

الاسم واللقب	أم كلثوم جماعي
المهنة	أستاذ محاضر ب جامعة البليدة 02
المحور	دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات خارج مجال المحروقات
الهاتف	0662768781
الايمل	oumkalthoumdjemai@gmail.com

عنوان المداخلة :

مساهمة أصول الملكية الفكرية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاختراق الأسواق الدولية

ملخص: من المعتقدات الخاطئة أن حماية الملكية الفكرية هي حكر على المؤسسات الكبيرة وأنها غير صالحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ففي حين أن المؤسسات الكبيرة تستثمر في الملكية الفكرية لأسباب وجيهة – لحماية منتجاتها وخدماتها – وتثبيط المناقسة وتوليد مصادر دخل جديدة لنفسها- تستفيد دون شك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أيضاً من الملكية الفكرية. لذا جاءت هذه المداخلة لتبرز مدى أهمية نظام الملكية الفكرية في دعم هذه المؤسسات ليس فقط على الصعيد الاقليمي وإنما حتى الدولي. ولبلوغ هذا الهدف اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال التطرق إلى أبرز المفاهيم المتعلقة بالدراسة وربطها مع بعضها البعض وتحليلها. وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن تمكن ويمكن أن تساهم حقوق الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات في استقطاب مستهلكين مخلصين لمنتجاتها وخدماتها في أسواق التصدير.

الكلمات المفتاحية: الملكية الفكرية، الشركات الصغيرة والمتوسطة، القيمة السوقية، العلامة التجارية، براءة الاختراع

Summary: One of the misconceptions is that intellectual property protection is the preserve of large institutions and that it is not valid for small and medium enterprises. While large enterprises invest in intellectual property for good reasons - to protect their products and services - and discourage competition and generate new sources of income for themselves - undoubtedly small and medium enterprises also benefit from intellectual property. Therefore, this intervention came to highlight the importance of the intellectual property system in supporting these institutions, not only at the regional level, but even internationally. To achieve this goal, this study relied on the analytical descriptive approach by addressing the most prominent concepts related to the study and linking them with each other and analyzing them. This study concluded with a set of results, the most important of which is that intellectual property rights can and can contribute to enhancing companies' opportunities to attract loyal consumers of their products and services in export markets. Keywords: intellectual property, small and medium enterprises, market value, trademark, patent.

مقدمة:

أتاحت العولمة والتطورات التكنولوجية الحديثة حتى بالنسبة لأصغر الشركات نفاذاً غير مسبوق إلى أسواق التصدير، مما يوفر عاملاً من الفرص للمنظمات الذكية. ومع ذلك، فإن العمل داخل الأسواق الدولية يعني التنافس على الصعيد العالمي.

وفي هذه البيئة، تبرز أهمية الملكية الفكرية أكثر من أي وقت مضى. إذ تدعم المنظمة العالمية (الويبو) للملكية الفكرية المنظمات في جميع أنحاء العالم، من الشركات متعددة الجنسيات إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة، من خلال مجموعتها الواسعة من خدمات الملكية الفكرية العالمية. وسواء أكانت

شركة متعددة الجنسيات أو أفرداً فإن خدمات الويبو تقدم حلول ذات كفاءة وفعالية من حيث التكلفة لتتوافق مع احتياجات الملكية الفكرية الخاصة بهم طوال دورة حياة الملكية الفكرية. إن الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تقدم طلبات للحصول على براءات أو علامات تجارية أو تصاميم صناعية تتمتع بفرص أكبر لتنمو أسرع وتنجح أكثر من تلك التي لا تقوم بذلك.

وقد أثبتت دراسة صادرة في عام 2019 عن المكتب الأوروبي للبراءات/مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية أن الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تمتلك على الأقل حقاً واحداً من حقوق الملكية الفكرية أكثر عرضة بنسبة 21 في المائة لأن تشهد فترة نمو. وفي غضون ذلك، تبين لتحديث أجري للدراسة في عام 2021 أن أقل من 9 في المائة من الشركات الصغيرة والمتوسطة تمتلك على الأقل حقاً من الحقوق الثلاثة الرئيسية للملكية الفكرية (براءة وعلامة تجارية وتصميم صناعي). وفي المقابل، يقترب هذا العدد من 60 في المائة بالنسبة إلى الشركات الكبيرة، مما يشير إلى وجود تباين صادم في استخدام هذه الأداة التجارية الثمينة. فقد ثبت في الواقع أن الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تقدم طلبات للحصول على براءات أو علامات تجارية أو تصاميم صناعية تتمتع بفرص أكبر لتنمو أسرع وتنجح أكثر من تلك التي لا تقوم بذلك.

اشكالية الدراسة: من خلال ما سبق تتبلور اشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

- ما مدى مساهمة أصول الملكية الفكرية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاختراق

الأسواق الدولية؟ وتتفرع منه تساؤلات فرعية وهي:

- فيما تتمثل أصول الملكية الفكرية؟
- كيف يمكن لأصول الملكية الفكرية أن تعزز فرص الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: تمثل الملكية الفكرية جزءاً مهماً من ثروة المؤسسة (أي إذا كانت المؤسسة تملك براءات أو تكنولوجيا قابلة للحماية بالبراءة أو رسوماً ونماذج صناعية أو أسراراً تجارية أو علامات تجارية معروفة أو حقوقاً مالية في مصنوعات محمية بحق المؤلف)، فينبغي أن تحتل تلك الثروة مكانة رئيسية في خطة أعمال المؤسسة الصغيرة أو المتوسطة. وتفرع من هذه الفرضية فرضيات فرعية:

- هناك نوعين لأصول الملكية الفكرية الأولى الملكية الفكرية الأدبية أما الثانية فهي الملكية الفكرية الصناعية؛
- تعتبر الملكية الفكرية الطريقة الرئيسية في ترجمة ابتكارات العقل إلى أصول ذات قيمة مما يقتضي التماس الحماية والحصول عليها في الخارج.

أهداف وأهمية الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى وضع إطار عملي وعملي لتوضيح أصول الملكية الفكرية ومساهمتها في تعزيز فرص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدخول إلى الأسواق الدولية ووضع مكانة لها ضمن المنافسة الشديدة من قبل المؤسسات الكبرى، وتكتسي الملكية الفكرية، عند الانتفاع بها على نحو فعال، أهمية بالغة كأداة لترسيخ صورة الشركة في أذهان المستهلكين الحاليين والمحتملين وفي إيجاد مكانة للمؤسسة في السوق.

1) ماهية الملكية الفكرية:

الملكية بصفة عامة، هي العلاقة التي توجد بين الإنسان والأشياء بمعنى إحرازها وتملكها واصطحابها، حيث يشمل مفهوم الملكية المال والمنفعة والحقوق، والملكية" نسبة إلى المالك "تمكن صاحبها من الاستئثار بالشيء والتصرف والاستعمال من غير مانع.

