوق الملكية الفكرية ترمي إلى تطوير الصناعات التي تعود بقيمة مضافة عليها وتأتي بموضوعات إبداعية متقدمة. وفي سنة ٢٠٠٠، تحوّل مكتب سنغافورة للملكية الفكرية إلى مجلس تشريعي شبه مستقل وأنيطت به مهمات عدة منها إدارة نظام الملكية الفكرية في سنغافورة. ومن المبادرات التي أقدم عليها المكتب مؤخرا إتاحة المعلومات المتعلقة بالملكية الفكرية عبر موقع "SurfIP" الذي أنشئ مؤخرا على الإنترنت (http://www.surfip.gov.sg)، وهو بوابة للملكية الفكرية تتيح إمكانية البحث في قواعد بيانات متعددة بشأن البراءات وفي أنظمة قضائية مختلفة وتوفر أيضا مراجع تقنية وتجارية أخرى. أما فيما يتعلق بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية، فإن مسؤولية الإنفاذ على الصعيد المحلي تقع على عاتق فرع حقوق الملكية الفكرية وهي شعبة مكافحة الجريمة المتخصصة التابعة لإدارة التحقيق الجنائي. وأما مسؤولية الإنفاذ الحدودي فتقع على عاتق إدارة الجمارك والضرائب. وفي مجال التعليم، تعدّ سنغافورة حملات لتوعية الجمهور ينظمها مكتب سنغافورة للملكية الفكرية والمجلس الوطني للعلوم والتكنولوجيا بغية إذكاء وعي الجمهور بحقوق الملكية الفكرية. وسنغافورة اليوم هي إحدى الأمم الرائدة في إيداع البراءات وتكوين أصول الملكية الفكرية الأخرى.

المصدر: الدكتورة نغ سيو كوان، جامعة سنغافورة الوطنية.

قوة الملكية الفكرية وفعاليتها

الملكية الفكرية هي التطبيق التجاري للابتكار والإبداع بغية تحسين حياتنا وإثرائها من الجانبين العملي والثقافي. وللملكية الفكرية قوتها وفعاليتها لأنها تساهم في دعم المخترعين والمبتكرين ومكافأتهم وحفز النمو الاقتصادي والنهوض بتنمية الموارد البشرية.

والملكية الفكرية مورد متاح لجميع الشعوب. ومن التحديات الكبرى التي تطالع طريق الويبو مساعدة الدول الأعضاء فيها على تطوير الأدوات واستغلالها من أجل استخراج ذلك المورد والانتفاع بالملكية الفكرية لخدمة الشعوب جميعا.

ولا يمكن للملكية الفكرية أن تنتشر إلا في ثقافة تدرك أهميتها وتقرّها بشكل كامل وتحميها بموجب القوانين المنفذة بإحكام. ورسالة الويبو هي مواصلة العمل من أجل حماية الملكية الفكرية وإنفاذها بإتقان بغية ضمان حيويتها المستمرة.

Intellectual Property

الملكية الفكرية

Propriété Intellectuelle

知识产权

Propiedad Intelectual

Интеллектуальная Собственность

يحتوي هذا المنشور على موجز كتاب
"Intellectual Property – A Power Tool for Economic Growth"
للدكتور كامل إدريس، المدير العام للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو).

ويمكن الحصول على النص الكامل للكتاب في نسخة ورقية مجلّدة أو نسخة إلكترونية على قرص مدمج من الويبو على العنوان المبيّن أدناه، ويمكن أيضا توجيه الطلب إلى مكتبة الويبو الإلكترونية (www.wipo.int/ebookshop).

المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)
34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Geneva 20
Switzerland
الهاتف:
41 22 338 91 11
الفاكس:
41 22 733 54 28
العنوان الإلكتروني:
wipo.mail@wipo.int
الإنترنت:
www.wipo.int

من منشورات الويبو رقم 881.1
ISBN: 92-805-1242-6

DESIGN: SHAMROCK CREATION, GENEVA