



جامعة النجاح الوطنية  
كلية الدراسات العليا

## دور الملكية الفكرية في التحول إلى الاقتصاد المبني على المعرفة في فلسطين

إعداد

أمل أيمن أبو زنت

إشراف

د. رابح مرار

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الملكية الفكرية وإدارة الإبداع، من كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس-فلسطين.


2022

# دور الملكية الفكرية في التحول إلى الاقتصاد المبني على المعرفة في فلسطين


إعداد

أمل أيمن أبو زنت

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2022/10/16 م، وأجيزت:

  
التوقيع

  
التوقيع

  
التوقيع

د. رابح مرار  
المشرف الرئيسي

د. حسين العيسه  
الممتحن الخارجي

د. إسلام عبد الجواد  
الممتحن الداخلي

## الإهداء

إلى وصية الرسول عليه أفضل الصلاة والسلام...إلى نبع الحنان ومصدر الأمان وملجئي الدافئ.  
...والدتي الحبيبة جنان.

إلى المنارة التي استهدي بها، وضلعي الثابت، وسندي المتين، وقدوتي في الصبر والجَلَد...والدي الغالي  
أيمن

إلى أقماري الثلاثة، ونجمي المضيئة... إخوتي الأعزاء.... نور العين وأحباء القلب

حنين

خيري

حنان

إلى الهيبة والوقار.... جدي الغالي خيري أبو زنت.

إلى الجميلة قلبا وقالبا... عمتي الدكتورة يسرى أبو زنت.

إلى مرشدي وصديقي... الأستاذ مازن اللحام.

إلى الحب كله...عائتي الجميلة...وعنواني الدائم

لأجلكم ألف مرة أهدي ثمرة صبري وتعبي

محببتكم أمل أبوزنت

## الشكر

الحمد لله حمداً طيباً مباركاً فيه، الحمد لله الذي وفقني لإنهاء رسالتي وأعانني عليها، لله الحمد والشكر

دائماً.

وإيماناً بحديث الرسول عليه أفضل الصلاة والسلام " من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

كل الشكر والتقدير إلى الدكتور رايح مرار لإشرافه على الرسالة، وجهوده لتخرج الرسالة على أفضل وجه.

والشكر موصول للجنة المناقشة المتمثلة بالدكتور حسين العيسه ممتحننا خارجياً، والدكتور

إسلام عبد الجواد ممتحننا خارجياً، لقبولهم مناقشة الرسالة وعلى ملاحظاتهم التجويدية والتي

ارتقت بمستوى الرسالة إلى الأفضل.

وأشكر أساتذتي ومدرسي ماجستير الملكية الفكرية وإدارة الإبداع على ما قدموه لنا من علم ومعرفة.

أشكر صديقي وزميلي الأستاذ سعد أبوزنط على ما قدمه لي من دعم.

إلى الجنود المجهولة في كلية الدراسات العليا الذين كانوا وما يزالون يد العون لكل طالب وباحث.

وأشكر كل من ساعدني وساندني وكان خير داعم لي لأتم هذه الرسالة.

شكري واحترامي وتقديري لكم

أمل أبوزنط

## الإقرار

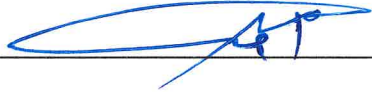
أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

### دور الملكية الفكرية في التحول إلى الاقتصاد المبني على المعرفة في فلسطين

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

أمل آيبر أبو زنت

اسم الطالب:



التوقيع:

2022 / 10 / 16

التاريخ:

## فهرس المحتويات

ج	الإهداء
د	الشكر
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ي	فهرس الجداول
ك	فهرس الأشكال
ل	فهرس الملاحق
م	الملخص
1	المقدمة
2	أهداف الدراسة
3	أهمية الدراسة
3	منهجية الدراسة
5	الدراسات السابقة
8	إشكالية الدراسة
9	أسئلة الدراسة
10	خطة الرسالة
11	الإطار المفاهيمي
11	المفاهيم الأساسية المرتبطة بالملكية الفكرية
11	المبحث الأول: مصطلحات الملكية الفكرية
11	المطلب الأول: مفهوم الملكية الفكرية
16	الفرع الأول: الابتكار كمفهوم متصل بالملكية الفكرية

- 18.....الفرع الثاني: الإبداع كمفهوم متصل بالملكية الفكرية.
- 21.....الفرع الثالث: رأس المال الفكري والملكية الفكرية.
- 24.....المطلب الثاني: النظام الإداري للملكية الفكرية.
- 24.....الفرع الأول: استراتيجيات الملكية الفكرية.
- 29.....الفرع الثاني: النماذج الإدارية للملكية الفكرية.
- 34.....المطلب الثالث: إدارة المعرفة ضمن الملكية الفكرية.
- 35.....الفرع الأول: توصيفات المعرفة التي تدخل ضمن الأصول المعرفية.
- 35.....البند الأول: المعرفة الصريحة المنظمة(الواضحة).
- 36.....البند الثاني: المعرفة الضمنية (غير المنظمة).
- 37.....الفرع الثاني: مفهوم الإدارة المعرفية.
- 38.....الفرع الثالث: إدارة الأصول المعرفية في ظل استراتيجيات الملكية الفكرية.
- 43.....المبحث الثاني: مفهوم اقتصاد المعرفة.
- 43.....المطلب الأول: تعريف اقتصاد المعرفة.
- 45.....الفرع الأول: ركائز الاقتصاد القائم على المعرفة.
- 47.....الفرع الثاني: متطلبات بناء الاقتصاد القائم على المعرفة.
- 49.....الفرع الثالث: الشركات الصغيرة والمتوسطة، وعلاقتها بالاقتصاد القائم على المعرفة.
- 53.....الفصل الأول: التنظيم القانوني لأشكال الملكية الفكرية.
- 54.....المبحث الأول: التشريعات القانونية الناظمة للملكية الفكرية.
- 54.....المطلب الأول: القوانين الوطنية للملكية الفكرية.
- 55.....الفرع الأول: قانون حماية العلامات التجارية.
- 58.....الفرع الثاني: قانون حماية براءات الاختراع.
- 61.....الفرع الثالث: قانون حماية الأسرار التجارية.
- 63.....المطلب الثاني: التنظيم القانوني الدولي الناظم للملكية الفكرية.

66.....	الفرع الأول: الاتفاقيات الدولية الناظمة للملكية الفكرية.....
70.....	الفرع الثاني: المعاهدات الدولية الناظمة للملكية الفكرية .....
72.....	الفرع الثالث: الاتفاقيات العربية الناظمة للملكية الفكرية.....
73.....	المبحث الثاني: التكيف القانوني لقوانين الملكية الفكرية .....
73.....	المطلب الأول: الآليات القانونية لنظام الملكية الفكرية.....
73.....	الفرع الأول: العلامات التجارية كآلية لحماية الملكية الفكرية.....
78.....	الفرع الثاني: براءة الاختراع كآلية قانونية، لحماية الملكية الفكرية.....
82.....	الفرع الثالث: الأسرار التجارية كآلية لحماية الملكية الفكرية: .....
86.....	المطلب الثاني: مميزات حقوق الملكية الفكرية .....
91.....	الفصل الثاني: واقع الاقتصاد القائم على المعرفة في فلسطين .....
91.....	المبحث الأول: المعوقات التي تواجه الملكية الفكرية للتحويل إلى اقتصاد المعرفة.....
92.....	المطلب الأول: التحديات التي تواجه أنظمة الملكية الفكرية.....
93.....	الفرع الأول: التحديات التي تواجه الملكية الفكرية على المستوى العالمي العام .....
94.....	الفرع الثاني: التحديات التي تواجه أنظمة الملكية الفكرية في فلسطين .....
96.....	الفرع الثالث: مؤشرات قياس الملكية الفكرية .....
100.....	المطلب الثاني: التحديات التي تواجه التحويل نحو اقتصاد المعرفة.....
100.....	الفرع الأول: تحديات الاقتصاد القائم على المعرفة على المستوى العالمي العام .....
101.....	الفرع الثاني: التحديات التي تواجه الاقتصاد القائم على المعرفة الفلسطيني .....
103.....	الفرع الثالث: تحدي جائحة كورونا، وتأثيرها على مسار التحويل إلى الاقتصاد القائم على المعرفة.....
107.....	المطلب الثالث: الفرص التحسينية الفلسطينية للتحويل إلى اقتصاد قائم على المعرفة.....
111.....	الفصل الثالث: النتائج والتوصيات .....
111.....	المبحث الأول: نتائج الدراسة .....
128.....	المبحث الثاني: التوصيات.....

130.....	المصادر والمراجع
143.....	الملاحق
B.....	Abstract

## فهرس الجداول

- جدول1: توزيع خدمات الملكية الفكرية، حتى حزيران 2021 للضفة الغربية.....61
- جدول2: يوضح بيانات خدمات الملكية الفكرية، في الضفة الغربية لسنة 2021 ومقارنتها مع الأردن: .....117
- جدول3: الملكية الفكرية في فلسطين .....119

## فهرس الاشكال

- شكل 1: رسم خريطة لأصول المعرفة.....41
- شكل 2: ركائز الإبداع التي تقوم عليها الشركات الصغيرة والمتوسطة.....52
- شكل 3: أنواع الشركات الأربع القائمة على المعرفة.....106

## فهرس الملاحق

- 143.....ملحق أ: المقابلات الشخصية
- 144.....ملحق ب: أسئلة المقابلات الخاصة بالدراسة
- 146.....ملحق ج: الاختصارات الواردة في الرسالة

# دور الملكية الفكرية في التحول إلى الاقتصاد المبني على المعرفة في فلسطين

إعداد

أمل أيمن أبو زنت

إشراف

د. رابع مرار

## الملخص

تسارع التطور في عالم الاقتصاديات الحديثة، المعتمدة على المعارف الابتكارية والإبداعية، والذي أصبح الاقتصاد القائم على المعرفة أحد أبرز سماتها، الأمر الذي أدى إلى تصاعد التركيز والاهتمام، على نظم الملكية الفكرية، التشريعية منها والإدارية، لضمان حماية مخرجات الاقتصاديات الحديثة قانونياً، لتحقيق الميزات التنافسية.

هدفت هذه الدراسة لتحديد دور الملكية الفكرية بأنظمتها القانونية، واستراتيجياتها ونماذجها الإدارية، في تحقيق النقلة نحو اقتصاد فلسطيني، قائم على المعرفة، وتسلط الضوء على التحديات والمعوقات، التي تواجه الملكية الفكرية في تحقيق هذه النقلة، فاتبع الباحث المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، لقوانين الملكية الفكرية الفلسطينية، التي تنظم قانون العلامات التجارية رقم(33) لسنة 1952، وقانون امتياز الاختراعات والرسوم رقم(22) لسنة 1952 الذي ينظم براءات الاختراع، إضافة إلى الاتفاقيات الدولية، التي تعنى بمجال الملكية الفكرية، والإحصاءات والأرقام، الصادرة عن الجهات النازمة للملكية الفكرية، وهي وزارة الاقتصاد الوطني، وغيرها من الإحصاءات الفلسطينية المرتبطة بموضوع الدراسة.

واستخدم الباحث المقابلات الشخصية كأداة للدراسة، مع أساتذة ومختصين في القانون والملكية الفكرية، والعاملين في المجال التجاري والصناعي، مثل مديري الغرف التجارية والصناعية، واتحادات جمعيات رجال الأعمال، وملتقى رجال الأعمال، لمناقشة واقع الملكية الفكرية في فلسطين، من ناحية قانونية وتجارية.

وخرج الباحث بمجموعة من النتائج، التي لامست البيئة الفلسطينية، من عدة محاور، المحور الأول: البيئة التشريعية الفلسطينية، الناظمة لقوانين الملكية الفكرية، والتي تعد العلامة التجارية أبرز أشكالها، مع ضرورة تعديل هذه القوانين، بما يلائم التطور التقني والتكنولوجي، وضرورة توافر نظام تطبيقي صارم لهذه القوانين، ليحقق الاستفادة القصوى.

وضع فلسطين المتعلق باتفاقيات الملكية الفكرية الدولية، غير مرهون بكونها عضواً مراقباً، في المنظمة العالمية للملكية الفكرية، بل يتمثل المخرج القانوني، بتقديم الجهات التشريعية الفلسطينية، صك انضمام أو تصديق، لدى المدير العام للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، لتكون عضواً فيها، وذلك بناء على المادة (5) من اتفاقية الانضمام، للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، لذلك تعد فلسطين عضواً في المنظمة واتفاقياتها، كونها عضواً في إحدى منظمات الأمم المتحدة، وهي منظمة اليونسكو.

نلاحظ غياب مصطلحات الملكية الفكرية، عند عامة الشعب الفلسطيني، واقتصاره على مصطلح العلامة التجارية، وأحياناً براءة الاختراع، ويعزو الباحث السبب، إلى ضعف البنية التعليمية والثقافية الداعمة للملكية الفكرية، وبنوه الي ضرورة تعزيز الجهود، نحو ترسيخ مفاهيم الإبداع والابتكار.

ويستنتج الباحث، أن الواقع الفلسطيني للملكية الفكرية، بوضعه الحالي، وإن بدى ضعيفاً، إلا أنه قادر على تحقيق النقلة النوعية لاقتصاد المعرفة، من خلال مواءمة التشريعات القانونية، بما يحقق ركائز الاقتصاد القائم على المعرفة، واتباع النماذج والاستراتيجيات الإدارية، الناظمة للملكية الفكرية، لاستغلال المخرجات المعرفية الفلسطينية، لتكون سلعاً وخدمات، قائمة على المعرفة الحديثة، ومحمية قانونياً، لتضمن الحصول على مكانة في التنافس العالمي، في اقتصاديات المعرفة.

**الكلمات المفتاحية:** الملكية الفكرية، الاقتصاد المبني على المعرفة (الاقتصاد القائم على المعرفة)، الابتكار، الإبداع، راس المال البشري، استراتيجيات الملكية الفكرية، النماذج الإدارية للملكية الفكرية.

## المقدمة

يشهد العالم صعود المنتجات التكنولوجية والتقنية، القائمة على المعارف والمعلومات، فالمنتجات المنافسة في الأسواق العالمية هي من تحمل ميزة المعرفة الجديدة، ذات الصفة الابتكارية والتقنية الحديثة، ولأن المعرفة هي سلاح العالم الحديث، كون قوة الدول والشركات، تقاس اقتصاديا وسياسيا وتسويقيا، بما تملكه من معلومات ومعارف تقنية جديدة.

وكان من شأن هذا التطور في عالم المعرفة، أن ينقل المجتمعات من اعتمادها على المنتجات التقليدية إلى منتجات حديثة وابتكارية، قائمة على المخرجات المعرفية، لينقل العالم إلى اقتصاديات جديدة، قائمة على مفاهيم الابتكار والإبداع، ورأس المال البشري، فالعمليات التي تولد المعرفة، أنشأت عقدا جديدا في الاقتصاديات الحديثة، وهو ما يسمى بالاقتصاد القائم على المعرفة.

وحاجة كل اقتصاد إلى نظام قانوني، ليحمي مخرجاته وإنتاجاته، ليبرز هنا دور الملكية الفكرية بأشكالها المتعددة: ممن علامات تجارية، وبراءات اختراع وأسرار تجارية، وحقوق مؤلف، وغيرها من أشكالها المتعددة، والتي تدخل في المجالات الصناعية والتجارية، والأدبية للمعارف الإنسانية.

وجوهر عمل الملكية الفكرية، لا يقتصر على التشريعات القانونية، الناظمة لأشكالها المتعددة، بل يتعدى ذلك ليشمل أنظمة إدارية متكاملة، بما تحويه من استراتيجيات وأنظمة إدارية، مقاسة ومدروسة، لتحقيق أهداف الملكية الفكرية، في حماية وتنظيم المخرجات المعرفية، مشكلة بذلك نظاما مختلطا، يجمع بين التشريعات القانونية والاستراتيجيات الإدارية، التي تحقق الأهداف الاقتصادية والقانونية، وتحقيق الاستفادة القصوى من المعرفة المحمية القانونية، واستثمارها لتحقيق الميزات التنافسية، وتحقيق أعلى العوائد المادية.

والمظلة القانونية والإدارية، التي تشكلها أنظمة الملكية الفكرية، تشكل دعامة قانونية وإدارية، لحامية الإبداعات والاختراعات من جهة، وتشجيع المخترعين والمبدعين، على الاستمرارية في حلقة الإبداع والابتكار، من جهة

أخرى، كونها تشكل حافزا قانونيا واقتصاديا قويا، لضمان حقوقهم، واستثمارها بما يحقق المنافع الاقتصادية، والقانونية والاجتماعية.

وتكامل الدور القانوني، والإداري والثقافي، للملكية الفكرية، من خلال القوانين المطبقة بصرامة، والأنظمة الإدارية الفعالة، والبيئة القانونية والتعليمية الداعمة، تشكل الأداة الأساسية للتحول السليم، والمضمون نحو اقتصاد المعرفة.

ولأن فلسطين تملك من المعارف، ما يؤهلها للتحول إلى هذا الاقتصاد، من خلال ما تملكه من معارف، متمثلة بما تملكه من رأس مال بشري، من خريجي الجامعات والدراسات العليا، وما تملكه من خبرات ومؤهلات، وشغف للتعلم والعمل، ولذلك فإن المجتمع الفلسطيني، بحاجة إلى الدور الذي تلعبه الملكية الفكرية، في التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، وتبني الملكية الفكرية، كأداة قانونية وتنظيمية، لتحقيق هذه النقلة للاقتصاد المعرفي.

#### أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة هو: تحديد دور الملكية الفكرية، في التحول نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، في فلسطين، والذي يتفرع منه مجموعة من الأهداف:

1. تحديد المسارات الفلسطينية القانونية والإدارية، للتحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة.
2. دراسة استراتيجيات ونماذج الملكية الفكرية، التي تساهم في تشكيل نظام فلسطيني فعال، للملكية الفكرية.
3. تحديد العقبات والتحديات، للملكية الفكرية، التي تحول دون الانتقال إلى الاقتصاد القائم على المعرفة في فلسطين.
4. تحديد مدى قوة، ونطاق أنظمة الملكية الفكرية، للمحافظة على صحة واستمرار ازدهار، الاقتصاد القائم على المعرفة في فلسطين.

5. تحديد المحاور الأساسية، لدراسة متطلبات التحول لاقتصاد المعرفة، في البيئة الفلسطينية.

## أهمية الدراسة:

أصبحت اقتصاديات العالم الحديث، تتسابق فيما بينها، لنيل المراتب العليا، في الاقتصاديات الابتكارية والرقمية، ولما لهذه الاقتصاديات، من أهمية في تحقيق العوائد المادية والاقتصادية، وتحقيق الميزات التنافسية، ومالها من تبعات، على الأنظمة التعليمية والمعرفية، والتشريعية والاقتصادية فالمعرفة هي القوة والسلاح، التي أصبحت الدول تتسابق لاحتكاره والسيطرة عليه، فأغلب الدراسات التي تناولت مواضيع الملكية الفكرية وما يرتبط بها من مصطلحات ومفاهيم كانت تركز على التنظيمي القانوني للملكية الفكرية، من هنا تتبع أهمية الدراسة، في تسليط الضوء على واقع أنظمة الملكية الفكرية، في فلسطين، بشقيها القانوني والإداري، والربط بين نظام الملكية الفكرية، القائم على حماية الأصول المعرفية قانونيا، وإدارتها لتحقيق التحول إلى اقتصاد فلسطيني، قائم على المعرفة، من خلال دراسة متطلبات الانتقال، إلى اقتصاد قائم على المعرفة، وتحديد العقبات والتحديات، التي تعيق هذه التحول.

فهذه الدراسة سلطة الضوء على الجانب الإداري والتنظيمي للملكية الفكرية من خلال طرح الاستراتيجيات والنماذج الإدارية لإدارة الملكية الفكرية في الجانب الإداري، إضافة للجانب القانوني المتمثل بالتشريعات والقوانين والأنظمة.

## منهجية الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي، لبيان ووصف النصوص القانونية، التي تلامس الواقع الفلسطيني للملكية الفكرية، تحيدا في الضفة الغربية، من رصد قانون العلامة التجارية رقم (33) لسنة 1952، وعرض نص قانون امتيازات الاختراعات والرسوم رقم (22) لسنة (1953)، إضافة لعرض نصوص الاتفاقيات الدولية، التي ترتبط بموضع الدراسة، وهما الاتفاقية حول الجوانب التجارية، لحقوق الملكية الفكرية(ترييس) 1994 واتفاقية باريس، لحماية الملكية الصناعية لعام (1883).

واستخدم الباحث المنهج التحليلي، وهو "منهج قائم على دراسة القواعد القانونية، وفهمها ومعرفة شروط تطبيقها، والعمل على تطبيق هذه القواعد، بعد دراستها وتحليلها" (التوام، 2017) لجمع وتحليل البيانات والمعلومات، المرتبطة بالملكية الفكرية، في الواقع الفلسطيني، من مصادر مختلفة، والتي ترتبط بموضوع الدراسة، من الكتب والدارسات السابقة، التي تناولت مواضيع متشابهة مع موضوع الدراسة، ومقالات علمية، وإحصاءات فلسطينية، من الجهات التي تدير الملكية الفكرية، وهي وزارة الاقتصاد الوطني، وإحصاءات وبيانات من الجهاز الإحصاء الفلسطيني، وإحصاءات وأرقام تجارية، من الغرف التجارية والصناعية الفلسطينية.

ثم قام الباحث باختيار عينة الدراسة، للحصول على المعلومات والبيانات، بشكل مباشر وأكثر توسعا، وارتباطا بموضوع الدراسة، من خلال اختيار عينة قصدية، تتألف من (14) فرداً مختصين وعاملين في المجال، المرتبط بموضوع الدراسة، من أكاديميين وقانونيين ومديرين، وخبراء عاملين في مجال الملكية الفكرية، والاقتصاد القائم على المعرفة.

وأداة الدراسة المستخدمة، هي المقابلات الشخصية، كونها أداة أساسية وميدانية، للاستطلاع والحصول على المعلومات، (قانونية واقتصادية) من الجهات المختصة، والتي ترتبط بموضوع الدراسة، وهي أداة تعطي الباحث مجموعة من البيانات والمعلومات، من خلال طرح أسئلة ترتبط بموضوع الدراسة، والتعمق في دراسة إشكالية الدراسة، للخروج بنتائج وحلول.

وتم تقسيم الجهات، التي تم إجراء المقابلات معها، إلى أربع فئات كالتالي:

الإداريون والعاملون في المجال التجاري والصناعي ضمن الفئة (أ).

الإداريون والمختصون في مجال الملكية الفكرية، والاقتصاد القائم على المعرفة ضمن الفئة (ب).

العاملون في حاضنات الأعمال، في الجامعات الفلسطينية ضمن الفئة (ج).

المحاميون وأساتذة القانون ضمن الفئة (د).

وتم إجراء المقابلات الشخصية، مع عاملين ومختصين، في مجالات وقطاعات متنوعة، ذات الارتباط بموضوع الرسالة، والجهات التي أجريت معها المقابلات كالتالي:

- وزارة الاقتصاد الوطني.
- المجلس الأعلى للإبداع والتميز.
- اتحاد الغرف التجارية والصناعية الزراعية.
- جمعية رجال الأعمال الفلسطينية.
- مكتب طلال أبو غزالة
- هيئة رأس سوق المال الفلسطيني.
- مركز التجارة الفلسطيني.
- ملتقى رجال الأعمال
- غرفة تجارة وصناعة نابلس.
- مكتب إدارة الملكية الفكرية
- مركز حسيب الصباغ للتميز والتكنولوجيا-الجامعة العربية الأمريكية.
- وحدة الإبداع والريادة-جامعة بيرزيت.
- شركة جلو للابتكارات والتطوير والاستثمار

#### الدراسات السابقة:

حسب اطلاع الباحث، هناك العديد من الدراسات، التي تناولت موضوع الملكية الفكرية، من ناحية قانونية، وما يرتبط بها من مجالات، كالاستثمار، وقطاع تكنولوجيا المعلومات، فجاءت هذه الدراسة لتطرح موضوع دور للملكية الفكرية، في التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، من خلال التركيز على الجانب الإداري والقانوني، للملكية الفكرية، فسلطت الضوء على الأنظمة الإدارية للملكية الفكرية، من نماذج واستراتيجيات

لإدارتها، مع دراسة الشق القانوني، للملكية الفكرية، لتكامل دورها لتحقيق النقلة، نحو اقتصاد المعرفة في فلسطين.

هناك إسهامات علمية ودراسات، تناولت موضوعاً مشابهاً، أو يتقاطع مع الرسالة بعدة جوانب، فدراسة (ماس، 2019) تتقاطع مع هدف الرسالة، كونها سلطت الضوء على أهمية رأس المال البشري، ودوره في التحول إلى اقتصاد المعرفة، من خلال ما تملكه فلسطين من معارف وعلوم، لتعزيز أهمية وجود القطاعات الابتكارية، وتوجيهها نحو النهوض باقتصاديات فلسطين.

وأكدت الدراسة أن التحول نحو اقتصاد فلسطين المعرفي، لا بد له من استغلال ما تملكه فلسطين، من معارف ومنتجات معرفية، لتشكل الخطوة الأساسية، لهذا التحول المعرفي، وتطوير نوعية المنتجات والخدمات المقدمة، وضرورة مجابهة هذه العقوبات، من خلال تسليط الضوء على السياسات والتشريعات الفلسطينية، الناظمة لحقوق الملكية الفكرية، ولما لها من دور في حماية مخرجات العمليات، الاقتصادية المعرفية، وضرورة تواجدها خريطة للاقتصاد المعرفي الفلسطيني.

أما فيما يخص دور الملكية الفكرية، وأنظمتها الإدارية، في تحقيق النقلة نحو اقتصاد المعرفة، فقد ركزت دراسة (بوخاري، 2018)، على أهمية الملكية الفكرية، في المجال الاقتصادي، ودورها في إجراء التعديلات لقلب المعادلة التقليدية، للاقتصاد المعتمد على رأس المال المادي، والممتلكات المادية للشركات، كأساس لتحقيق التقدم الاقتصادي، وتدورها في تحويل التركيز على ما تملكه الشركات والدول، من رأس مال بشري وممتلكات غير ملموسة، من أشكال الملكية الفكرية، من علامات تجارية وبراءات، ودورها في إنتاج خدمات و السلع تمتاز بالجودة والمنافسة.

ويرى الباحث أن التقاطع بين الدراستين، يتضح في التركيز على دور الملكية الفكرية، واستراتيجياته الخلق بيئة آمنة للاستثمار والابتكار، ومدى مساهمة قوانينها وأنظمتها، في تطور الاقتصاد داخل المجتمعات

المعرفية، من خلال تعزيز مهارات وإبداعات الأفراد، داخل الشركات، وتوفير المناخ والحاضنة القانونية، والإدارية للمبدعين والمبتكرين.

وحول دور إدارة المعرفة، ضمن قوانين الملكية الفكرية، وضحت دراسة (Liu,2007)، أن التغيير التكنولوجي والابتكار، يقودان إلى تنمية الاقتصاد القائم على المعرفة، من خلال تأثيرهما على أساليب الإنتاج، وأنماط الاستهلاك وهيكل الاقتصادات، فالصناعات القائمة على المعرفة، والتي تشمل سلع التكنولوجيا العالية، والمنتجات المعتمدة على براءات الاختراع، والخدمات المعتمدة على المعرفة الكثيفة، مثل التمويل والتأمين والأعمال التجارية والاتصالات، حيث تمثل أكثر من نصف الناتج المحلي الإجمالي، لمنظمة التعاون والتنمية، في الميدان الاقتصادي، وتستمر في النمو بسرعة.

وأكدت الدراسة حاجة الدول والشركات إلى هياكل تنظيمية إدارية وقانونية مناسبة، للتعامل مع هذه المتغيرات، وأوضح مظهر من مظاهر هذه المتطلبات، الحاجة إلى إدارة فعالة، لتلبية هذه المتغيرات، ونظم واستراتيجيات قانونية، لتحمي المخرجات المادية وغير المادية كافة للشركات، وحاجتها لرأس مال بشري، يملك المهارات والخبرة، من ذوي الكفاءات والتحصيل العلمي، والخبرة في اتخاذ القرارات.

وأبرز النتائج تلخصت في: ضرورة توافر أنظمة قانونية وإدارية، داعمة لحماية المخرجات المعرفية والإبداعية، والإنتاجية للأفراد العاملين في الشركات، تزيد من وتيرة إسراع التحول إلى اقتصاد المعرفة، فوجود بيئة قانونية داعمة، لمتطلبات هذا الانتقال، تشكل خطوة محمية، نحو تعزيز التنافسية للدولة والشركات.

وفيما يخص تحديات الملكية الفكرية، للتحول إلى اقتصاديات المعرفة (Andersson& Dahlman 2000) أشارت الدراسة، إلى أن كوريا تجاوزت العديد من التحديات، لتحقيق هذا التحول من خلال زيادة الاستثمارات، في التعليم والبنية التحتية للمعلومات، والبحث والتطوير، وزيادة نظام الحوافز، لتشجيع المبتكرين والمخترعين، من خلال تفعيل أنظمة الملكية الفكرية، وزيادة الفهم لأهمية البحث العلمي، واستثمار ما تملكه الدول

والشركات، من معارف وخبرات، واستغلال التقدم السريع في المعلومات، وتقنيات الاتصال، ولتحقيق هذه النقلة يجب ادراك أهمية المعرفة والمعلومات، كونها أصبحت مقياساً للقدرة التنافسية، و المحرك الأول للمنتجات، والخدمات الجديدة المميزة، بهدف تحقيق أقصى استجابة لرغبات العملاء، وسرعة الوصول إلى الأسواق، مع ضرورة توافر نظام قانوني، لضمان التحول السريع، نحو اقتصاد المعرفة، من خلال سياسات واستراتيجيات الملكية الفكرية، لتلبية متطلبات هذه النقلة، وجعل الأسواق تعمل بشكل أكبر وفعال، من خلال توفير أسس قانونية، وتنظيمية لأسواق أكثر حرية وتنافسية.

وحول متطلبات الملكية الفكرية، لإنجاح التحول نحو اقتصاد المعرفة، جاءت دراسة (معهد التخطيط القومي، 2017) لتؤكد على ضرورة، توافر إطارات حكومية منهجية، للتحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، من خلال تسليط الضوء على الوضع المعرفي والاقتصادي، في مصر تحديداً، فيما يخص قدراته المعرفية والاقتصادية، اللازمة لهذا التحول.

ومتطلبات الانتقال إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، تكون من خلال توافر بيئة تكنولوجية متطورة، واستغلال المهارات والمعارف البشرية، وتدعيم دور إدارة المعرفة، وتوليديها وتشجيع الحوافز الحكومية الرسمية، وحماية مخرجات المعرفة، من خلال تبني استراتيجيات محلية، ووطنية كاملة وشاملة، للتحول إلى اقتصاد قائم على المعرفة، قائم على مجتمع معرفي متطور.

### إشكالية الدراسة:

قدم القوانين والتشريعات، الناظمة للملكية الفكرية في فلسطين، وماله من تداعيات على استجابة الملكية الفكرية، للمتطلبات والتغيرات التقنية والتكنولوجية، وضعف استجابتها لمتطلبات التحول، إلى اقتصاد المعرفة، والذي يتطلب وجود بيئة قانونية داعمة للمعرفة، ومع وجود رأس مال بشري فلسطيني يملك المعرفة، والمتمثل بارتفاع عدد خريجي الدراسات العليا خاصة، وخريجي الجامعات بشكل عام، وعلى رغم من ذلك، هناك غياب تخطيط فلسطيني، لإدارة المعرفة وتحويلها لعائد مادي، إضافة إلى غياب ثقافة الملكية الفكرية، وما

يرتبط بها من مصطلحات، مثل الابتكار والإبداع، فالواقع الفلسطيني، يشهد غياب التعاون الفعال، لصانعي القرارات، وبين القطاع الخاص والتعليمي، لتعزيز استثمار المخرجات المعرفية، واستغلالها في القطاعات الاقتصادية.

من هنا تبرز مشكلة الدراسة، فهل الملكية الفكرية، بتشريعاتها القانونية المعمول بها في فلسطين، وأنظمتها الإدارية واستراتيجياتها، قادرة على نقل فلسطين إلى اقتصاد قائم على المعرفة؟ ومدى وعي المجتمع الفلسطيني، بمفاهيم ومصطلحات الملكية الفكرية، والاقتصاد القائم على المعرفة، وكيف يمكن تعزيز الجهود التعاونية المشتركة، بين القطاعات الحكومية والاقتصادية من جهة، وبين القطاعات التي تولد المعرفة، من جهة أخرى؟ للاستفادة من المعارف الفلسطينية، واستثمارها لتحقيق التحول نحو اقتصاد المعرفة.

#### أسئلة الدراسة:

1. كيف يمكن لأنظمة الملكية الفكرية وقوانينها، تعزيز التقدم نحو الاقتصاد القائم على المعرفة؟
2. كيف يمكن الاستفادة من الفرص التحسينية، التي يملكها الواقع الفلسطيني، للملكية الفكرية، لتجاوز ما يواجهه من عقبات وتحديات؟
3. ما مدى ملاءمة التشريعات القانونية، الناظمة للملكية الفكرية، والاستراتيجيات والنماذج الإدارية، للتحول إلى اقتصاد المعرفة؟
4. ماهي المتطلبات والاحتياجات القانونية والإدارية، فيما يخص الملكية الفكرية في فلسطين، للتحول إلى اقتصاد المعرفة؟
5. ماهي التحديات التي تواجه الملكية الفكرية في فلسطين، التي تعيق التحول إلى اقتصاد المعرفة؟

## خطة الرسالة:

تستهل الدراسة بالفصل التمهيدي، من خلال الإطار المفاهيمي، الذي يتناول أهم المصطلحات المرتبطة بالملكية الفكرية، إضافة إلى مفهوم الاقتصاد القائم على المعرفة وركائزه.

وتنقسم الدراسة إلى ثلاثة فصول رئيسية، أولها: الفصل الذي يتناول التنظيم القانوني، لقوانين الملكية الفكرية، من خلال تناول مبحثين، ركز الأول منهم على التشريعات القانونية، الناظمة للملكية الفكرية، وركز المبحث الثاني، على التكيف القانوني، لقوانين الملكية الفكرية.

وتناول الفصل الثاني، واقع الاقتصاد القائم على المعرفة في فلسطين، من خلال التركيز على التحديات والمعوقات، التي تواجه الملكية الفكرية، وهذا ما تناوله المبحث الأول، والمعوقات التي تواجه الاقتصاد القائم على المعرفة، في المبحث الثاني.