قيل إن كلمة ملكية Property قد جاءت من الكلمة اللاتينية 'Proprius' والتي تعني حق المالك أي حقوق الإنسان فيما يتعلق بثمرة فكره¹، ومصطلح فكري صفة من اللاتينية Intellectual، وتعني غير مادي، والفكر لغة هو" إعمال النظر أو الخاطر في الشيء²، وفي المعجم الوسيط فكر أعمل العقل في الأمر ورتب بعض ما يعلم ليصل به إلى مجهول³، فهو نشاط بشري أداته العقل وثمرته الرأي والعلم والمعرفة⁴. أما الحق الفكري أو الذهني Droit Intellectuel اسم يعطى أحياناً للملكيات غير المادية وموضوعها فكري صرف وغير مادي بحت.

الملكية الفكرية Propriete Intelectuelle تعبير عام يشتمل على الملكية الأدبية والفنية والملكية الصناعية وهي مالا يتعلق بتحقيق عمل، وإنما بتصوره بخلاف مادي⁵، فالملكية الفكرية هي كل ما يتعلق بملكية الإبداعات الفكرية عموماً، فهي بالنسبة لرجل القانون مجموع القواعد القانونية المنظمة لحقوق الملكية الفكرية، وللباحث هي مصدراً للمعلومات، ولرجل المال والأعمال هي مصدراً أساسياً لتطوير المؤسسة⁶. وفيما يلي تورد بعض التعاريف الخاصة بالملكية الفكرية.

تعرف الملكية الفكرية من عدة أوجه، مثل الوجه القانوني والاقتصادي، فمن الناحية القانونية تعرف بأنها تلك الحقوق المعنوية التي تخول لأصحابها حق الاستئثار باستغلال إبتكار موضوعي جديد كبراءة الإختراع أو إبتكار جديد في الشكل والتصميم كالرسوم والنماذج الصناعية، أو استغلال علامات أو إشارات معينة لتمييز المنشأة كالإسم التجاري، أو لتمييز منتجاتها كالعلامة التجارية، أما من الناحية الإقتصادية فتعرف على أنها معلومات ذات قيمة تجارية⁷

يرى عامر محمود الكسواني أن الملكية الفكرية هي مصطلح جديد ينتج عن التطورات الاقتصادية والقانونية التي شهدها العالم في الفترة الأخيرة، وهي ملكية ترد على أشياء وقيم غير مادية هي نتاج العقل والذهن والإبداع والتفكير⁸.

عرف صلاح زين الدين الملكية الفكرية على أنها" مصطلح قانوني يدل على ما ينتجه العقل البشري من أفكار محددة تتم ترجمتها إلى أشياء ملموسة فيدخل في نطاقها كافة الحقوق الناتجة عن النشاط الفكري للإنسان في الحقول الفنية والأدبية والعلمة والصناعية والتجارية وما شابهه فالحقوق الفكرية إذن تتسع لتشمل كل ما يوجد به عقل الإنسان من خلال ما يتحلى به من ملكية فكرية وقريحة ذهنية⁹"، كما يعرفها يونس عرب" هي أيضا القواعد القانونية المقررة لحماية الإبداع الفكري المفرغ ضمن مصنفات مدركة (الملكية الفكرية الفنية والأدبية) أو حماية العناصر المعنوية للمشاريع

¹ Jermy Philips ,Alisen Fifth ,Introduction to intellectual propetry low ,NP,1990,P3.

²ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، المجلد الخامس ط3، لبنان، 1994، ص65.

³المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004، ص698.

⁴حمدي أمين عبد الهادي، الفكر الإداري الإسلامي والمقارن، دار الفكر العربي، لبنان، بدون سنة نشر، بلا صفحة.

⁵ Jermy Philips ,Alisen Fifth ,OP.CIT,P4.

⁶ Kermadek, Yande, Manager la propriété intellectuelle dans l'entreprise, colloque de l'IRPI, 2010, p. 5.

⁷UNCTAD, Liberalising International Transactions in Services, a hand book , UNCTAD,P95.

⁸عامر محمود الكسواني، الملكية الفكرية ماهيتها، مفرداتها، طرق حمايتها، دار الجيب، عمان، 1998، ص68.

⁹ زين الدين صلاح، المدخل الى الملكية الفكرية: نشأتها ومفهومها ونطاقها وأهميتها وتكليفها وتنظيمها وحمايتها دار الثقافة، الاردن 2004 ، ص19.

الصناعية والتجارية (الملكية الصناعية)¹⁰، بينما يعرفها المركز المصري للملكية الفكرية وتكنولوجيا المعلومات على أنها " كل ما ينتجه ويبدعه العقل والذهن الانساني فهي الأفكار التي تتجسد في أشكال ملموسة يمكن حمايتها ويتمثل في الابداعات الفكرية والعقلية والابتكارات مثل الاختراعات والعلامات والرسوم والنماذج وتصميمات الدوائر المتكاملة"¹¹.

يبدو واضحاً من مثل هذه التعريفات أن أصحابها ينظرون إلى الملكية الفكرية من خلال شخص المبتكر والمؤلف وحقه في نسبة نتاج فكره إليه، وكذلك حقه في أن يمتلكه ويقرر وحده مصير هذا النتاج الفكري.

تعرف الملكية الفكرية وفقاً للمنظمة العالمية لحماية الملكية الفكرية* (WIPO) بأنها " كل ما له علاقة بابداعات العقل كالاختراعات، الأعمال الأدبية والفنية، الأسماء والرسوم المستخدمة في التجارة"¹². كما تنص بعض التعاريف على كل من " برمجيات الكمبيوتر، عروض السينما وأنواع الشاشات والتوزيعات الموسيقية المكتوبة والتركيبات الكيميائية الخاصة بعقار (دواء) جديد"¹³.

حيث إن الانتقال من العصر الصناعي إلى العصر الرقمي يترافق مع تغيير الكثير من أسس الاقتصاد وافترضات الأعمال الأساسية. فالأرض ورأس المال والآلات تتراجع أهميتها كأصول مادية لتتقدم عليها الأصول الفكرية في اقتصاد جديد يقف في مركزه، ليس قطاع الصناعة وإنما الخدمات المرتكزة على المعرفة، وليس العامل اليدوي وإنما عامل المعرفة، وليس الآلة وإنما المعرفة والبرمجة كأداة معرفية ذكية.

إذا كانت الأنظمة الإدارية والمالية والمحاسبية طوال القرن الماضي تطورت بالتمركز على الأصول المادية (Physical Assets) لأنها سهلة القياس وتتسم بالثبات النسبي، فإن الأصول الفكرية (IntellectualAssets) خلافاً لذلك في الكثير من هذه الخصائص. فهي الأصول غير الملموسة عموماً وغير القابلة للقياس والتحديد لقيمتها بسهولة، ولا تتسم بالثبات النسبي نظراً لأنها توجد في خبرة الأفراد، وعلاقتهم مما لا يمكن فصله عن الأفراد في حالات كثيرة¹⁴.

أما عبارة "حقوق الملكية الفكرية" فتعني السماح للمبدع أو المالك لبراءة الاختراع أو علامة أو أي عمل محمي بحقوق المؤلف أن يستفيد من عمله أو استثماره. وقد تم الاعتراف بهذه الحقوق في المادة السابعة والعشرون من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي يستأثر الفرد بحماية نتائج أعماله المادية أو المعنوية التي تدخل في أي عملية إنتاج علمي أو أدبي أو فني يكون هو مصدره¹⁵.

إذن وحسب ماتم تناوله في السطور السابقة يمكن أن تعرف الملكية الفكرية بوجه عام، على أنها تلك القواعد القانونية المقررة لحماية الإبداع الفكري المفرغ ضمن مصنفات مدركة (الملكية الفنية والأدبية) أو حماية العناصر المعنوية للمشاريع الصناعية والتجارية (الملكية الصناعية)، وهي تنقسم بوجه عام أيضاً إلى طائفتين الملكية الفكرية الأدبية والصناعية.

¹⁰يونيس عرب، موسوعة القانون وتقنية المعلومات، ج1: قانون الكمبيوتر، ط1، منشورات اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2001 ص298.

¹¹عبد الله، مصطفى حمدا الله، حماية الملكية الفكرية ومدى تأثيرها على أمن المعلومات، المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات بيئة المعلومات الأمانة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، الرياض، من 6/ 4/ 2010، ص3.

* WIPO : World Intellectual Property Organization .

¹² WIPO, **What is Intellectual Property?** WIPO Publication No. 450(E) , Geneva , ND , p2.

¹³Charles W.L.Hill, **International Business Competing in The Global Marketplace** Chicago : Irwin, 1997, P.41.

¹⁴ سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة المفاهيم والنظم والتقنيات، دار المناهج، الأردن، 2007، ص 276.

¹⁵ IPID, p3.

(2) **أصول الملكية الفكرية:** قد تختلف أقسام حقوق الملكية الفكرية والمحافظة عليها من بلد إلى آخر، إلا أن معظم البلدان تشترك في المبادئ الرئيسية لتلك الإجراءات فمنهم من يقسمها إلى قسمين : حقوق غير قابلة للاستثمار التجاري والصناعي "الملكية الأدبية والفنية والعلمية" وهي (حق المؤلف والحقوق المجاورة)، وحقوق قابلة للاستثمار التجاري والصناعي وتسمى **بالملكية الصناعية والتجارية** وهي (براءة الاختراع والعلامة التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والاسم التجاري والعنوان التجاري)¹⁶، والبعض الآخر يقسمها إلى ثلاثة أقسام، فالقسم الأول الملكية الأدبية والفنية والعلمية وهي مجموعة الأفكار والآراء ونتاج العقل والذهن والخيال والفن وجميع الصور الأخرى للإبداع الفكري أو العقلي، والقسم الثاني الملكية الصناعية وهي مجموعة الرسوم والنماذج الصناعية وبراءات الاختراع وامتيازات الاختراعات والرسوم، أما القسم الثالث الملكية التجارية وهي مجموعة العناصر المادية والمعنوية المخصصة، لممارسة مهنة تجارية بوجه عام والأسهم والعلامات التجارية والأسماء التجارية¹⁷. ويوضح الجدول (1) ما تحميه الفئات الرئيسية لحقوق الملكية الفكرية.

الجدول (1): ما تحميه الفئات الرئيسية للملكية الفكرية.

أنواع حقوق الملكية الفكرية	ما الذي تحميه؟	أمثلة
حقوق المؤلف والحقوق المجاورة	حق المؤلف يحمي مجموعة واسعة النطاق من المصنفات الأدبية والموسيقية والفنية والحقوق المجاورة تحمي المصالح القانونية لمجموعة محددة من الأشخاص أو المؤسسات التي تساعد في إتاحة المصنفات الإبداعية للجمهور دون إبداعها.	كتاب مثل مجموعة كتب هاري بوتر تسجيل صوتي مثل الألبوم الموسيقي
البراءات	الاختراعات	لقاح
العلامات التجارية وعلامات التصديق والعلامات الجماعية	العلامات التي تميز منتجات مؤسسة ما أو خدماتها عن تلك الخاصة بمؤسسة أخرى، ومن ثم تساعد في بناء سمعة المؤسسة أو علامتها التجارية.	إنترفلورا INTERFLOR A
المؤشرات الجغرافية	العلامات التي تربط منتجات وخدمات معينة بمكان لديه سمعة متعلقة بهذه المنتجات أو الخدمات	الشامبانيا
التصاميم الصناعية	لعناصر الجمالية لمنتج ما مظهره وملامسه	تصميم كرسي
الأسرار التجارية	المعلومات السرية.	تركيبة

¹⁶ عامر محمود الكسواني، الملكية الفكرية "ماهيتها، مفرداتها، طرق حمايتها، دار الجيب للنشر والتوزيع، عمان، (1998، ص68).

¹⁷ محمد محمود الكمالي، إنياد محمد محمود طنش، آلية حماية حقوق الملكية الفكرية، مؤتمر حول الجوانب القانونية والاقتصادية لاتفاقيات منظمة التجارة العالمية، مركز البحوث الاقتصادية وكلية الشريعة والقانون وغرفة تجارة وصناعة دبي، دبي، 11/9 مايو 2004، ص4.

صناعة كوكاكولا		
-------------------	--	--

SOURCE : WIPO, **Protect and Promote Your Culture A Practical : Guide to Intellectual Property for Indigenous Peoples and Local Communities**, WIPO Publication No. 1048E, Geneva , 2017 ,P17 .

وعموماً للملكية الفكرية أصناف حددت الويبو لكل صنف تعريفا كالتالي:

أ. **براءة الاختراع (Patent):** وهي "حق استثنائي يمنح لاختراع هو منتج أو طريقة صنع جديدة لفعل شيء ما أو إتاحة حل جديد لمشكلة تقنية، وتوفر البراءة حماية الاختراع لمالكها طوال مدة محدودة تصل إلى 20 سنة¹⁸". وفي الولايات المتحدة الأمريكية ينص قانونها على أن الذي "يخترع أو يكتشف أية عملية جيدة ومفيدة، أو آلة أو سلعة مصنوعة، أو تركيباً لمادة، أو أي تحسين جديد ومفيد من ذلك القبيل يمنح امتيازاً"¹⁹. ومفاد ذلك أن هذا القانون يمنح المخترع الحق في منع الغير من تقليد العمل نفسه أو استخدامه لأغراض تجارية (استيراداً أو تصديراً) أو أي غرض آخر دون الحصول على ترخيص من صاحب الاختراع²⁰.

ب. **العلامة التجارية (Trademark):** إن العلامة التجارية أو الاسم التجاري هو بمثابة إشارة مميزة توضع على بعض السلع أو الخدمات للدلالة على أن شخصاً محدداً أو شركة ما ينتجها. وتتغير مدة حماية العلامة التجارية ولكن يمكن تمديدتها إلى ما لا نهاية²¹.