والفصل الثالث والأخير، تناول نتائج الدراسة، بناء على تحليل القوانين والاتفاقيات الناظمة، لقوانين الملكية الفكرية، وتحليل أسئلة المقابلات، للخروج بمجموعة من النتائج والتوصيات.

## الإطار المفاهيمي

### المفاهيم الأساسية المرتبطة بالملكية الفكرية

يتناول الإطار المفاهيمي في المبحث الأول، المصطلحات الأساسية التي ترتبط بالملكية الفكرية، من ابتكار وإبداع ورأس مال بشري، ويسلط الضوء على النظام الإداري للملكية الفكرية، من استراتيجيات ونماذج إدارية، وكيفية إدارة المعرفة، ضمن نظام الملكية الفكرية، وتناول المبحث الثاني، مفهوم اقتصاد المعرفة، من خلال التركيز على متطلبات التحول، لاقتصاد المعرفة وركائزه.

#### المبحث الأول: مصطلحات الملكية الفكرية

يشهد العالم اليوم، تطور اقتصاديات حديثة، تتزايد فيها أهمية خلق المعرفة واستخدامها، كمدخل في عمليات الإنتاج، لتحقيق الازدهار والقدرة التنافسية، من خلال استغلال الأدوات المعرفية، مثل مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والأنظمة والاستراتيجيات، المتبعة لإدارة الشركات والمشاريع، والتركيز على المخرجات الإبداعية والابتكارية، واستثمار مهارات الأفراد وخبراتهم، وهي مهارات مهمة، ومكملة للمهارات الأساسية، التي يعتمد عليها الأفراد والعاملون، في مجال المعرفة، والتي تشكل في مجموعها، ركائز بناء اقتصاد المعرفة في الشركات (Liu, 2007).

#### المطلب الأول: مفهوم الملكية الفكرية

أدى التطور التقني والتكنولوجي، في عمليات الإنتاج واستغلال المعرفة، إلى وجود صناعات معرفية، مثل سلع التكنولوجيا العالية، والمنتجات المعتمدة على براءات الاختراع، والخدمات المعتمدة على المعرفة الكثيفة، مثل التمويل، والتأمين، والأعمال التجارية، والاتصالات، وهي أصول تصنف ضمن أصول الملكية الفكرية، بغض النظر عن آلية التعبير عن أشكالها، والتي قد تكون علامات تجارية، أو براءات اختراع أو أسراراً تجارية، وغيرها من أشكال الملكية الفكرية، التي تعتمد على المعرفة الابتكارية (Alikhan, 2000).

وجوهر عمل الملكية الفكرية، قائم على تجسيد الفكرة الإبداعية، بوساطة مادية ملموسة، وتحويلها لسلع أو خدمات، قابلة للتداول في السوق، وتحقيق الأرباح لأصحابها، من خلال ما تمنحه الملكية الفكرية، من حماية للمنتجات المعرفية بأشكالها المختلفة، وضمان الحقوق لأصحابها، من خلال أشكال الملكية الفكرية المختلفة (Thelen, 2019).

وعرفت اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية، المنعقدة في ستوكهولم في 14 يوليو 1967 في نص المادة (5) الفقرة (8): بأنها الحقوق المتعلقة بالمصنفات العلمية، والأدبية، والعلامات التجارية، وعلامات الخدمة، والأسماء، والسماوات التجارية، والحماية ضد المنافسة المشروعة.

وتعريف آخر، من ناحية قانونية، هو: "مصطلح قانوني، يرتبط بكل ما ينتجه العقل البشري، من أفكار يتم ترجمتها لأشياء ملموسة، ويدخل ضمن نطاقها، الحقوق الفنية والأدبية والعلمية، والصناعية والتجارية" (زين الدين، 2015).

وعرفت بأنها: الحقوق المرتبطة بإبداعات وابتكارات الجهد والذكاء البشري، الناتج من أفكارهم ومهاراتهم وإبداعاتهم العقلية، وتعطيهم هذه الحقوق منع الغير من استغلال، أو استخدام حقوقهم دون إذن قانوني، أو تصريح، وهي ملكية من نوع خاص، لارتباطه بالأفكار غير الملموسة، وليست شيئاً مادياً (الجيلالي، 2015).

وفيما يخص الواقع الفلسطيني، عرفت الفئة (أ) التي أجريت معهم المقابلة، الملكية الفكرية، بأنها: العلامة التجارية، فمنهم من عرفها بأنها: العلامة أو الرمز، الذي يتخذه التاجر، كهوية لتمييز سلعه من غيرها، أو هي حقوق لأصحاب العلامات التجارية، أو الاختراعات، والتي يتم تسجيلها لدى الجهات الحكومية المختصة، لحمايتها قانونياً ورسمياً، ولتجنب حدوث أي خسائر لأصحابها، وعرفوا الملكية الفكرية، بأنها: الحماية القانونية للمنتجات، من علامة تجارية، وتغليف، وفكرة، أو اختراع مبتكر، ويكون محمياً على نطاق محلي

ودولي، ليضمن حق صاحبه، ومنع تقليده أو سرقة أفكاره، ولضمان حصوله على عائد لإبداعه وابتكاره، وتشجيعه للتقدم نحو تطوير أعماله.

وعرف الفئة (ب) الملكية الفكرية، بأنها: حقوق معنوية ومادية فكرية، لكل مبدع ومبتكر، استطاع تحويل فكرته غير الملموسة، على شكل وساطة مادية، وعبر عنها أما بمنتج، أو سلعة قابلة للتداول، وقادرة على تحقيق المكسب المادي، وبأنها الحقوق الفكرية للمبدع، والتي تنقسم إلى ملكية أدبية، كحقوق المؤلف، أو ملكية صناعية كبراءات الاختراع، والرسوم والنماذج الصناعية، وحقوق تجارية كالعلامة التجارية، والأسرار التجارية، وهي المنتج الذهني، الذي يمكن الاتجار به، وهي الوسيلة الوحيدة لتقدم البشرية، ومن أهم أشكال الملكية الفكرية، على مستوى العالم، هي براءات الاختراع، كونها هي التي تؤدي إلى تطور البشرية، لكن الأكثر شيوعاً واستخداماً، هي العلامات التجارية، أما حقوق المؤلف، فتقتصر على المصنفات الأدبية، والتي تتضمن برامج الحاسوب.

وحسب تعريف الفئة (ج) هي حق الانتفاع للإبداعات، والاختراعات الجديدة، التي يمكن تحويل قيمتها المادية لاستثمار، نابغ من حماية الجهد والنتائج الفكرية للعقل.

وهي الإبداع الذي يتحول لقيمة مادية، وهي فكرة في مجال معين، يتم تطبيقه كأعمال تجارية، تحمي لدى الجهات القانونية والرسمية، وأبرز أشكال الملكية الفكرية، في الجامعات براءات الاختراع وحقوق المؤلف.

أو هي النتائج الفكرية، الذي ينتجه الفكر البشري، بعدة صيغ مختلفة، وهذا الحق يجب أن ينسب لصاحبه، فالمملوكات المادية مثل ملكية المباني، تثبتها شهادة امتلاك، وكذلك الملكية الفكرية، فهي ملكية لشيء ما غير ملموس أو غير مادي، تثبتها شهادة براءة تثبت حق صاحب الفكرة.

وتعريف آخر، حسب هذه الفئة، بأنها نتاج العملية الإبداعية، والتفكير الخلاق، والاختراعات والاكتشافات، والتي تحتاج إلى حماية قانونية، بسبب استخدامها التجاري، وتشمل حقوق المؤلف، وبراءات الاختراعات، والعلامات التجارية، والتصاميم الصناعية، ونماذج المنفعة والمؤشرات الجغرافية وغيرها.

وأخيراً عرفتها الفئة (د)، بأنها: أداة تسويق، وحماية للمشاريع، والأصل منها إعطاء فترة احتكار لأصحاب المشاريع، لتعويض أصحابها مادياً، عن الجهود المعنوية والمادية، التي بذلوها خلال فترة بحوثهم وتطويرها، فهي تحمي أفكارهم، وتزيل أي مخاوف من سرقتها، كما أنها وسيلة وأداة حماية، للأفكار والمشاريع والشركات، وجميع الأعمال، وحماية للمؤلفات المكتوبة أيضاً، فهي تشمل الملكية الأدبية والصناعية، فالملكية الأدبية تهتم بها وزارة الثقافة، من المؤلفات المكتوبة، مثل الأغاني وبرامج الحاسوب، والملكية الصناعية، مثل الاختراعات والتصميمات، والهدف من الملكية الفكرية هي حماية المشاريع، التي تتكون من أشكال الملكية المختلفة، من التقليد والسرقة، والهدف الثاني هو إعطاء حق لأصحاب الحقوق، بالتفرد بالمنتج أو الخدمة، القائم على مخرجات الملكية الفكرية، من علامة تجارية أو براءة اختراع، أو مؤلف مكتوب، ليحققوا أرباحاً مادية.

وتؤثر قوة الملكية الفكرية، بشكل مباشر على توازن المصالح، بين مبدعي المعرفة والمخترعين من جهة، وبين الجهات الرسمية والحكومية المستفيدة، من اقتصاد المعرفة، والناظمة لقوانين الملكية الفكرية من جهة ثانية، والتي تعد الآليات الأساسية لإدارة المعرفة، من خلال ما تضعه من ضوابط قانونية، وقوانين لتعزيز الابتكار، وإنتاج المزيد من المعرفة، يضع الجهات القانونية والتشريعية وأصحاب القرار، في الدول أو الشركات، أمام مسؤولية وضع الاستراتيجيات والرؤى المستقبلية، من خلال دراسة جميع الأنشطة المتعلقة بالملكية الفكرية، باعتبارها قطاعاً اقتصادياً مهماً، وأداة قانونية، يمكن من خلالها حماية المخرجات المعرفية، وتسهم في نمو القيمة المضافة للدول والشركات، وزيادة فرص توافر الوظائف، ويسهم أيضاً في زيادة

الصادرات والواردات المرتكزة على المعرفة، مع الأخذ في الاعتبار، نمو التجارة العالمية والإقليمية، في مثل هذه المنتجات (Putnam, 2001).

ومن وجهة نظر الباحث، بما أن الملكية الفكرية تسعى إلى توفير بيئة قانونية في المقام الأول، وبيئة اقتصادية وثقافية يستفيد المجتمع، من إبداعات أفرادها، لأنها الأداة القانونية والإدارية، لتحقيق التقدم الاقتصادي والثقافي والاجتماعي، في ظل التسارع في الاقتصاديات الحديثة.

لذلك يرى الباحث، أن تسمية الملكية الفكرية "بنظام الملكية الفكرية" (Intellectual property system) كونه متعلق أولاً بالحقوق والالتزامات، وما يرتبط بها من امتيازات مادية، وحوافز تشجيعية للمبدعين والمبتكرين، والاستفادة من حماية المصالح، المعنوية والمادية للمنتجات، والمصنفات الفكرية، في مختلف المجالات الصناعية والتجارية والأدبية، وما يحققه ذلك من توازن، بين مصالح المبدعين من جهة، وضمانتهم القانونية من جهة أخرى.

ثانياً: تكامل الدور القانوني للملكية الفكرية، مع التخطيط والاستراتيجيات الإدارية، لإدارة الملكية الفكرية، يجسد الهدف من استخدام مصطلح "نظام الملكية الفكرية"، كونها لا تقتصر على الحماية القانونية فقط، بل يتعدى دورها التنظيم الإداري للأصول المعرفية، وهذا ما سيتم توضيحه، خلال هذا الإطار المفاهيمي، لتحقيق أهداف الحماية القانونية، والاستفادة المادية للمنتجات الإبداعية والابتكارية.

وترتبط الملكية الفكرية، بالعديد من المصطلحات، التي تشكل الهيكل الأساسي لنظامها، وأبرزها مفهوم الابتكار، والإبداع ورأس المال البشري، وترتبط هذه المفاهيم، بإنشاء المعرفة الجديدة، والتي تعتبر المحرك الرئيسي لنمو اقتصاديات المعرفة، ويتم تحديد الصناعات، التي تعمل في إنتاج سلع كثيفة التكنولوجيا، كجزء من الاقتصاد القائم على المعرفة، المبني على تجسيد المعرفة التي تملكها الشركات أو الدول، على

هيئة سلع وخدمات، و استخدام هذه المنتجات المعرفية الجديدة، لتعزيز كفاءة عملياتها الإنتاجية، وتحقيق مكاسب إنتاجية للاقتصاد ككل.

### الفرع الأول: الابتكار كمفهوم متصل بالملكية الفكرية:

تحفز الملكية الفكرية الابتكار، في المنتجات والعمليات، وتعزز من دور الإدارة، في الشركات الصغيرة والمتوسطة، القائمة على الأفكار الإبداعية، كون هذه الشركات، تتمتع بحقوق ملكية فكرية، فاستغلال الابتكارات وتسويقها، يسمح بزيادة الأنشطة الابتكارية، التي تركز على تطوير المنتجات الجديدة، القائمة على الابتكار.

فالمليكة الفكرية بقوانينها وأنظمتها الإدارية، تعد أهم استراتيجيات الأعمال، التي تحفز على اعتماد وتنفيذ الأنشطة الابتكارية، القائمة على الأصول المعرفية، المبتكرة للمنتجات والعمليات، لذلك يتعين على الدول والشركات، زيادة الأنشطة الابتكارية، من خلال تطوير وتجديد الإبداعات والاختراعات، وحمايتها قانونياً، ضمن قوانين الملكية الفكرية، لاستثمار الأنشطة الابتكارية وتحقيق العوائد المادية.

لذلك يتعين على الدول والشركات، من أجل بقائها في الأسواق، الاستمرار في تطوير الابتكارات، من خلال تطبيق قوانين الملكية الفكرية، لحماية حقوقها على الابتكارات، وهذا بدوره يسمح بتحفيز وتعزيز أنشطة الابتكار، من خلال دور الملكية الفكرية.

وعرفت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، الابتكار بأنه: "تنفيذ سواء كان منتجاً أو سلعة أو عملية جديدة أو محسنة، أو أسلوباً تسويقياً (تنظيماً) محسناً، أو ممارسات الأعمال بطريقة جديدة، أو تنظيم العلاقات الخارجية".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://www.oecd.org/innovation/>

ويعرف أيضا: بأنه عملية "تقديم منتجات أو خدمات جديدة، ذات قيمة إلى السوق، ويعدّ أحد أهم العوامل الرئيسية، التي تحدد نجاح المؤسسات في المستقبل" (Tansey، 2018)، ويلعب الابتكار مع الملكية الفكرية، دورا موازيا طوال عمليات التطوير للمنتجات، ويشكل هذا الدور، عاملا حاسما لتسويق المنتجات، والخدمات بنجاح.

وحسب العالم جوزيف شومبير فإن الابتكار: " تتمية تجارية لمنتج أو خدمة، عن طريق تخفيض التكلفة من جهة، ومضاعفة الأرباح الناتجة عنها من جهة آخر (الجيلالي، 2015).

وفيما يخص الواقع الفلسطيني، عرفت الفئة (أ) الابتكار بأنه: الإتيان بشيء جديد لم يسبق لأحد القيام به، أو اختراع شيء غير مألوف وجديّ، على الساحة الصناعية والتجارية، أو الابتكار: هو اختراع صناعي جديد، لإنتاج سلع جديدة بطرق ابتكارية.

وعرفت الفئة(ب) الابتكار بأنه: تحويل الأفكار الجديدة إلى منتج ابتكاري، يلبي شروط الملكية الفكرية، لتمنحه الحماية، باعتباره شرطاً موضوعياً لتسجيل الملكية الفكرية، وتحديدًا براءة الاختراع، ووجهة نظر أخرى للابتكار، بأنه كل شيء ابتكار، سواء الاسم أو التصميم، أو اللون أو طريقة تشكيله، والابتكار شرط لتسجيل الملكية الفكرية، وهو عصب وأساس الملكية الفكرية، ودونه لا يوجد حماية قانونية، والابتكار هو شرط قبول الملكية الفكرية، للحماية القانونية.

وعرف أيضا بأنه: خلق منتج غير موجود في السوق، من ناحية الجودة أو الكفاءة، ومع كثرة المنتجات التي ترد للأسواق، سواء المحلية أو العالمية، إذا لم يحمّ الابتكار قانونيا، سيذهب كل الجهد سدى، ودون تحقيق أي نتاج أو عائد مادي، أو هو استخدام لفكرة جديدة، لأي تكنولوجيا أو أي منتج، أو أي خدمة، سواء على طريق التطوير التكنولوجي، أو بطرق إبداعية، في تقليل التكاليف، وتحقيق التنافسية للمنتجات والسلع والخدمات.

وحسب تعريف الفئة (ج)، بأنه: إنشاء شيء جديد من فكرة جديدة، غير موجودة، وكانت موجودة وتم تطويرها، بميزة إضافية لفوائد تلبي احتياجات، والابتكار يمكن أن يكون اجتماعياً، وتعليمياً وقانونياً أو تسويقياً، وهو أيضاً: الإتيان بشيء إضافي للمجتمع، يسهم في تحقيق وبناء، مجمع إبداعي متطور ومنافس. والابتكار من منظور تقني وتكنولوجي، هو استخدام الأدوات والتقنيات الحديثة، في استحداث منتجات مالية، أو خدماتية أو حتى سلع، لإيجاد حلول جذرية، من خلال التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، أي تطويع التكنولوجيا لتلبية الاحتياجات المتغيرة، للمستهلكين في كل المجالات.

وأخيراً تعريف الفئة(د) بأنه: عملية “commercialization”، أي هو عملية تحويل مخرجات الاكتشافات والاختراعات، ونتائج البحث العلمي إلى منتجات أو عمليات، أو خدمات أو أنظمة أو تطبيقات، ذات مردود تجاري.

وعند النظر إلى الواقع الفلسطيني وأهمية الابتكار لعمل الملكية الفكرية ونظمها، ومن خلال الفئات التي أجريت معهم المقابلات، تبين أن الابتكار هو ركن أساسي في الملكية الفكرية، ودونه لا يمكن أن يكون هناك أفكار جديدة أو مبتكرة، لتحميها قوانين الملكية الفكرية، فالملكية الفكرية تحمي مخرجات العمليات الابتكارية، باختلاف مجالاتها ونطاقاتها، التجارية والصناعية والعلمية والمعرفية.

وفيما يخص الفئة(د) والفئة(ب) أكدوا أن الابتكار، هو شرط موضوعي، لتسجيل أشكال الملكية الفكرية، تحديدا براءات الاختراع، فمن غير الابتكار، لا يكون هناك فكرة محمية.

#### الفرع الثاني: الإبداع كمفهوم متصل بالملكية الفكرية:

يظهر الإبداع ك رأس مال فكري، في قطاع الاقتصاد العالمي الجديد، الذي يعتمد على التكنولوجيا والموهبة والمعرفة، فكلما كان المجتمع أكثر تطوراً، أدى ذلك لتزايد الاهتمام بقطاع التكنولوجيا، وزادت قيمة الاقتصاد المعتمد على المعرفة والموهبة.

وتتقاطع الصناعات الإبداعية بشكل متزايد، مع التكنولوجيا الفنية والتقنية، وغالبا ما يكون الإبداع في هذه الصناعات، عملية جماعية تضم العديد من الجهات الفاعلة، التي تختلف أهدافها واحتياجاتها، بما في ذلك مجتمعات المعرفة، التي تتطلب احتياجات خاصة، في مجال الملكية الفكرية، حيث تستخدم الشركات العاملة في الصناعات الابتكارية والإبداعية، استراتيجيات الملكية الفكرية، ومصادر معرفة مفتوحة، وأنواع تراخيص إبداعية.

فالابتكار مرتبط عادة، بالجزء المادي الملموس من الفكرة، من خلال تنفيذها وتحويلها إلى منتج، أو سلعة معينة، فهو التطبيق الخلاق للأفكار، في حين الإبداع، الجزء غير الملموس من الفكرة، المرتبط في التوصل لحل جديد لمشكلة ما، كون الإبداع يرتكز، في مرحلة الأفكار، على كونه متعلقا بخلق الفكرة أو توليدها (نجم، 2012).

ويعتبر الإبداع مفهوماً معقداً وغامضاً، وبالتالي يصعب تعريف الإبداع بسبب عدم وجود تعريف واضح وموحد له فالإبداع هو "نتاج أفكار جديدة ومناسبة في أي مجال من مجالات النشاط البشري، من العلم إلى الفنون والتعليم والعمل والحياة اليومية"، وبالتالي يجب أن تكون الأفكار جديدة وملائمة للفرصة أو المشكلة المطروحة (ALababneh, 2020).

وعرف الإبداع أيضا بأنه: القدرة على تجاوز الطرق التقليدية في التفكير، وتطوير أفكار أو طرق أو أشياء جديدة ومبتكرة (Morr, 2018).

وعرف أيضا بأنه: السبق أو الإتيان بكل ما هو جديد، لم يسبق لأحد الوصول إليها (فكرة مبتكرة)، ويرتبط الإبداع أيضا بالمناخ الإبداعي، والخصائص النفسية والشخصية والمعرفية للأفراد (الملا، 2018).

والإبداع في حد ذاته كمفهوم نظري، ليس له قيمة اقتصادية، حتى يتم دمجها من خلال منتجات أو خدمات اقتصادية، يمكن تداولها في الأسواق، حيث تلك المنتجات أو الخدمات، التي تنطبق عليها شروط الإبداع،

تفرض رسوماً اقتصادية، كونها تتميز بالعرض التقدمي المميز، ومظهرها الإبداعي، وغيرها من الميزات الأخرى غير المحدودة، وتمتاز لمخرجات النشاط الإبداعي بما يلي (Sava, 2015):

- منتجات أو خدمات ناتجة عن نشاط إبداعي ومراحل ابتكارية.
- الميزة الإبداعية ذات القيمة الاقتصادية القائمة على الإبداع.

وفيما يخص الواقع الفلسطيني، اختلفت تعريفات الإبداع، بناء على الجهات التي تم إجراء المقابلة معهم، فحسب الفئة (أ) ربطت الإبداع بالابتكار، وكان تعريف الإبداع: العملية الإبداعية في التصنيع، أو في الأنشطة التجارية والصناعية.

بينما جاء تعريف الإبداع حسب الفئة (ب) إضافة نوعية لشيء موجود، مثلاً في مجال التطور على المنتجات وتقنياتها، لتصبح أفضل، وتستجيب لحاجات المستهلكين، وهو جزء مهم في عمليات الابتكار، ومراحله المختلفة، وعرف أيضاً بأنه: الركيزة الأساسية، التي يقوم عليها الاقتصاد القائم على المعرفة، والسلعة الرئيسية، هي المعرفة من خلال توليدها، وإنشاء مشاريع ريادية وناشئة، لخلق فرص عمل ومنتجات منافسة. والإبداع يمكن أن يكون مستقلاً عن الابتكار، مثال ذلك: قد يكون الإبداع في إيجاد طريقة عمل جديدة، تقلل التكاليف والوقت، دون أن تكون مبتكرة، وربما يكون الابتكار طريقاً ممهداً نحو الإبداع، وأن يكون خطوة أساسية نحو تحقيق الإبداع، مثلاً أن يكون مبنياً على تقنية مبتكرة، مثل الهوية الرقمية، فهو ابتكار يؤدي إلى الإبداع بتقليل الوقت والجهد.

وحسب الفئة (ج) الإبداع لا يتطلب إيجاد شيء جديد، بل ربما هو الإتقان، أو عمل شيء بطريقة وبجودة عالية أو متطورة، أو هو تطبيق الابتكار نحو تحقيق الجودة، وتعزيز التنافسية.

وحسب الفئة (د) بأن عملية الإبداع: عملية ذهنية، تهدف إلى الإتيان بالأفكار الجديدة وتوليدها.

وفيما يخص ارتباط الإبداع بالملكية الفكرية، في الواقع الفلسطيني، أكدت الفئة (أ) ان الإبداع هو وجه العملة الآخر للابتكار، ودون ابتكار لا يوجد إبداع، وبالتالي توافر الابتكار هو الأهم، في نطاق الملكية الفكرية، فالابتكار في العمليات الصناعية والتجارية، والأنشطة الاقتصادية يحقق الإبداع.

وحسب الفئة (ج) ارتباط الإبداع بالمؤلفات الأدبية والأبحاث، يكمن في أسلوب الباحث، وما يملكه من مهارات لغوية وبحثية، وهنا يكمن الإبداع.

وأخيرا وحسب الفئة القانونية (د) الإبداع مرتبط كخطوة أخيرة، للمنتجات والخدمات المبتكرة، المحمية قانونيا، بنظام الملكية الفكرية، الفكرة الابتكارية المحمية بأنظمة الملكية الفكرية، بغض النظر عن أشكالها المختلفة، تؤدي إلى مخرجات أو منتجات مبدعة، لكن الشرط الأساسي هو الابتكار.

### الفرع الثالث: رأس المال الفكري والملكية الفكرية:

رأس المال الفكري، على عكس الملكية الفكرية، لا يملك سندا قانونياً مرتبطاً به، وهذا الفرق الأساسي بينه وبين مفهوم الملكية الفكرية، فالأخيرة لها حقوق واضحة وصارمة، ترتبط بها، تحمي كل أشكالها، فيمكن تسجيل حقوق الملكية الفكرية، في معظم دول العالم، مثل قوانين حماية الأسرار التجارية والاختراعات، ضمن نظام الملكية الفكرية، وأضحت براءات الاختراع، تشكل دوراً أساسياً في قرارات الشركات، حول الاستثمار في عمليات البحث والتطوير، مثل الأدوية والصناعات الثقيلة، والتقنية والحيوية.

ورأس المال الفكري، يقع ضمن أصول الملكية الفكرية للشركات، فهو يحتاج إلى إسباغ الحماية القانونية، وذلك ضمن توليفة نظام الملكية الفكرية، بما تحويه من قوانين وطنية ومحلية، واتفاقيات دولية، وعقود وتراخيص ناظمة، تحمي رأس المال الفكري (فرحاتي، 2016).

ورأس المال الفكري، كونه أصلاً غير مادي (غير محسوس) يندرج ضمن المعارف والمهارات والخبرات، التي تمتلكها الشركات، وبما أن رأس المال الفكري، أحد أهم المصطلحات التي تقع تحت مظلة نظام الملكية

الفكرية، فيحى ضمن مفهوم الأسرار التجارية، والتي تعد من أهم أشكال الملكية الفكرية، واستثمارها لتحقيق الميزة التنافسية، وهذا ما يهدف له نظام الملكية الفكرية.

حماية الأصول غير المادية، ضمن نظام الملكية الفكرية، مثل رأس المال الفكري، يمكن الشركات من الاستثمار في هذه الأصول الفكرية، بنجاح واستمرار وبطريقة متسقة وقانونية، وتعطي الملكية الفكرية صورة أوسع، من خلال تسويق هذه الأصول، فالمزيج بين رأس المال بما يحويه من مهارات وخبرات، وبين نظام الملكية الفكرية، بقوانينه وعقوده واتفاقاته، يحمي من أي اعتداء أو إساءة استخدام، من قبل الغير، وهذا هو مفهوم الميزة التنافسية المستدام، ضمن إطار نظام الملكية الفكرية.

#### **البند الأول: رأس المال البشري كمفهوم متصل بالملكية الفكرية:**

تحتاج المؤسسات والشركات، لرأس المال لإدارة عملياتها، ولا يقتصر رأس المال على الموارد المادية فقط، بل يمتد ليشمل الموجودات غير الملموسة، والخبرات والمهارات والقدرات، التي يمتلكها الأفراد العاملون في الشركات، والتي تعطي الشركات الميزة التنافسية، من خلال استغلال هذه المهارات، واستثمار هذه الطاقات والخبرات المعرفية، لزيادة الإنتاجية وضمان البقاء في عالم الأعمال.

ويمثل رأس المال الفكري، "القوى العملية لإدخال التعديلات المفصلية، في الأعمال كافة، كونه مزيجاً من المهارات والمعارف والقدرات، التي يمتلكها العاملون في الشركة، ويعكس الخبرات وأصول الملكية الفكرية، ويساهم رأس المال الفكري، في خلق الميزة التنافسية، وتعظيم القيمة الاقتصادية" (أدم، 2018).

ويعرف أيضاً بأنه: "مجموعة المهارات المتطورة في الشركة، التي تتمتع بمعرفة واسعة، تجعلها قادرة على جعل الشركة عالمية، من خلال الاستجابة لمتطلبات العملاء، والفرص التي تتيحها التكنولوجيا" (فرحاتي، 2016).

ويجب على الشركات، أن تحدد بدقة مكونات رأس المال الفكري، لتستطيع قياسه وتقييمه، لضمان الحصول على قيمة مضافة، من خلال استغلاله بشكل سليم، فحسب معهد brooking الذي صنف مكونات رأس المال الفكري، لأربع مكونات رئيسية (Brooking, 1996):

1. الأصول التسويقية: وهي الجوانب غير الملموسة، والتي ترتبط بالسوق، مثل: العلامة التجارية، العملاء، نقاط التوزيع.
2. أصول الملكية الفكرية: تتمثل في الأسرار التجارية، وبراءات الاختراع، وحقوق النشر والطبع.
3. الأصول البشرية: المعارف والخبرات المتراكمة، إضافة لقدرة العاملين على الابتكار والإبداع.
4. أصول البيئة البحثية: قواعد البيانات والمعلومات، ثقافة الشركة ومجتمعها الداخلي والخارجي، وقواعد البحث والتطوير، والهياكل التنظيمية.

ويتمركز رأس المال البشري، حول النقاط الرئيسية التالية:

- البحث والتطوير.
- الإعلان.
- نظم المعلومات.
- التقنيات والتكنولوجيا.
- النفقات الرأسمالية.

وتعددت الأقسام والتصنيفات، فيما يخص رأس المال الفكري، وذلك يدل على أهمية دراسة، وتقييم رأس المال الفكري، من قبل الشركات والمؤسسات، لارتباطه الوثيق بالميزة التنافسية، والدافع القوي للبحث المستقبلي، في مجالات المعرفة والتكنولوجيا، وكسب الخبرات العملية والعلمية للشركات.

## المطلب الثاني: النظام الإداري للملكية الفكرية

تناول الباحث في هذا المطلب، استراتيجيات الملكية الفكرية، ونماذجها الإدارية، لتنظيم وإدارة الملكية الفكرية، فجوهر نشاط الملكية الفكرية، لا يقتصر على التنظيم القانوني لها، بل يتعداه ليشمل النظام الإداري المتكامل، من استراتيجيات داخلية وخارجية، وتضمنها ضمن نماذج إدارية، لتحقيق أهداف الملكية الفكرية، في إسباغ الحماية القانونية، وتحقيق الميزة التنافسية.

### الفرع الأول: استراتيجيات الملكية الفكرية

هناك عدة استراتيجيات، تستخدم ضمن نظام الملكية الفكرية، تعطي الحماية القانونية والحصرية، طوال دورة حياة المنتج أو الخدمة، وتوفير الحقوق الحصرية لمبتكري هذه المنتجات.

وتتقسم استراتيجيات الملكية الفكرية، لاستراتيجيات داخلية وخارجية، وتتناول الاستراتيجية الداخلية، مجموعة متنوعة من القضايا الداخلية، المتعلقة بالموارد داخل الشركة، مثل التقييم، والمعلومات والتنسيق، والتعليم، بما في ذلك إدارة الباحثين، والخبراء والمختصين داخل الشركة.

فالاستراتيجية الخارجية، تركز على الترخيص والتقاضي، ونشر أصول الملكية الفكرية، المحمية بمقابل مادي، والقدرة في التحكم، والسماح للغير باستخدام أصول الشركة.

ويحقق استخدام استراتيجيات الملكية الفكرية، ضمن نظامها الإداري، الأهداف الإدارية والتنافسية، التي تسعى لها كل شركة، للحفاظ على قيمتها السوقية وميزتها التنافسية، من خلال إدماج استراتيجيات الملكية الفكرية، ضمن خطة عمل الشركات أو المشاريع، من خلال:

- مواءمة استراتيجية الملكية الفكرية، مع استراتيجية الشركة.
- الحفاظ على الملكية الفكرية، والأصول ذات الصلة، عبر وظائف المنظمة المتعددة.
- إجراء تقييم تنافسي للملكية الفكرية.

• تقنين موارد الملكية الفكرية، وأفضل الممارسات، ومشاركتها مع وحدات الأعمال.

• التركيز على استخراج القيمة الاستراتيجية (Samson, 2005).

### الاستراتيجية الأولى: النشر الدفاعي للإفصاح الفني.

يتضح دور نظام الملكية الفكرية، فيما يوفره من حماية قانونية، لما ينشر من اختراعات ومعرفة، ضمن مفهوم النشر الدفاعي، الذي يعطي المبدع الأصلي للفكرة أو المنتج، الحق الاستثنائي، وفي الوقت نفسه، تمكين وصول المعرفة إلى الجمهور، وتحمي هذه الاستراتيجية الحقوق الاستثنائية للمبدع من جهة، والجمهور المستفيد من جهة أخرى.

فقوانين الملكية الفكرية، توفر درعاً يحمي الشركات والمشاريع من التقاضي، من خلال احتفاظها بحقوقها القانونية، لمليتها الفكرية بكافة أشكالها، ولا يقتصر حق الشركات في ملكيتها، على حقها في الاستغلال فحسب، بل إنها تحمي نفسها أيضاً من التقاضي، لاستخدام هذه التكنولوجيا التي تمتلكها وتتحكم فيها، وفي حالات التراخيص، غالباً ما تكون قادرة على استخدام تقنية شخص آخر، من خلال التفاوض القانوني، على التراخيص المشتركة، بدلا من الذهاب إلى المحكمة.

ويعرف النشر الدفاعي، بأنه: "ممارسة وضع الابتكار في المجال العام، ويستخدم هذا التكتيك جنباً إلى جنب، مع براءات الاختراع والأسرار التجارية، كونه يتيح للشركات إنشاء محافظ IP تنافسية، والحفاظ عليها بكفاءة" (borhardn,2007).

ومن وجهة نظر الباحث، فإن الكشف الجزئي عن تفاصيل اختراع مصمم، لمنع الآخرين من تسجيل براءات اختراع، للأفكار التي قد ترغب الشركات في استخدامها في المستقبل، من خلال منع طرف ثالث، من الحصول على براءة الاختراع، وكشف جزء من الاختراع، وجعله متاحاً للملك العام، مثلاً أن يكشف المخترع أو صاحب الاختراع، عن رسمة الاختراع، أو جزء بسيط من آلية عمله، أو نشر وصف موجز عن الاختراع،

أو مزيج من رسم توضحي مع شرح مبسط عنه، بحيث يكشف جزءاً منه لمنع أي طرف غيره من الاستفادة منه، من خلال الاستفادة من الوضع القانوني، الذي يحمي الاختراع، سواء الحماية المؤقتة، أو حماية الجزء الذي كشف عنه من الاختراع.