ج. **الرسم أو النموذج الصناعي:** ويتمثل في "الجانب الزخرفي أو الجمالي من السلعة المنتجة صناعياً أو يدوياً. ويوفر التسجيل وإعادة التسجيل الحماية لمدة تصل إلى 15 سنة في معظم الحالات"²². ويتخذ التصميم الصناعي شكل عناصر ثلاثية الأبعاد تبيّن التركيب المميز للمنتج أو ثنائية الأبعاد كالخطوط والألوان. ومن الطبيعي أن تطبق هذه النماذج في الصناعة والحرف اليدوية كصناعة الأجهزة التقنية والساعات والآلات والأجهزة المنزلية والكهربائية والسيارات والرسوم الموضوعة على الأقمشة²³.

د. **حقوق المؤلف والحقوق المجاورة (Copyrights):** يعد حق المؤلف مدلولاً قانونياً يصف الحقوق الممنوحة للمبدعين من أجل أعمالهم الأدبية والفنية ويندرج في ذلك برامج الحاسوب. أما الحقوق المجاورة فتمنح لفناني الأداء ومنتجي التسجيلات الصوتية ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون فيما يقدم من برامج على الأثير²⁴.

وتتمتع الأعمال الفنية والأدبية بالحماية مهما كان أسلوب التعبير عنها على أن تكون تلك الأعمال فريدة من نوعها بمعنى أنها أصيلة. وتشمل الأعمال المحمية ما يلي:

- حقوق النسخ: إعادة استنساخ العمل؛

¹⁸ الملكية الفكرية والشركات المتوسطة والصغيرة، منشورات الويبو، مطوية رقم (A)488.
¹⁹ روبرت أس. تانسر - Robert S.Tancer، "إدارة الملكية الفكرية في الخارج حدود الحماية"، كلية ثندربيرد Thunderbird تبحث في استراتيجية العولمة، تحرير روبرت ي. غروس، تعريب إبراهيم يحيى الشهابي (الرياض: العبيكان، 2001)، ص.405.

²⁰ المرجع نفسه، ص.405؛ P.41، Op.Cit., Hill,

²¹ منشورات الويبو، رقم (A)488، مرجع سابق.

²² منشورات الويبو، رقم (A)488، مرجع سابق.

²³ 23. تانسر، مرجع سابق، ص.404.

²⁴ منشورات الويبو، رقم (A)488، مرجع سابق.

- حقوق الأداء: أداء العمل أمام الجمهور كالمسرحيات والحفلات الموسيقية؛
- حقوق التسجيل: التسجيل الصوتي مثل أسطوانات الغراموفون Gramophone والفونوغراف Phonograph
- حقوق الأشرطة السينمائية؛
- حقوق البث الإذاعي؛
- حقوق الترجمة والاقتباس.

وبالرجوع إلى اتفاقية بيرن 1886 فقد تم حصر حق المؤلف في المصنفات الأدبية والفنية المتمثلة في الروايات والقصص قصائد الشعر والتمثيلات بأنواعها، والأغاني والقطع الموسيقية واللوحات الزيتية والمنحوتات. وللإشارة فإن الحماية تتعلق بالمادة الملموسة (أي النص) وليس الفكرة التي جاء بها أو جاء من أجلها النص لسهولة تحديد كاتب النص وصعوبة تحديد صاحب الفكرة.²⁵

هـ. البيان الجغرافي: وهو بمثابة إشارة تستخدم على السلع ذات الأصل الجغرافي المتميز وغالبا ما تكون لها خصائص أو سمات ترتبط بمكان منشئها. ولم تعرف الدلالات والبيانات الجغرافية في الولايات المتحدة الأمريكية إلا بعد أن تعود الأوربيون على وضع بطاقة لاصقة على منتجاتهم تبين المنطقة الجغرافية التي يعود إليها أصل ظهور ذلك المنتج.

و. الأسرار التجارية: وهي المعلومات المكتومة أي التي لم يكشف عنها. وهذه المعلومات محمية لا يعرفها كافة الأشخاص الذين يتعاملون مع هذا النوع من المعلومات أو لا يمكن الحصول عليها بسهولة ولها قيمة تجارية وهذا هو سبب سريتها²⁶.

ز. المعارف التقليدية والفولكلور: وقد كانت من القضايا التي طواها النسيان إذ لم يلتفت إليها المهتمون بالملكية الفكرية إلا في السنوات الأخيرة من القرن العشرين. ويتضمن هذا النوع من المعارف "الابتكارات والإبداعات النابعة من التقاليد والمتشعبة عن النشاط الفكري في المجالات الصناعية والعلمية والأدبية والفنية".

ح. الدارات المتكاملة (Integrated Circuits): يحظى هذا الحق باتفاق دولي خاص يتمثل في معاهدة الملكية الفكرية بالنسبة للدارات المتكاملة (IPIC) سنة 1989. وبمقتضى هذا الحق يسمح لكل دولة عضو تطبيق قوانين الملكية الخاصة بها، وهي القوانين نفسها المطبقة على أنصاف الموصلات. وقد أدرجت معظم الدول هذا الحق في حقوق النشر والتأليف أو براءات الاختراع.

3. أشكال دخول المؤسسات في الأسواق الدولية: و يتخذ التوسع في النشاط على المستوى الدولي عدة صور منها التصدير والاستثمار الأجنبي المباشر والاستثمار الأجنبي غير المباشر. وفيما يلي لمحة موجزة عن تلك الصور²⁷.

1. عقود التصدير (عقد الوكالة) *Exporting Contracts*:

يعتبر التصدير من أولى الحلول التي تهدي إليها معظم المؤسسات عندما تفكر في اقتحام الأسواق الدولية باعتبار أن الحلول الأخرى في غالب الأحيان تكون صالحة للمنظمات التي تحاول الحفاظ على الأسواق التي تم الدخول إليها. وعندما تتخذ المنظمة قرارا ببيع منتجاتها في الأسواق الدولية، فبإمكانها أن تسلك إحدى الطريقتين:

²⁵ منشورات الويبو، رقم (A)400، مرجع سابق، ص.3.

²⁶ منشورات الويبو، رقم (A)488، مرجع سابق.

²⁷ محسن أحمد الخضيرى، اقتصاد المعرفة: مجموعة النيل العربية القاهرة ، 2001، ص.37.

أ. أن تسند البيع مباشرة لتجار الجملة أو التجزئة. وتعكس هذه الطريقة عملية التصدير المباشر حيث يكون المصدر مسؤولاً عن مجمل العملية من تحديد العميل إلى تحصيل النقود؛

ب. إيجاد وكيل في سوق الدولة المستهدفة: تفرض بعض القوانين في الدول المستوردة على المصدر الأجنبي التعامل معها من خلال وكيل محلي في إطار ما يسمى بعقد الوكالة. ويعرف هذا الأخير على أنها: اتفاقية يتم توقيعها بين طرفين يكون فيها الطرف الأول هو المنتج أو المصدر إلى الطرف الثاني في بلد أجنبي أو منظمة أخرى محلية. وبموجب هذا العقد يفوض الطرف الأول الطرف الثاني (الوكيل) ببيع أو عقد الاتفاقيات ببيع سلع أو خدمات الطرف الأول إلى طرف ثالث وهو المستهلك أو المستخدم للسلعة أو الخدمة على أن يستفيد الوكيل من عمولة. وهذا يعني أن حقوق الوكيل، بموجب العقد، تقتصر على العمولة المتفق عليها، أما ما سوى ذلك من الحقوق كالعلامة التجارية فتبقى للمصدر سيما إن كان هو منتج السلعة محل العقد.