وتمكن هذه الاستراتيجية، من استخدام المعلومات الموجودة في المجالات البحثية، وأدبيات المنتج، والنشرات الصحفية، والأطروحات التي يمكن للجمهور الوصول إليها، كمجالات عامة للنشر الدفاعي (IP,2020).

### أهمية استراتيجية النشر الدفاعي في نظام الملكية الفكرية:

#### 1. فعالة من حيث التكلفة:

التقدم بطلب للحصول على براءة الاختراع، أو أي شكل من أشكال الملكية الفكرية، يتطلب وقتاً وجهداً ومالاً، لذلك تضمن هذه الاستراتيجية، طريقة سريعة وسهلة ومنخفضة التكلفة من ناحية، ومضمونة لحماية حقوق الملكية الفكرية من ناحية أخرى، للحصول على براءة اختراع محمية، ضد أي تعدٍ من الآخرين. فعندما يكون للشركة فكرة، لم يتم تطويرها بالكامل، أو فكرة تكميلية، أو لم تكن محور تركيز الشركة في الوقت الحالي، يفضل استخدام هذه الاستراتيجية، واعتبارها حالة فنية سابقة، قابلة للكشف، بدلا من أن تسجل كبراءة، فهي بذلك تمنع من منح حق الترخيص للآخرين، من خلال منع المنافسين من تقديم طلب، حول حقوق متعلقة بـ الابتكارات المستقبلية المشابهة، فضلا عن تقليل تكاليف مقاضاة الملكية الفكرية، بشكل عام (Boettiagen & Chi-Ham,2018).

#### 2. التقليل من المخاطر:

توفر أفضل دفاع لأي شركة، تملك حقوق ملكية فكرية جديدة، من خلال التحكم بتاريخ النشر لهذه الملكية، فهي تعمل على تعزيز محفظة الملكية الفكرية، وحماية حرية التطوير للشركات، من خلال منع الغير وخصوصا المنافسين، من الكشف عن منتج أو خدمة أو براءة، تابعة للشركة، كون الكشف

الوقائي يزيد الإفصاحات الفنية بشكل كبير، ويزيد احتمالية أن يقرر فاحص البراءات، رفض براءة مشابهة للكشف الدفاعي، كونها تقنية سابقة ومعروفة.

### 3. التنافس في براءة الاختراع، بين الشركات:

النشر الدفاعي مفيد جدا في قطاع البرمجيات والأعمال، حيث تحصل الشركة من خلاله، على براءات واسعة النطاق، في المجالات الفنية كافة، وتمنع أي شركة منافسة، من تقديم طلبات مشابهة.

وتعطي هذه الاستراتيجية، أفضل ممارسات عملية وقانونية، لما تملكه الشركات من حقوق الملكية الفكرية، من خلال:

- تحديد الملكية الفكرية التي تمتلكها.
- تسجيل حقوقها على الملكية الفكرية، والمحافظة عليها، لاسيما المتعلقة ببراءات الاختراع، والتقنيات الجديدة
- احترام الملكية الفكرية للآخرين.
- الاستعداد لفرض حقوق الملكية الفكرية الحصرية، من خلال التفاوض مع الشركات المنافسة، لاستخدام التقنيات التي تملكها الشركة، أو على الصعيد الآخر، التفاوض من خلال ترخيص مشترك، لاستخدام تقنيات الآخرين، والاستفادة منها لتطوير الشركة (Watkins, 2002).

### الاستراتيجية الثانية: تحسين عمليات البحث والتطوير.

تقنيات البحث والتطوير معقدة للغاية، فهي دائمة التطوير والتغير، والملكية الفكرية بكافة أشكالها، أصبحت تشكل قاعدة كبيرة للبيانات، بحيث يمكن أن تستغرق عمليات البحث عن اختراع جديد أو براءة فترات طويلة، لذلك لتحسين عمليات تدفق البيانات واستغلالها بالشكل القويم لابد من تقديم رؤى قابلة للتنفيذ من خلال توفير أدوات تحليلية متقدمة لدى رواد الأعمال وأصحاب الشركات، و تطوير الأبحاث العملية واستثمارها كبيانات أولية للشركات، مما يسرع عمليات اتخاذ القرار، الأمر الذي يؤدي إلى تعزيز مكانة الشركة التنافسية،

وجعلها أكثر مواكبة ومرونة، للتقدم المتسارع في عالم التقنية، والتقدم الذي نشهده، إضافة إلى تعزيز قواعد البيانات والمعلومات، حول العملاء وأصحاب المصالح الحاليين و المستقبلين المحتملين (Gering,2004).

وترتبط هذه الاستراتيجية، في عنصر التحكم في التكلفة، في إدارة الملكية الفكرية، بتخفيض وتقليل التكاليف، للحصول على الملكية الفكرية، والحفاظ عليها، فغالبًا ما تتفق الشركات مبالغ كبيرة، من المال على البحث والتطوير، دون إدراك مدى أهمية حماية مخرجات هذه العمليات قانونيا، ضمن قوانين الملكية، فهذه الاستراتيجية، تضمن حصول الشركات على المراقبة المالية والقانونية، لمخرجات البحوث والتطوير من خلال:

- ربط حافظة الملكية الفكرية، باستخدام الأعمال والقيمة السوقية للشركة.
- إنشاء فريق إدارة حقوق ملكية فكرية، يضم أعضاء متعددي الوظائف، يشتمل على وجهات نظر فنية ومالية.
- وضع معايير للحصول على الملكية الفكرية، والمحافظة عليها.
- وضع معايير لإبداع أشكال الملكية الفكرية، التي تملكها الشركات وعمليات تجديدها.
- مراجعة الحافظة الخاصة بأصول الملكية الفكرية، بشكل متكرر للتخلي عن الملكية الفكرية، التي لم تعد لها قيمة كافية للشركة، أو التي خرجت للملك العام.

### الاستراتيجية الثالثة: تسهيل أصول الملكية الفكرية.

هدف أي استراتيجية إدارية كانت أو اقتصادية، هو تحقيق الأهداف المالية، وتحسين مكانة الشركة الاقتصادية، وتعزيز ميزات التنافسية، فتحقيق الدخل للشركة، يتعدى مجرد إيصال المنتجات أو الخدمات إلى السوق بشكل أسرع، لكن باستخدام هذه الاستراتيجية، والتي تركز على الاستفادة من أصول الملكية الفكرية، لتحسين مكانة الشركة من خلال تحديد المنافسين، ودراسة إمكانية إتاحة التراخيص الاختيارية،

لأصول الملكية الفكرية الخاصة للشركات، إضافة إلى تحديد الفرص في الأسواق المجاورة والجديدة، ودراسة عمليات إطلاق المنتجات الجديدة، وتنظيم صفقات الترخيص المشتركة (Robert, 2014).

وتركز هذه الاستراتيجية، على توليد إيرادات إضافية للشركات أو المنظمات، عن طريق استخدام الملكية الفكرية، غير المتاحة للأطراف المتنافسة، من خلال:

- الحصول على التزام الإدارة والدعم.
- تطوير نظام ملكية فكرية، للترخيص والاستغلال التجاري.
- تطوير معايير فحص متقدمة، لتحديد ما تملكه الشركة من أصول ملكية فكرية.
- التنظيم الإداري الفعال، لخلق القيمة واستخراجها، من خلال استغلال مقومات الشركة، من ملكية فكرية بتنوع أشكالها.
- النظر في العوائد المادية (هبات) الملكية الفكرية، وتجميعها من خلال التركيز على مفهوم التراخيص الاختيارية، والتفاوض مع الشركات التي تملك التقنيات الجديدة (Watkins, 2002).

### الفرع الثاني: النماذج الإدارية للملكية الفكرية

تعتبر الملكية الفكرية، في عالم الاقتصاد القائم على المعرفة اليوم، أداة حماية قانونية، بل هي شكل مهم من أشكال المعرفة التنظيمية، التي تعمل على إنشاء معرفة أخرى، وتخزينها ونقلها واستخدامها، فإدارة الأصول المعرفية، يرتبط بالتعريف والتبادل، والإبداع والتخزين، وضمان المعرفة، كما يجب أن يأخذ في الاعتبار، حماية المعرفة وتقييمها وتسويقها<sup>1</sup> (الاخزمية، 2016).

وفي مجال الشركات والمنظمات، يتم إنشاء المعرفة التنظيمية، عندما يتفاعل الأشخاص المشاركون في الشركة، وينتجون تيارات من المعرفة، المتمثلة في المستندات، والمستودعات، والروتين التنظيمي، والعمليات، والممارسات، والمعايير، ويمكن نقلها بسهولة، من خلال الوسائل الشفوية، أو الكتابة أو الرسم، ويمكن

<sup>1</sup> <https://alroya.om/p/157832>

حمايتها، بموجب قوانين الملكية الفكرية، مشكلة بذلك المعرفة المحمية للشركة، تشمل المعرفة التنظيمية المعرفة المحمية، أو المعرضة للحماية، والمعرفة التي لا يمكن حمايتها (monica&beatriz,2015).

ولإدارة الملكية الفكرية، يتعين على إدارة الشركات، تحديد الأدوات الأكثر فعالية، للحصول على أقصى عائد من الاستثمارات، وتقييم وقياس، أصول الملكية الفكرية، التي تمتلكها الشركة وتديرها، لتحسين من قدرتها التنافسية، وتوسيع نطاق أعمالها.

وتشمل إدارة الملكية الفكرية في الشركات، تنفيذ سلسلة من العمليات، لتحديد أصولها الفكرية، والتقاطها وتقييمها، وحمايتها ومراقبتها، فإدارة الملكية الفكرية، لا تقتصر على المسائل القانونية، ولكنها تهدف إلى توفير إرشادات، للإدارة السليمة للملكية الفكرية، لتعزيز وتأمين استراتيجية الشركة، وتحويل الملكية الفكرية إلى مسألة تجارية، تحقق العوائد المادية، وتعزز الميزة التنافسية.

والشركات الأكثر نجاحًا، هي تلك التي تمكنت من تضمين، ما سبق ذكره في المبحث السابق، من استراتيجيات الملكية الفكرية، والتي تسهم في تحديد المعايير، لمعرفة المعارف التي يمكن حمايتها، وما هي الوسائل، التي ينبغي استخدامها في كل حالة، وكيفية نقل التكنولوجيا أو المعرفة، وكيفية تلقي المعرفة بأمان، وكيفية إدارة عقود نقل الملكية الفكرية، مثل عقود نقل التكنولوجيا، و التراخيص الإجبارية والاختيارية، التي يتيحها نظام براءات الاختراع، وكيفية الوصول إلى اتفاقيات مع الموظفين، الذين يتعاملون مع المعلومات الحساسة في الشركة (monica&beatriz,2015).

وقياس الأصول المعرفية، من ضمن العمليات الإدارية، التي تستخدمها الملكية الفكرية، لإدارة المعرفة، ضمن مجموعة من النماذج المحددة، والتي تتدرج تحت مسمى النماذج الإدارية للملكية الفكرية.

## أولاً: نموذج قياس (Skandia Navigator):

نموذج تقريبي شامل، يستخدم لقياس الأصول غير الملموسة، وأداء الشركة، وإمكانيات تنفيذها واعتمادها، وهو نموذج غير نقدي، وقد طوره المؤلف ليف إدفينسون لأول مرة في عام 1998 (Marsel, 2018).

ومن خلال النموذج، تكون الإدارة قادرة على إجراء اتصال، بين الرؤية الاستراتيجية للشركة وأهدافها، ويقوم النموذج بتحليل الأصول غير الملموسة، من خلال التقسيم إلى مكونات مختلفة.

ولإنشاء أنظمة قياس مختلفة لكل منها. حيث يقسم النموذج رأس المال الفكري، إلى مكونين رئيسيين: رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي.

- رأس المال البشري: يشمل المهارات والكفاءات، والقدرات الإبداعية والابتكارية، التي يمتلكها العاملون في الشركة، فهو يجمع بين المعرفة والمهارة، للقيام بالمهام المطلوبة في الشركة.
- رأس المال الهيكلي: رأس المال غير المادي (غير الملموس)، المتمثل ببراءات الاختراع، والعلامات التجارية وحقوق المؤلف وغيرها، من أصول الملكية الفكرية، إضافة إلى العمليات التنظيمية والإجراءات في الشركة (باغة، مرجع سابق).

## ثانياً: نموذج مراقبة الأصول غير الملموسة:

يعرف بنموذج sveiby نسبة إلى كارل سيفي، ويهدف هذا النموذج لوضع اختبار عملي، لمفاهيم رأس المال المعرفي، وما تملكه الشركة من أصول معرفية، لقياسها ضمن أربعة معايير رئيسية (علي، 2011):

● النمو (growth)

● الابتكار (innovation)

● الكفاءة (efficiency)

● الاستقرار (stability)

ويهدف النموذج إلى إرشاد إدارة الشركات، بشأن استخدام الأصول غير الملموسة، وتحديد هذه التدفقات والأرصدة، وتجديدها وتجنب ضياعها، من خلال التركيز، على ثلاثة أنواع من الأصول غير الملموسة: أصول الشركة الخارجية والداخلية، وكفاءة الأصول المستخدمة.

### ثالثاً: نموذج مؤشر رأس المال الفكري (intellectual capital index):

عرف هذا النموذج عام 1997 من قبل (Roos Dragone and edvinsson)، ويراقب هذا النموذج التغيرات المركزية، في رأس المال البشري، والتغيرات الحاصلة في سوق العمل، من خلال التركيز على أربع متغيرات (باغة، مرجع سابق).

- رأس مال العلاقات (relationship capital).
- رأس المال البشري.
- رأس المال المبني على البنى التحتية.
- رأس مال الإبداع.

### رابعاً: نموذج ذكاء رأس المال الفكري (human capital intellectual)

وهو النموذج الذي يحدد القيمة المعرفية، لموظفي الشركة، أو مهاراتهم وتدريبهم على الأعمال، أو أي معلومات خاصة، قد تزود الشركة بميزة تنافسية.

مثال على استغلال ذكاء ومهارات، الأفراد العاملين في الشركات، شركة Skandia الدنماركية التي حولت رأس المال البشري إلى رأس مال هيكلية، من خلال التركيز على إبداع وابتكار، الأفراد العاملين لديهم وتعزيزها، والتركيز على عملائها، والتجديد والتطوير كمنصة لقياس رأس المال الفكري (Chen, 202).

## خامساً: نموذج اقتباسات براءات الاختراع

يوفر هذا النموذج تحليل بيانات براءات الاختراع الخاصة في الشركة، وبراءات الاختراع للأفراد العاملين في الشركة، وعائدات البحث والتطوير وحساب الإتاوات الناتجة عن ترخيص براءات الاختراع (Abrams & Sampat, 2017).

فهذا النموذج يقيس قوة الشركة تقنياً، من خلال عدد الاستشهادات لبراءات الاختراع، التي سجلتها الشركة، وقام آخرون بالاقتباس منها، أو الاعتماد عليها، ويقيس هذا النموذج عدد المرات، التي قام فاحص براءات الاختراع، بالرجوع لبراءات اختراع، سبق أن تم تسجيلها، وسجلت باسم شركة معينة.

ومن التغييرات التي طرأت، على سيناريو أداء الشركات، في عصر المعلومات، أهمية الأصول غير الملموسة، كمصدر للميزة التنافسية، والإدارة والتطبيق الفعالين لهذه الأصول، لدعم تحويلها إلى نتائج ومخرجات، محمية قانونياً بأنظمة الملكية الفكرية، وذات قيمة مادية، فقد تغير هيكل الاستثمارات، التي تقوم بها الشركات، خلال العقود الماضية.

فالانتقال إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، لا يقتصر على الاستثمارات في رأس المال المادي، مثل المواد والآلات والمعدات، ولكن أيضاً الاستثمار في رأس المال غير الملموس، مثل العلامات التجارية والعلماء، والعلاقات مع الموردين، والمعرفة والشبكات وبراءات الاختراع، المحمي قانونياً، والمدار بطريقة ناجعة، ليحقق العوائد المادية، ويعزز الميزة التنافسية.

وفيما يخص الواقع الفلسطيني، حول توافر استراتيجيات ونماذج للملكية الفكرية، وحسب ما أفاد الأشخاص الذين أجريت معهم المقابلة، وحسب الفئة (ب) فإن الآليات التنظيمية، والخطوات الإدارية في المؤسسات الفلسطينية، وتحديد هيئة رأس سوق المال، استطاعت تحويل المعرفة، والخبرات المالية لديها، مع تطويع التكنولوجيا لتشكيل ابتكر، فالخطط المتبعة في مجملها، خطط كاملة للهيئة، ومن ضمنها منصة ابتكر، وأكدوا غياب استراتيجيات الملكية الفكرية، بشكل مختص، وهو أحد أهم العقبات لتطوير نظام فعال.

والعمل ضمن نظام الملكية الفكرية، يأتي خلال نظام قانوني ومحاسبي، وإداري للملكية الفكرية، خاصة كونهم شركات مختصة بالملكية الفكرية، ولديها نظاماً خاصاً بآلية عملها، يتبع استراتيجيات خاصة، يمكن إدراجها ضمن استراتيجيات الملكية الفكرية ونماذجها.

وحسب الفئة (د)، فإن غياب هذه الاستراتيجيات بشكل خاص، وغياب الأنظمة الإدارية للملكية الفكرية، نتيجة ضعف الثقافة حول استراتيجيات الملكية ونماذجها، واعتمادهم على المحامين، في تولي موضوع الملكية الفكرية.

### المطلب الثالث: إدارة المعرفة ضمن الملكية الفكرية

يتم تصنيف الشركات، على أساس قيمة أصولها، من خلال ما تقدمه من تقارير، حول الأصول المادية التي تمتلكها، من نقود وعائدات وأرباح، سواء كانت السابقة أو الحالية أو المتوقعة. ولكن عندما يتعلق الأمر، بقياس أصول المعرفة الخاصة بالشركات، فالإدارة الريادية لأصول المعرفة، أمر بالغ الأهمية، لنجاح أي عمل تجاري.

وقدم مصطلح أصول المعرفة، لأول مرة في عام 2003 (Kohn, 2020)، وأشار مفهوم أصول المعرفة، إلى الموارد الفكرية المتراكمة للشركات، وتتمثل أنواع أصول المعرفة، في المعلومات والتعلم والأفكار والفهم، والرؤى المستقبلية، والمهارات التقنية والقدرات، وأصول المعرفة تشمل أيضاً، أنواع الملكية الفكرية، من براءات الاختراع والعلامات والأسرار التجارية، إضافة لما تملكه الشركات من السياسات، والإجراءات والمعاملات وغير ذلك.

وعرفت أيضاً، بأنها: الحقائق والافتراضات، واستدلال القيمة الاقتصادية، من براءات الاختراع، وحقوق التأليف والنشر، وقواعد البيانات، وعقول الموظفين، والعمليات والمعلومات (Housel, & Bell, 2001).

وهي: "موارد خاصة بالشركة، لا غنى عنها لخلق قيم للشركة، وتشمل هذه الموارد، التي يتم اكتسابها من خلال الخبرة العملية، والمهارات والإدارية المتبادلة، بين الأعضاء العاملين في الشركة، وبين أصحاب المصلحة للشركة (Kamash and Yuclenelen, 2010).

ويرى الباحث أن الأصول المعرفية، هي المحركات المدفوعة بالمعرفة، لنجاح الشركات، وتحقيق الميزة التنافسية لها، لما تتضمنه الأصول المعرفية من مهارات، وخبرات ورأس المال البشري، وأصول الملكية الفكرية، من براءات اختراع، وحقوق النشر، والعلامات التجارية.

فالأصول المعرفية الاستراتيجية، المدارة بحكمة، وحسب أنظمة الشركة، وسياسات الملكية الفكرية الخاصة بها، والمحمية بقوانين الملكية الفكرية، هي التي ستحدث فرقاً، في قدرة الشركات على المنافسة، والازدهار والاستمرارية، في ظل الاقتصاد القائم على المعرفة.

#### **الفرع الأول: توصيفات المعرفة التي تدخل ضمن الأصول المعرفية:**

عند تنفيذ استراتيجيات إدارة المعرفة، ضمن نظام الشركات، بداية لا بد من معرفة أنواع المعرفة، لالتقاط وتخزين ونقل المعرفة داخل الشركة، وتطبيقها في أفضل الممارسات، المتعلقة بأنظمة الشركة، لتحقيق أهدافها نحو استدامة الميزة التنافسية.

#### **البند الأول: المعرفة الصريحة المنظمة (الواضحة):**

تتمثل في المعرفة التي يمكن التعبير عنها بسهولة، وتقنيها وتخزينها والوصول إليها، ويمكن نقلها بسلاسة إلى العملاء أو الموظفين الآخرين، وتخزينها بكفاءة في وسائط معينة، ومثال عليها المستندات والملفات، وأدوار العاملين وسلوكيات العملاء، والتقارير التحليلية والتحليلات الإضافية، وتقارير البحث.

وتعريف آخر لها هي: "المعرفة الموثقة والرسمية، التي يمكن ترميزها وتقنينها وكتابتها، ونقلها بسهولة (الكبيسي، 2005)، على قواعد بيانات أو وثائق أو شهادات، أو أبحاث أو توضيحات، معبراً عنها بالكلمات والأرقام.

وتعريف آخر: "البيانات الكمية والأساسية والمنظمة، التي تشمل المبادئ العامة المستخدمة في وضع تصور عن الشركة، كآلية لمعالجة المعلومات" (دحماني وزيان، 2015)، فهي في الشركات، تكون على شكل منتج معين، أو برنامج أو تطبيق حاسوبي -أصول الملكية الفكرية، المتمثلة بحقوق النشر، وفي بعض الدول مثل أمريكا، براءات الاختراع-، أو مواصفات محددة، أما المعرفة الواضحة في مجتمعات المعرفة، تكون على شكل التشريعات والقوانين والتعليمات.

#### البند الثاني: المعرفة الضمنية (غير المنظمة)

هناك مقولة مشهورة عن المعرفة "Michael Polanyi" "We know more than we can tell"، توضح ببساطة المقصود بالمعرفة الضمنية، التي تشكل ما يملكه الفرد من إبداع وابتكار وإدراك، تكتسب من تراكم الخبرات العملية، لكن ليس من السهل التعبير عنها أو نقلها.

ومن ضمن تعاريفها هي: "المعرفة التي ترتبط بالمهارات، التي يملكها الأفراد في الشركات والمنظمات، ويصعب نقلها أو تحويلها، كونها نتجت من المهارات الفردية، والإدراك الشخصي للأفراد" (حبايبنة، 2015).

وتعريف آخر: "المعرفة المتعلقة بالمعارف الفنية، والإدراكية والسلوكية للأفراد، والتي يصعب مشاركتها أو انتقالها" (Wiig, 2015)، فالأفراد الفاعلون والمتميزون في الشركات، يتوجب تعزيز تفردهم واستثمار إمكانياتهم، ومهاراتهم الإبداعية، لتحسين أداء الشركة وتعزيز ميزات التنافسية.

وتحقق الشركة أقصى استفادة، من المعرفة الضمنية عند تطبيقها، لتتحول إلى معرفة صريحة منظمة، فمعظم العمليات المدروسة والمدارة بالشركة، لتحديد أفضل مسار عمل، وكيفية القيام بعمل ما، يمكن تحويلها لخطط

واستراتيجيات، أو نظم إدارية خاصة بالشركة، وتندرج تحت الأسرار التجارية للعمليات الإدارية، والاقتصادية داخل الشركات، فمن خلال الاستفادة من نتائج ومخرجات العمليات، داخل الأنظمة والشركات، يمكن تحويلها إلى معرفة مقننة واضحة، يمكن الاعتماد عليها في المستقبل، ضمن تكتيكات أو خطط عمل.

وفيما يخص الواقع الفلسطيني، وحسب الفئة (ب) فالمعرفة في فلسطين، هي معرفة عشوائية، على الرغم من وجود المجتمع المتعلم، لكن هي معرفة غير مجدية، إذا لم تنظم أو تدار بالطريقة المثلى، إضافة إلى نوعية المعرفة المتولدة في المجتمع الفلسطيني، فهي معرفة تقليدية، بحاجة إلى صقلها بتجارب وتقنيات حديثة.

### الفرع الثاني: مفهوم الإدارة المعرفية

تتوجه الشركات المعاصرة، نحو تكثيف الاستثمار فيما تملكه من براءات اختراع، وتكنولوجيا المعلومات، مستفيدة مما تعلمته، وما اكتسبته من خبرات، خلال سنوات العمل، فالتحدي الذي يواجه الشركات، يتمحور حول قدرة الشركات، على إدارة المعارف المتولدة لديها، وتحويلها إلى منتجات أو خدمات ذات قيمة مادية.

والأصول المعرفية في الشركات، هي المعارف المجمعّة داخلها، أو المعارف التنظيمية للبيانات وخزائن الملفات والموظفين، أو أي معارف قد تحتاج الشركة لامتلاكها، لخلق قيمة وميزة تنافسية للشركات (smuts, kotze and merwer,2015).

فالمعرفة غير الملموسة (بشقيها الصريح والضمني)، والمعتمدة على الإدراك البشري والذاكرة والخبرة، على عكس معظم الأصول التجارية الأخرى، مثل المباني والمعدات ورأس المال، مهمة جداً للحفاظ على الميزة التنافسية للشركات، فمن المهم فهم كيف يتم إدارتها بالطريقة الأفضل، وتحديدًا وقياسها.

وإعداد الداخلين لسوق العمل، وإعادة تدريب القوى العاملة، والتغيرات السريعة في مجالات العمل، والمهارات والتقنيات، كلها تحديات تفرض نفسها على الشركات وبقوة، ومن هنا يبرز دور إدارة الأصول المعرفية،

لإعداد وبناء قاعدة معرفية، وتجميع ونشر المعارف واستثمارها، لتوليد وتطوير معارف جديدة، لتحقيق الشركات الإبداع التنافسي، والفعالية التشغيلية وجودة المنتجات والخدمات (Wiig, 2015).

### الفرع الثالث: إدارة الأصول المعرفية في ظل استراتيجيات الملكية الفكرية

لمواجهة جميع التحديات في الشركات، في ظل التغييرات في الاقتصاد القائم على المعرفة، لابد من التركيز على جودة المعرفة، من خلال تحديد الأصول المعرفية التي تملكها، والعمل بالمرونة التنظيمية، وأشكال جديدة وأفضل للقيادة والإدارة، لاستخراج الثروة من القدرات العقلية، والمعرفية للأفراد، لدفع ونمو أرباح الشركة (Carluccia & Schiuma, 2019).

وهناك خمس مراحل ضمن عمليات محكمة ومرتبطة، تمر بها عملية إدارة الأصول المعرفية داخل الشركة:

1. توليد المعرفة.

2. تدوين وتخزين المعرفة.

3. تطبيق المعرفة.

4. رسم خرائط المعرفة.

5. تبادل ونقل المعرفة.

### المرحلة الأولى: التوليد المعرفية:

وتسمى أيضا خلق واكتساب المعرفة، وتعرف بأنها "الحصول على المعرفة من مصادر مختلفة، سواء من عملاء الشركة، أو قواعد البيانات أو الخبراء، أو من خلال ورش العمل، والندوات والاجتماعات" (باغة، 2020).

ويتوجب على كل شركة، زيادة معرفتها التنظيمية، من خلال إنشاء نظام داخلي للمعارف، بتعزيز مهارات الأفراد العاملين، وتدريبهم وتأهيلهم، أو اقتناء خارجي للمعارف، من خلال استقطاب الخبراء والمتخصصين،

أو تبادل المعارف مع الجامعات أو المراكز المؤهلة، وتطبيقها على العمليات والإجراءات العملية الخاصة، والاستفادة من نتائج ومخرجات العمليات الإدارية والهيكلية، داخل الشركة، كخطوة إبداعية تحقق الابتكار، في إتاحة المعارف الجديدة.

### المرحلة الثانية: تدوين المعرفة:

يسهل تدوين المعرفة المنظم والمرئي والمنطقي، عملية استرجاع المعلومات الضرورية، بشكل أكثر كفاءة وفعالية، ويسرع عملية اتخاذ القرارات، ويحول التدوين المعرفة الضمنية، إلى معرفة صريحة في شكل قابل للاستخدام، لأعضاء المنظمة، ويحول المعلومات غير الموثقة إلى معلومات موثقة، وتخزين المعرفة يتم من خلال قواعد، ومستودعات الكترونية متطورة للبيانات والمعارف المكتسبة (Paliszkievicz, 2009).

والمعرفة المقننة، أحد الأصول المعرفية، التي تندرج تحت أصول الملكية الفكرية، التي يمكن نقلها للغير مقابل عائد مادي، أو نسبة من الأرباح، مثل براءة الاختراع أو حقوق التأليف والنشر، حيث تقوم الشركة بمنح حقوق احتكار لفترة، إذا أراد الآخرون استخدامها، من خلال التراخيص الاختيارية للبراءة، وغيرها من أشكال الملكية الفكرية.

### المرحلة الثالثة: تطبيق المعرفة:

" العملية التي يتم من خلالها استخدام المعرفة، داخل المنظمة لاتخاذ القرارات وأداء المهام، وبالتالي المساهمة في الأداء التنظيمي" (Fernandez, sabherwal, 2015)، وكلما كانت عمليات اكتشاف المعرفة والتقاطها، ومشاركتها أفضل، زادت احتمالية توفر المعرفة اللازمة للتطبيق الفعال/ في صنع القرار والمهام. وتطبق المعرفة بمجرد مشاركتها، بين الأفراد والعاملين في الشركة، وعندما تستخدم المعرفة المجمعة والمخزنة، لحل مشكلة ما، أو سد فجوة أو حاجة، أو تطبيقها لاتخاذ قرار إداري وتنظيمي لصالح الشركة.

## المرحلة الرابعة: خرائط المعرفة:

هي أداة تستخدمها المؤسسات، للبحث عن المعرفة بشكل سريع وفعال، من حيث التكلفة، وهي طريقة حديثة متمثلة في أشكال مختلفة: (الرسوم البيانية، والجداول، وقواعد البيانات، والفهارس، أو المصفوفة) من أجل تحديد المعارف، التي تمتلكها الشركة لاستثمارها اقتصاديا في المستقبل، واستغلالها في عمليات مثل التوظيف، الترويج والتعلم والتطوير (Igbinovia, 2018).

وخرائط المعرفة نظام فعال، لإيجاد حلول جديدة للمشاكل الحالية، أو حالات سابقة واجهتها الشركة، باستخدام رسم خريطة استدلالية، توضح نتائج العمليات وكيفية سيرها، ومحصلة التعامل معها، للاستفادة منها بأرقام وقياسات جديدة، للعمليات المستقبلية للشركات.

## آلية عمل خرائط المعرفة:

الأصول المادية للشركات، تعبر عنها الميزانية الخاصة بالشركة، والتي توضح ما تملكه من أصول مادية، من عائدات وأرباح ومعدات وآلات، أما فيما يخص المعرفة، فالأمر أكثر صعوبة، ولذلك تبرز أهمية رسم خرائط المعرفة، لتحديد موارد المعرفة الرئيسية، التي تدعم الميزة التنافسية للشركة، ويتم إعداد الخريطة باستخدام بعدين:

- البعد الأول: بنية المعرفة التي تملكها الشركة، الصريحة والضمنية.
- البعد الثاني: مستوى (الانتشار: أي توضيح من يملك المعرفة داخل الشركة، ومن يمكنه الوصول إليها وهي متاحة لعامة الناس، وكيف يسهم نشر المعرفة، في تعزيز الميزة التنافسية (Schiumab&Carluccia).

## شكل 1

رسم خريطة لأصول المعرفة.



يوضح الشكل (1) شبكات المعرفة الأربع، التي تعين الاستراتيجية اللازمة لنشر الأصول المعرفية للشركة، بالاستعانة ببعض استراتيجيات الملكية الفكرية، والتي تقيس مدى إبداع وابتكار الشركة، والتي تعطيها قيمتها التنافسية، في سوق الاقتصاد القائم على المعرفة.

فالشبكة (1) البنية المعرفية المنظمة والصريحة والمقننة (intellectual property rights) من أصول الملكية الفكرية (كالبراءات والعلامات التجارية وحقوق المؤلف)، لكن هذه المعرفة غير منتشرة خارج إطار الشركة، وأفضل استراتيجية لنشر المعرفة، هي تسهيل أصول الملكية الفكرية-تم تناولها في الفصل السابق- مقابل عائد مادي، مثل التراخيص الاختيارية، التي تأخذ الشركة مقابلها إتاوات مالية.

والشبكة (2) يوضح رأس مال العلاقات (co-operative partnership with customers and distributors) وهي المعرفة الناجمة عن العلاقات مع العملاء، والموردين والمؤسسين وحملة الأسهم، وغيرهم من أصحاب المصالح، والتي تتقاطع مصالحهم مع الشركة، وتصنف كمعرفة صريحة، ومنتشرة

خارج إطار الشركة، والاستراتيجية المناسبة، هي تحسين عمليات البحث والتطوير، من خلال تعزيز العلاقات بين العملاء الحاليين، والبحث عن عملاء محتملين ومستقبليين.

والشبكة (3) هي رأس المال البشري، الذي يضمن المهارات والخبرات ( tacit experience of subject matter experts ) التي يملكها الأفراد والمختصون في الشركة، وهي معرفة ضمنية وغير منتشرة خارج إطار الشركة، كونها معرفة تعطي الميزة التنافسية للشركة، وتميزها عن غيرها، لكن الاستراتيجية الأنسب لنشر هذه المعرفة، هي النشر الدفاعي للإفصاح الفني، كون هذه المهارات والخبرات تتحول لمخرجات ومنتجات، تحمل براءات اختراع أو علامات تجارية مميزة، تحتاج لتكون محمية بقوانين واستراتيجيات الملكية الفكرية.

والشبكة (4) تمثل التصورات المستقبلية للخدمات والمنتجات ( industry-wide perceptions of industry drivers ) التي تقدمها الشركة في ظل التغيرات السوقية، وهي معرفة ضمنية، لكن منتشرة خارج إطار الشركة، لكن يمكن إسباغ الحماية القانونية، والتي توفر العائد المادي للشركة، للاستفادة من معارفها، وهي استراتيجية النشر الدفاعي للإفصاح الفني.

#### المرحلة الخامسة: تبادل ونقل المعرفة:

مشاركة المعرفة هي " العملية التي يتم من خلالها إيصال المعرفة، الصريحة أو الضمنية، إلى الأفراد سواء العاملين في الشركة أو المساهمين أو العملاء، من خلال دعم التبادل (أي تبادل المعرفة الصريحة) وتعزيز تبادل المعرفة الضمنية" (Fernandez & Sabherwal).

وعند الحديث عن تبادل المعرفة وتناقلها، لابد من طرح مصطلح التنشئة الاجتماعية، كآلية مجتمعية متبادلة بين الأفراد العاملين في الشركات، "وهي عملية تبادل الخبرات، وخلق المعرفة، بالإضافة إلى النماذج العقلية

والقدرات التقنية المشتركة، من خلال الملاحظة والتقليد والممارسة". فمفتاح الحصول على المعرفة الضمنية هو الممارسة (Ayala, Jiménez, Marisol & Hoyo, 2015).

ويرى الباحث، أن أنظمة تبادل المعرفة، تكوّن الآليات والتقنيات التي تسهل التبادل، مثل المذكرات والكتيبات والتقارير الإدارية، والخطابات والعروض التقديمية، وورشات العمل والندوات، والبرامج الجماعية، وقواعد البيانات عبر الإنترنت؛ ومستودعات المعلومات، بما في ذلك قواعد بيانات أفضل الممارسات، وأنظمة الدروس المستفادة، وأنظمة تحديد مواقع الخبرة.

### المبحث الثاني: مفهوم اقتصاد المعرفة.

اقتصاد المعرفة ومجتمعه، جاء بفضل الثورات التكنولوجية والمعرفية، التي مكنت الدول والشركات الانتقال من مجتمعات استخراجية وزراعية، إلى مجتمعات معلوماتية، من خلال استثمار ما تنتجه من بيانات ومعلومات، واستغلالها في إعادة الهيكلة الإنتاجية، لزيادة الثروة وتحسين آلية العمل، والبيئة العلمية والبحثية، وتكريس رأس المال الفكري، لتحقيق التنمية وتعزيز الميزة التنافسية (حباينة، 2014).

ويؤدي التوسع السريع في المعرفة، والاعتماد المتزايد على الحوسبة، وتحليلات البيانات الضخمة والأتمتة، إلى تغيير اقتصاد العالم الحالي، إلى اقتصاد أكثر اعتمادًا، على رأس المال الفكري والمهارات، وأقل اعتمادًا على عملية الإنتاج.

### المطلب الأول: تعريف اقتصاد المعرفة.

وأصبح اقتصاد المعرفة، الاقتصاد الأساسي بين الدول المتقدمة، كونه يعتمد على رأس المال البشري، والأصول غير الملموسة، مثل التكنولوجيا الخاضعة للملكية الفكرية، ووضع اقتصاد المعرفة صناعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في طليعة النمو الاقتصادي الشامل، كونه يشمل مجموعة من المهارات المتقدمة، من تحليل البيانات، وإنشاء النماذج المالية، والعمل معها والقدرة على الابتكار.

وهناك العديد من التسميات، الدالة على اقتصاد المعرفة، من الاقتصاد الشبكي، اقتصاد اللاملموسات، اقتصاد الإنترنت، الاقتصاد الافتراضي، اقتصاد البيانات والمعلومات، تعددت الأمثلة على سبيل الذكر لا الحصر، والسبب عدم وجود تسمية واضحة موحدة، لاقتصاد المعرفة.

ويعرف اقتصاد المعرفة، حسب منظمة التعاون الاقتصادي للتنمية، بأنه: "هو تغيير تمت صياغته، لوصف الاتجاهات في الاقتصاديات المتقدمة، نحو اعتماد أكبر على المعرفة والمعلومات، ومستويات المهارة العالمية، والحاجة المتزايدة للوصول السريع، إلى كل هذا، من قبل قطاع الأعمال وقطاع العام والخاص".

وحسب تعريف البنك الدولي: "اقتصاد المعرفة، هو الاقتصاد الذي يستخدم المعرفة بشكل فعال، من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال تطبيق المعارف الجديدة، وتكييفها لتلبية حاجات واحتياجات التطور والتقدم"<sup>1</sup>.

ويعرف أيضا بأنه: "نمط اقتصادي متطور، كونه يقوم على الاستخدام الكبير، للتقنيات والمعرفة التكنولوجية، إضافة لاستخدام شبكات الإنترنت وتقنياته، في مختلف النشاطات الاقتصادية، وخصوصا التجارة الدولية والإلكترونية، معتمداً بشكل أساسي على المعرفة، والإبداع والتطورات التقنية" (العداري والدعيمي، 2010).

وهو الاقتصاد القائم على المعلومات، من الألف إلى الياء، كونها وسيلة لإنتاج المعرفة، واستغلالها لإنتاج السلع والخدمات، فالبيانات أصبحت عنصراً محورياً في عمليات الإنتاج، لذلك يعتمد اقتصاد المعرفة في أساليب الإنتاج والتسويق، على تقنيات المعرفة" (حباينة، 2014).

ويلاحظ الباحث، عدم وجود تعريف موحد شامل، لاقتصاد المعرفة، فحن بالنظر إلى التعريفات السابقة، أن اقتصاد المعرفة، هو الاقتصاد الذي يقاس بمدى التقدم، في مجال إدارة المعرفة وحمايتها، ضمن نظام

---

<sup>1</sup> <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/6853>

قانوني، متمثل في قواعد وقوانين الملكية الفكرية، لحماية كافة مكونات اقتصاد المعرفة، لتحقيق التنمية المستدامة، والوصول إلى الميزة التنافسية.

وفيما يخص وضع الاقتصاد القائم على المعرفة في فلسطين، كان المفهوم واضحاً لدى الفئة (ب) تحديداً، وعرفته بأنه: الاقتصاد القائم على مهارات وخبرات الأفراد، ضمن المنظومة المجتمعية الفلسطينية، بما يملكه من معارف ولو كانت بسيطة، أو معارف نامية، وتوظيفها ضمن نظام محدد، لاستثمارها إما بمنتجات أو خدمات.

### الفرع الأول: ركائز الاقتصاد القائم على المعرفة

سعي الشركات والدول المستمر، لتصبح أكثر تنوعاً، في مواجهة الضغوط العالمية الحالية، على الموارد وتغييرات القوى العاملة، نحو المهارات والخبرات الأكثر كفاءة ومعرفة، يعزز من ضرورة التوجه نحو بناء اقتصاد المعرفة، كونه الطريقة الأكثر استدامة، لدفع النمو، مع تزويد المجتمع بدخل أعلى، وأكثر إنتاجية، وتعزيز القوة التنافسية (Chen,2008).

والانتقال إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، يتطلب من الدول والشركات، الاستثمار في رأس المال البشري، والقوى العاملة ذات المهارات العالية، فضلاً عن البنية التحتية للصناعات عالية التكنولوجيا، وتعزيز التعاون بين الجهات والمؤسسات الحكومية والخاصة، وتطوير شبكات تعاونية علمية وتكنولوجية، مع البلدان المتقدمة، لما له من دور مهم في تعزيز القدرة التنافسية، وفتح آفاق التجارة الدولية للشركات، على المستوى العالمي (Lohanim,2013).

ويتطلب بناء اقتصاد المعرفة، تعليماً يولد معرفة ذات جودة عالية، يمكن الوصول إليه وتبادلها ونشرها، وبنية تحتية للمعلومات والبيانات الحديثة، والمتجددة، وتعزيز عمليات البحث والتطوير، واستثمارها كمدخلات لعمليات الابتكار، والتعاون وتبادل المعلومات، بين المؤسسات الاقتصادية والتعليمية والتنظيمية.

ولبناء اقتصاد المعرفة، يجب الوقوف على الركائز الأربع الأساسية، وهي كالتالي:

الركائز الأربع لاقتصاد المعرفة حسب معهد البنك الدولي KAM<sup>1</sup> (Chen & Dahlman, 2006):

#### أولاً: بيئة تنظيمية واقتصادية.

تتيح التدفق الحر للمعرفة، وتدعم الاستثمار، في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT)، وتشجع ريادة الأعمال، من خلال نظام الحوافز الاقتصادية، والمؤسسية، ونظام مؤسسي، يوفر سياسات ومؤسسات اقتصادية جديدة، من خلال تخصيص الموارد، وتحفيز الإبداع، لإبداع المعرفة، ونشرها واستخدامها.

ويجب أن يكون للبيئة الاقتصادية، سياسات جيدة، وأن تكون مواتية لمعاملات السوق، مثل الانفتاح على التجارة الحرة، والاستثمار الأجنبي المباشر. يجب على الحكومة حماية حقوق الملكية، لتشجيع ريادة الأعمال، والاستثمار المعرفي.

#### ثانياً: أنظمة الابتكار

نظام ابتكار فعال للشركات، ومراكز البحوث والجامعات، ومراكز الفكر والاستشاريين، والمنظمات الأخرى، التي تطبق وتكيف المعرفة العالمية، للاحتياجات المحلية، لخلق تكنولوجيا جديدة. حيث يؤدي توليد المعرفة التقنية إلى نمو الإنتاجية، هذه الأنظمة ضرورية للاستفادة من المخزون المتزايد للمعرفة العالمية، واستيعابها وتكييفها مع الاحتياجات المحلية، وخلق معرفة جديدة.

---

<sup>1</sup> إن KAM هي أداة تفاعلية سهلة الاستخدام قائمة على الإنترنت توفر تقييماً أساسياً لاستعداد البلدان والمناطق لاقتصاد المعرفة. وهي مصممة لمساعدة البلدان المتعاملة معها على تحديد المشاكل والفرص التي قد تواجهها، وحيث قد تحتاج إلى تركيز اهتمام السياسات أو الاستثمارات المستقبلية، فيما يتعلق بالانتقال إلى اقتصاد المعرفة

### ثالثاً: التعليم والتدريب

أي شركة أو مؤسسة تتطلع إلى التحسين، وتحتاج إلى رأس مال فكري، متعلم وماهر، للمساعدة في إنشاء وتبادل واستخدام المعرفة. حيث المجتمع الأكثر تعليماً يكون أكثر تطوراً، من الناحية التكنولوجية، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على المعرفة، والفئة المتعلمة والماهرة، تنشئ المعرفة وتشاركها وتستخدمها بكفاءة، فضلاً عن دور التعليم، وخاصة في المجالات العلمية والهندسية، وأهميته لتحقيق النمو التكنولوجي.

### رابعاً: البنية التحتية للمعلومات

بنية تحتية ديناميكية للمعلومات، تسهل الاتصال الفعال، للمعلومات والتكنولوجيا، ونشرها ومعالجتها. تعزز التدفق المتزايد للمعلومات والمعرفة، في جميع أنحاء العالم، والتي تهدف لتقليل تكاليف المعاملات، مما يؤدي إلى زيادة الاتصال والإنتاجية والمخرجات، لذلك لا بد من وجود بنية أساسية حديثة وكافية للمعلومات، تسهل التواصل الفعال، لنشر ومعالجة المعرفة، وما تولده من معلومات (Vapulus,2019).

### الفرع الثاني: متطلبات بناء الاقتصاد القائم على المعرفة:

1. نظام ابتكار وطني فعال، يدعم توليد المعرفة، وبنية أعمال مواتية بدرجة كبيرة، من التدويل والابتكار.
2. تضمين سياسات تعزيز اقتصاد قائم على المعرفة، من خلال الاستراتيجيات الاقتصادية، المبنية على الابتكار والتعليم والتعلم.
3. تعزيز سياسات الهياكل التنافسية، للمنظمات والمؤسسات القادرة على التنافس، في سوق العمل المحلي أو الدولي.
4. التركيز على التعلم، وتنمية رأس المال الفكري، من أجل تلبية متطلبات الاقتصاد، للقوى العاملة ذات المهارات العليا.
5. تبادل التخصص والمعرفة، بين الجامعات والحكومات المحلية، والشركات ومعاهد البحث، لما له من دور في تقليل تكاليف المعاملات، كما أنه يؤدي إلى زيادة الإنتاجية.

6. الاستثمار في مشاريع بحث وتطوير جديدة، وواسعة النطاق، لتحقيق أهداف جديدة، ولإيجاد بدائل اقتصادية، لتحقيق التنمية والميزة التنافسية (Blankley&Booyens,2010).
7. تطوير مؤشرات، لقياس ورصد تطوير الاقتصاد، القائم على المعرفة.
8. زيادة الإنفاق المحلي الإجمالي، على البحث والتطوير، كونه ضرورياً للحفاظ على المكانة التنافسية، للدول والشركات.
9. استخدام المعرفة العلمية، ذات القيمة المضافة، الناتجة عن أنشطة البحث والتطوير، لتعزيز المنتجات والعمليات، التي تلبي الطلب على المنتجات، والخدمات الجديدة والمسنة.
10. تطوير الموارد البشرية، ذات المهارات العلمية والتقنية، وإزالة أي قيود على التعليم، بصفته مجالاً حاسماً للتنمية، وزيادة قدرة الدول والشركات، على التنافس في المستقبل.
11. اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر، للصناعات المعرفية الثقيلة، كون الواردات التكنولوجية لها تأثير إيجابي، إذا تم استخدامها بشكل منتج، أو تم دمجها مع التطورات الجديدة (Lohani,2013).

وبحسب الواقع الفلسطيني، انقسمت متطلبات بناء اقتصاد المعرفة، حسب الفئات التي أجريت معهم المقابلات إلى:

حسب الفئة (أ) بيئة تجارية واقتصادية داعمة، من بنى تحتية قوية، وتقليل الإجراءات القانونية والإدارية، التي تقتل الوقت، ومأسسة الجهود ما بين المبدع والحكومة بأشكالها كافة.

وحسب الفئة(ب) فلتلحق فلسطين بركب اقتصاد المعرفة المتطور، بشكل كبير عالمياً، لابد لها من التركيز على جودة المعرفة وليست الكمية.

وحسب الفئة(ج) توافر بيئة قانونية داعمة لمخرجاته، وتتمثل في قوانين الملكية الفكرية، وبيئة تعليمية داعمة للمبتكرين، ومحفزة ومشجعة، ليستملكو اختراعاتهم ومشاريعهم الإبداعية، إضافة إلى نظام شامل وكامل

لاحتواء المبدعين، وتنسيق التعاون ما بينهم وبين القطاعات الخاصة، والتي يمكن تشغيلها بما يحقق إنتاجاً معرفياً، وسلعاً وخدمات ذات جودة عالية.

وحسب الفئة (د) التعليم الإبداعي والبيئة التعليمية المتطورة، والتي تتوافق مع التقدم التكنولوجي العالمي.

ولطالما كانت المعرفة قوة أساسية، في التنمية الاقتصادية، حيث تكون العقول، وما تنتجه من معرفة وخبرة محكمة، هي القوة الكبرى، ولها الأفضلية، وهي الوسيلة الأفضل للتعامل مع المنافسة والتحديات الجديدة، بما في ذلك، تلك المتعلقة بالتنمية البشرية، والبيئة العالمية.

فالتحدي هو خلق اقتصاد قائم على المعرفة، ونقطة البداية لذلك، التركيز على المجالات المعرفية، التي تملكها الشركات أو الدول، والاستفادة من الاتجاهات الاقتصادية الجديدة. من خلال بناء نموذج للنمو الاقتصادي، يتضمن الأنشطة المعرفية والفكرية، والمهارات والخبرات، المتمثلة في رأس المال الفكري، والمحمي قانونياً بنظام الملكية الفكرية، لمعالجة الفجوة التجارية الاستراتيجية، طويلة المدى.

### الفرع الثالث: الشركات الصغيرة والمتوسطة، وعلاقتها بالاقتصاد القائم على المعرفة

شكلت الشركات الصغيرة والمتوسطة، ركيزة مهمة في بناء الاقتصاد القائم على المعرفة، كونها تلعب دوراً رئيسياً، في تغيير نماذج الاقتصاديات التقليدية، نحو الاقتصاديات الحديثة، بصفتها تعتمد على الأصول المعرفية، لإنتاج السلع والخدمات، وتركز على تعزيز الأصول غير الملموسة، من رأس مال بشري وخبرات، وما يتمتع به هذا النوع من الشركات، من مرونة كبيرة لتقبل المخاطر، لأنها تملك ثقافة تنظيمية، أكثر استجابة وتكيفاً، وهذا ما يكسبها ميزة تنافسية، في طرح أفكار جديدة في السوق<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> shorturl.at/jINV1

والشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم (SMEs): هي شركات تحافظ على إيرادات، أو أصول، أو عدد من الموظفين أقل، من الشركات الكبيرة، ولكل دولة تعريفها الخاص، للشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم (SME) وعلى الرغم من صغر حجمها، تلعب الشركات الصغيرة والمتوسطة (SMEs)، دورًا مهمًا في الاقتصاد، فهي تفوق عدد الشركات الكبيرة إلى حد بعيد، وتوظف أعدادًا كبيرة من الأشخاص، وتتميز عمومًا بطابع قيادة الأعمال، مما يساعد على الابتكار، وكانت محل اهتمام المنظمة العالمية للملكية الفكرية، في اليوم العالمي للملكية الفكرية، حيث عقدت العديد من الورشات العالمية، من مختلف أنحاء العالم، لتعزيز مفهوم تواجد هذا النوع من الشركات وأهميته.

وعرف الاتحاد الأوروبي (EU) الشركات الصغيرة والمتوسطة، بأنها "تتميز بكونها تضم أقل من 50 موظفًا، وشركة متوسطة الحجم باعتبارها شركة، بها أقل من 250 موظفًا. بالإضافة إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، هناك شركات متناهية الصغر، توظف ما يصل إلى 10 موظفين (User guide to the SME Definition, 2016)، وتشكل ركائز بناء الشركات الصغيرة والمتوسطة، اللبنة الأولية، لهيكل الاقتصاد القائم على المعرفة، كونها تشكل في بنيتها ضمن نظام الملكية الفكرية، الهرم الأساسي للتحويل نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، وركائزها ال (6) كالتالي:

1. شبكات الأعمال (Business networking): "وهو مصطلح يشير إلى الموردين المحتملين، والمهنيين الذين لديهم خبرات تجارية، والمساهمين وغيرهم من أصحاب الأعمال الآخرين، وتساعد شبكة الأعمال على تنمية الشركات، وتمنحها مجموعة من الخبراء، تتراوح بين المنافسين والعملاء" (Ward, 2021). فمن خلال إقامة علاقة متبادلة المنفعة، مع رجال الأعمال الآخرين، والعملاء أو العملاء المحتملين، والتواصل مع محترفين آخرين، في مجال أعمال الشركة، فإن ذلك يساعد في تحديد فرص الشراكات، أو المشاريع المشتركة، أو مجالات جديدة للتوسع.

وهذا ما تم تناوله بالفصل السابق، كأصل معرفي للشركة، وهو رأس مال العلاقات، فإن تقاسم المعرفة بين رجال أعمال آخرين، يساعد الشركات الصغيرة تحديداً، على زيادة المبيعات، وزيادة الكفاءة والروح المعنوية، وبناء الوعي بعلاقتها التجارية.

2. البحث والتطوير في سياق الأعمال (Research and development): يقصد به جيل المعرفة الجديد، النشاط الذي تقوم به الشركات، من أجل تطوير منتجات أو عمليات، أو خدمات جديدة، أو تحسين تلك الموجودة بالفعل" (James,2021)، وهي عملية تتضمن الابتكار كمفهوم، وتشكل مرحلة مهمة من مراحلها.

والبحث والتطوير وظيفة أساسية للعديد من الشركات، فالبحث عن عروض جديدة، أو تحسين العروض الحالية، من خلال تطوير طريقة للحفاظ على المنافسة، وتحقيق الربح، عند تطوير منتج أو عملية أو خدمة جديدة، أو تحسين منتج موجود، فهذا البحث والتطوير هو أحد المراحل الأولى، وتبدأ بعده دورة البحث والتطوير، بالتفكير والتنظير، يليها البحث والاستكشاف، ثم التصميم والتطوير.

3. الأصول المعرفية للشركات: تم تناولها في الفصل السابق بشكل مفصل.

4. العمليات الابتكارية: تحدد عملية الابتكار إدارة الفكرة، من البحث الاستراتيجي، إلى الإطلاق الناجح للسوق، ونقلها إلى الإدارة التنفيذية في الشركة، هذه العملية هي قلب إدارة الابتكار، حيث يكون من المنطقي، فهم أهداف الابتكار، باعتبارها مكونات عليا لعملية الابتكار، ومواءمة العملية مع الأهداف (Luenendonk,2019).

5. المعرفة التسويقية: هي عملية توظيف المعرفة، المتراكمة من الممارسات، والمتعارف عليها بين المسوقين في الشركة، لوضع نظام هيكلي قائم على الخبرة، والمعرفة والعلوم، لينعكس على التحسين



## الفصل الأول

### التنظيم القانوني لأشكال الملكية الفكرية

مجالات البحث، التي تعتمد على التخصصات العلمية للاقتصاد، والقانون والإدارة، أصبحت تحتل نطاقات واسعة من اهتمام الشركات، وكيفية توظيفها، لتطوير الشركات والتوصل إلى أفضل المنتجات المنافسة، وهذا ما يتطلب وجود نظام قانوني يحمي الإبداعات (Liotard, 2006).

وتنقسم الملكية الفكرية، حسب اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة، من حقوق الملكة الفكرية (TRIPS)، إلى ملكية أدبية (حقوق المؤلف والحقوق المجاورة) القسم الأول من الاتفاقية من المادة (9-14)، والملكية الصناعية (العلامات التجارية، والمؤشرات الجغرافية، والتصميمات الصناعية، وبراءات الاختراع، والتصميمات التخطيطية للدوائر المتكاملة، والمعلومات السرية (الأسرار التجارية)، ومكافحة الممارسات غير التنافسية، في التراخيص التعاقدية)، وجاءت في القسم الثاني للاتفاقية من المادة (15-40).

ولتعدد أشكالها، لم تعد الملكية الفكرية، مجرد وسيلة لحماية الاختراعات، بشكل قانوني فحسب، بل امتد أثرها لمنع الاحتيال والقرصنة، من خلال تقديم سياسات التراخيص، وتعزيز قيم الأصول الفكرية، فضلا عن إعاقة ومنع المنافسين، من العمل في نفس المنتجات التي تعمل بها الشركة، مما يعطيها الميزة التنافسية، لتكون الشركة أو الدولة، التي تتمتع بالأصول المتطورة والمحمية قانونيا، قادرة على وضع معايير تكنولوجية خاصة بها.

ويتناول هذا الفصل، الشق القانوني لتنظيم قوانين الملكية الفكرية، من خلال تناول قوانين العلامات التجارية، وبراءات الاختراع، والأسرار التجارية، في القوانين المعمول بها في الضفة الغربية، والاتفاقيات والمعاهدات الدولية النازمة للملكية الفكرية، ويتناول المبحث الثاني، التكييف القانوني لقوانين الملكية الفكرية، للعلامات التجارية وبراءات الاختراع.

## المبحث الأول: التشريعات القانونية الناظمة للملكية الفكرية

يعد تأمين الحماية، وتسويق الملكية الفكرية، من الاعتبارات الرئيسية في الاقتصاد القائم على المعرفة، كون المعرفة هي المحرك للإنتاجية، والنمو الاقتصادي، وتعزيزها من خلال تطبيقها في مجالات التكنولوجيا، والتعلم لتحسين الأداء الاقتصادي، والذي يتطلب تدوين المعرفة المتزايدة، ونقلها عبر شبكات المعلومات، وحمايتها بقوانين الملكية الفكرية، لمواجهة تحديات الاقتصاد الحديث.

فقوانين الملكية الفكرية، تحمي المعرفة المتولدة من العمليات المدارة في الشركات، التي قد تكون على شكل براءات اختراع، أو علامات تجارية، وغيرها من أصول الملكية الفكرية، وإذا تُركت هذه الاختراعات والإبداعات دون حماية، فقد تُفقد أمام المنافسين، الذين هم في وضع أفضل، لتسويق المنتج أو الخدمة.

لذلك، قد يكون تأمين الحماية الكافية للملكية الفكرية للشركة، خطوة حاسمة في ردع الانتهاكات المحتملة، وفي تحويل الأفكار إلى أصول تجارية، ذات قيمة سوقية حقيقية. قد تشمل المزايا الإضافية، الوصول إلى أسواق جديدة، وإنشاء هوية مؤسسية فريدة.

## المطلب الأول: القوانين الوطنية للملكية الفكرية

النمو الاقتصادي لأي دولة، متقدمة كانت أم نامية، يتطلب جهود الدولة والمجتمع، وتحدد فعالية هذه الجهود، من خلال سياسة الدولة الفعالة، في مجال دعم العلوم والابتكارات، من خلال القوانين أو التشريعات، التي تسنها لحماية هذه الابتكارات والإبداعات.

وبالنسبة للبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية، أصبح مجال العلوم والابتكارات، على رأس أولوياتها، لأنه عندما تكون الموارد، ولا سيما الموارد المالية شحيحة، تمكنهم سياسات الملكية الفكرية، من استخدام إمكانات وجهود الدولة، والأعمال والمجتمع بأكبر قدر ممكن من الفعالية، من خلال زيادة مساهمة العلم

والتكنولوجيا، في تنمية الاقتصاد الوطني، وإنشاء قطاعات جديدة، ذات تقنية عالية وقائمة على المعرفة (Karpova, 2019).

بالنسبة لقوانين الملكية الفكرية، تناول الباحث قوانين العلامة التجارية، وبراءة الاختراع.

### الفرع الأول: قانون حماية العلامات التجارية.

تعد العلامة التجارية، باعتبارها ملكية فكرية، عنصرًا بالغ الأهمية في السوق التنافسية اليوم، وتحتل مكاناً ومساحة في السوق الرقمي، وتستخدم المؤسسات التجارية العلامة التجارية، باعتبارها أصولاً غير مادية، محمية قانوناً، وأداة تسويقية مهمة، لتمييز المنتجات والخدمات.

وتعرف العلامة التجارية، حسب المنظمة العالمية للملكية الفكرية، بأنها: "إشارة تميز سلع شركة، أو خدماتها عن سلع أو خدمات سائر الشركات. وتُحمى العلامات التجارية بقوانين الملكية الفكرية<sup>1</sup>

وعرف قانون العلامات التجارية<sup>2</sup> رقم (35) لسنة 1938 والمعمول به في الضفة الغربية، العلامة التجارية بأنها: "كل علامة استعملت أو في النية استعمالها، على أية بضائع أو فيما يتعلق بها، للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة، يحكم صنعها أو اختيارها، أو إصدار الشهادة، بها، أو الاتجار بها، أو عرضها للبيع.

والعلامات التجارية، تحمى بنظام الملكية الفكرية، تحت هذا القانون، ويتم تسجيل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني، وحتى شهر حزيران من عام 2021 تم إيداع 246 علامة تجارية، لتسجيلها لدى وزارة الاقتصاد الوطني، وسجلت 249 علامة تجارية جديدة، وجددت 85 علامة تجارية، بعد مرور أكثر من

<sup>1</sup> <https://www.wipo.int/trademarks/ar/index.html>

<sup>2</sup> المادة (2) من قانون العلامات التجارية (35) الساري في الضفة الغربية

سبع سنوات على تسجيلها، وذلك حسب التقرير الإحصائي الشهري لواقع السجلات الإدارية لوزارة الاقتصاد الوطني<sup>1</sup>

وتعد العلامات التجارية، أكثر أشكال الملكية الفكرية تسجيلاً، في الضفة الغربية، وذلك حسب التقرير الإحصائي لوزارة الاقتصاد الوطني والتي تحقق عائداً مادياً، حيث تم تحصيل ما قيمة (9.191) ألف شيكل، كإيرادات خدمات الملكية الفكرية، خلال شهر حزيران 2021، حيث ارتفعت هذه الإيرادات بنسبة 7.12%.

والعلامة التجارية، تؤدي وظيفة اقتصادية، للحفاظ على نزاهة السوق، من خلال تصحيح التوازن بين المشتريين والبائعين، في المعلومات الخاصة بجودة المنتج، أو الخدمة والسمات الأخرى، وهو ما يعطي الميزة التنافسية للشركات، ويحقق سمعة وشهرة للعلامة مؤدياً إلى زيادة العائد من الأرباح، كون العلامات التجارية لا تستخدم فقط من قبل قطاعات الأعمال، بل تعتبرها الدول والمؤسسات، أداة اقتصادية لبناء الصورة الجيدة والسمعة الطيبة.

ويرى الباحث، قصور القانون الفلسطيني للعلامات التجارية، باعتباره قانوناً قديماً، لا يواكب التغيرات المطلوبة، لمجارة التقدم في أشكال العلامات، التي تطورت فأصبحت علامة لون وصوت ورائحة، إضافة إلى علامة الهولوجرام، وكل هذه الأشكال غير مدرجة في القانون الفلسطيني للعلامة، والتي تعد من العلامات غير التقليدية، التي تتناولها القوانين الدولية.

إضافة إلى قصور القانون، عن إدراج علامة الخدمة، ضمن تعريف العلامة، وعدم إعطاء تعريف دقيق للعلامة، فقط اكتفى بذكر مصطلح "علامة"، دون أدنى ذكر أو تحديد، ماهية الأشكال التي تندرج أسفلها.

<sup>1</sup> <https://www.mne.gov.ps/mnestic.asp>

وفيما يخص شروط تسجيل العلامة التجارية، لم يشترط القانون رقم (33) لسنة 1952 في المادة (7) حيث نص القانون استخدم الفعل (يجب)، ولم يشترط لتسجيل العلامة التجارية، شرط الصفة الفارقة المميزة.

ولم يورد القانون رقم (33)، مصطلح العلامة الجماعية بشكل صريح، لكن وردت في نص المادة (10)<sup>1</sup> لتنظيم تسجيل العلامات التجارية، وحرص هذا القانون على تأكيد أهمية العلامة التجارية، وما تقوم به من وظائف، فالعلامة المراد تسجيلها، يجب أن تقي بالغرض المقصود منها، وأن تتوافر فيها الشروط الموضوعية، التي يحددها القانون، وتتاول شروط الأشخاص أو الهيئة، الطالبين لتسجيل العلامة، وضرورة توافر شروط منها، مثلا: أن تكون الجهة التي تريد تصديق العلامة، تاجرا أو شركة تجارية، ولها شهرة تجارية، قادرة على استخدام العلامة بشكل جدي، وأن تعود هذه العلامة بالنفع على الجمهور المستفيد منها، أي ضرورة توافر الشروط التي تتطلبها العلامة، من ضمان حق الجمهور من جهة، وحماية حق التاجر من جهة أخرى.

وحسب نص المادة (10) من القانون رقم (33) لسنة 1950 حدد الأشخاص المخولين فقط، بتسجيل العلامة الجماعية للمحال التجارية والتجار، ويرى الباحث، تتاول موضوع العلامات الجماعية، وتوضيح ماهيتها وشروطها، يسهم بحماية العلامات الجماعية، لما لها دور كبير، لزيادة الاستثمار في العلامات التجارية، الحاصلة على شهادات تصديق، ويزيد من العائد المادي الناتج عن هذه العلامات.

وقصر القانون رقم (33) عن معالجة موضوع العلامة المشهورة، ولم يرد تعريف واضح لها، مؤديا إلى حدوث خلل، فيما يخص العلامات المشهورة التي تريد تسجيل علاماتها في فلسطين، وأيضا لم يرد تعريف أو نص قانوني، يتناول موضوع العلامة ذائعة الصيت، والتي تكون مشهورة على المستوى الإقليمي، لما له

---

<sup>1</sup> إذا أرادت هيئة ما أو شخص، تصديق مصدر أية بضاعة، أو أي من المواد المصنوعة منها، أو تصديق طريقة صنعها، أو جودتها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من المميزات التي تمتاز بها وذلك باستعمال علامة عليها، فيجوز للمسجل إذا اقتنع بأن تلك الهيئة أو ذلك الشخص تتوفر فيهما الصفات، التي تؤهلها للتصديق على الوجه المذكور أعلاه، أو إذا كان من رأيه أن تسجيل العلامة، يعود بالنفع على الجمهور، أن يسمح لتلك الهيئة أو لذلك الشخص بتسجيل تلك العلامة كعلامة تجارية، لتلك البضائع سواء أكانت الهيئة أو الشخص المذكورين، شركة تجارية أو تاجرا أو كان أي منهما ذا شهرة تجارية، تخوله حق التصديق، أو عند تسجيل العلامة التجارية على هذه الصورة تعد من جميع الوجوه علامة تجارية خاصة، بتلك الهيئة أو ذلك الشخص بيد أن مثل هذه العلامة لا يمكن نقلها أو تحويلها إلا بإذن المسجل.

من أهمية في الوضع الفلسطيني، باعتبارها تتشارك مع ما يجاورها من دول إقليمية، مثل الأردن ومصر سوريا، والتي يتم تبادل السلع والعلامات التجارية بشكل كبير معها.

وفي اقتصاد السوق المعلوم، تعد العلامة التجارية مكوناً أساسياً، وميزة مهمة في حياتنا اليومية، ويتم استثمار مبالغ كبيرة، من قبل مؤسسات الأعمال، للإعلان عن منتجاتهم وخدماتهم، وبناء اسم تجاري في السوق، كون العلامة التجارية تؤثر على سلوك الشراء الاستهلاكي، لاختيار منتج أو خدمات ذات علامة تجارية، وهذا ما يحدد الربحية وقيمة الشركات، والقدرة التنافسية لمنظمات الأعمال (Chapagai, 2018).

ولابد للمشرعين في فلسطين، من إجراء التعديلات على قانون العلامات، وخاصة بعد إدراك الأهمية المتعاظمة، للعلامة التجارية المحمية قانونياً، في ظل الاقتصاد القائم على المعرفة، وما تضيفه من قوة اقتصادية، وميزة تنافسية للدول والشركات.

وفيما يخص تطوير القوانين، المعمول بها في الضفة الغربية، أكدت الفئة (ب) أن المسودات القانونية، للملكية الفكرية، يتم العمل عليها من خلال تعديل قانوني العلامات التجارية، وبراءات الاختراع، ولكن لاتزال مسودة قانونية، ناقشتها لجنة القانون الوطنية. فيما علقّت الفئة (د) أن التعديلات التشريعية، لقوانين الملكية الفكرية كثيرة، تتمحور في إجراء التعديلات كافة، لتصبح ملائمة للتغيرات والتطورات التكنولوجية.

#### الفرع الثاني: قانون حماية براءات الاختراع.

براءات الاختراع تلعب دوراً رئيسياً في التفسيرات الاقتصادية، لما يحدث من نقلة نوعية نحو الاقتصادات القائمة على المعرفة، لما للبراءة من أهمية، في تشجيع التطور التكنولوجي، والنمو الاقتصادي، للتحويل نحو التجربة القائمة على العلم، والتجارب القائمة على المعرفة.

وعرفت المنظمة العالمية للملكية الفكرية، براءات الاختراع بأنها: "حق استثنائي يمنح نظير اختراع. وبشكل عام، تكفل البراءة لمالكها، حق البتّ في طريقة - أو إمكانية - استخدام الغير للاختراع. ومقابل ذلك الحق، يتيح مالك البراءة للجمهور، المعلومات التقنية الخاصة بالاختراع، في وثيقة البراءة المنشورة"<sup>1</sup>.