وثمة تمايز بين الوكيل التجاري والوكيل بالعمولة، إذ تتوفر في الأخير الخصائص المشار إليها أنفاً (الحقوق، الالتزامات)، بينما يمكن الوكيل التجاري أن يشتري البضاعة المتفق عليها لحسابه، ويكون عندئذ حراً في التصرف في كيفية البيع والسعر، كما أن الوكيل التجاري يكون وحيداً في البلد الذي ينتمي إليه.

2. الاستثمارات المشتركة *Joint Venture*:

في هذا النوع من الاستثمار تتخذ المنظمة قراراً مختلفاً عن التصدير إذ توقع على الاتفاقية مع منظمة محلية النشاط أو منظمات أعمال أخرى دولية لإنجاز مشروع في بلد ثالث ينتمي إليه أحد الشركاء بهدف ترقية اهتماماتهم المشتركة ويتم التفاهم بين طرفي أو أطراف المشروع على حصة كل منهم. وقد تكون هذه الحصة متساوية التكاليف والأرباح، أو قد تغيب الحصة عندما يساهم أحد الأطراف بالخبرة الفنية بدل الرأس المال. ووفقاً لهذا النوع من المشاركة يستفيد البلد المضيف للاستثمار أو المشروع من التكنولوجيا والخبرات الفنية والمعارف العلمية والتدريب. وهذه كلها يمنحها الشركاء الأجانب. أما الشريك المحلي فيقدم المعلومات اللازمة عن السوق.

3. التراخيص *Licensing*:

غالباً ما تلجأ منظمات الأعمال الصغيرة الحجم والتي تفتقر إلى الخبرة حول العمل في الساحة الدولية أو تلك التي تكون مواردها محدودة، أو عندما تخشى هذه المنظمات من التغيرات في المحيط الدولي، في مثل هذه الحالات تفضل هذه المنظمات التراخيص لكون هذه الطريقة أقل خطراً وتكلفة. ولعقود التراخيص أشكال يمكن حصرها فيما يلي:

أ- **الترخيص الرئيسي:** ومن خلاله يستطيع حامل الترخيص (*Licensee*) أن يستخدم أحد حقوق الطرف المانح للترخيص (*Licensor*) كالتكنولوجيا، براءة الاختراع، الاسم التجاري أو العلامة التجارية، وذلك مقابل مبلغ يدفعه الطرف المحلي. ومن أشهر منظمات الأعمال المانحة للتراخيص الرئيسية هي كوكاكولا، وسلسلة فنادق هيلتون وشيراتون.

ب- **العقود الإدارية *Management Contracts*:** ويستنبط من الاسم أن إدارة المشروع في هذه الحالة أهم من المشروع نفسه، إذ يتولى الطرف الأجنبي بعد إنجاز المشروع وتشغيله مهمة تدريب الموارد البشرية المحلية على إدارته قبل استلامه بصفة نهائية، وذلك مقابل أجر يتفق عليه يستلمه الطرف الأجنبي.²⁸

²⁸ محسن الخضيري، مرجع سابق، ص 40.

ج- حقوق الامتياز Franchising: ينفرد عقد الامتياز بخاصية تتمثل في إعطاء الحق للطرف المرخص بمراقبة المرخص له عند استخدام الامتياز لإجباره على الخضوع لقوانينه. وتتعلق هذه الرقابة بالتدخل في استراتيجية التسيير وفي كيفية التعامل مع الزبائن وفي قضايا أخرى يتم الاتفاق عليها. وبموجب هذا النوع من العقود تدفع الشركة التي استفادت من الامتياز *Franchisee* اجرا للطرف المانح له *Franchisor* لتقوم ببيع سلعة أو خدمة هذا الأخير مع استخدام العلامة التجارية أو الاسم التجاري للشركة الأجنبية، ويكون الطرف صاحب الامتياز مصنعا أو تاجر تجزئة أو تاجر جملة أو مالك علامة تجارية.

4. عقود تسليم المفتاح *Turn-Key Contracts*:

إن عقود تسليم المفتاح هي عملية تصدير من نوع خاص لا يكون موضوع التصدير فيها سلعا ملموسة وإنما إنشاء مشاريع. وتبرم هذه العقود من طرف المنظمات المتخصصة في التصاميم والبناء وهي معروفة بشكل خاص في مجال الكيمياء والصيدلة ومحطات تكرير النفط وتصفية المعادن وكل أنواع الصناعات التي تحتاج إلى تكنولوجيا مكلفة ومعقدة. ويعد قرار التوسع بهذه الطريقة لا غنى عنه في غابة من الأهمية بالنسبة للدول التي تمتلك اليد العاملة المؤهلة القادرة على إدارة المشروع بعد الانتهاء منه وتسليمه سيما في الدول التي كانت ذات يوم تنظر إلى الاستثمار الأجنبي المباشر بشيء من الخوف وكثير من التردد، أو تلك التي تتعرض لأزمات اقتصادية أو عدم الاستقرار السياسي.

وتلتزم المؤسسات الدولية التي توقع على هذا النوع من العقود بمسؤولية تسليم المشروع وكل ما يتعلق به إلى الطرف الثاني في العقد وتشغيله مقابل مبلغ متفق عليه. غير أنه يمكن أن يمتد الاتفاق إلى التوريد بالآلات والمعدات. وتتميز عقود تسليم المفتاح باستمرار خدمات ما بعد التسليم كالصيانة والإدارة والتدريب ولكن عن طريق عقود مستقلة عن العقد الأساسي الذي أنجز بموجبه المشروع.

وقد تصبح عقود تسليم المفتاح نقمة على مانحها عندما يصبح البلد المضيف نفسه مُصدرا للتقنية التي استوردها، فتخلق المنظمة المانحة لنفسها منافسا جديدا محتملا. وقد حدث هذا مع المنظمات الغربية التي صدرت للسعودية والكويت وبعض دول الخليج تكنولوجيا تكرير البترول.

5. عقود التصنيع *Manufacturing Contracts*:

في بعض الحالات يتم اتخاذ قرار عقد التصنيع حيث تتفق منظمة الأعمال الدولية مع منظمة محلية على أن تصنع احدهما سلعة معينة نيابة عن المنظمة الأخرى لفترة من الزمن عادة ما تكون طويلة. وهنا يستطيع أن يستعمل المنتج علامة أحد الطرفين قبل أن تصل إلى الطرف الثاني للعقد ومثال ذلك إنتاج أجزاء الكمبيوتر أو قطع غيار السيارة في بلد لفائدة بلد أو شركة أخرى. ويمكن أن تبرم عقود التصنيع بين ثلاثة أطراف: الطرف الذي يؤول إليه المنتج، والطرف الممول والطرف الذي يتم فيه التصنيع.