وفيما يخص القانون الفلسطيني، والساري حالياً في الضفة الغربية، والذي يعرف بقانون امتيازات الاختراعات والرسوم رقم (22)<sup>2</sup> لسنة 1953 "لفظ الاختراع يعني: نتاج جديد أو سلعة تجارية جديدة، أو استعمال أية وسيلة، اكتشفت أو عرفت أو استعملت، بطريقة جديدة لأية غاية صناعية".

وتعرف وزارة الاقتصاد الوطني، وهي الجهة الرسمية لتسجيل براءات الاختراع، براءة الاختراع بأنها: السند أو الوثيقة، التي تمنحها السلطة المختصة للمخترع، الذي يستوفي اختراعه الشروط اللازمة، والذي يستطيع بموجبه حماية اختراعه، والاستفادة منه مالياً"<sup>3</sup>

ويرى الباحث، تقصير القانون رقم (22) عن توضيح ماهية الشروط الموضوعية، بالرغم من أنه تناول موضوعها، في أكثر من مكان في القانون، أولها المادة (2) من خلال تعريف الاختراع، بأنه "نتاج جديد والمادة (4)<sup>4</sup> من القانون رقم (22) لكن لم يوضح ماهية الجودة المقصودة، أو المطلوبة لاستيفاء الحصول على براءة الاختراع، أيضاً شرط صناعية الاختراع، وردت في تعريف الاختراع في نص المادة (2) دون توضيح لشرط صناعية الاختراع، فمن وجهة نظر الباحث، هذا الخلل يؤثر في آلية الحكم على الاختراع، مما يسبب خللاً في طلبات البراءة.

<sup>1</sup> [https://www.wipo.int/patents/ar/faq\\_patents.html](https://www.wipo.int/patents/ar/faq_patents.html)

<sup>2</sup> المادة (2) قانون امتيازات الاختراعات والرسوم رقم 22 لسنة 1953

<sup>3</sup> <http://trademarks.mne.gov.ps/?lang=ar>

<sup>4</sup> مع مراعاة أية شروط يفرضها هذا القانون، يحق للمخترع الحقيقي الأول لأي اختراع جديد، أن يحصل على امتياز باختراعه، يخوله الحق المطلق، في استعماله واستثماره وتشغيله وصنعه وإنتاجه، وتجهيزه وبيعه أو منح رخص للغير بذلك.

وحول آلية تسجيل الاختراع عدد القانون (22) مواصفات الاختراع، ضمن نموذج معد مسبقاً، دون توضيح لهذا النموذج، الذي يصف الاختراع في المادة (6)<sup>1</sup> واقتصر على بيان التوضيح، وطلب تحديد للعناصر إذا كان الاختراع كيمائياً، ويرى الباحث قصور القانون الساري في الضفة الغربية، في توضيح ماهية الاختراع لأن براءات الاختراع، تعتبر مكتبات تقنية وتكنولوجيا للاختراعات، وهي مرجع للعلماء والمختصين، لذلك يجب النظر بأهمية البيان التوضيحي للاختراع كونه مرجعاً علمياً.

وفيما يخص اختراع العاملين، كون أغلب الاختراعات الفلسطينية، تنتج عن العمل في هذه الشركة (عريقات، 2018)، لم يذكر القانون رقم (22) اختراع العاملين، ويرى الباحث أن اختراع العاملين، يعزز أهمية الاختراعات، ودورها في التنافس الاقتصادي، بين الشركات التقنية والتكنولوجية، والتي من خلالها يضمن المخترع والشركة حقهم في الاختراع مع الحفاظ على حقوق كل منهم، والمساهمة أيضاً في إعلاء القيمة الاقتصادية للشركة.

فيما يخص براءات الاختراع في فلسطين، لعام (2020-2021)، تم إيداع براءة اختراع واحدة، في حين لم يتم تسجيل أي براءة اختراع جديدة، حتى شهر حزيران من عام 2021، وذلك حسب التقرير الإحصائي الشهري لواقع السجلات الإدارية التي تصدره وزارة الاقتصاد الوطني.

---

<sup>1</sup> تتضمن مواصفات الاختراع بوجه خاص، وصفاً لنوع الاختراع، وكيفية استعماله، وتستهل باسم الاختراع، وتحتم ببيان جلي عنه. للمسجل أن يطلب تقديم مصورات ملائمة، عن الاختراع أو عينات ونماذج، إن كان الاختراع كيمائياً.

## جدول 1

توزيع خدمات الملكية الفكرية، حتى حزيران 2021 للضفة الغربية.

البيان	الخدمة
246	إيداع علامة تجارية
85	تسجيل علامة تجارية
77	تجديد علامة تجارية
6	إيداع الرسم والنموذج الصناعي
2	تسجيل الرسم والنموذج الصناعي
1	إيداع براءة الاختراع
0	تسجيل براءة الاختراع
191.9 ألف شيكل إسرائيلي	قيمة إيرادات خدمات الملكية الفكرية

والبراءات من أهم الأدوات القانونية، لحماية حقوق الملكية الفكرية، على اعتبار أنها أحد الأصول غير الملموسة، المرتبطة بالابتكار والإبداع البشري، ويجب أن تتمتع بوضع قانوني مماثل، لتلك الممنوحة لملكية السلع والخدمات (الأصول المادية)، ومن منظور اقتصادي، فإن السمات الأساسية لبراءات الاختراع، تتعامل مع المعارف الجديدة، والتي تتجسد في منتج أو عملية مبتكرة، تنطوي على قيمة اقتصادية كبيرة من جهة، وتشجع المبتكرين والمبدعين على الاختراع، من خلال منح حقوق احتكار (محدودة) لهم، من خلال استبعاد الآخرين، من استغلال الابتكار اقتصاديًا، لفترة محدودة (20 عامًا من تاريخ الإيداع)، من جهة أخرى (Moschini & Langinier, 2002).

### الفرع الثالث: قانون حماية الأسرار التجارية

تتخذ الأسرار التجارية العديد من الأشكال، والتي قد تكون عمليات داخل الشركات، أو الأدوات التقنية من برامج وآليات، أو أنماط عمل أو تصنيع، صيغاً أو وصفات وطرقاً سرية لعمل منتج معين، أو ممارسات تجارية أو اقتصادية، لم يتم تداولها بين العامة، وتتبع أهمية الأسرار التجارية، من كونها ملكية خاصة، بمن

يعلم عنها لا يتم الإفصاح عنها، لإنشاء ميزة تنافسية قوية لأصحابها، ينافس بها لتقديم منتجات ذات صفات مميزة، وغير معروفة من قبل.

وعرفت اتفاقية تريس الأسرار التجارية، في القسم السابع منها، ضمن المادة (39)<sup>1</sup> بأنها: المعلومات السرية ذات القيمة التجارية الكبيرة، والتي تكون محمية، ضمن إجراءات معقولة من قبل مالكيها، من خلال الرقابة عليها وحمايتها ضمن جهود معقولة، للحفاظ على سريتها".

وفيما يخص الواقع الفلسطيني، هناك مشروع قانون، المنافس غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 تناول موضوع الأسرار التجارية، من حيث التعريف، ومن هو صاحب السر التجاري، والحماية القانونية للسر التجاري، في حال إساءة استعمال الحق، والحماية المدنية، متمثلة في التعويض عن الضرر في حال حدوث ضرر، أو إساءة استخدام للسر التجاري، وماهي التزامات الجهة الرسمية، في حال تقديم طلب لتسجيل السر التجاري، لدى جهات حكومية؟

وحسب تعريف القانون رقم (15)<sup>2</sup> فالسر التجاري: هو المعلومات التجارية السرية، كونها غير مألوفة، سواء في شكلها النهائي، أو ما تحويه من مكونات، لأنها صعب الحصول عليها، تحديدا ضمن العاملين في نفس مجالها، ولهذه المعلومات قيمة تجارية، تلزم صاحبها بحمايتها والإبقاء على سريتها.

---

<sup>1</sup> سرية من حيث إنها ليست معروفة عادة، بمجموعها أو في الشكل والتجميع الدقيقين لمكوناتها، أو من السهل الحصول عليها، من قبل أشخاص في أوساط المتعاملين عادة، في النوع المعين من المعلومات. ب. ذات قيمة تجارية نظرا لكونها سرية، ج. أخضعت لإجراءات معقولة في إطار الأوضاع الراهنة، من قبل الشخص الذي يقوم بالرقابة عليها، من الناحية القانونية، بغية الحفاظ على سريتها. 3- تلتزم الدول الأعضاء بحماية هذه البيانات، من الاستخدام التجاري غير المشروع، في حال كانت تشترط تقديم بيانات، عن اختبارات سرية أو بيانات أخرى، ينطوي إنتاجها أصلاً على بذل جهود كبيرة، للموافقة على تسويق الأدوية أو المنتجات الكيماوية، الزراعية التي تستخدم مواد كيماوية جديدة. كما تلتزم الدول الأعضاء بحماية هذه البيانات، من الإفصاح عنها إلا عند الضرورة، بغرض حماية الجمهور أو ما لم تتخذ إجراءات، لضمان عدم الاستخدام التجاري غير المشروع.

<sup>2</sup> الأسرار التجارية أ. لمقاصد هذا القانون، تعتبر أي معلومات سرا تجاريا، إذا اتسمت بما يلي: 1. إنها سرية لكونها غير معروفة عادة، في صورتها النهائية أو في مكوناتها الدقيقة، أو أنه ليس من السهل الحصول عليها، في وسط المتعاملين عادة، بهذا النوع من المعلومات. 2. وأنها ذات قيمة تجارية، نظرا لكونها سرية. 3. وأن صاحب الحق أخضعها لتدابير معقولة، للمحافظة على سريتها في ظل ظروفها الراهنة. ب. لا تنطبق أحكام هذا القانون على الأسرار التجارية، التي تتعارض مع النظام العام أو الآداب العامة.

ومن وجهة نظر الباحث، فإن شروط المعلومات التجارية، لتكون معلومات تجارية، وحسب القانون رقم (15)

- أن تكون ذات قيمة تجارية سرية.
- غير معروفة في أوساط العاملين، سواء بالصورة النهائية أو مكوناتها الدقيقة.
- المشروعية، أي لا تتعارض مع الآداب العامة، أو النظام العام.
- أن يحافظ صاحبها عليها قدر الإمكان، ضمن الظروف التي تسمح له بذلك.

#### البند الأول: أهمية الحماية القانونية للأسرار التجارية:

1. مدة الحماية القانونية للأسرار التجارية أطول مقارنة مع المدة القانونية لحماية براءات الاختراع.
2. الإبقاء على السر التجاري خصوصاً في الشركات محتفظاً بسريته وخصوصيته، مادام أصحابه ملتزمين بأعلى درجات العناية بالسرية، وعدم الكشف عن السر، على عكس الاختراع الذي يلزم لتسجيله، إفشاء أو الإفصاح عن السر، للحصول على البراءة.
3. إعطاء الشركات التي تملك سرّاً تجارياً، ميزة تنافسية عن غيرها، والبقاء على هذه الميزة التنافسية، مع إبقاء السر التجاري ضمن السرية (الجيلالي، 2015).

#### المطلب الثاني: التنظيم القانوني الدولي الناظم للملكية الفكرية

تدويل حماية الملكية الفكرية، أصبحت حاجة ماسة، في ظل قصور الأنظمة الداخلية لحماية الملكية الفكرية، ضعف قدرتها على أداء دورها الكامل، لطمأننة أصحاب الاختراعات والإبداعات الفكرية، حتى يتمكنوا من الاستمرار في تسجيل إبداعاتهم واختراعاتهم.

فالأطر الدولية لحماية الملكية الفكرية، أدخلت النطاق الإقليمي للدول المتقدمة، على ضرورة إسباغ الحماية لأصحاب الحقوق، من أعضاء الدول المنضمة للاتفاقيات الدولية، وتزايدت أهمية الانضمام للاتفاقيات

الدولية، بالتزامن مع تزايد العلاقات التجارية والاقتصادية، حتى الاجتماعية، لتأمين الحد الأدنى لتوازن الحقوق، وتوافر بيئة ملائمة لجذب الاستثمارات، وتطوير الاقتصاديات.

اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية، هي أول اتفاقية دولية تمنح الحماية القانونية، لكافة الحقوق الصناعية، من براءات اختراع، وعلامات تجارية، ورسوم، ونماذج صناعية، وجاءت بنسختها الأخيرة، بتاريخ 28 سبتمبر 1979 (رباح، 2016).

وتناولت الاتفاقية<sup>1</sup> في نصوصها، موضوع براءات الاختراع من المادة (4-5) بكافة فروعها، وأبرز المواضيع كانت: استقلال البراءات، وذكر المخترع في براءة الاختراع، واستحقاق البراءة في حالات البيع بمقتضى القانون، والمهل القانونية لدفع الرسوم المقررة، وماهية الأشياء التي تحمي كبراءة اختراع، فيما يخص وسائل النقل، وماهي المنتجات المصنعة المستوردة، التي تحمي ضمن نطاق براءة الاختراع.

وتناولت اتفاقية باريس، موضوع العلامة التجارية في موادها من المادة (6) حتى المادة (7)، من خلال تناول موضوع شروط تسجيل العلامات التجارية، وما تتمتع به العلامة من حماية في الدول المختلفة، والموقعة على الاتفاقية، وتناولت موضوع العلامة المشهورة، وعلامة الخدمة، والعلامة الجماعية، وما تتمتع به العلامة المسجلة، في أحد دول الاتحاد، وماهية التنازل عن العلامة.

وفيما يخص أثر التصديق، والانضمام إلى هذه الاتفاقية، ناقشت الآثار المترتبة على الانضمام في نص المادة (22)<sup>2</sup> بأن كل الأحكام الواردة في هذه الاتفاقية، تقبل وتتمتع الدول المنضمة لجميع مزاياها، مع مراعاة الاستثناءات الواردة.

<sup>1</sup> نص عربي لاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المنقحة في 28 سبتمبر 1979.

<sup>2</sup> يترتب تلقائياً على التصديق أو (انضمام قبول جميع أحكام هذه الوثيقة، ويتمتع بجميع مزاياها، مع مراعاة ما قد يكون من استثناءات، واردة في المادتين ٢٠(١)ب(و)٢٨(٢).

ولتطبيق الاتفاقية على المستوى الوطني، للدول المنضمة للاتفاقية، تتعهد كل دولة بأخذ كافة الإجراءات الدستورية، لتطبيق الاتفاقية، وهذا ما ورد في نص المادة(25/1)<sup>1</sup> من الاتفاقية، أي عليها تعديل النظام الداخلي، بما يتلاءم مع نصوص الاتفاقية.

وفيما يخص الأسرار التجارية، لم تتناول اتفاقية باريس ضمن قوانينها، موضوع الأسرار التجارية، حتى صدور اتفاقية تريبيس.

والاتفاقية الثانية، والتي تعد من أهم اتفاقيات الملكية التجارية، هي اتفاقية جوانب حقوق الملكية الفكرية، المتصلة بالتجارة(تريبس)، وانبثقت هذه الاتفاقية، بعد اختتام جولة الأورغواي لمفاوضات الجات، ونتج عنها العدد الأكبر من الاتفاقيات وعددها (11) اتفاقية، من بينها اتفاقية تريبيس.

والاتفاقية طورت على نصوص اتفاقية باريس، فيما يتعلق بالعلامة التجارية، وبراءة الاختراع، فناقشت موضوع العلامة التجارية، في القسم الثاني منها من المادة(15) حتى المادة (24) ففي المادة رقم(15)<sup>2</sup> لم تقصر العلامة التجارية على المنتجات، بل أضافت إليها علامة الخدمة، وركزت على صفة التميز للعلامة التجارية، كشرط لتسجيلها، وأن تكون مدركة بالبصر.

وأعطت الحق المطلق لصاحب العلامة، في منع غيره من استعمال علامته، أو أية علامة مشابهة، قد تؤدي إلى تضليل الجمهور، في المادة(1/16)، وعالجت موضوع العلامة المشهورة، في نص المادة(3+2/16).

---

<sup>1</sup> تتعهد كل دولة طرف في هذه الاتفاقية، تتخذ وفقا لدستورها، إجراءات اللازمة لضمان تطبيق هذه الاتفاقية.  
<sup>2</sup> تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات، تسمح بتمييز السلع والخدمات، التي تنتجها منشأة ما، عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى، صالحة لأن تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات، لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية، وحروفا وأرقاما وأشكالا، ومجموعات ألوان، وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية. وحين لا يكون في هذه العلامات، ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء، أن تجعل الصلاحية للتسجيل، مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها، قابلة للإدراك بالإنظر، كشرط لتسجيلها.

أما فيما يخص براءة الاختراع، تناولت الاتفاقية في قسمها الخامس من المادة (27) حتى المادة (33)، فألزمت الاتفاقية الدول الأعضاء، بأن تضمن في تشريعاتها، إمكانية الحصول على براءة الاختراع، لكافة الاختراعات التي تدخل ضمن التكنولوجيا، بشرط أن تتوفر فيها شروط الجودة، وتتوفر فيها الخطوة الابتكارية، والمصنعية، ضمن نص المادة (1/27)<sup>1</sup>، وألزمت الدول الأعضاء أيضاً، بعدم التمييز بين الاختراعات، سواء على مبدأ مكان الاختراع، أو مجاله التقني.

وفيما يخص الأسرار التجارية، جاءت هذه الاتفاقية بموضوع الأسرار التجارية، خاصة وأن اتفاقية باريس لم تذكر هذا الموضوع، وخصصت اتفاقية تريبس القسم السابع منها المادة رقم (39).

وتلعب المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) دوراً عالمياً مهماً، فيما يخص عملية دفع وتعزيز وتطوير، الملكية الفكرية وحقوقها، من خلال دورها في إدارة الاتفاقيات الدولية، والمعاهدات والأنظمة الحامية، والداعمة لأنظمة الملكية الفكرية.

### الفرع الأول: الاتفاقيات الدولية الناظمة للملكية الفكرية

الحماية الدولية للعلامات التجارية، تتم عن طريق نظام<sup>2</sup> مدريد للعلامات التجارية، وهو نظام مختص بتسجيل العلامات التجارية، على الأصعدة العالمية، ويتألف هذا النظام من اتفاقيتين مهمتين، وهما اتفاق مدريد، وبروتوكول مدريد.

---

<sup>1</sup> مع مراعاة أحكام الفقرتين ٢ و ٣، تتاح إمكانية الحصول على براءات اختراع، لأي اختراعات، سواء أكانت منتجات أم عمليات صناعية، في كافة ميادين التكنولوجيا، شريطة كونها جديدة، وتنطوي على " خطوة إبداعية "، وقابلة للاستخدام، ومع مراعاة أحكام الفقرة ٤ من المادة ٦٥، والفقرة ٨ من المادة ٥ -في الصناعة " ٧٠، والفقرة ٣ من هذه المادة، تمنح براءات الاختراع، ويتم التمتع بحقوق ملكيتها، دون تمييز فيما يتعلق بمكان الاختراع، أو المجال التكنولوجي أو ما إذا كانت المنتجات مستوردة أم منتجة محلياً.

<sup>2</sup> يستند نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات، إلى اتفاق مدريد الذي أبرم سنة 1891 وبروتوكول اتفاق مدريد، الذي أبرم سنة 1989. ويسمح النظام بحماية العلامة، في عدد كبير من البلدان، عن طريق التسجيل الدولي، الذي يسري في كل من الأطراف المتعاقدة، المعينة

ويسمح النظام بحماية العلامة في عدد كبير من البلدان، عن طريق التسجيل الدولي، الذي يسري في كل من الأطراف المتعاقدة المحددة، ويمتاز هذا النظام بأنه أقل تكلفة، لتسجيل العلامات وإدارتها في مختلف دول العالم، كونه يتيح تقديم طلب واحد، ودفع الرسوم مرة واحدة، للحصول على الحماية في 124 بلداً، وتسهيل إجراء التعديلات، على محفظة العلامات التجارية العالمية، والإضافة عليها أو تعديلها، من خلال نظام مركزي واحد<sup>1</sup>.

ويضمن هذا النظام الحماية الدولية للعلامة التجارية، سواء كان صاحبها شخصاً (طبيعياً أم اعتبارياً)، من خلال إيداع طلب تسجيل علامته التجارية، لدى مكتب الويبو الدولي، ومقره جنيف، بشرط أن يكون قد أودع طلب تسجيل العلامة، لدى المكتب الوطني، وقبل الطلب.

ومن فوائد هذا النظام أيضاً، توفير الرسوم على صاحب العلامة، سواء كان شخصاً (طبيعياً أو اعتبارياً)، كما أنه يكتب بلغة واحدة، بدلاً من إجراء التسجيل في كل بلد على حدة، وهذا من شأنه تسهيل الإجراءات على الشركات، وتوفير الوقت والتكاليف، بالإضافة إلى لضمان حماية العلامة على المستوى الدولي، وكسب السمعة والشهرة، كونها محمية في أكثر من بلد.

وفيما يخص الواقع الفلسطيني، المتعلق بشق الانضمام للاتفاقيات الدولية، الناظمة للملكية الفكرية، أكدت الفئة(د) أن فلسطين ليست عضواً، في أي منظمة دولية، تعنى بمجال الملكية الفكرية.

#### **البند الأول: الاتفاقيات الدولية الناظمة لحماية العلامة التجارية.**

هناك العديد من الاتفاقيات، التي عالجت مسألة التنظيم القانونية، للملكية الفكرية، فيما يخص العلامة التجارية على المستوى الدولي، ومنها:

- اتفاق مدريد، بشأن قمع بيانات، مصدر السلع الزائفة والمضللة 1891

<sup>1</sup> /https://www.wipo.int/madrid/ar

- اتفاق نيس، بشأن التصنيف الدولي للسلع، والخدمات، لأغراض تسجيل العلامات التجارية 1957
- اتفاق فينا للعلامات الرمزية 1973
- اتفاقية قانون العلامات عام 1994.

#### البند الثاني: الاتفاقيات الدولية لحماية براءات الاختراع:

- اتفاق ستراسبورغ بشأن التصنيف الدولي للبراءات 1971.
- اتفاق بودابست بشأن الاعتراف الدولي، بإيداع الكائنات الدقيقة، لأغراض تقديم البراءات عام 1977، (اتحاد بودابست).
- اتفاقية التعاون الدولي بشأن البراءات عام 1970.

ولأن الانضمام للمنظمات العالمية، والاتفاقيات التجارية، خطوة ضرورية لكل دولة، والتي تحمل تبعات قانونية تجارية، إيجابية وأخرى سلبية، لكنها مهمة لإجراء الإصلاحات الجذرية، في الأنظمة الداخلية للدول، في ظل عولمة الاقتصادات.

ومنظمة التجارة العالمية (WTO): هي المنظمة الدولية العالمية الوحيدة، التي تتعامل مع قواعد التجارة بين الدول، والمسؤولة عن إبرام اتفاقيات منظمة التجارة العالمية، التي تم التفاوض عليها وتوقيعها، من قبل غالبية دول العالم التجارية، وصدقت عليها في برلماناتها، والتي تهدف لمساعدة منتجي السلع والخدمات، والمصدرين والمستوردين، على إدارة أعمالهم<sup>1</sup>.

وكونها منظمة ذات شخصية اعتبارية نشطة، وتتمتع بالنفوذ القانوني المستقل، للعمل ضمن منظومة اقتصادية، تدير وتقيم نظاماً متكاملًا للتجارة العالمية، من خلال تحرير التجارة العالمية، وزيادة التبادلات التجارية العالمية، وما يتبعها من أنشطة اقتصادية.

<sup>1</sup> [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/thewto\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/thewto_e.htm)

وتهدف منظمة التجارة العالمية إلى (محمد&عثمان، 2019):

- وضع السياسات التجارية، لتحقيق أقصى كفاءة للنظم الاقتصادية العالمية.
  - توسيع التجارة الدولية، من خلال زيادة الإنتاج.
  - الاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية العالمية.
  - تحقيق مصالح الأعضاء المنضمين للمنظمة، وخاصة الدول النامية.
  - تعزيز أهداف المنظمة، من خلال ما تقدمه من خدمات الملكية الفكرية.
- وفيما يخص فلسطين، فهي ليست عضواً في أي اتفاقية، أو معاهدة أيضاً، تخص المنظمة العالمية للملكية الفكرية<sup>1</sup>، كون فلسطين، عضو مراقب في المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

وبما أن أغلب الدول، التي تتعامل تجارياً مع فلسطين، هي دول أعضاء في منظمة التجارة العالمية (WTO)، وفلسطين مرتبطة بالاحتلال الإسرائيلي، ضمن النطاق الجمركي، فستقع ضمن التأثير السلبي، للانضمام لمنظمة التجارة العالمية.

وعدم انضمام فلسطين، لمنظمة التجارة العالمية، يجعلها خارج الاتفاقيات، التي تبرمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO)، ويحرمها من الاستفادة، من معاهدات وأنظمة حماية الفكرية التي تديرها.

ومن أهم الفوائد الاقتصادية، للانضمام للمنظمة التجارية العالمية (عبد الهادي، 2015).

- تحرير التجارة العالمية، من خلال تخفيف القيود، على حركة الاستثمارات الأجنبية، وتخفيض أسعار عوامل الإنتاج.

- خلق فرص استثمارية جديدة، للمستثمرين الأجانب، من خلال زيادة الاستثمارات بين الدول.

---

<sup>1</sup> shorturl.at/cfjRY

- تستفيد الشركات والمنشآت المحلية، من خلال الاستيراد، وتوجيه صادراتها حول العالم، بفضل التعاون والشراكة، مع شركات التجارة الأجنبية.

### الفرع الثاني: المعاهدات الدولية الناظمة للملكية الفكرية

مثلما تهدف الاتفاقيات، إلى توفير حماية دولية للقوانين، على مستوى العالم، يتكامل دور الاتفاقيات مع المعاهدات الدولية، لتحقيق هذا الهدف، وكما أن هناك اتفاقيات دولية، لحماية الملكية الفكرية، يوجد معاهدات تتناول موضوع الحماية الدولية، للملكية الفكرية.

### البند الأول: المعاهدات الدولية الناظمة لحماية العلامة التجارية:

- معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي 1981

- معاهدة تسجيل العلامات 1994

### البند الثاني: المعاهدات الدولية الناظمة لبراءة الاختراع.

وجود نظام موحد، لحماية حقوق الملكية الفكرية، يشكل دعامة قانونية إقليمية قوية، لتعزيز الإبداع والابتكار في العالم، مما يشجع المخترعين والمبدعين، في المجالات كافة، على تطوير إبداعات العقل البشري.

### 1. المعاهدة الدولية لحماية براءات الاختراع.

لحماية براءة الاختراع، يجب أن يتم تسجيلها في كل بلد على حدة، وهذا أمر مكلف مادياً، ويستنزف الوقت، لذلك أبرمت معاهدة<sup>1</sup> التعاون بشأن البراءات، لتسهيل إجراءات إيداع طلبات تسجيل، براءات الاختراع لمختلف دول العالم.

---

<sup>1</sup> معاهدة التعاون بشأن البراءات: هي معاهدة دولية لقانون البراءات أبرمت عام 1970. وهي تنص على إجراء موحد، لإيداع طلبات براءات الاختراع، لحماية الاختراعات في كل دولة، من الدول المتعاقدة معها. يُطلق على طلب البراءة المودع، بموجب معاهدة التعاون، بشأن البراءات لطلب الدولي، أو طلب معاهدة التعاون، بشأن البراءات

والهدف الأساسي لهذه المعاهدة، تسهيل وتبسيط الطرق المعروفة والتقليدية، لتسجيل براءات الاختراع، في عدة دول، من خلال تقليل التكاليف، والمساهمة في نشر المعرفة، وتبادل المعلومات التقنية، من مختلف الشركات والدول حول العالم، عن طريق المكتب الدولي، الذي يتولى إدارة هذه المهام.

فهذه المعاهدة لا تعطي البراءة لمودع الطلبات، إنما تعطيه براءة عالمية، بناء على البراءة الوطنية، التي أودعها لدى المكتب الوطني، لبلد المخترع أو المودع<sup>1</sup>

والفائدة من هذه المعاهدة، سواء للأفراد أو الشركات المودعة لطلبات براءات الاختراع، هو إيداع طلب براءة الاختراع، في مكتب واحد، ومكتوب بلغة واحدة، وهو المكتب الوطني لبلد المودع، والذي يقوم بمهمة فحص الشروط الشكلية، والموضوعية للبراءة، وهذا يعطيه الوقت، أثناء فترة النظر في طلب براءة الاختراع الخاصة به، كون هذه المعاهدة تمنحه فترة زمنية، ليقرر إذا أراد مواصلة إجراءات الحماية، في البلدان المراد إسباغ الحماية عليها لبراءته.

وبما أن المكاتب الوطنية، تستقبل كل طلبات الإيداع، فهي تشكل قواعد ومخازن، لأحدث المعلومات التقنية والعلمية، والتي يمكن للمخترعين الانتفاع منها، لأن معلومات البراءة، يمكن الإفصاح عنها، وهذا يشكل مخزوناً معرفياً للشركة، أو للدولة، مما يحقق لها التنافسية، في المجال العلمي والمعرفي.

**2. معاهدة بودابست لإيداع الكائنات الدقيقة، لأغراض الإجراءات الخاصة بالبراءات 1977 للملكية**

**الفكرية.**

ويرى الباحث، أن العلامات التجارية، وبراءات الاختراع، تمتاز بالإقليمية، أي لحمايتها دولياً، يجب حمايتها في البلد الأصلي للمبدع، وبالتالي، مراعاة التطور الجاري في كل العالم للقوانين الفلسطينية، في كل من نظام العلامات والبراءات، وللحاق بالركب القانوني، من خلال إجراء تعديلات على القوانين

<sup>1</sup> /https://www.wipo.int/pct/ar

الخاصة، بالملكية الفكرية، لأن القانون الوطني أساس الحماية، لكل الإبداعات والابتكارات، والمعرفة المحمية بقوانين الملكية الفكرية، هي الأساس المتين للسير بقوة، نحو الاقتصاد القائم على المعرفة.

### الفرع الثالث: الاتفاقيات العربية الناظمة للملكية الفكرية

وفيما يخص الاتفاقيات العربية، الناظمة لحماية الملكية الفكرية، هدفت الاتفاقية العربية لحماية حق المؤلف، والتي اعتمدها المؤتمر الثالث للوزراء المسؤولين، عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي، في بغداد \_ العراق بتاريخ تشرين الثاني 1981، وتعدّ فلسطين دولة موقعة عليها.<sup>1</sup>

وحسب المادة (1)<sup>2</sup> من الاتفاقية، فإن نطاق الحماية يكون للمصنفات الأدبية والفنية، أي تحمي الملكية الأدبية، فهي اتفاقية تعنى بحماية حق المؤلف والحقوق المجاورة، وبالتالي هي الاتفاقية العربية الوحيدة، التي تتناول موضوع الملكية الفكرية، وتحديدًا حق المؤلف، دون وجود اتفاقية تعنى بالملكية الصناعية أو التجارية.

---

<sup>1</sup> الاتفاقية العربية لحماية حقوق المؤلف، التي صادق عليها الأردن 1987.

<sup>2</sup> (أ) يتمتع بالحماية مؤلفو المصنفات المبتكرة، في الآداب والفنون والعلوم، أيًا كانت قيمة هذه المصنفات، أو نوعها أو الغرض من تأليفها، أو طريقة التعبير المستعملة فيها.

(ب) تشمل هذه الحماية بوجه خاص ما يلي:

(1) الكتب والكتيبات، وغيرها من المواد المكتوبة.

(2) المصنفات التي تلقى شفاهاً، كالمحاضرات والخطب والمواعظ الدينية.

(3) المؤلفات المسرحية، والمسرحيات الموسيقية.

(4) المصنفات الموسيقية، سواء أكانت مرقمة، أو لم تكن، سواء أكانت مصحوبة بكلمات، أم لم تكن.

(5) مصنفات تصميم الرقصات، والتمثيل الإيمائي.

(6) المصنفات السينماتوغرافية، والإذاعية والسمعية والبصرية.

(7) أعمال الرسم والتصوير بالخطوط والألوان، والعمارة والنحت والفنون والزخرفية والحفر.

(8) أعمال التصوير الفوتوغرافي.

(9) أعمال الفنون التطبيقية، سواء أكانت حرفية أم كانت صناعية.

(10) الصور التوضيحية، والخرائط الجغرافية، والتصميمات والمخططات والأعمال المجسمة، المتعلقة بالجغرافيا والطبوغرافيا، وفن العمارة والعلوم.

(ج) يشترط في المصنفات المحمية، أن تكون ذات دعاية مادية.

## المبحث الثاني: التكيف القانوني لقوانين الملكية الفكرية

التغيرات التقنية والمتسارعة، تستوجب على الأنظمة القانونية، التكيف مع متطلبات هذه التغيرات، بحيث توجب على المشرعين، تعديل وتغيير القوانين، لتتلاءم مع متطلبات هذه التغيرات، ومن ضمنها قوانين الملكية الفكرية.

زيادة عدد العلامات التجارية، وبراءات الاختراع، والرسوم الصناعية، والتقنيات الحديثة، تطرح قضايا قانونية وإدارية جديدة، لأنظمة الملكية الفكرية، أهمها كيف تستجيب مع الآليات المتجددة، والتقنيات الحديثة، للحفاظ على الحماية القانونية، وتعزيز حوافز الإبداع، وتحقيق الميزة التنافسية.

### المطلب الأول: الآليات القانونية لنظام الملكية الفكرية.

بما أن الملكية الفكرية، هي الأداة الحاسمة لتنفيذ الابتكار المفتوح، والأبحاث التعاونية في تطوير المنتجات الجديدة، والتي تمكن الشركة من الاستفادة من آلياتها القانونية، لحماية تكنولوجيا المعرفة والتي تتمثل في:

- براءات الاختراع.
- الأسرار التجارية.
- العلامات التجارية.
- حقوق النشر.
- الرسوم والتصاميم الصناعية (lazzarottie & manzini, 2015).

### الفرع الأول: العلامات التجارية كآلية لحماية الملكية الفكرية.

مصطلح العلامة التجارية، كمصطلح قانوني، يشير إلى الشعار أو الوسم الخاص بشركة، أو مؤسسة، أيّاً كان ما تقدمه سلعة أو خدمة، والفرق بين مصطلح علامة تجارية أو علامة (brand)، أن الأولى تعني الشعار المحمي، ضمن نطاق قوانين الملكية الفكرية، أما مصطلح العلامة وحده، فهو مصطلح تسويقي

وترويجي، يشير إلى شكل العلامة من ناحية دعائية، لكن لا تكتسب العلامة قوتها وشهرتها، إلا إذا تم تسجيلها قانونياً، أولاً لتعطيها الثقة القانونية، وثانياً لتكون محمية من أي اعتداء أو تقليد.