وبالتأمل قليلا في الصور الخمس السالفة الذكر، يمكن القول أن كلا منها تكتسي أهمية متميزة، وقد تكون أكثر ملاءمة لطرف مقارنة بالطرف الآخر. وتعني في مجملها التحويل التكنولوجي أو أي تقنية من تقنيات التسيير والإنتاج وغيرها. كما أن إنتاج أي سلعة أو خدمة أو اكتشاف فكرة لم تنزل من السماء، وإنما كانت محصلة للجهود التي بذلها الباحثون وأنفقت عليها المنظمة مبالغ ضخمة. ولذا لا تكاد تخلو قائمة إنفاق منظمات الأعمال الدولية من البند المتعلق بتمويل البحث والتطوير سواء تمت العملية داخل المنظمة أو خارجها وذلك بتمويل البحث العلمي في المراكز الخاصة به أو في مخابر الجامعات التي تتابع

أعمالاً تتوافق وأنشطة المنظمة الممولة. ومن هنا فإن تسليط الأضواء على وظيفة البحث والتطوير يعد أمراً في غاية من الأهمية.

4. دور حماية الملكية الفكرية في دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة لاختراق الأسواق الخارجية: القيمة التي تكتسبها الشركات الصغيرة والمتوسطة من أصول ملكيتها الفكرية تأخذ العديد من الأشكال كالتالي²⁹:

- **تزايد مبيعات التراخيص والإتاوات** - فقد تحولت منذ عدة سنوات الشركة الرائدة في تصميم مقاعد الطائرات في السوق، مثل شركة Acumen Design Associates التي يقودها المؤسس إيان دربيرغ من نموذج استشاري، يحقق إيرادات قائمة على رسوم المشاريع، إلى القيام أيضاً باستحداث التصاميم الخاصة بها التي أصبحت فيما بعد مشمولة بالبراءات. واليوم، يأتي جزء كبير من إيرادات الشركة من إصدار التراخيص لاستخدام تصاميمها المحمية - بما في ذلك إبرام صفقة كبيرة في عام 2016 مع الخطوط الجوية المتحدة لتصميم مقاعد فئة رجال الأعمال.
- **الفوز بتمويل رؤوس أموال المجازفة** - فقد فازت شركة XYZ Reality Ltd بعدة أوسمة لإيجادها "حل هندسي عالي الدقة" من الواقع المعزز يضمن بناء منشآت تطابق تماماً رسوم المهندسين المعماريين. ويتفادى الحل الذي وجدته الشركة المشكلات مع المناهج التقليدية لإنشاء الموقع والجزءات بسبب الأخطاء. وكان طلب البراءة معقداً، حيث تعلق بعدة تخصصات بدءاً بالهندسة المتقدمة وانتهاءً بالواقع المعزز والفيزياء. وبفضل رأي إيجابي بشأن الطلب المقدم من المكتب الأوروبي للبراءات حصلت شركة XYZ Reality على التمويل برؤوس أموال المجازفة.
- **إن الملكية الفكرية تشكل في حد ذاتها أحد الأصول القيمة**، علاوة على المنتج أو الخدمة الضمنية التي تحميها. وهي يمكن أن تصبح في الواقع أكثر أصول الشركة قيمة.
- **تعزيز قيمة الشركات الصغيرة والمتوسطة مما يؤدي إلى شرانها** - يعترف بشركة Silbuster Limited باعتبارها المورد الرئيسي في المملكة المتحدة لمعالجات المياه في الموقع، كما أنها فازت بجائزة الملكة للشركات. ومن العوامل الرئيسية التي كانت وراء نجاح الشركة استصدار براءات لإنجازات الشركة بفضل مؤسس الشركة، الدكتور ريتشارد كولتون الذي بدأ برؤية لمعالجة مياه الأسمنت المستعملة في مواقع البناء بطريقة أكثر مراعاة للبيئة. وفي عام 2018، لفتت التكنولوجيا انتباه شركة Workdry International التي انتهى بها الأمر بشراء شركة Silbuster Limited وملكيته الفكرية.
- **استخدام الأسرار التجارية للبقاء في دائرة ضوء المنافسين** - تعد اليوم شركة Rheon Labs Ltd ، التي تصنع ملابس وقائية للرياضات شديدة الأثر، مستخدمة استراتيجية ومتطورة للملكية الفكرية. وهي اعتمدت في البداية على الأسرار التجارية لحماية جوانب مختارة لمليته الفكرية، مع البقاء في دائرة ضوء منافسيها (بدلاً من تقديم طلبات للحصول على البراءات التي تصدر تلقائياً بعد مرور 18 شهراً). لكن بمجرد بدء آخرين في انتهاك مجالها، تحولت الشركة إلى استصدار البراءات. وهو ما وضع تكنولوجيتها في الملك العام، لكنها كسبت في المقابل 20 عاماً من الحقوق الاستثنائية وأصبح الآن يتعين على منافسيها استحداث منتجاتهم الجديدة والمبتكرة، إذا كانوا يريدون تأمين براءاتهم.
- **علامات تجارية لدعم الشراكات التجارية** - لقد تم تسجيل علامة Rheon Labs® مبكراً، حين أشارت بحوث ما قبل الإيداع إلى أن بعض حقوق الآخرين قد تمنع استخدامها. ومع تزايد نمو الشركة

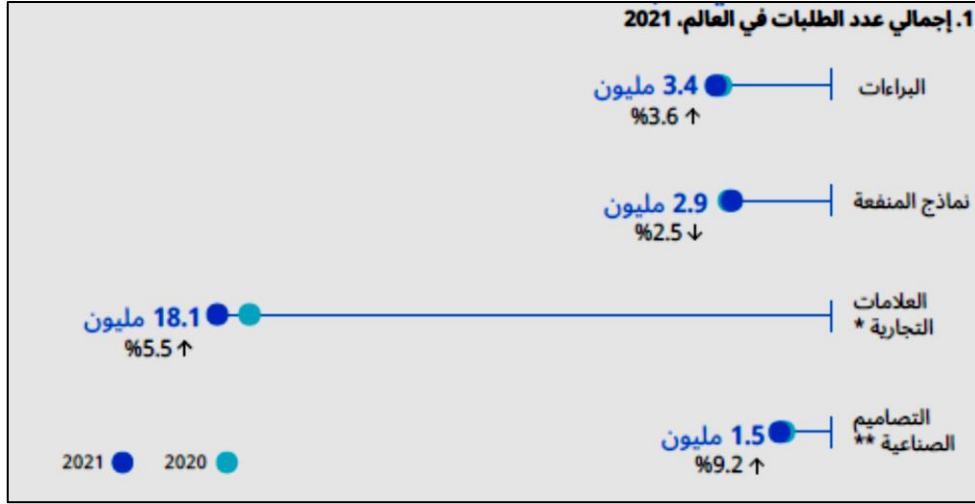
29 مجلة الويبو، حماية الملكية الفكرية: تحقيق القيمة والنمو للشركات الصغيرة، مارس 2021، د، ص.