فالعلامة التجارية، عبارة عن مجموعة من الأحرف أو الكلمات، أو الأصوات أو التصميمات، التي تميز سلعاً أو خدمات شركة ما، عن غيرها في السوق.<sup>1</sup> والعلامة التجارية فريدة من نوعها، كونها أصلاً غير ملموس مهماً للشركات لأنه بمرور الوقت، تصبح العلامة التجارية، ليست فقط للسلع والخدمات الفعلية، التي تبيعها، ولكن أيضاً لسمعة الشركة، وصورتها أمام جمهورها.

وبعد تسجيل العلامات التجارية، بموجب القانون الوطني المعمول به في كل دولة، تتمتع العلامة بحماية قانونية، ضمن نظام الملكية الفكرية، من سوء الاستخدام من قبل الآخرين، وتحصل على حقوق حصريّة، لاستخدامها من قبل صاحب العلامة، والقانون المعمول به في الضفة الغربية، هو قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952.

وتمنح لك حقوق العلامات التجارية، بمنع الآخرين من استخدام علامتك التجارية، لبيع سلع أو خدمات، ومنع الآخرين من استخدام أو تقليد، أي علامة تجارية تتشابه بشكل مربك، مع أي علامة تجارية محمية، وتحمي هذه الحقوق أيضاً المستهلكين، لأنهم يستطيعون معرفة مصدر السلع، أو الخدمات التي يشترونها. (Leong,2013).

أما عدم تسجيل العلامة التجارية، حسب الأصول القانونية، فإنه يترك الشركة مفتوحة، أمام الدعاوى القضائية من الشركات، التي سجلت واحدة بنفس الاسم، أو التوقيع أو الشعار أو التصميم. مما يشكل ضغطاً قانونياً على الشركة، للتعامل مع مشكلة تقليد علامتها، وتغييرها، وتغيير كل ما يرتبط بالعلامة، مثل الحملات الإعلانية، ومواد موقع الويب، وإلى حد كبير، هوية علامتها التجارية.

---

<https://www.wipo.int/trademarks/en/><sup>1</sup>

وفيما يخص الواقع الفلسطيني، أكدت جميع الفئات التي أجريت معها المقابلات، وعلى اختلاف تخصصاتهم وبيئات عملهم، وخلفياتهم الأكاديمية، أن أكثر أشكال الملكية الفكرية معرفة وانتشاراً، هي العلامة التجارية، كونها معروفة لدى الغالبية من المجتمع الفلسطيني.

#### البند الأول: العلامات التجارية غير المسجلة، حسب القانون المعمول به في الضفة الغربية.

شروط الحصول على الحماية القانونية، للعلامة التجارية، يكمن في تسجيلها لدى الجهات الحكومية المختصة، ويترتب على التسجيل القانوني، وفق الأصول القانونية، تمتع العلامة التجارية بالحماية المدنية والحماية الجزائية، وكما هو التسجيل طريقة قانونية، لفرض الحماية للعلامة، هو أفضل طريقة تسويقية لإعلام الجمهور والمستهلك، بالعلامة التجارية المسجلة، ومن هو صاحبها، وهذا أيضاً ما يمنحها السد القانوني ضد حالات التقليد، والتعدي وسرقة العلامة التجارية، فارتباط العلامة التجارية بصاحبها، وما تحمله من صفة مميزة للمنتجات أو الخدمات، يمنحها هذه الحماية ضد المعتدين، أو المقلدين، ومن يعملون في المجال نفسه.

وفيما يخص الواقع الفلسطيني، تسجيل العلامة التجارية ضمن الأصول القانونية، يعتبر مقدمة بينية على قانونية العلامة التجارية لمالكها، فتسجيل العلامة، هو حق مقرر فقط للعلامة، وذلك حسب نص المادة (29)<sup>1</sup> والذي يعتبر تسجيل العلامة التجارية، قرينة قانونية تثبت أن صاحب العلامة، قام بتسجيلها ضمن الأصول القانونية، ولذلك هي قرينة قابلة لإثبات عكسها، وذلك إذا أثبت أن هناك مستعملاً للعلامة، فالقانون المعمول به في الضفة الغربية، يعطي الأولوية لمستعمل العلامة، ويحق له ترقيين (شطب) علامة تجارية مسجلة، إذا أثبت أحقية وأسبقية في استعمال العلامة التجارية، وذلك ضمن مدة قانونية خمس سنوات، من تاريخ تسجيل

---

<sup>1</sup> المادة 29: أن تسجيل الشخص صاحباً للعلامة التجارية، يعتبر بينة أولية، في جميع الإجراءات القانونية، المتعلقة بتسجيلها، فيما يتعلق بإثبات قانونية التسجيل الأصلي، لتلك العلامة وكل ما يعقب ذلك من تحويل للعلامة المذكورة.

العامة التجارية، وهناك حالات أقرها القانون، لترقين العلامة التجارية حسب نصوص القانون رقم (33) وهي كالتالي:

- شطب العلامة التجارية حسب المادة (5) من القانون رقم (33).
- شطب العلامة التجارية حسب المادة (7,8,9) من القانون رقم (33).
- شطب العلامة التجارية حسب المادة (12) من القانون رقم (33).
- شطب العلامة التجارية حسب المادة (22) من القانون رقم (33).
- شطب العلامة التجارية حسب المادة (25) من القانون رقم (33).

ومن وجهة نظر الباحث، نص المادة (25) 1 رقم 5 من القانون رقم (33) هو أوضح نص قانوني، يوضح سبب شطب علامة تجارية، لمستعمل العلامة التجارية الحق في إلغاء تسجيل علامة مسجلة، في حال أثبت أحقيته في استعمالها، شريطة أن يكون تقديم طلب الإلغاء، ضمن المدة القانونية المحددة، وذلك التزاماً بمبدأ المنافسة غير المشروعة.

---

<sup>1</sup> مع مراعاة أحكام هذا القانون: -كل من لحقه حيف من جراء عدم إدخال قيد في السجل، أو بسبب حذف أي قيد منه، أو من تدوين أي قيد فيه دون سبب كاف يبرز تدوينه، أو بسبب بقاء أي قيد في السجل بصورة غير محقة، أو بسبب وجود غلط أو نقص في أي قيد مدرج في السجل، يجوز له أن يختار بين أن يقدم طلباً، حسب الأصول المقررة الي المحكمة العليا، بصفتها محكمة عدل عليا، وبين أن يقدم طلباً ابتدائياً بذلك إلى المسجل.

يجوز للمسجل في أي دور من أدوار الإجراءات، أن يحيل أي طلب كهذا إلى المحكمة العليا، بصفتها محكمة عدل عليا، أو أن يفصل في المسألة المختلف عليها بعد سماع إفادة الفرقاء، على أن يستأنف قراره إلى المحكمة العليا بصفتها محكمة عدل عليا. يجوز للمحكمة العليا، في أية إجراءات قائمة أمامها، بمقتضى هذه المادة، أن تفصل في أية مسألة، ترى من الضروري أو الملائم الفصل فيها، فيما يتعلق بتصحيح السجل.

يجوز للمسجل، في حالة وجود تزوير في تسجيل أية علامة تجارية، مسجلة أو في تحويلها أو انتقالها، أن يقدم بنفسه طلباً إلى المحكمة العليا بمقتضى أحكام هذه المادة.

أن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل، على أساس عدم وجود ما يسوغ تسجيلها، بمقتضى أحكام المواد 6 أو 7 أو 8 من هذا القانون، أو على أساس أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة، بشأن ما للطالب من الحقوق في فلسطين، يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة.

أن كل قرار تصدره المحكمة العليا، بتصحيح السجل، يقتضي أن يتضمن إيعازاً بتبليغ إعلان بتصحيح إلى المسجل، من قبل الفريق الذي صدر القرار لصالحه، ومن ثم يقوم المسجل بتصحيح السجل وفقاً لمنطوق ذلك الإعلان.

ومن وجهة نظر الباحث، يمكن لمستعمل العلامة، إثبات أحقيته بالعلامة، من خلال:

- سجل تجاري من غرفة التجارة والصناعة.
- الدفاتر التجارية.
- شهادة مزاوله مهنة التجارة.
- عنوان واضح متمثل بالاسم التجاري.
- رخص الاستيراد، إذا كانت علامته لمنتجات مستوردة.
- وكالة علامة تجارية، إذا كانت علامته ضمن شركة تابعة لشركات أخرى.

ويرى الباحث، أن جعل التسجيل مجرد بينة أولية لأحقية العلامة، هو ثغرة قانونية لها عواقب تجارية واقتصادية، فصاحب العلامة التجارية، الذي يسعى لضمان حقه من خلال التسجيل، لدى الجهات الحكومية، من استوفى الشروط الموضوعية والشكلية لتسجيل علامته، فهو الأحق بها، كونه التزم بتطبيق القوانين، ودفع ما عليه من رسوم، فله الحق بالتمتع بحقوقه القانونية، وأن تكون له الحجة القانونية، والتزاماً بمبدأ قانوني (المقصر أولى بخسارته)، فعدم التزام مستعمل العلامة، بتسجيل علامته هو تقصير له تداعيات سلبية تتمثل:

- فتح باب المنازعات، في أحقية صاحب العلامة التجارية.
- ضعف ثقة التجار في إجراءات تسجيل العلامة التجارية، كون الحق القانوني لمستعمل العلامة في المقام الأول.
- غياب التزام التجار بتسجيل علاماتهم التجارية، وبالتالي عدم دفع تكاليف التسجيل، كون الحق بمستعملها حسب نص القانون.
- خلل في تنظيم عمليات تسجيل العلامات التجارية.
- إطالة فترة التقاضي، في حال وجود نزاعات بين مسجل العلامة وبين مستعملها.
- ضعف التعاملات التجارية والاقتصادية، القائمة على العلامة التجارية.

- ضعف الحركة التجارية، والمنتجات التي تحميها العلامات التجارية.

وناقش قانون رقم (33) في المادة (34)<sup>1</sup> العلامات التجارية غير المسجلة، بأنه لا يحق لأي شخص، أن يرفع دعوى تعويض عن حالات التعدي، على علامة تجارية غير مسجلة، لكن يتاح إبطال علامة تجارية مسجلة، من قبل أشخاص لا يملكون العامة التجارية.

### الفرع الثاني: براءة الاختراع كألية قانونية، لحماية الملكية الفكرية.

تحمى البرمجيات وبرامج الحاسوب كحق مؤلف، أي تحمي ضمن نطاق الملكية الأدبية (حق النشر)، فحق المؤلف مدته القانونية لحماية المصنف كالبرامج التقنية هي 50 سنة من بعد وفاة المؤلف الأصلي، الأمر الذي أدى إلى تقاسم الملكية الأدبية، من التماشي مع متطلبات التغيرات المتسارعة، في مجال برامج الحاسوب بشكل خاص، والتكنولوجيا بشكل عام، وعدم وجود نصوص قانونية واضحة، بشأن الشروط وشكل المصنف التقني، الذي يحمي ضمن حق المؤلف.

وبراءة الاختراع، هي شكل من أشكال حماية الملكية الفكرية، التي تغطي المنتجات والعمليات والتصاميم، وغيرها من الابتكارات، وتمنح براءة الاختراع الحق في استبعاد الآخرين، من صنع أو استخدام أو بيع أو استيراد، الاختراع المحمي قانونياً، إلا في حالات خاصة، مثل التراخيص الاختيارية أو الإجبارية (Gordon, 2021).

تماشياً مع الأشكال الأخرى للملكية الفكرية، يتمثل الغرض أو الهدف من نظام البراءات، بالإفصاح عن المعلومات التقنية الحديثة، لدى الجهات المختصة، وإن مقايضة الإفصاح العام عن عملية الاختراع، هي حماية حقوق محدودة في الملكية، وبما أن الابتكار هو منفعة للمجتمع، فبراءة الاختراع تهدف إلى منح الفرد

---

<sup>1</sup> لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية إلا أنه يحق له أن يقدم الدعوى لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة الأردنية الهاشمية من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات 6 و7 و10 من المادة (8) من هذا القانون.

الحق، في استبعاد الآخرين من إعادة إنتاج إبداعاته، لأغراض تجارية، دون إذن أو تصريح منه، وتعزيز أو توفير حافز للإبداع والابتكار.

وحسب القانون المعمول به في الضفة الغربية، تعتبر برامج الحاسوب، من برمجيات وتطبيقات الهاتف المحمول، ضمن حق المؤلف، وليست براءات اختراع، ففلسطين ليست عضواً في أي اتفاقية دولية، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية، وبالتالي لم تنضم إلى اتفاقية باريس وتريبس، ولم تعدل على قوانينها، بما يلائم التطورات في المجال التقني والتكنولوجي (2003، دراغمة و عبد الرحمن).

فقانون امتياز الاختراعات والرسوم رقم(22) لسنة 1952 الذي عرف الاختراع، بأنه: "نتاج جديد أو سلعة تجارية جديدة، أو استعمال أية وسيلة اكتشفت، أو عرفت أو استعملت بطريقة جديدة، لأية غاية صناعية"، وبالتالي لم يتطرق القانون، المعمول به في الضفة الغربية، لبرامج الحاسوب أو البرمجيات، وتسجيلها كبراءة اختراع، كونه حصر الاختراع في أربع صور كالتالي (زين الدين، 2000):

- الوصول إلى منتجات صناعية جديدة.
- طريقة أو وسيلة صناعية جديدة.
- أي تطبيق جديد لطرق أو وسائل صناعية معروفة.
- الوصول إلى تركيب صناعي جديد.

ويرى الباحث، أن القانون المعمول به في الضفة الغربية، سكت عن تحديد المقصود ببراءة الاختراع، كون تحديد المقصود ببراءة الاختراع، مسألة جوهرية، للتمييز بين ما يمكن اعتباره اختراعاً من غيره.

ومقارنة مع قانون حق المؤلف المعمول به في الضفة الغربية تحت اسم قانون حق الطبع والتأليف رقم (16) لعام 1924 يناقش الباحث قصور القانون عن ذكر أي شكل من أشكال البرمجيات أو تطبيقات الحاسوب

والعيب ليس في نص القانون، كونه يعود لأيام ما بعد الانتداب البريطاني، والذي لم يكن الحاسوب فيه اختراعاً أساساً، فالقانون قديم ولم يتم تطويره حتى اللحظة.<sup>1</sup>

بل إن القانون رقم (16)<sup>2</sup> للطبع والتأليف أقر نصوص القانون القديم نفسها، لكن مع إجراء بعض التعديلات على بعض النصوص، دون تطويره أو حتى إعادة النظر في نصوصه، لتتماشى مع التقدم والتطور.

وبشكل أكثر تحديداً، تم تعديل القانون الأمريكي، من خلال عدد من القضايا التي تناولت موضوع البرمجيات، لتصبح تحت حماية براءات الاختراع (الملكية الصناعي)، كونها تلعب دوراً أكثر أهمية، لحماية البرمجيات وبرامج الحاسوب، وأصبح متاحاً في أمريكا وأوروبا، تسجيل براءات الاختراع لبرامج الحاسوب (Liotard, 2006).

وبالنظر إلى ما قامت به أمريكا، من تغيير القانون لتسجل الاختراعات، ضمن قانون براءات الاختراع، أتاح ذلك القرار، إمكانية اعتبار أساليب العمل واستراتيجيات الشركة، والأدوات المستخدمة في ممارسة الأعمال التجارية، إضافة لأساليب الإدارة، ومعالجة البيانات المالية، والتقنيات المحوسبة، والأساليب التعليمية والتقنية، والأعمال الإلكترونية، والدراسات التسويقية، سواء في مجال الأعمال التجارية، أو الإلكترونية، يمكن حمايتها كبراءة اختراع (Thelen, 2019).

---

<sup>1</sup> مع مراعاة أحكام هذا القانون، تحمي حقوق الطبع والتأليف، في جميع الآثار الأدبية والتمثيلية، والموسيقية والفنية، في كافة أنحاء ممتلكات جلالته، التي يسري عليها هذا القانون، المدة المذكورة فيها، بشرط أن تتوفر في ذلك الشروط التالية:  
(أ) إذا كان الأثر قد تم نشره، فيجب أن يكون قد نشر لأول مرة، في إحدى ممتلكات جلالته السابق ذكرها.  
(ب) إذا كان الأثر لم ينشر، فيجب أن يكون المؤلف في تاريخ تأليفه الأثر، من رعايا الدولة البريطانية، أو مقيماً في إحدى ممتلكات جلالته السابق ذكرها.

أما حقوق الطبع والتأليف الأخرى، فلا تحمي إلا إذا كانت الحماية المقررة في هذا القانون، قد مددت بمراسيم صدرت بمقتضى هذا القانون، إلى الممتلكات المستقلة التي لا يسري عليها هذا القانون، وإلى البلاد الأجنبية.

<sup>2</sup> حسب المادة (4) يقر قانون حقوق الطبع والتأليف لسنة 1911 مع اعتبار التعديلات، والإضافات الواردة في هذا القانون.

فصدور مثل هذه القرارات، يزيد من نسبة براءات الاختراع، خاصة تلك التي تتعلق بالإنترنت، وهذا يؤدي إلى زيادة نمو أصول الشركات غير الملموسة، وارتفاع قيمتها السوقية، إضافة لزيادة أرباحها، والترجع على عرش الأفضلية بين الشركات.

والتوجه العالمي، نحو اعتبار برامج الحاسوب والتطبيقات البرمجية كبراءة اختراع، وليس كحق مؤلف هو الحل القانوني الأمثل، كون براءات الاختراع، تحمي العلاقات الوظيفية المتبادلة، بين المكونات التكنولوجية والتقنية لأي نظام، أي التركيز على الوظيفة، وليس حماية الفكرة المكتوبة على شكل حق مؤلف، فالحماية التي توفرها البراءات أفضل وأقوى، من حمايتها كحق مؤلف.

وحسب قرار بقانون رقم (10) لسنة 2018م بشأن الجرائم الإلكترونية، والمعمول به في الضفة الغربية، عرف التطبيق الإلكتروني حسب المادة(1)<sup>1</sup> بأنها: البرامج التقنية المعدة لأهداف الكرتونية، ليتم استخدامها من قبل الأفراد أو تطبيقها بشكل مباشر، من خلال الوسائل الحديثة، لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وحتى وإن لم يكن هذا القانون ضمن قوانين الملكية الفكرية، إلا أنه نظم العقوبات في حالات التعدي، على برامج الحاسوب ضمن المادة(4، 5، 6) من القانون رقم (10) ويعاقب من ارتكب جريمة، بحق تطبيق أو برنامج حاسوب، أو موقع على شبكة الحاسوب أو الإنترنت، بالحبس أو الغرامة المادية وهي كالتالي :

- الدخول غير المصرح به لموقع، أو نظام أو شبكة أو اختراق لتطبيق معين.
- سرقة بيانات أو معلومات حكومية، أو لجهات خاصة.
- اختراق برامج الحاسوب وشبكات الإنترنت، وما يسببه من ضرر أو تعديل أو حذف، أو إتلاف للمعلومات على الشبكة العنكبوتية، أو لنظام معين وتطبيق الكرتوني.
- إعاقة الوصول للبيانات أو المعلومات، لموقع الكرتوني أو برنامج تقني أو تطبيق معين.

---

<sup>1</sup>التطبيق الإلكتروني: برنامج إلكتروني مصمم لأداء مهمة محددة، بشكل مباشر للمستخدم أو لبرنامج إلكتروني آخر، يستخدم من خلال وسائل تكنولوجيا المعلومات أو ما في حكمها.

- إنتاج أو تطبيق برنامج تقني، بسبب الضرر أو حذف أو إتلاف برنامج، أو تطبيق أو موقع إلكتروني.

### الفرع الثالث: الأسرار التجارية كآلية لحماية الملكية الفكرية:

تقوم الشركات بتطوير نظام جديد، أو معلومات جديدة حصلت عليها، ولكي تحمي ما حصلت عليه من أصول معرفية، يمنح نظام الملكية الفكرية، أكثر من خيار واحد لتأمين هذه الأصول الفكرية، وتعد قوانين براءات الاختراع، أكثر مصادر الحماية شيوعاً للمخترعين، لكن بعض مالكي الملكية الفكرية، يختارون الاعتماد على الأسرار التجارية، لحظر التملك غير المشروع لأفكارهم.

وتمنح براءة الاختراع لمالكها، إمكانية تحديد من يمكنه صنع الاختراع، أو استخدامه أو بيعه، وتتيح العلامات التجارية لمالكها، تسويق وترويج العلامة، كمصدر أو منشأ لمنتج أو خدمة للمستهلكين، في حين تحمي حقوق الطبع والنشر، الأعمال الأدبية والفنية، أما الأسرار التجارية، فتحمي المعلومات التجارية السرية، التي توفر بشكل عام ميزة تنافسية لمالكها (Emmert, 2020).

وأوضح تعريف للأسرار التجارية، هو القانون الموحد للأسرار التجارية الأمريكي، المعدل عام 1985 تناول تعريفها في الجزء الرابع من القانون: "يعني المعلومات التي تشمل الصيغة أو النمط، أو التجميع، أو أداة البرنامج، أو الطريقة، أو التقنية، أو العملية"، التي:

1. تستمد قيمة اقتصادية مستقلة، فعلية أو محتملة، من عدم معرفتها بشكل عام، وعدم إمكانية التحقق منها بسهولة، بالوسائل المناسبة من قبل الأشخاص الآخرين، الذين يمكنهم الحصول على قيمة اقتصادية، من الكشف عنها أو استخدامها.

2. جهود معقولة للحفاظ على سريتها.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>the Uniform Trade Secrets Act (UTSA), published by the Uniform Law Commission (ULC) in 1979 and amended in 1985, is a Uniform Act promulgated for adoption by states in the United States. ... Historically, the law governing misappropriation of trade secrets developed separately in each state

والمعلومات السرية (الأسرار التجارية): هي شكل من أشكال الملكية الفكرية، التي تناولتها اتفاقية تريبس في الجزء الثاني، القسم السابع من الاتفاقية، حيث تناولت المادة (39) <sup>1</sup> شروط الأسرار التجارية، ولم تضع تعريفاً واضحاً لها، أو ما يمكن أن يندرج تحت مسمى الأسرار التجارية.

والسر التجاري، يمكن أن تندرج أسفله الخبرات التقنية، والمعارف التقنية، والمعطيات التطبيقية والعملية والتنظيمية، للأعمال التجارية والاقتصادية، إضافة للطرائق والأسرار الصناعية (الإبراهيم، 2012)، فالأسرار التجارية محل وأهل، لحماية كل أشكال التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، طالما توافرت فيها الشروط للحفاظ على سريتها.

وقانون العمل الفلسطيني رقم (7) لسنة 2000 والمعمول به في الضفة الغربية، حمى صاحب العمل، والذي يمتلك سرّاً تجارياً، سواء كان معلومات سرية، أو وصفات فنية، أو طريقة تقنية من خلال نص المادة (40) رقم (6)<sup>2</sup> من القانون رقم (7) والتي تتناول موضوع إنهاء عقد العمل، من قبل صاحب العمل دون إعلام أو إشعار العامل، كونه أفشى سر العمل بطريقة غير شرعية، أو أفشى للمنافسين، بشكل أحدث ضرراً لصاحب العمل.

---

<sup>1</sup> أثناء ضمان الحماية الفعالة للمنافسة غير المشروعة، حسب ما تنص عليه المادة 10 مكررة من معاهدة باريس (1967)، (تلتزم البلدان الأعضاء بحماية المعلومات السرية، وفق الفقرة 2 والبيانات المقدمة للحكومات، أو الهيئات الحكومية وفقاً لأحكام الفقرة 2. للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين، حق منع الإفصاح عن المعلومات، التي تحت رقابتهم بصورة قانونية لآخرين، أو حصولهم عليها أو استخدامها، دون الحصول على موافقة منهم، بأسلوب يخالف الممارسات التجارية النزيهة، طالما كانت تلك المعلومات: أ. سرية من حيث إنها ليست، بمجموعها أو في الشكل والتجميع الدقيقين لمكوناتها، معروفة عادة، أو سهل الحصول عليها من قبل أشخاص، في أوساط المتعاملين عادة، في النوع المعنى من المعلومات. ب. ذات قيمة تجارية نظراً لكونها سرية، ج. خضعت لإجراءات معقولة في إطار الأوضاع الراهنة، من قبل الشخص الذي يقوم بالرقابة عليها، من الناحية القانونية بغية الحفاظ على سريتها.

<sup>2</sup> لصاحب العمل الحق في إنهاء عقد العمل، من طرف واحد، دون إشعاره، مع حقه في مطالبة العامل، بكافة الحقوق الأخرى، عند ارتكابه أيّاً من المخالفات التالية: 6- إفشاؤه للأسرار الخاصة بالعمل، التي من شأنها أن تسبب الضرر الجسيم.

ولحماية الأسرار التجارية، يجب على الشركات اتخاذ التدابير اللازمة، وتنفيذ مجموعة من أفضل الممارسات، للتأكد من الحفاظ على سرية السر التجاري، ولا يوجد إجراءات شكلية لتسجيلها أو إيداعها، لذلك لا تمنح الأسرار التجارية "حقوق الملكية"، مما يعني أن صاحب السر التجاري، ليس لديه حقوق حصرية على المعلومات.

ومن التدابير أو الممارسات، التي يمكن للشركات اتباعها، للحفاظ على سرية معلوماتها التجارية ما يلي:

- تقييم المعلومات السرية المهمة للشركة.
- تطوير سياسة الأسرار التجارية الداخلية.
- تخزين المعلومات السرية بأمان.
- خلق وعي لدى الموظفين، بأهمية الحفاظ على أمان الأسرار التجارية.
- إبرام اتفاقيات عدم إفشاء، في حالة وجوب مناقشة الأسرار التجارية، مع شركاء الأعمال، بما في ذلك بنود عدم الإفصاح في الاتفاقيات، مثل اتفاقيات الترخيص، أو اتفاقيات الاتحاد، أو اتفاقيات الشراكة، حيث يكون تبادل المعلومات السرية أمرًا محتملاً للغاية و / أو ضروريًا.<sup>1</sup>
- بمجرد تسريب المعلومات السرية، يمكن للأخريين استخدامها بحرية، نظرًا لعدم وجود حق ملكية للأسرار التجارية، لكن مع الالتزام بهذه التدابير والممارسات، يمكن الحفاظ على سرية هذه المعلومات.
- صياغة شروط جزائية، في الاتفاقيات تضمن حماية قضائية (المدني - والجزائي) تترتب على مخالفة هذا الشرط، تحمل كامل المسؤولية عن إفشاء الأسرار وتبعاتها، بما فيها التعويضات المادية والمعنوية والكسب اللاحق.

والسؤال كيف يمكن لنظام الملكية الفكرية، حماية هذه الأسرار؟ الإجابة تكمن في أن نظام الملكية الفكرية، يقتضي أنه في حال تم تسريب المعلومات، من قبل شخص ما، بموجب التزام بالحفاظ على السرية، فإن

---

<sup>1</sup><http://www.iprhelpdesk.eu/node/2187>

مثل هذا الكشف سيشكل خرقاً للعقد، يسمح بإصلاحات لصاحب السر التجاري. علاوة على ذلك، إذا حصل شخص ما، على السر التجاري بوسائل غير شريفة، يمكن اعتبارها تجسساً على أسرار تجارية خاصة بالشركة، وبما أن الملكية الفكرية، أحد أهم مفاهيمها المنافسة غير المشروعة<sup>1</sup> فيمكن اعتبار أي انتهاك لخصوصية هذه الأسرار، انتهاكاً لقواعد المنافسة غير المشروعة. (الدورة العامة من الملكية الفكرية، 2020).

الكشف عن الأسرار التجارية، يعد مثلاً على الأعمال المنافسة غير المشروعة، أي انتهاكاً لقوانين الملكية الفكرية، وهذا ما نصت عليه اتفاقية تريبس في المادة (39) القسم 7- الجزء 2<sup>2</sup>.

فقوانين الملكية الفكرية، تعترف بالأسرار التجارية، وتعدّ من أقدم أشكالها، فكون نظام الملكية الفكرية، يهدف لخلق منافسة عادلة بين الشركات، من خلال ما تخلقه الأسرار التجارية، من ميزات تنافسية.

ومن وجهة نظر الباحث، أن أفضل آلية يمكن أن تتبعها الشركات الصغيرة والكبيرة، لحماية أسرار تصنيعها، أو أسرارها التجارية، هي السر التجاري، كونها لا تحتاج إلى تسجيل خلاف البراءات، أي لا تتطلب إجراءات شكلية، أو إدارية أو قانونية، فصاحب السر التجاري، غير ملزم بإفشاء سره، أمام جهات رسمية معينة، وليس مجبراً أن يمنح تراخيص، باستعمال هذه المعلومات، لجهة حكومية غيرها.

فضلاً عن كون الأسرار التجارية، غير محدودة بمدة قانونية، طالما صاحبها ملتزم بالعناية الفائقة لحفظ سره، وهي غير مكلفة مادياً، أي توفر على الشركات أعباء مادية، تتمثل في رسوم التسجيل، أو أي إجراء شكلي.

---

<sup>1</sup> أعمال المنافسة غير المشروعة، هي كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة، في الشؤون الصناعية والتجارية، ونصت عليها اتفاقية تريبس في المادة (10) (2)

<sup>2</sup> للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين، حق منع الإفصاح عن المعلومات، التي تحت رقابتهم بصورة قانونية لآخرين، أو 10 حصولهم عليها أو استخدامهم لها دون الحصول على موافقة منهم بأسلوب يخالف الممارسات التجارية النزيهة طالما كانت تلك المعلومات سرية.

## المطلب الثاني: مميزات حقوق الملكية الفكرية

الطبيعة القانونية للملكية الفكرية تكمن في الحقوق التي تكسبها على الأصول غير الملموسة (غير المادية) لتصبح ممتلكات مادية (لملموسة)، وهذا ما يميز الملكية الفكرية عن غيرها من الأنماط القانونية فهي تؤسس الحماية القانونية على الأفكار، والاختراعات والعلامات التجارية والتصاميم الصناعية، والتي تعتبر كلها أصول غير مادية قائمة على الأفكار الجديدة، من خلال التعبير عنها بوساطة مادية قابل للدراك والتميز، ومن ثمن حمايتها ضمن أشكال الملكية الفكرية، لتحول الملكية الفكرية فكرة غير ملموسة إلى سلع وخدمات أو نموذج صناعي قابل للتداول.

وأزمة اعتبار الملكية الفكرية حقوق معنوية أو مادية هي أزمة تاريخية وجدت منذ بداية فهم جوهر الملكية الفكرية، فه حقوق معنوية كونها ترتبط بصاحب الفكرة وتتسبب اليه كما هو واضح في حق المؤلف، وهي أيضا حقوق مادية (اقتصادية) لما يترتب عليها من تحقيق عوائد مادية وأرباح، فلاي مكن اعتبار الملكية الفكرية مجرد حق مادي، بل هي حماية واحترام لإبداع المؤلف الأصلي للمصنفات الإبداعية والابتكارية، بصرف النظر عن طريقة التعبير عنها سواء كانت بقالب المصنفات الأدبية، أو علامات تجارية، أو براءات اختراع أو معلومات سرية (Ngenda,2017).

فالملكية الفكرية هي المزيج القانوني والإداري والاقتصادي الذي يجمع بين الحماية القانونية للعمل الإبداعي من خلال شقيه المعنوي (حماية المؤلف واحترام إبداعاته)، وبين الحق المادي (الاقتصادي) لما يحققه من إيرادات مادية لصاحب المصنف الابتكاري، وهذا هو ما يحقق الهدف الأول للملكية الفكرية وهو تشجيع المبتكرين قانونيا واحترامهم كمؤلفين ثانيا.

## البند الأول: الطبيعة القانونية للعلامة التجارية

العلامة التجارية كونها شكل من أشكال الملكية الفكرية تتمتع بالحقوق القانونية، لكن العلامة التجارية تمتلك الحق المادي فقط، وليس هنالك حق معنوي في العلامة التجارية وذلك لان العلامة التجارية حق نسبي أي يحق لصاحب العلامة التجارية الاحتجاج ض الغير في حال استخدموا علامته، أو استعملوا علامة تحاكي أو تشابه علامته، أو قلدوا علامته على منتجات وخدمات في الصنف نفسه الذي سجل علامته به، وبالتالي هو ليس حق مطلق على كافة الأصناف.

ثانيا العلامة التجارية محمية قانونيا بمدة معينة (7) سنوات من تاريخ تسجيلها، وبالتالي هي حق مؤقت وليس دائم، وفي حال عدم إتمام إجراءات تسجيل العلامة التجارية خلال (12) شهر من تاريخ تقديم الطلب يعتبر هذا التصرف تنازل عن العلامة التجارية حسب المادة (16)<sup>1</sup> من القانون رقم (33)، لكن في المقابل يمكن لصاحب العلامة التجارية المسجلة مسبقا، تجديد تسجيلها من خلال دفع الرسوم المطلوبة منه حسب نص المادة (20)2 من القانون رقم (33)، وتسقط ملكيته للعلامة، لم يتم بدفع التكاليف خلال المدة المحددة قانونيا لتجديد علامته، حسب المادة (21)<sup>3</sup> البند 2 من القانون رقم (33).

---

<sup>1</sup> تقصير طالب التسجيل في إتمام معاملته: إذا لم يتم تسجيل العلامة التجارية خلال 12 شهراً من تاريخ الطلب بسبب تقصير الطالب فيجوز للمسجل بعد أن يعلم الطالب خطأ حسب الأصول بعدم إتمام تسجيلها أن يعتبره متنازلاً عن طلبه إلا إذا تم خلال المدة التي يعينها له المسجل في الإعلان.

<sup>2</sup> يرسل المسجل في الوقت المعين قبل انتهاء مدة التسجيل الحالي والشروط التي يجوز بموجبها تجديد تسجيلها من حيث الرسوم الواجب دفعها وغير ذلك، فإذا انتهت تلك المدة ولم يتم صاحب العلامة المذكورة بالعمل بتلك الشروط يجوز للمسجل أن يشطب تلك العلامة من السجل وأن يشترط الشروط التي يستصوبها لإعادة تسجيلها.

<sup>3</sup> يرسل المسجل في الوقت المعين قبل انتهاء مدة التسجيل الحالي والشروط التي يجوز بموجبها تجديد تسجيلها من حيث الرسوم الواجب دفعها وغير ذلك، فإذا انتهت تلك المدة ولم يتم صاحب العلامة المذكورة بالعمل بتلك الشروط يجوز للمسجل أن يشطب تلك العلامة من السجل وأن يشترط الشروط التي يستصوبها لإعادة تسجيلها.

ثالثاً والاهم العلامة التجارية يمكن التنازل عنها وبيعها لأي شخص آخر، أو يمكن ان تنتهي العلامة التجارية بزوال المحل وذلك حسب نص المادة رقم (19) البند (1) من القانون رقم (33)<sup>1</sup>.