وتحولها إلى علاقات التعاون والشراكات التجارية، أضيفت اتفاقات قاطعة بعدم الكشف وتسجيلات للتصاميم إلى إرثها من الملكية الفكرية. وتحظى العلامة حالياً باعتراف قوي وتتمتع الشركة بشهرة تجارية قيمة باسمها. ويستخدم التسجيل لتوطيد هذه القيمة، ويقدم إشارة ظاهرة إلى الملكية، ويسهل التوسيم المشترك مع شركاء مثل Xenith LLC ، وهي شركة أمريكية رائدة لتصنيع خوذ كرة القدم، تحمل منتجاتها حالياً العلامة التجارية Rheon Labs® ومعترف بأنها تحد من آثار الصدمات والإصابات الدماغية المقترنة بها، بالإضافة إلى منتجاتها الأخرى. وبدون التسجيل واتفاقات الترخيص القاطعة، ستعرضون إذا سمحتم للغير بوضع علامتكم التجارية على منتجاته إلى فقدانها. فالتسجيل يحمي عادة علامات الشركة لمدة عشر سنوات، لكن مع التمتع بميزة يمكن تجديدها للأبد- ما دامت لم تصبح مصطلحات عامة.

• **إنشاء أصول قيمة للملكية الفكرية لإثبات إمكانات السوق** - شركة Ceres Power هي شركة تمتلك "تكنولوجيا عميقة" محمية بموجب براءة ومطروحة في مجموعة كبيرة من الطلبات المتعلقة بالطاقة النظيفة حيث أصبحت من الأصول القيمة للغاية. لكن إذا لم يكن المتخصصون في التسويق بمجموعة IP Group Plc قد تدخلوا في وقت حاسم، لكانت الشركة قد أعلنت إفلاسها عقب فشل التجارب الميدانية الأولية. وتعمل شركة IP Group مع الشركات المبتدئة التي تمتلك ملكية فكرية ناشئة عن بحوث جامعية لتصل بها إلى نقطة حيث يمكنها إثبات الاستدامة الحقيقية لتكنولوجياها لجذب الاستثمار المشترك من مؤسسات كبيرة وبيعها في نهاية المطاف. ويقول لي الدكتور روب تريزونا من شركة IP Group: الملكية الفكرية هي عبارة عن مجازفة. فإذا لم تضمن شركات محفظتنا حقوقها للملكية الفكرية، فإنها لن تتمكن من جمع الأموال. وعادة ما يسعى المستثمرون للحصول على عدد من البراءات وليس واحدة أو اثنتين. "وكان العامل الرئيسي للتحول الناجح لشركة Ceres Power بفضل شركة IP Group هو إدراك أن مركزها في التصنيف العالمي للملكية الفكرية سيتيح لها تحقيق المزيد من القيمة كمورد تكنولوجيا تقوم بتطوير وترخيص تكنولوجيا على نحو مشترك وليس كشركة تصنيع متكاملة رأسياً. وقد تشاركت الشركة بنجاح مع شركات Bosch و Doosan و Weichai Power لاستحداث منتجات لمراكز البيانات، ووزعت مركبات نقل ثقيلة وهي قادرة على توليد القيمة لنفسها من خلال رسوم وإتاوات الترخيص.

5.الطلبات العالمية للملكية الفكرية وحقوق الملكية الفكرية السارية: نشاط إيداع البراءات والعلامات التجارية والتصاميم الصناعية يزدهر في عام 2022 وهذا ما توضحه الشكل المرفق.

الشكل رقم 1: إجمالي عدد الطلبات في العالم، 2021



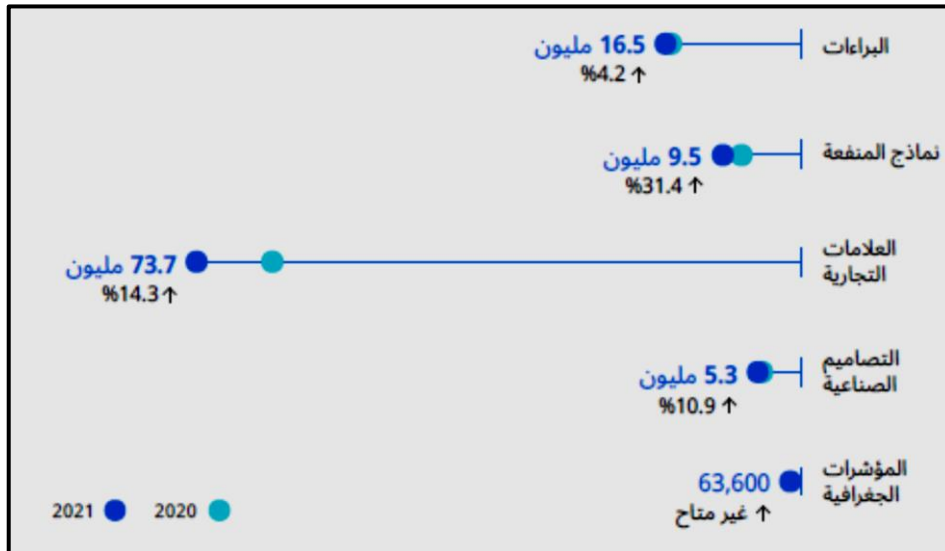
* : يشير هذا الرمز إلى عدد الأصناف - أي العدد الإجمالي لأصناف السلع والخدمات المحددة في طلبات العلامات التجارية
**يشير هذا الرمز إلى عدد التصاميم - أي العدد الإجمالي للتصاميم الواردة في طلبات التصاميم الصناعية.

المصدر: قاعدة بيانات إحصاءات الويبو، سبتمبر 2022

في عام 2021 ، ارتفعت الإيداعات العالمية للبراءات بنسبة 3.6 % ، وارتفع نشاط إيداع العلامات التجارية والتصاميم الصناعية أيضا بنسبة 5.5 % و 9.2 % ، على التوالي. ومن حيث الحجم، بلغ عدد إيداعات البراءات حول العالم 3.4 مليون، وبلغ مجموع إيداعات العلامات التجارية 18.1 مليون وبلغ مجموع إيداعات التصاميم الصناعية 1.5 مليون. وعلى عكس ذلك، تراجع عدد إيداعات طلبات نماذج المنفعة - وهي شكل خاص من حق البراءات - بنسبة 2.5 % ليصل إلى 2.9 ملايين طلب.

كما شهدت تسجيلات التصاميم الصناعية والعلامات التجارية السارية مثل منح نماذج المنفعة في جميع أنحاء العالم نموًا برقمين في عام 2021 كما هو مبين في الشكل ادناه.