وفي حالة أخرى وضحاها نفس نص المادة (19)<sup>2</sup> البند (2) انقطاع العمل التجاري بغض النظر عن السبب أو الظروف التي أدت لذلك، سواء حالات فسخ العقد بين الشركاء، أو فسخ الشراكة، يمكن ان تنتقل العلامة التجارية لأي شخص لازال يزاول العمل التجاري المرتبط بالعلامة التجارية، وبالتالي العلامة التجارية لا تنسب لصاحبها لأنه يمكن ان تنتقل ملكية العلامة حسب الشروط القانونية لأي شخص يزاول العمل التجاري المرتبط بمجال العلامة.

ومن وجهة نظر الباحث فالعلامة التجارية تتمتع بالحق المادي، وهو الكسب المادي والاقتصادي وسعر العلامة التجارية في السوق، وهناك علامات تجارية تجاوزت قيمتهم السوقية المليار دولار فقط للعلامة التجارية، مثل علامة **Apple**

#### البند الثاني: الطبيعة القانونية لبراءة الاختراع

حجية براءة الاختراع وحسب نص المادة (5/3)<sup>3</sup> من القانون رقم (22) هي حجية بسيطة كون النظام المتبع في الضفة الغربية لتسجيل وإيداع الاختراعات هو نظام الإيداع المقيد، والذي يأخذ بالفحص الشكلي للاختراع ولا يتم الأخذ بالفحص الموضوعي من حيث موضوع الاختراع أو قابلية الاختراع للتطبيق الصناعي، وهذا ما

---

<sup>1</sup> تحويل العلامات التجارية وتوزيعها: 1- يتم تحويل العلامة التجارية ونقلها بعد تسجيلها مع اسم وشهرة المحل التجاري المختص بالبضائع التي سجلت العلامة بشأنها وتنتهي بزوال ذلك المحل وشهرته.

<sup>2</sup> إذا حدث أن انقطع شخص عن تعاطي عمله التجاري لأي سبب من الأسباب سواء أكان ذلك بفسخ الشركة المتكونة بينه وبين آخرين أم لأي سبب آخر ولم ينتقل اسم ذلك الشخص وشهرته التجارية إلى شخص واحد خلفه في عمله، بل قسمت بين عدة أشخاص فيجوز للمسجل إذا طلب إليه الفرقاء ذوو الشأن أن يقسم العلامات التجارية المسجلة العائدة لذلك الشخص بين الأشخاص الذين ظلوا يتعاطون ذلك العمل التجاري بالفعل على أن تراعى القيود والشروط والتعديلات التي قد يراها المسجل لازمة للمصلحة العامة، ويجوز استئناف القرار الذي يصدره المسجل بموجب هذه الفقرة إلى محكمة العدل العليا.

<sup>3</sup> يكون سجل امتيازات الاختراعات وسجل الرسوم بينة على الأمور التي يقضي أو يجيز هذا القانون تسجيلها عند عدم وجود بينة على خلاف ذلك.

يعطي المجال للغير الطعن في تسجيل الاختراع خلال المدة الزمنية التي حددها نص القانون وبالتالي تسريع عملية تسجيل البراءات وإتاحتها للجمهور للاطلاع عليها، وبعد انقضاء مدة الاعتراض على تسجيل براءة الاختراع، والطعن في تسجيلها وعدم وجود أي اعتراض على تسجيل البراءة، تتحول هذه الحجية إلى حجة قطعية.

وحجية براءة الاختراع هي حجية لصاحبها بانه يملك الحق في استغلال واحتكار اختراعه خلال مدة قانونية محددة ب(16) من تاريخ تسجيل امتياز الاختراع، وبالتالي براءة الاختراع حق مؤقت وليس دائم، وقد يسقط هذا الحق في حال عدم التزام صاحبه بدفع الرسوم الحكومية لتسجيله خلال مدة محددة، وذلك حسب نص المادة (2/15)<sup>1</sup>

وبما ان براءة الاختراع حق مؤقت وهو حق قابل للتجديد بعد انقضاء المدة القانونية المحددة لحمايته، لأنه يسقط إلى الملك العام، والحكمة من ذلك إفادة المجتمع من المعلومات التي يتضمنها الاختراع، وان المخترع احتكر اختراعه خلال مدة معينة، وبالتالي استفاد منه ماديا (زين الدين، مرجع سابق).

يمكن لمالك البراءة التخلي كليا أو جزئيا عن جزء أو عدة أجزاء من براءة اختراعه، من خلال توضيح ذلك لدى الجهات المختصة، وبالتالي فان الحق المعنوي للبراءة يسقط عنها لان البراءة تقتصر على الحق المادي، والحق المعنوي فيها ينتهي بانتهاء المدة القانونية لحمايتها، وأيضا يمكن نقل أو بيع البراءة لغير مالكةا، وفي حالات الترخيص الاختياري أو الإجباري.

ومن وجهة نظر الباحث براءة الاختراع تتمتع بالحق المعنوي طالما البراءة في ظل المدة القانونية المحددة، وبما ان هناك حالات الترخيص الإجباري أو الاختياري وعقود نقل التكنولوجيا، وهي عقود يقوم صاحب

---

<sup>1</sup> يبطل امتياز الاختراع إذا تخلف صاحبه عن دفع الرسوم المعنية خلال المدة المعنية:

ويشترط في ذلك أن يجوز للمسجل بناء على طلب صاحب امتياز الاختراع ودفع الرسم الإضافي المعين، أن يمدد مدة امتياز الاختراع وفاقاً للطلب على أن لا تزيد هذه المدة على ثلاثة أشهر.

البراءة بالتنازل عن براءته أو جزء منها للغير مقابل عائد مادي، فبالتالي الحق المادي هو الحق الأبرز في هذا النوع من الملكية ولعل الحكمة من ذلك، ان يكون الاختراع مفيد للمجتمع لان البراءات هي مكتبات تقنية وتكنولوجية يستفيد منها الجميع.

## الفصل الثاني

### واقع الاقتصاد القائم على المعرفة في فلسطين

الاختلاف الأبرز الذي يميز الاقتصاد القائم على المعرفة، من غيره من الاقتصاديات الزراعية والصناعية، هو التأثير والتغيير الذي أحدثه في جميع مجالات الحياة، الاقتصادية والاجتماعية، والذي ما يزال مستمرًا، مشكلاً بذلك حقبة جديدة، في عالم التطور الاقتصادي (sira and vavrek and vozarov,2020). ولتحقيق التوازن، بين توسع اقتصاد المعرفة، والقضايا المتعلقة بالسياسات والتشريعات، يجب الاهتمام بإعداد وتطوير نظام قانوني وإداري، للملكية الفكرية، ليشكل هذا النظام سياسة داعمة، لاقتصاد قائم على المعرفة، ومعالجة أهداف النمو، وتحسين التنمية والميزة التنافسية، للشركات والدول.

ويتناول الفصل الثاني الواقع الفلسطيني فيما يخص الاقتصاد القائم على المعرفة من خلال التركيز على أهم التحديات والمعوقات أمام الملكية الفكرية بشكل عام، والتحديات التي تواجه المجتمع الفلسطيني بشكل خاص وهذا جاء ضمن المطلب الأول، ويسلط المطلب الثاني على التحديات التي تواجه التحول إلى اقتصاد المعرفة سواء على المستوى العالمي العام، وعلى مستوى فلسطين بشكل خاص.

#### المبحث الأول: المعوقات التي تواجه الملكية الفكرية للتحول إلى اقتصاد المعرفة

حقوق الملكية الفكرية هي سياسات وأنظمة قانونية وإدارية، تحدد وتحمي حقوق الكسب المادي، من النشاط الابتكاري والإبداعي، وتوفر هذه الحقوق من خلال أنظمتها القانونية التحكم في نشر وتسويق المعلومات، والأفكار الجديدة، وفرض عقوبات ضد استخدامها غير المصرح به، وتلعب الملكية الفكرية دورًا حاسمًا في النمو الاقتصادي العالمي، لأنها تؤثر على ربحية البحث الصناعي، ومكافآت النشاط الإبداعي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/ar/2017/05/article\\_0001.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/ar/2017/05/article_0001.html)

## المطلب الأول: التحديات التي تواجه أنظمة الملكية الفكرية

تنظيم الملكية الفكرية، ضمن نظام صارم وفعال وقابل للتطبيق، من الناحية القانونية والإدارية، يزيد من النمو الاقتصادي، ويشجع التطور التكنولوجي، من خلال توليد منتجات تقنية، وتكنولوجية قائمة على المعرفة المحمية، فدورها الأهم هو التوفيق بين حماية الملكية الفكرية والدفع العالمي من أجل تجارة أكثر انفتاحاً ومحمية قانونياً لمنتجات أكثر جودة وتنافسية.

وبالرغم من أهمية قوانين الملكية الفكرية، كآلية قانونية داعمة، للتقدم في مسيرة الانتقال نحو الاقتصاديات المعرفية، إلا أن هناك انتقادات تدور حول أن إسباغ الحماية القانونية على المعرفة، وتقنينها كوحدات فردية للثروة، لضمان الحافز على الابتكار، تتعارض مع إشاعة المعرفة بين الدول، والاستفادة من هذا النمو الاقتصادي، فيما يخص الدول النامية.

فقضية الملكية الفكرية، انقسمت بين مؤيد ومعارض، لأنظمتها القانونية الدولية، الحامية للأنشطة الاقتصادية، وخصوصاً مع تصاعد الاهتمام العالمي، بالاقتصاد القائم على المعرفة، (Stevens & Schultz, 2021)، فالمؤيدون لنظام الملكية الفكرية، كانوا من حلف الدول المتقدمة، صاحبة الاقتصاديات المعرفية، والتكنولوجية المتقدمة، مثل: سويسرا والولايات المتحدة واليابان، فهذه الدول تستغل قوانين الملكية الفكرية، لاحتكار المعرفة، وبالتالي حصرها في عدد من الشركات، لتستفيد من مخرجاتها المعرفية، وتبقى في أعلى درجات الاقتصاديات المعرفية واحتكار الميزة التنافسية.

أما المعارضون فأغلبهم من الدول النامية، التي رأت أن المعلومات المشتركة، الكبيرة والمفتوحة، تتوافق مع مصالحها التنموية، فالملكية الفكرية تشكل حاجزاً، أمام التعاون ومشاركة المعرفة، لذلك في أوقات الطوارئ، مثل ما حدث في أزمة جائحة كورونا، يجب أن تكون أي ملكية فكرية، ذات صلة مفتوحة مرخصة أو مجمعة (Stevens & Schultz, 2021).

ودعا معارضو الملكية الفكرية، إلى تعليق حقوق الملكية الفكرية، في كل مرحلة، بجهود تطوير العلاجات لهزيمة فيروس كورونا وإتاحة ما أفرزته شركات تصنيع الدواء العالمية، من لقاحات ضد الفيروس، بشكل مجاني للدول النامية، تحت بند أن هذه المنتجات من المعارف، التي يجب مشاركتها مع العالم، كونها تحل مشكلة عالمية، وليست حكرا على شركات دوائية، تابعة لدول قوية اقتصاديا.

### الفرع الأول: التحديات التي تواجه الملكية الفكرية على المستوى العالمي العام

العالم بشكل خاص والدول النامية بشكل خاص يواجهون تحديًا إنمائيًا مهمًا، يتمثل في تكييف أنظمة الملكية الفكرية، الجديدة لديها، ضمن منظومة قانونية، وإدارية على أوسع نطاق، لتكون مواتية للمنافسة، ومتماشية مع نظام حقوق الملكية الفكرية، العالمي المتطور والمتقدم. وتتمثل تحديات نظام الملكية الفكرية فيما يأتي

- قلق البلدان المستوردة للتكنولوجيا، من أن زيادة الحماية، قد ترفع تكاليف الحصول على تكنولوجيات جديدة، من مالكي براءات الاختراع الأجانب.
- قد تؤدي حقوق الملكية الفكرية، إلى إساءة استخدام القوة السوقية: مثل احتكار الأسعار وتجاوزات تنافسية، وارتفاع أسعار المنتجات أو الخدمات.
- نظام حقوق الملكية الفكرية، الذي يسهم في الانفتاح، والاستثمارات في رأس المال المادي والبشري، يعاني من ضعف التشريعات الناظمة، لنظام الملكية الفكرية في الدول النامية، وبالتالي عدم الاستفادة الفعلية من إيجابيات هذا النظام (الجيلالي، 2017).
- ضعف أنظمة وقوانين الملكية الفكرية، في تنفيذ الحماية للسلع والخدمات من التقليد، داخل الدول النامية، لعدم انضمام غالبيتها لاتفاقية تريبس.
- العلامات التجارية المنطبقة على السلع، والمنتجات المقلدة، تؤثر على سمعة مالكي العلامات الأصلية، اقتصاديا وتجاريا.

- انتهاك العلامات التجارية، يحبط بشكل كبير المشاريع الصغيرة، والمتوسطة والريادية (Reichman,2011).
- ضعف تطوير أنظمة قانونية للمنافسة، التي تهدف إلى الحد من ممارسات الترخيص التعسفية، والتسعير الاحتكاري، وتجزئة السوق (Masku, 2001).
- ضعف الأسس الاقتصادية والسياسية، المترابطة مع قوانين وسياسات الملكية الفكرية المناسبة، والتي تحول مخرجات اقتصادات المعرفة، غير الملموسة وغير المنافسة، إلى سلع معرفية قابلة للتداول (Reichman,2011).
- أنظمة الملكية الفكرية، هي خطوة أساسية للتحويل إلى الاقتصاديات الحديثة، لأنه دون توافر بنى تحتية مناسبة، تتضمن قانوناً فعالاً، ونظاماً تعليمياً متيناً، ستشكل الملكية الفكرية عائقاً، أمام التطور الاقتصادي، وسيظل دورها نحو هذا التطور، غير واضح.
- حقوق الملكية الفكرية يمكن أن تضر، في حال فرض البائعين الأجانب، شروطاً تقوض قدرة رواد الأعمال، وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة، للدخول والتنافس في الأسواق العالمية (Reichman ,2007).

#### الفرع الثاني: التحديات التي تواجه أنظمة الملكية الفكرية في فلسطين

فلسطين كدولة نامية تواجه تحديات كبيرة في نظام الملكية الفكرية، فهي تتأثر بكافة التحديات التي ذكرت سابقاً باعتبارها دولة نامية، إضافة إلى التحديات التي تواجهها بناء على واقعها التشريعي والثقافي والاقتصادي وتبرز التحديات التي تواجه فلسطين فيما يخص الملكية الفكرية.

ضعف التطبيق الفعلي لقوانين الملكية الفكرية في فلسطين، والذي يظهر جليا في غياب المحاسبة القانونية للمعتدين على حقوق الملكية الفكرية، مؤثرا بذلك على نظام الملكية الفكرية الفلسطيني بشكل عام، وعلى

المبدعين والمبتكرين بشكل خاص كونهم يفتقدوا للحافز القانوني الحامي لإبداعاتهم وابتكاراتهم (النوري، 2021).

ضعف مفاهيم الملكية الفكرية وتحديدا أشكالها المتنوعة، إضافة إلى ضعف الاهتمام بمصطلحات الإبداع والابتكار، متمثلا في انعدام الثقافة المجتمعية حول مفاهيم الملكية الفكرية.

سيطرة الاحتلال الإسرائيلي على الحركة الاقتصادية والهيمنة السياسية التي يتبعها، وانحلال المجلس التشريعي الفلسطيني خلف عدة آثار سلبية على نظام الملكية الفكرية:

- ضعف قوانين الملكية الفكرية الفلسطينية.
- عدم انضمام فلسطين لأي اتفاقية دولية للملكية الفكرية
- ضعف الاقتصاد الناجم عن قلة الوعي القانوني والثقافي حول الملكية الفكرية

عدم اكتراث المواطن الفلسطيني والعاملون في قطاع الأعمال التجارية بالملكية الفكرية، يؤدي ذلك إلى انعدام معرفة الفلسطينيين بحقوقهم المتعلقة بالملكية الفكرية من جهة، وحقوق الآخرين من جهة أخرى (أبو صلاح، 2016).

وهذا ما أكدته الفئات التي أجريت معها المقابلات، فالفئة (أ) أوضحوا أن أكبر تحد يواجههم في تطبيق قوانين الملكية الفكرية، ضعف اطلاع المجتمع الفلسطيني، بخصوص تشريعات الملكية الفكرية، إضافة إلى قدم القوانين، وعدم مجاراتها للتقدم التقني والتكنولوجي، والأعمال التجارية القائمة على السرعة والإجراءات الإلكترونية، والتحدي السياسي هو ارتباط الاقتصاد الفلسطيني، باقتصاد الاحتلال الإسرائيلي، والذي يعرقل حركة التنقلات التجارية.

وبالانتقال إلى تحدي الثقافة المجتمعية، والبيئة التعليمية أكدت الفئة (ب) ضعف الثقافة المجتمعية الفلسطينية يشكل عقبة أمام تطبيق قوانين الملكية الفكرية، فالمجتمع لا يمتلك الثقافة الكافية للمضي نحو تطوير نظام ملكية فكرية، واضح ومحدد الملامح.

والفئة (ج) تناولت فكرة قدم القوانين، وإعاققتها في مواكبة التطورات في الأسواق العالمية، فوجود القوانين القديمة يعيق العمل في تسجيل العلامات غير التقليدية، والتي لا يغطيها القانون الفلسطيني المعمول به، والذي يحرم الدول والشركات من إيرادات تسجيل مثل هذه الأشكال، وعزوف المستثمرين عن تسجيل علاماتهم في فلسطين.

وحول فكرة اعتبار فلسطين عضو مراقب في المنظمة العالمية للملكية الفكرية، دون وجود نشاط أو عمل فعلي لها فيما يخص اتفاقيات الملكية الفكرية، وعدم انضمامها لأي اتفاقية عالمية ناظمة للملكية الفكرية أوضحت الفئة (د) التحدي الدولي المتمثل في عدم انضمام فلسطين، يشكل أكبر معيق في التبادل العالمي للتسجيل لأشكال الملكية الفكرية، من علامات تجارية وبراءات وغيرها، وبالتالي عدم الاستفادة من إيجابيات الاتفاقيات الدولية.

### الفرع الثالث: مؤشرات قياس الملكية الفكرية

هناك ثلاثة مؤشرات إقليمية وعالمية، لمقارنة وضع الدول، من ناحية الملكية الفكرية، والابتكارات والإبداع، وهي كالتالي:

#### 1. مؤشر الابتكار العالمي 2021:

يقدم هذا المؤشر العالمي قياساً عالمياً، للابتكارات والاختراعات المتقدمة، من خلال توصيف الأنظمة الحديثة للابتكار والإبداع، لـ (132) دولة من مختلف قارات العالم، من خلال تحديد نقاط القوة والضعف، والفرص

التحسينية، والعراقيل، والتحديات، لأنظمة الابتكار العالمية، من خلال مؤشرات ومحددات ومعايير دولية، تركز على تطوير أنظمة البحث والتطوير، ونظم تطوير وتمويل الابتكارات.

## 2. مؤشر حقوق الملكية الفكرية:

يقدم هذا المؤشر تحليلاً لواقع أنشطة الملكية الفكرية، على مستوى العالم، اعتماداً على أرقام وإحصاءات إيداعات وتسجيلات الملكية الفكرية، الواردة من مكاتب الملكية الفكرية، الوطنية والإقليمية، للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، ويشمل المؤشر أشكال الملكية الفكرية كافة، من علامات تجارية، وبراءات اختراع، ورسوم ونماذج صناعية، ومصنفات نباتية، ليكون بذلك مؤشراً عن مدى تقدم الملكية الفكرية في الدول، وآخر نسخة منشورة منه عام 2021

## 3. مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2022

يوضح هذا المؤشر العربي، لوضعي التشريعات والسياسات الإدارية والاقتصادية، للدول والشركات، للتعرف على أحدث البيانات، لتتمكن كل دولة وشركة، من تحديد نقاط قوتها وضعفها، من خلال (9) مؤشرات مختلفة، مثل: الابتكار والمعرفة، والتكنولوجيا التي تملكها الدول، والبنى التحتية للدول، والهيكلية الإدارية للدول والشركات، والتعليم، والخدمات والحكومة الإلكترونية، والتنمية المستدامة.

تحتل فلسطين المرتبة رقم (22)، حسب مؤشر الاقتصاد الرقمي لعام 2022، وهي المرتبة الأخيرة، مقارنة مع الدول العربية المشاركة في التقرير، والمؤشر يتناول (9) محاور أساسية، لقياس أداء الدولة، نحو تقدمها في الاقتصاديات القائمة على المعرفة، (مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي، 2022)

- المحور الأول هو المؤسسات: ويحدد هذا المحور، مدى توافر بيئة سياسية داعمة للإبداع والابتكار، ومدى فعالية الحكومة في تعزيز أداء الشركات، وتوافر خوادم الإنترنت الآمنة، والبعد والأمان عبر

الإنترنت، ومعدلات قرصنة البرامج، لتكون قيمة المؤشر لهذا المحور (14.04)، ويكون ترتيب فلسطين حسب هذا المحور (22).

● المحور الثاني البنية التحتية: يتناول المحور البنية التحتية للاتصالات، ونسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت، ومستوى أداء الخدمات اللوجستية، وبلغ قيمة المؤشر لهذا المحور (12.83) وترتيب فلسطين حسب هذا المحور (18).

● المحور الثالث التعلم ومهارات: يتناول مدى مساهمة القوى العاملة الحالي، ومعدلات محو الأمية، والتوقعات المستقبلية للقوى العاملة، لتبلغ قيمة المؤشر (28.92).

● المحور الرابع الحكومة الإلكترونية: من حيث توافر الخدمات الإلكترونية، ومدى استخدام تكنولوجيا المعلومات، والتوقعات المستقبلية للحكومة الإلكترونية، لتبلغ قيمة المؤشر (20.05). وتحتل فلسطين حسب هذا المحور المرتبة 22.

● المحور الخامس الابتكار: من حيث عدد المنشورات العلمية، من أبحاث وتقارير عدد طلبات براءات الاختراع، المسجلة لدى وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطينية، ومدى الإنفاق على البحث والتطوير، من إجمالي الناتج المحلي، لتبلغ قيمة المؤشر لهذا المحور (30.6). وتحتل فلسطين المرتبة رقم 17.

● المحور السادس المعرفة والتكنولوجيا: تناول عدد شركات تكنولوجيا المعلومات، والتقنيات الجديدة، وعدد شهادات الجودة العالمية، التي حصلت عليها الشركات الفلسطينية، وصادراتها من المنتجات، والخدمات التكنولوجية، لتكون قيمته (6.52). وتحتل فلسطين المرتبة رقم 20.

● المحور السابع بيئة الأعمال واستعدادها للتطوير: تناول هذا المحور مدى ممارسة الأعمال التجارية، وحماية المستثمرين، وقياس المنافسة في فلسطين، وعدد الشركات الريادية والناشئة، وقياس التسويق عبر الإنترنت، لتكون قيمة المؤشر (017.60)

● المحور الثامن تنمية الأسواق المالية: يتناول تمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة، ومدى توافر رأس المال الداعم، وسلامة البنوك، لتكون قيمته (18.87)

- المحور التاسع التنمية المستدامة: يتناول جودة الحياة في فلسطين، ومدى تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وقيمتها كانت (23.55). المرتبة رقم 22.

وعند المقارنة مع دولة الإمارات العربية المتحدة، والتي احتلت المرتبة الأولى، حسب مؤشر أداء الاقتصاد الرقمي مع فلسطين، نجد أن قيمة مؤشر البعد الاستراتيجي، للأسس الرقمية كان (81.07) أما في فلسطين، فكان (22.22)، أما البعد الاستراتيجي للإمارات حول الابتكار، فقد سجل (52.36) مقارنة مع مؤشر فلسطين، البالغ (26.01)، أما البعد الاستراتيجي للحكومة الإلكترونية، فبلغ قيمة مؤشره (72.98)، وفي فلسطين كان (30.12)، وفيما يخص الأعمال الرقمية، سجلت الإمارات قيمة مؤشر برقم يصل حتى (68.36)، في حين كان في فلسطين (29.36)، وأخيرا البعد الاستراتيجي حول المواطن الرقمي، بلغ في الإمارات (80.71)، أما في فلسطين كان (32.56)

ومن خلال الأرقام السابقة، وجد الباحث أن ريادة الأعمال جهد تعاوني. يمكن أن يكون من السهل توليد الأفكار، ولكن من الصعب تقديم بيئة مواتية، للسماح للأفكار بالنمو، ويجب على الأنظمة التعليمية على جميع المستويات، أن تتناول تخصص ريادة الأعمال، في مناهجها الدراسية، وعلى الحكومات التركيز على خلق أفكار جديدة ومبتكرة، من قبل الأفراد المبدعين، واستثمار مهاراتهم ضمن خطط عمل كاملة، للاستفادة منها في المستقبل.

أما فيما يخص البنية التحتية، وسهولة الوصول والاتصال، فيجب أن يكون هناك دعم مالي، لضمان أن جميع المستويات في المجتمعات، يمكنها المشاركة في الاقتصاد القائم على المعرفة الجديد، وعلى الحكومة تسهيل وصول الشركات والمواطنين، إلى البنية التحتية للاتصالات، بتكاليف منخفضة وعالية السرعة.

أما البيئة الداعمة، سواء السياسية أو القانونية، فيجب على القوانين مواكبة سرعة التطور الحاصل، في مجال الاقتصادات القائمة على المعرفة، وتطوير سياسات وأنظمة داعمة، وحامية للملكية الفكرية، ومهارات الأفراد المبدعين.

### المطلب الثاني: التحديات التي تواجه التحول نحو اقتصاد المعرفة.

زيادة العولمة، والتحسينات المستمرة في التكنولوجيا، والقدرة التنافسية المتزايدة، للصناعات المختلفة في جميع أنحاء العالم، تشكل ضغوطات تجبر الدول والشركات، على تبسيط عملياتها التجارية، وأن تستثمر مواردها المعرفية، والتنافسية، جنباً إلى جنب مع مواردها المادية، فأصبح لزاماً على الدول والشركات، نقل مواردها باستمرار، والتكيف مع بعض هياكل الاتصالات المتطورة، وممارسات الإدارة، وتطوير الموظفين، والعمل ضمن استراتيجيات، لتحسين المبيعات والتسويق، لتتناسب مع المعدلات المتزايدة للتغيير، وزيادة المنافسة العالمية.

### الفرع الأول: تحديات الاقتصاد القائم على المعرفة على المستوى العالمي العام

التحول من شركات صناعية، إلى شركات قائمة على المعرفة، يفرض على الشركات العالمية عامة واقعاً صعباً، في التغلب على مثل هذه التحديات، فالتحدي الأكبر، يكمن في كيفية استخدام المعرفة، من أجل إخراج الأفكار المبتكرة، وخلق المزيد من القيمة التنافسية للشركات والدول، وتحفيز التمايز بين المنتجات والخدمات العالمية، التي تتنافس وتتصارع على المعرفة، وما تحققه من ميزات تنافسية قوية (Lingenfelter, 2012).

فالتحدي أمام الاقتصاد القائم على المعرفة، فيما يخص الشركات العالمية، التي تسعى إلى الاستفادة، من فرص النمو المتاحة في الدول النامية، أن تشعر بالراحة، في حقيقة أن العلامات التجارية، والمنتجات

والتقنيات، يمكن حمايتها من التقليد، أو السرقة، وأن يكون لدى الدول التي تستقبل هذه المنتجات، إطار عمل IP، التي تتماشى على نطاق واسع، مع المعايير الدولية.

فالاقتصاد القائم على المعرفة سلاح ذو حدين، فهو كما أوجد العديد من الفرص الاقتصادية، لمشاريع قائمة على المعرفة، وساعد في تصاعد شركات على المستوى العالمي، فهو أيضا كمفهوم اقتصادي، مرتبط بالأنشطة الثقافية والمعرفية والقانونية، لأي شركة، يواجه التحديات، الناتجة للتطورات المتسارعة في عالمنا اليوم.

ولمواجهة تحديات الانتقال للاقتصاد المعرفي، تحتاج الشركات إلى تطوير برامج تدريب، أكثر شمولاً أثناء العمل، جنباً إلى جنب، مع دعم الموظفين، في الحصول على مزيد من التعليم والتدريب، خارج مكان العمل، بالإضافة إلى ذلك يجب أن تكون الجامعات على دراية بالمهارات، الأكثر قيمة في السوق، حتى تتمكن من تقديم أفضل تعليم ممكن للطلاب (Zhenmin, 2020).

### الفرع الثاني: التحديات التي تواجه الاقتصاد القائم على المعرفة الفلسطيني

وفيما يخص واقع الاقتصاد القائم على المعرفة الفلسطيني فهو يلتقي مع الاقتصاد القائم على المعرفة العالمي والاقتصاد القائم على المعرفة للدول النامية في المعوقات والتحديات، وأبرز التحديات التي تواجه

الاقتصاد القائم على المعرفة الفلسطيني (إسكافي ورضوان، 2021)

- عدم وضوح الأجندات السياسية والاقتصادية الوطنية الداعمة لاقتصاد المعرفة في فلسطين.
- ضعف الدعم الموجه للقطاع الخاص والحكومي لمجالات البحث العلمي، وتحديدًا قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التقنية.
- عدم كفاية التمويل المادي للبحوث العلمية الفلسطينية لتطويرها وخروجها للعن.
- غياب استقطاب المهارات المعرفية التي يمتلكها خريجو الجامعات الفلسطينية في المؤسسات الخاصة والحكومية.

• غياب الخطط والنماذج التدريبية للشركات والمؤسسات لاستثمار خبرات ومهارات موظفيهم من جهة، وتأهيل الخريجون الجدد.

• عدم اهتمام المجتمع الفلسطيني بأهمية البحوث العلمية والتقنية، وأهميتها في الاقتصاد القائم على المعرفة.

• التنسيق بين الجامعات الفلسطينية وصانعو السياسات القانونية والتعليمية والجهات القافية غائب من ناحية التعاون، ودوره في تعزيز الإبداع والابتكار.

وفيما يخص ما أفاد به الفئات التي أجريت معهم المقابلات فحسب الفئة (أ) هناك ضعف واضح في ثقافة الاقتصاد القائم على المعرفة ومفهومه، وعدم توضيح ماهيته، أو كيفية التحول إليه بشكل محدد، فالاقتصاد القائم على المعرفة متواجد في فلسطين، من ناحية سلع أو خدمات، لكنه غير معروف تحت هذا المصطلح، وهو حاضر بالمنتجات المحلية، التي تصارع التحديات لثبت وجودها.

وحسب الفئة (ب) فيما يخص العقبات السياسية والاقتصادية، هناك جهود فلسطينية وقدرات ومهارات، ومشاريع واختراعات، لكن عدم قدرة القوانين على تحقيق متطلبات هذا التحول، تضعف وتقلل من هذه القدرات، فالمجتمع الفلسطيني متعلم، لكن يبرز الفرق في جودة ونوعية التعليم اللازم، لتحقيق هذه النقلة، فهي تشكل عقبة لا بد من الوقوف عليها.

وحول مفهوم فكرة أن الاقتصاد القائم على المعرفة الفئة (ج) وضحت ان المصطلح يواجه تحدياً كبيراً، من ناحية عدم وجود اقتصاد قائم على المعرفة في الواقع الفلسطيني، لعدم وجود البيئة القانونية والإدارية الداعمة له، وعدم وجود قوانين أو اتفاقيات دولية تتضمن فلسطين إليها، لا يمكن تحقيق تقدم في هذا التحول، لأن الاقتصاد القائم على المعرفة يحتاج إلى تبادل المعرفة بين الدول، ومن دون وجود اتفاقيات قانونية تضمن الحماية للمعرفة وتبادلها، سيضعف التحول.

الفرع الثالث: تحدي جائحة كورونا، وتأثيرها على مسار التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة.

وجود المحفزات التكنولوجية المتسارعة، أدى إلى زيادة أنشطة الابتكار، وأبرز مثال على ذلك: سعي الدول لمواجهة تداعيات أزمة جائحة كورونا، من خلال إعادة توجيه الاستثمار الابتكاري، نحو اكتشاف اللقاحات، والموافقة عليها، وإنتاجه بكميات كبيرة وكافية، لتغطي حاجة الأسواق العالمية، وتحقيق الهدف الإنتاجي في وقت قياسي، ليتماشى مع انتشار المرض بشكل كبير، وأدت اللقاحات إلى خفض عدد الوفيات بشكل كبير، وساعدت الاقتصاد العالمي على التعافي (World Intellectual Property Report, 2022). كانت أزمة جائحة كورونا، المسرّع الأساسي لضرورة التوجه العالمي، للتحول نحو اقتصاديات المعرفة، بفضل الاعتماد على الابتكار والإبداع لدى الشركات، وتعزيز قيادة الأعمال، فالابتكار وريادة الأعمال، ديناميكيتان متكاملتان، يمكن أن تؤديا إلى زيادة الإنتاجية، وخلق فرص العمل، وإرساء أسس الانتعاش، في ظل الأزمات التي خلفتها أزمة جائحة كورونا.

وزادت أزمة جائحة كورونا، من أهمية تواجد الشركات الصغيرة والمتوسطة، ضمن منظومات الاقتصاديات الحديثة، وعملت كمسرّع للتحول، إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، فأغلب الشركات العالمية، قامت بنقل عملياتها عبر الإنترنت للبقاء في المنازل، عملاً بمبدأ التباعد الاجتماعي، للوقاية من الفيروس، أثناء عمليات الإغلاق المستمرة للدول، والتغلب على الاضطرابات، الحاصلة في سوق الاقتصاديات العالمية.

وأدت الأزمة إلى تسريع وتيرة الاستيعاب الرقمي، للشركات الصغيرة والمتوسطة، وفقاً للبيانات الجديدة لمنظمة التعاون الاقتصادي، والتنمية والبنك الدولي، وبيانات الفيس بوك، فإن 64% من الشركات متوسطة الحجم، حتى نهاية عام 2020، بشأن استخدامها للتقنيات، أو المنصات الرقمية، أبلغت عن زيادة استخدامها، منذ بداية الوباء (Global State of Small Business Report, 2020).

والتقرير السابق يؤكد أيضاً، على أهمية التجارة الإلكترونية خلال الأزمة، فالشركات الصغيرة والمتوسطة، حققت أكثر من 75% من مبيعاتها عبر الإنترنت، محافظة على دخلها، بنسبة أكثر من 15%، وكانت

حصّة الشركات الصغيرة والمتوسطة، التي تزيد من استخدامها للتكنولوجيات الرقمية، أكبر في البلدان التي لديها تدابير احتواء أكثر صرامة، وتباعد اجتماعي، وكلما كانت الإجراءات أقوى، زاد الضغط على الشركات الصغيرة والمتوسطة، لتبني وسائل جديدة، لممارسة الأعمال التجارية، والسعي قدما نحو التحول الرقمي في الأعمال.