الشكل رقم 2: حقوق الملكية الفكرية السارية، 2021



المصدر: قاعدة بيانات إحصاءات الويبو، سبتمبر 2022

ارتفع عدد التسجيلات السارية للبراءات على مستوى العالم بنسبة 4.2 % وصولاً إلى نحو 16.5 مليون تسجيل في عام 2021 ، وكان أكبر عدد منها في الصين (3.6 مليون) ثم الولايات

المتحدة الأمريكية 3.3 (مليون) ثم اليابان (مليونان). وبحسب التقديرات، ارتفع عدد التسجيلات السارية للعلامات التجارية على مستوى العالم بنسبة 14.3% مقارنةً بعام 2020 وصولاً إلى 73.7 مليون تسجيل في عام 2021 ، منها 37.2 مليون في الصين وحدها و 2.8 مليون في الولايات المتحدة و 2.6 مليون في الهند. وارتفع عدد التسجيلات السارية للتصاميم الصناعية على مستوى العالم بنسبة % 10.9 وصولاً إلى نحو 5.3 مليون تسجيل في عام 2021 ، وكان معظمها في الصين (2.6 مليون) وجمهورية كوريا (388,500) والولايات المتحدة (381,549) وتظهر البيانات الواردة من 93 سلطة وطنية وإقليمية أن هناك ما يقدر ب 63,600 مؤشر جغرافي محمي على أرض الواقع في عام 2021 . ومع ذلك، سيُشمل المجموع الكلي البالغ حوالي 63,600 احتمالاً نمواً برقمين، على اعتبار أن المؤشرات الجغرافية السارية من خلال الاتفاقات الثنائية أو متعددة الأطراف يمكن أن تُدرج عدة مرات . وإذا ما استُثنت المؤشرات الجغرافية السارية من خلال الاتفاقيات الدولية المختلفة، فسيكون هناك حوالي 20,600 مؤشر جغرافي ساري في عام 2021

النتائج والتوصيات: تمر المؤسسات، قبل الشروع في عملية تصدير، عبر سلسلة من الخطوات الحاسمة التي تشمل تحديد سوق التصدير الملائمة وتقييم الطلب والبحث عن قنوات التوزيع وتقييم التكاليف والحصول على الأموال. وبيت القصيد هنا هو بيان الأسباب الرئيسية التي تقتضي من الشركات الصغيرة والمتوسطة أخذ قضايا الملكية الفكرية في الحسبان عند وضع استراتيجية التصدير والنظر في السبل التي من خلالها تساهم الملكية الفكرية في تعزيز قدرة تلك المؤسسات على التنافس في أسواق التصدير. ونظراً إلى أن حقوق الملكية الفكرية حقوق "إقليمية"، أي أنها لا تتاح سوى في البلد أو الإقليم الذي طلبت ومنحت فيه، فإن التمتع بحقوق الملكية الفكرية الاستثنائية في الأسواق الأجنبية يقتضي التماس الحماية والحصول عليها في الخارج (إلا عندما تتاح تلقائياً دون الحاجة إلى استيفاء بعض الشروط الشكلية في إطار آلية لمعاهدة دولية مثلاً كاتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية. من بين أبرز النتائج التي تم استخلاصها في هذه الدراسة:

- يمكن أن تساعد حقوق الملكية الفكرية، ولا سيما البراءات، على فتح فرص جديدة للتصدير؛
- ويمكن أن تساعد حقوق الملكية الفكرية، ولا سيما العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية، على احتلال مكانة متميزة في أسواق التصدير؛
- ويمكن أن تساهم حقوق الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات في استقطاب مستهلكين مخلصين لمنتجاتها وخدماتها في أسواق التصدير.

أما عن توصيات في تتوضح في الآتي:

- تسجيل أصول المؤسسة من الملكية الفكرية أو طلب حمايتها في أقرب وقت بغية الاستفادة من حقوق الملكية الفكرية على أكمل وجه بموازاة مع أنشطة الإعلان والإشهار وسائر أنشطة الترويج؛
- التأكد من أن المؤسسة لا تعدي على حقوق الغير من الملكية الفكرية. ويوصى في هذا الصدد بإجراء بحوث بشأن العلامات التجارية والبراءات قبل تسويق المنتجات والخدمات التي قد تتضارب مع حقوق الملكية الفكرية التي يحميها أشخاص آخرون أو شركات أخرى؛

- استخدام حقوق الملكية الفكرية في إعلانات المؤسسة وسائر الأنشطة الترويجية أو الإشارة إليها فيها بحيث يكون المستهلك الحالي والمستهلك المحتمل على وعي بحماية الملكية الفكرية في منتجات المؤسسة وخدماتها.
- رصد السوق والاستعداد للاتصال بمحام متخصص في الملكية الفكرية أو أحد المسؤولين في هيئة الإنفاذ كلما ضُبط تعدّد على حقوق الملكية الفكرية من شأنه أن يسبب ضرراً في أرباح الشركة أو سمعتها.

المراجع:

- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، المجلد الخامس ط3، لبنان، 1994.
- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004.
- حمدي أمين عبد الهادي، الفكر الإداري الإسلامي والمقارن، دار الفكر العربي، لبنان.
- روبرت أس. تانسر - Robert S.Tancer، "إدارة الملكية الفكرية في الخارج حدود الحماية"، كلية ثندربيرد Thunderbird تبحث في استراتيجية العولمة، تحرير روبرت ي. غروس، تعريب إبراهيم يحيى الشهابي (الرياض: العبيكان، 2001).
- زين الدين صلاح، المدخل الى الملكية الفكرية: نشأتها ومفهومها ونطاقها وأهميتها وتكيفها وتنظيمها وحمايتها دار الثقافة، الاردن 2004.
- سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة المفاهيم والنظم والتقنيات، دار المناهج، الأردن، 2007.
- عامر محمود الكسواني، الملكية الفكرية ماهيتها، مفرداتها، طرق حمايتها، دار الجيب، عمان، 1998.
- محسن أحمد الخضيرى، اقتصاد المعرفة: مجموعة النيل العربية القاهرة ، 2001.
- يونس عرب، موسوعة القانون وتقنية المعلومات، ج1: قانون الكمبيوتر، ط1، منشورات اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2001.

المؤتمرات

- عبد الله، مصطفى حمدا الله، حماية الملكية الفكرية ومدى تأثيرها على أمن المعلومات، المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات بيئة المعلومات الأمانة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، الرياض، من 6/4/2010.
- محمد محمود الكمالي، إيراد محمد محمود طنش، آلية حماية حقوق الملكية الفكرية، مؤتمر حول الجوانب القانونية والاقتصادية لاتفاقيات منظمة التجارة العالمية، مركز البحوث الاقتصادية وكلية الشريعة والقانون وغرفة تجارة وصناعة دبي، دبي، 11/9 مايو 2004.

المجلات:

- مجلة الويبو، حماية الملكية الفكرية: تحقيق القيمة والنمو للشركات الصغيرة، مارس 2021.

المنشورات:

- الملكية الفكرية والشركات المتوسطة والصغيرة، منشورات الويبو، مطوية رقم 488(A).

المراجع باللغة الاجنبية:

- Jermy Philips ,Alisen Fifth ,**Introduction to intellectual proprety low** ,NP,1990.
- Charles W.L.Hill, **International Business Competing in The Global Marketplace.**
- UNCTAD, **Liberalising International Transactions in Services**, a hand book , UNCTAD.
- Kermadek, Yande, **Manager la propriété intellectuelle dans l'entreprise**, colloque de l'IRPI, 2010.
- WIPO, **What is Intellectual Property?** WIPO Publication No. 450(E) , Geneva , ND.