ويواجه المجتمع الفلسطيني تحديات معقدة، زادت من حدتها أزمة جائحة كورونا، مع أن هناك فرص أمل واعدة، أمام الاقتصاد الفلسطيني، للاستثمار بما يملكه من معارف، لمواجهة التحديات العالمية، للتقدم نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، عن طريق استغلال التقنيات التكنولوجية والرقمية، والتركيز على مخرجات الجامعات، من متخصصين وأكاديميين، من خلال التواصل الرقمي الفعال، وتعزيز الحلول الرقمية، والاستفادة من هذه الثروات المعرفية، لمعالجة الضغوط الاقتصادية، وتطوير ما تفرزه الشركات الفلسطينية، من منتجات وخدمات معرفية، وخبرات متراكمة (Putnam, 2001).

الضفة الغربية تتميز بكثافة سكانية، حوالي (4.8) مليون نسمة، يمثل الشباب الفئة الأكبر منها، وهناك 3000 خريج سنوياً من الجامعات، في مختلف المجالات، المعرفية والتعليمية، من العلوم والهندسة والطب، والصيدلة وتكنولوجيا المعلومات، يمكن الاستفادة من معارفهم الأكاديمية وتخصصاتهم الحديثة، لتشكيل خطوة الأساس نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، ولتعزيز الابتكار والمنافسة العالمية للشركات الفلسطينية، وتمهيد الطريق لخلق فرص جديدة، لتحقيق النمو الاقتصادي (البنك الدولي، 2020).

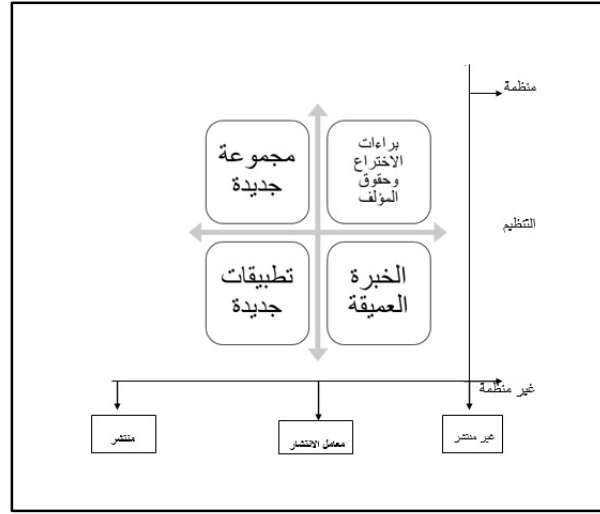
الأولويات لتحقيق هذه النقلة المعرفية، نحو اقتصاد فلسطيني قائم على المعرفة، يكمن في تطوير النظم القانونية، فيما يخص الملكية الفكرية، والسياسات الإدارية للشركات والتنظيمية، بالإضافة لتحسين البنية التحتية والمعرفية، وإنشاء حاضنات الأعمال، لدعم الابتكار، والمشاريع الريادية، وتسهيل الوصول للخدمات الرقمية والمعرفية.

واستشعرت غالبية المجتمعات العالمية والعربية، أهمية التحول نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، من خلال استثمار ما تملكه هذه المجتمعات، من عقول وخبرات علمية، وقامات معرفية، من دكاترة ومختصين وأكاديميين، للعمل على نشر وتبادل ما تملكه من معارف ومعلومات بين الأوساط المجتمعية الأخرى، للاستفادة من المعارف المنشورة إلكترونياً، عبر منصات الزووم وغيرها، والاستفادة من خبرات المجتمع الأخرى (اليسسفي، 2020).

وبات واضحاً كيف استطاع الأفراد، الاستفادة من المعارف والمعلومات المنشورة، والتفاعل بآرائهم وتصوراتهم عن أبرز القضايا السياسية، والاقتصادية والصحية، عبر ورشات العمل والندوات الافتراضية، فالجائحة أضحت داعماً نموذجياً للتنمية من خلال الضغط على الحكومات، للإسراع قدماً نحو التحول الرقمي، كخطوة استراتيجية أولية، لضمان استمرارية الاستدامة، أو ضمان اللحاق بالركب العالمي، للتحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة.

### شكل 3

أنواع الشركات الأربع القائمة على المعرفة.



يوضح هذا الشكل أربعة أشكال، من الشركات الابتكارية، التي ظهرت كأنواع جديدة، نتيجة لاستغلال المعارف التي تملكها الشركات، بناء على معامل الانتشار والتنظيم، الذي تم تناوله في الفصل السابق (Chandler, Poggi & Keating)

1. شركات براءات الاختراع وحقوق المؤلف، (patents & copyrights) تعتمد هذه الشركات في ابتكاراتها، على استخدام الأصول المعرفية، المحمية بحقوق الملكية الفكرية، والتي تكون منظمة لكن غير منتشرة، وتعتمد الشركة على استثمار هذه الأصول، للتوصل لمنتجات ابتكارية محمية مثل شركة canon and Samsung.

2. شركات تعتمد على المزيج الجديد (new combinations)، وهي شركات ابتكارية، تعتمد على نشر المعرفة المنظمة، بشكل كبير، من خلال ابتكار مجموعات جديدة، ومزيج جديد من المنتجات أو الخدمات، القائمة على ما تملكه الشركة من معارف حالية، والتي تعمل على تطويرها لإعطاء حلول جديدة، من خلال معارفها الحالية، مثل شركة Procter & Gamble.

3. الخبرة العميقة (deep expertise): هذه الشركات الابتكارية، قائمة على جوهر المعرفة والخبرة الضمنية العميقة، غير المنتشرة خارج إطار الشركة، والتي غالباً يصعب شرحها أو توضيحها، كونها معرفة، متمثلة

بما يملكه الأفراد العاملون، من مهارات وخبرات، تحت مسمى رأس المال البشري، وتستخدم هذه المعرفة للتوصل لأنواع جديدة، من المنتجات والخدمات الابتكارية، مثال عليها شركة: Bain الأمريكية، وهي ثالث أكبر شركة استشارات أمريكية، تهتم بشكل خاص بالفهم العميق، والقدرة على تطوير حلول جديدة لمشاكل حديثة.

4. التطبيقات الجديدة (new applications): تعتمد هذه الشركات الابتكارية، على تحويل ما تملكه من معرفة غير منظمة، إلى تطبيقات وطرق جديدة، من خلال استثمار ما تملكه من معارفها الضمنية، فهي تشارك وتنتشر معرفتها، من خلال ما تقدمه من منتجات أو خدمات، مثال عليها شركة Bayer وهي شركة المانية مصنعة للدواء، والمنتجات الكيميائية.

### المطلب الثالث: الفرص التحسينية الفلسطينية للتحويل إلى اقتصاد قائم على المعرفة

الاستثمار في رأس المال البشري، أمر بالغ الأهمية في الاقتصاد الفلسطيني، كون فلسطين شهدت في السنوات الأخيرة، تزايداً ملحوظاً في أعداد الخريجين، من حملة الشهادات الجامعية، والشهادات العليا في جميع التخصصات، (ماس، 2019)، ويعدّ رأس المال البشري، والتعليم والتدريب، والمهارات البشرية، مدخلات لعملية توليد المعارف، التي يكون أحد أبرز مخرجاتها، منتجات و سلع ابتكارية ذات ميزة تنافسية، وهذا ما يحقق تقدماً نحو اقتصاد المعرفة، خصوصاً إذا كان مدفوعاً بالحماية القانونية، ضمن أنظمة وقوانين الملكية الفكرية.

ويمتلك الاقتصاد الفلسطيني المقومات البشرية، من الخبرات والمؤهلات العلمية، إضافة إلى رغبة الشركات والمشاريع الريادية، في تطوير ما تملكه من مقومات معرفية، لتسهم في نمو الاقتصاد الفلسطيني، وتحديدًا الاقتصاد القائم على المعرفة، لتحقيق نجاحات يمكن من خلالها، التغلب على التحديات التي تواجه الاقتصاد الفلسطيني، والنهوض باقتصاد المعرفة (رضوان & سكاقي، 2021).

ويشهد القطاع الاقتصادي في فلسطين، تزايداً ملحوظاً في عدد الشركات، وتنامياً في عدد العلامات التجارية، التي دخلت الأسواق الفلسطينية، (دليل أعضاء ملتقى رجال الأعمال الفلسطيني، 2011)، حيث بلغ عدد الشركات، والمؤسسات التجارية الفلسطينية، المسجلة لعام 2021، حسب دليل أعضاء ملتقى رجال الأعمال الفلسطيني، 1921 شركة ومؤسسة تجارية، وبلغت قيمة رخص الاستيراد الصادرة، بالضفة الغربية لعام 2020، حسب الدليل نفسه حوالي 2313 مليون دولار.

ووفقاً لإحصائيات هيئة تشجيع الاستثمار الفلسطينية، فقد ظهرت مؤشرات التعليم العالي كالتالي: 222 ألف طالب/ة، ويتوزع الطلبة على 15 جامعة، ضمن 32 كلية مختلفة، يشرف عليها 16 ألف موظف، 70% يحملون مؤهل الماجستير والدكتوراه.

ويمكن لفلسطين، تحقيق معدلات متفاوتة، من الناتج المحلي الإجمالي المستدام، على المدى الطويل، مع لعب المعرفة دوراً مهماً في دفع الإنتاجية، والحفاظ على النمو الاقتصادي، حيث بلغ عدد الشركات المسجلة لدى وزارة الاقتصاد الوطني، لعام 2021 (180) شركة جديدة، في محافظات الضفة الغربية وحسب التقرير التي تصدره وزارة الاقتصاد الوطني، برأس مال وصل إلى 26.5 مليون دولار أمريكي.

وسجلت وزارة الاقتصاد، خلال شهر تموز 2021 (143) سجلاً تجارياً جديداً، شكلت الإناث، نسبة 8.4% من إجمالي المسجلين، (التقرير الإحصائي الشهري، مرجع سابق)، ويعزى ذلك للتزايد الملحوظ بأهمية تسجيل الشركات، وتشجيع رواد الأعمال، على الاهتمام بالأعمال وريادتها، وارتفاع الاهتمام بالكفاءات الشبابية، وتعزيز وجودهم في الساحة الاقتصادية.

وحسب إحصائية اتحاد شركات أنظمة المعلومات الفلسطينية(بيتا)، حول عدد الشركات المختصة في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، في فلسطين، فإن عدد الشركات التقنية في فلسطين، بلغت حوالي (250)

شركة مسجلة، (120) شركة منها، تختص بالمجال التكنولوجي، وتبلغ حصتها في السوق الفلسطيني / (5) مليون دولار أمريكي)، ومساهمتها في الاقتصاد حوالي 12%.

الارتفاع الملحوظ لعدد الشركات المسجلة، والسجلات التجارية، والوجود النسائي في هذه الإحصائيات، يؤكد ضرورة حماية الأعمال التجارية، بقوانين الملكية الفكرية، لأن هذه المفاهيم تندرج تحت قانون الملكية الفكرية، مثل السجل التجاري، والعنوان التجاري، وهذا مؤشر إيجابي، يعزز التوجه الفلسطيني نحو اقتصاد المعرفة.

### البند الأول: المتطلبات الفلسطينية للتحويل إلى اقتصاد المعرفة

الحديث عن اقتصاد المعرفة، يتطلب أولاً تسليط الضوء على مفهومه وركائزه ومتطلباته، وقد تم تناول مفهومه وركائزه، في الاطار المفاهيمي للدراسة، لكن فيما يخص مدى ملائمة البيئة الفلسطينية، لمتطلبات هذا التحويل، تبين من خلال المقابلات، التي أجريت مع الفئات، أن اقتصاد المعرفة يتطلب، بيئة قانونية داعمة لمخرجاته، وتتمثل في قوانين الملكية الفكرية، وبيئة تعليمية داعمة للمبتكرين، ومحفزة ومشجعة، ليستملكوا اختراعاتهم ومشاريعهم الإبداعية، إضافة إلى نظام شامل وكامل، لاحتواء المبدعين، وتنسيق التعاون ما بينهم وبين القطاعات الخاصة، والتي يمكن تشغيلها بما يحقق إنتاجاً معرفياً، وسلعاً وخدمات ذات جودة عالية، وهذا ما أكدته الفئة (أ).

وحول متطلبات المعرفة وجودتها، كانت إجابة الفئة (ج): لتلحق فلسطين بركب اقتصاد المعرفة المتطور، لا بد لها من التركيز على جودة المعرفة، وليست الكمية، ففلسطين تملك من خريجي الجامعات العدد الكبير، وب تخصصات كثيرة، لكن العدد لا يكفي، للتحويل إلى هذا النوع من الاقتصاد، كون المعرفة المتطلبة للتحويل لاقتصاد المعرفة، هي المعرفة النوعية والجديدة، والتي ترتبط بالتقنيات التكنولوجية، فلا بد من إعادة النظر في نوعية التخصصات الجامعية، من ناحية مناهج، وتدريب عملي ومهني، لإنتاج معرفة ذات جودة منافسة.

وفيما يخص متطلبات البيئة التعليمية، ركزت الفئة (ب): على التعليم الإبداعي، والبيئة التعليمية المتطورة، والتي تتوافق مع التقدم التكنولوجي العالمي، فجودة المعرفة تقاس، بجودة التعليم وأساليبه التقنية والتفاعلية، فالتعليم في البيئة الفلسطينية، يحتاج لعلمية تأهيلية متكاملة، من مهارات وأساليب ومناهج تعليمية، تراعي التقدم في المعرفة العالمية، ويواكب الحاجات التي يتطلبها هذا التقدم، فالتعليم من أهم البنى التحتية، لبناء مجتمعات معرفية، قادرة على تحقيق التقدم نحو اقتصاد المعرفة.

وفيما يخص الواقع القانوني لفلسطين، أكدت الفئة (د): البيئة التشريعية واضحة المعالم، والتي تساهم ما يواجهه العالم، من تقدم تكنولوجي سريع ومستمر، يتطلب مسايرة القوانين، وخصوصاً قوانين الملكية الفكرية، لمتطلبات هذا التقدم، من خلال تعديل القوانين، وخلق بيئة قانونية، تحمي وتنظم الحماية القانونية من جهة، ومحاسبة المعتدين من جهة أخرى، فالبيئة التعليمية، ترتبط بالبيئة الثقافية، من ناحية تعزيز ثقافة المجتمع، لما له من حقوق وما عليه من واجبات، والتطبيق الصارم للقوانين، بما يحقق المنظمة التشريعية.

## الفصل الثالث

### النتائج والتوصيات

يتناول هذا الفصل، عرضاً لنتائج الدراسة، لتحديد الدور الذي تلعبه الملكية الفكرية، كنظام قانوني وإداري، في تحقيق النقلة الفلسطينية، نحو اقتصاد قائم على المعرفة، وهذا ضمن المبحث الأول من الفصل، ليتناول المبحث الثاني، مجموعة من التوصيات، التي توصل إليها الباحث، بناء على نتائج الدراسة.

#### المبحث الأول: نتائج الدراسة

خرج الباحث بمجموعة من النتائج، التي لمست الواقع الفلسطيني، لقوانين الملكية الفكرية، وتحديد دورها في تحقيق النقلة الفلسطينية، نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، وجاءت النتائج بناءً على المقابلات الشخصية، وتحليل الإحصاءات والبيانات، ذات العلاقة بموضوع الدراسة، من إحصاءات الملكية الفكرية، الصادرة من الجهات الرسمية، وتحليل القوانين المعمول بها في فلسطين، ذات العلاقة بالملكية الفكرية، واتفاقيات الملكية الفكرية الدولية.

– فيما يخص مفهوم الملكية الفكرية : الملكية الفكرية، كمفهوم اصطلاحى، معروف بشكل واضح لدى الجهات المختصة بالقانون، والجهات العاملة في مجال الملكية الفكرية، فالقانونيون ومديرو مكاتب الملكية الفكرية في فلسطين، مثلاً، مدركون بشكل واضح، لمفهوم الملكية الفكرية، وما يرتبط به من مصطلحات: كالإبداع والابتكار، في المقابل، نجد مفهوم الملكية الفكرية، مقتصرًا على العلامة التجارية، لدى العاملين في القطاع التجاري، مثلاً ملتقى رجال الأعمال، والذي يمثل رجال الأعمال في كل المحافظات الفلسطينية، والذي يحصر مفاهيم الملكية، بالعلامة التجارية، بينما لا تتضح مفاهيم باقي أشكال الملكية، كالنماذج الصناعية، أو الأسرار التجارية، وهذا أدى لعدم وضوح مصطلحات الابتكار والإبداع.

- ويرى الباحث، أن الملكية الفكرية، هي الأداة القانونية والإدارية، الداعمة لعملية التحول إلى اقتصاد المعرفة، فالملكية الفكرية في فلسطين، كواقع ومفاهيم وقوانين، موجودة، لكنها بحاجة إلى تطبيق وتنظيم، وتوجيه أنظمتها بما يحقق هذه النقلة، وهذا ما أكدته دراسة (بوخاري، 2018)، أهمية الملكية الفكرية في اقتصاديات المعرفة، تكمن في ما أحدثته من تغييرات، على المعادلة العالمية، التي كانت تعتمد على الاقتصاديات التقليدية، من ثروات زراعية وصناعية، إلى اقتصاديات قائمة على سلع، وخدمات مبنية على تكنولوجيا الحديثة، والتقنيات المتطورة، والتي توظف المعرفة.

- ويعرف الباحث الملكية الفكرية، بالنظام الإداري بالمقام الأول، والذي لا يقتصر على المفاهيم القانونية الجامدة، فمفاهيم الإبداع والابتكار، تشكل أساس الملكية الفكرية، وهنا تكمن المشكلة في الوضع الفلسطيني، في وجود ضعف وخلل، في إدراك واستيعاب المصطلحات، المتعلقة بالملكية الفكرية، فالابتكار والإبداع كخطط ونماذج أعمال، موجودة ومتمثلة، في الحاضنات الموزعة في الجامعات الفلسطينية، فالوضع الإيجابي، هو وجود مجلس أعلى للإبداع، ويدير مجموعة من الحاضنات، في مختلف الجامعات الفلسطينية، وتوافر رأس مال داعم للمبدعين والمبتكرين، لكن المشكلة تكمن في تسويق مخرجات عمليات الإبداع والابتكار، أي انعدام المعرفة التسويقية والتروجية، لمخرجات العمليات الإبداعية والابتكارية، والتي تنقل المنتج المعرفي، إلى السوق، وتخرج الفكرة الإبداعية من مجرد خطة ورقية، إلى منتج أو خدمة منافسة.

- **مفهوم رأس المال البشري:** وجد الباحث أن رأس المال البشري، يشكل أهم مكون من مكونات أنظمة الملكية الفكرية، ومن ناحية الأرقام، فإن فلسطين تمتلك الخريجين المتعلمين، وأصحاب الدرجات العلمية، وحاملي الشهادات العليا من طلبة الماجستير والدكتوراه، إضافة إلى خبرات الموظفين، التي امتدت على مدار سنوات عملهم، في المؤسسات الحكومية والخاصة، لعشرات السنين، ويشكلون في مجموعهم رأس مال بشري قوي، لنظام ملكية فكرية فلسطيني قوي، والاحتلال الإسرائيلي استقطب حوالي (5000)

خريج فلسطيني، من فروع تكنولوجيا المعلومات، وهندسة الحاسوب، للعمل لدى شركاتهم، وهذا يدل على أن الخريجين في هذا المجال، هم أكبر ثروة معرفية، ورأس مال بشري قوي، للاستثمار به، وتحديدًا في الاقتصاد القائم على المعرفة، ومدى وعي المجتمعات العالمية بأهميتهم، وضرورة استثمار معارفهم، لتحقيق القوة المعرفية والاقتصادية.

– **استراتيجيات الملكية الفكرية:** وجد الباحث عدم توافر استراتيجيات، أو أنظمة أو نماذج واضحة، لتقييم ودراسة الملكية الفكرية، فاستغلال الملكية الفكرية، سواء مشاريع التخرج أو الأبحاث، أو الدراسات، يمكن أن يكون مجدياً مادياً، من خلال مفاهيم نقل المعرفة، وتحقيق العوائد المادية للملكية الفكرية، خصوصاً براءات الاختراع، وما تحققه من مكاسب اقتصادية، من خلال مفاهيم التراخيص الإجبارية والاختيارية، والتي تعود على أصحابها أو من يستغلها، بإتاوات مادية عالية، ومثال ذلك تطبيق الفيس بوك، الذي ما يزال صاحبه يدفع لجامعة هارفرد، نسبة من أرباحه، كونه طور التطبيق وهو طالب جامعي، فيمكن استغلال مخرجات العملية التعليمية، باعتبارها مولدات معرفية، من مختلف المجالات، وتنظيمها ضمن استراتيجيات الملكية الفكرية، ونماذج واضحة، مع التطبيق الفعلي لقوانين الملكية الفكرية، لضمان الحقوق وتشجيع المبتكرين، وتحقيق هدف الملكية الفكرية، في التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة.

– فعند دراسة استراتيجيات الملكية الفكرية، ونماذجها النازمة للأصول المعرفية، لاحظ الباحث غياب هذه الاستراتيجيات، وغياب خرائط إدارة المعرفة، لدى الجهات التعليمية المتمثلة في حاضنات الأعمال، الموزعة في الجامعات، فهناك (13) حاضنة أعمال في الجامعات الفلسطينية، وتمتلك خطط عمل لإدارة المشاريع الريادية، لكنها حسب رأي الباحث، خطط عامة وغير شاملة، لإدارة أصول الملكية الفكرية، المتمثلة بتحويل المعرفة إلى مردود مادي، إضافة إلى افتقار هذه الخطط للمعرفة التسويقية، وهي أهم خطوة في استراتيجيات الملكية الفكرية، وهي تحويل الفكرة إلى منتج، وترويجه في الأسواق، لتسهيل

الأصول المعرفية، فمثلاً المشروع الابتكاري، يدخل ضمن خطة عمل، وتمويل مادي، لكن تنتهي حياة هذا المشروع، عند تحويله إلى أهم نقطة وهي الترويج له.

– **المعرفة الفلسطينية:** يصف الباحث، المعرفة المتولدة في فلسطين، سواء شركات أو كيانات حكومية، أو تعليمية أو اقتصادية، بالمعرفة غير الصريحة، غير المنظمة (ضمنية)، وهي معرفة كمية تعتمد على العدد، وحسب الكتاب الإحصائي السنوي، لمؤسسات التعليم العالي الفلسطيني 2021، فإن هناك 10467 فلسطينياً حاصلاً على شهادات عليا، سواء ماجستير أو دكتوراه، فالرقم مرتفع ويدل على مجتمع متعلم، لكن هذه المعرفة، غير مداراة وغير منظمة، ضمن نظام فعال، ورؤى استراتيجية واضحة، لإدارة المعرفة في فلسطين، حسب مراحل إدارة المعرفة، تقف المعطيات عند مرحلة توليد المعرفة، ولا يوجد تقدم نحو المراحل الأخرى، من تطبيق ونقل وتبادل للمعرفة، لتحويل هذه الأصول إلى منتجات ملموسة، قادرة على المنافسة في الاقتصاد القائم على المعرفة العالمي.

– **إدارة المعرفة:** في المقابل يرى الباحث، أن المعرفة الفلسطينية غير المنظمة (الضمنية)، يمكن تحويلها إلى معرفة واضحة وصريحة، ويمكن استغلالها لتحقيق عائد مادي، من خلال تنظيم هذه المعرفة وتبويبها، ضمن أشكال الملكية الفكرية، من علامات تجارية أو براءات أو نماذج صناعية، من خلال استغلال هذه المعرفة، لتكون رأس مال معرفياً، وتأسيساً لشركات قائمة على الملكية الفكرية، وبراءات الاختراع، أو شركات قائمة، على استقطاب المهارات والخبرات العميقة، أو شركات قائمة على التطبيقات الحديثة، من برامج الحاسوب وتطبيقاتها التقنية، وغيرها من أشكال الشركات، التي أدرجت عالمياً، وتم تناولها في الفصول السابقة.

– **وحول مفهوم الاقتصاد القائم على المعرفة:** إن المجتمع الفلسطيني لديه اقتصاد قائم على المعرفة، لكنه غير منظم وغير محمي، وغير مؤطر بمفاهيم محددة، ومن استطاع التعبير عنه، هم المتخصصون في المجال فقط، أو العاملون في مجال الملكية الفكرية، فمفهوم اقتصاد المعرفة كمصطلح غير واضح

الملاح، لدى الجهات التجارية أو الصناعية، وحتى لدى الجهات العاملة في حاضنات الأعمال في الجامعات.

- ويرى الباحث، أن غياب مفاهيم الاقتصاد القائم على المعرفة، لا يعني بالضرورة، انعدام واقع اقتصاد قائم على المعرفة في فلسطين، فالمؤشرات والإحصاءات الفلسطينية، تشير إلى إمكانية تحقيق أساسيات لهذا الاقتصاد، لأنه وحسب ركائز الشركات الإبداعية، التي تشكل لبنة الأساس لاقتصاد المعرفة، فنسبة مساهمة قطاع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، من إجمالي الناتج المحلي الفلسطيني، والتي شكلت نسبة 4% من إجمالي الناتج المحلي، حسب إحصائيات هيئة تشجيع الاستثمار والمدن الصناعية، فلسطين تملك 698 شركة متخصصة، في مجال المعلومات التقنية والاتصالات، وهو رقم جيد جداً من حيث العدد، لكنه قليل جداً من حيث المخرجات، من منتجات تقنية ورأس مال، وخاصة أن قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، أكثر قطاع حيوي في تأسيس اقتصاد قائم على المعرفة، وهذا ما أكدته دراسة المعهد القومي للتخطيط في مصر - حول متطلبات التحول إلى اقتصاد قائم على المعرفة - من ركائزه الأساسية، التركيز على قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية.

- **المشاريع الصغيرة والمتوسطة:** يرى الباحث، أن غالبية المشاريع الفلسطينية، القائمة على الإبداع والتكنولوجيا، هي مشاريع تصنف ما بين المتوسطة إلى الصغيرة، وبما أن المجتمع الفلسطيني، مجتمع قائم على المشاريع الريادية، والشركات الناشئة، ما بين شركات متوسطة وصغيرة، وهذا ما أظهره التقرير الإحصائي، لواقع السجلات الإدارية لوزارة الاقتصاد الوطني، لعام 2022، حيث ارتفعت نسبة تسجيل الشركات الفلسطينية، بنسبة 102.6 %، منذ بداية عام 2022، حتى شهر أيار، بواقع 156 شركة جديدة، تم تسجيلها حسب التقرير الإحصائي، مقارنة مع عام 2021، الذي بلغ عدد الشركات المسجلة فيه 145، وبلغ إجمالي رأس المال للشركات المسجلة، في الضفة الغربية 146.1 مليون دولار أمريكي، وحسب التقرير، فإن أغلب الشركات المملوكة، هي تابعة للقطاع الخاص.

- وهذا ما استنتجه الباحث، بناء على التقرير الإحصائي، من وزارة الاقتصاد الوطني، حول أرقام الملكية الفكرية، فأغلب الشركات المسجلة، هي شركات صغيرة الحجم أو متوسطة، وأن نسبة 66.0% من الشركات الفلسطينية المسجلة، لا يتجاوز رأس المال الخاص، بها من 500 حتى ألف دولار أمريكي، ورصد التقرير أن الشركات، التي تجاوز رأس مالها المليون دولار، كانت نسبتها 1.9% فقط.

- ويؤكد الباحث، أن إحصاءات الشركات والسجلات التجارية، هي إحصاءات تدل على أصول الملكية الفكرية في فلسطين، لأن من الشروط الرئيسية لتسجيل العلامات التجارية، وجود سجل تجاري، أو شركة قائمة ومسجلة، حسب الأصول القانونية، وبالتالي فإنها كلها تدرج تحت بند وجود ملكية فكرية، وأكثر شكل من أشكال الملكية الفكرية تداولاً فيها، هي العلامة التجارية، والجدول أدناه يوضح مقارنة بين نسبة تسجيل الأصول الملكية الفكرية في فلسطين، مع الأردن، هذه الإحصاءات حسب مكتب طلال أبو غزالة للملكية الفكرية، في فلسطين.

- وحول واقع الملكية الفكرية الفلسطيني، ومدى مساهمته في التحول لاقتصاد المعرفة، يصف الباحث، قوة ونطاق الملكية الفكرية في فلسطين، بأنها قادرة على تحقيق هذه النقلة، فالأرقام والإحصاءات مثل السجلات التجارية، وعدد العلامات التجارية، والشركات المسجلة، توحى بقدرة الملكية الفكرية بواقعها الفلسطيني، على اجتياز الخطوات نحو اقتصاد المعرفة، وفيما يخص السجلات التجارية، فحسب تقرير إحصاءات الملكية الفكرية، الصادر من وزارة الاقتصاد الوطني، ارتفعت نسبة السجلات التجارية المسجلة، لدى وزارة الاقتصاد الوطني، بنسبة 46.8% لعام 2022، والفرق بين السجلات التجارية بين عامين 2021 و2022 جاءت بنسبة 110.9%، وهي نسبة عالية، وأن دلت على شيء فإنما تدل، على زيادة التجار والعاملين في القطاع التجاري، المرتبط بأصول الملكية الفكرية، من سجلات تجارية، وعلامات تجارية أيضاً، فكل علامة تجارية تتطلب سجلاً تجارياً، فبلغ عدد التجار الفلسطينيين 367 تاجراً، وبلغت نسبة التجار من الإناث 5.4%، وهذا ما أشارت إليه دراسة إقليمية، لمشروع البنك

الدولي، والتي أجريت على الضفة الغربية وغزة، هناك فرص أمل واعدة أمام الاقتصاد الفلسطيني، للاستثمار بما يملكه من معارف، لمواجهة التحديات العالمية، للتقدم نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، من خلال استغلال التقنيات التكنولوجية والرقمية، والتركيز على مخرجات الجامعات، من متخصصين وأكاديميين.

## جدول 2

يوضح بيانات خدمات الملكية الفكرية، في الضفة الغربية لسنة 2021 ومقارنتها مع الأردن:

الخدمات	الطلبات الجديدة لسنة 2021 الضفة الغربية	الطلبات الجديدة لسنة 2021 الأردن	عدد الطلبات التراكمي حتى 2021/12/31 الضفة الغربية	عدد الطلبات الجديدة التراكمي حتى 2021/12/31 الأردن
العلامات التجارية	2482	7759	42052	176054
النسبة %	32%		24%	
الرسوم الصناعية	65	126	936	2656
النسبة %	52%		35%	
براءات الاختراع	10	353	390	3934
النسبة %	3%		10%	

– يرى الباحث، عند مقارنة نسبة عدد العلامات التجارية الفلسطينية، مع نظيرتها في الأردن، أن 32% يعطي مؤشراً إيجابياً، لتنامي عدد العلامات التجارية المسجلة في فلسطين، مع وجود تسجيل للرسوم الصناعية، الذي تجاوز 50%، من نظيرتها في الأردن، فيما يخص البراءات، فإنه حسب مكتب طلال أبو غزالة، طلبات براءات الاختراع الفلسطينية، التي تسجل في فلسطين، أو يكون مخترعها فلسطينياً، ويود تسجيلها خارجاً، أرقام ضئيلة جداً، بل تكاد تكون نادرة جداً، حيث يمكن أن يتم تقديم 10 طلبات، خلال عام كامل، أو عدم تقديم أي طلب خلال سنوات، وهذا ما يوضحه الجدول السابق، فهناك 10

طلبات براءة فقط، وهو رقم جيد، مقارنة مع السنوات السابقة، وقد يقبل منها طلب أو اثنان، حسب توافر الشروط، الموضوعية والشكلية للاختراع.

– وفيما يخص وجود جهات تنظم وتدير الملكية الفكرية، في الشركات أو المؤسسات الفلسطينية: أغلب الشركات الفلسطينية، والوزارات الحكومية، والغرف التجارية، وملتقى رجال الأعمال، وحتى الجامعات، لا تملك قسماً قانونياً، يدير قضايا الملكية الفكرية، بشكل تخصصي، بل دائماً يتعامل مع قضايا الملكية الفكرية إن وجدت\_ من قبل المحامي الخاص بالشركة، أو الجهة الحكومية، أو الاستعانة بمكاتب محامين خاصة، للتعامل مع قضايا الاعتداء على العلامات أو التقليد، وهذا ما يؤكد غياب ثقافة الملكية الفكرية، لدى المجتمع الفلسطيني.

– وفيما يخص المسارات الفلسطينية، نحو تطوير أنظمة الملكية الفكرية، فقد أطلقت وزارة الاقتصاد الفلسطيني، سجل وكلاء المرخصين للملكية الفكرية، في الضفة الغربية، وتم اعتماد (13) مكتباً وشركة محاماة، كوكلاء لتسجيل العلامات التجارية، وهي خطوة تطويرية في مجال الملكية الفكرية، وخاصة العلامات التجارية، لما يتضمنه من سجلات وبيانات الكترونية، للعلامات التجارية الفلسطينية، إضافة لتسهيل تسجيلها، وتقليل الإجراءات الشكلية، وتوفير الوقت والجهد، وتسريع عملية التسجيل، وتثبيت الحقوق، فهذا السجل يقدم 13 خدمة الكترونية، ضمن سياق الملكية الفكرية، ويرى الباحث، أنها خطوة استراتيجية تطويرية، نحو تحويل إجراءات تسجيل الملكية الفكرية، إلى إجراءات الكترونية، تقلل الوقت والجهد والمال، وبالتالي خلق بيئة رقمية، للخدمات الحكومية المتعلقة بالملكية الفكرية، وفيما يخص تعديل القوانين الحالية، يتم كتابة مسودة حول قوانين الملكية الفكرية، ضمن اللجنة الوطنية لصياغة قانون الملكية الصناعية الفلسطينية، حيث تم كتابة مسودة لتعديل قانون العلامات التجارية، والأسرار التجارية، وقانون الرسوم والنماذج الصناعية ويتم العمل على تعديل قانون براءات الاختراع، وإدخال مفهوم نماذج المنفعة، لكن هذه التعديلات ما تزال مسودات، ولم يتم نشرها في الجريدة الرسمية.

- وينوه الباحث، إلى وجود مشاريع فلسطينية نجحت في تحويل المعرفة والخبرة، إلى منصة خدمية، في المجال المالي والمصرفي، حيث أطلقت هيئة رأس سوق المال الفلسطيني، منصة الكرتونية تحت مسمى (منصة ابتكر للتكنولوجيا المالية)، والتي تعد منصة ابتكارية تستثمر فيها التكنولوجيا المالية والمعارف التقنية، لتطوير عمل الهيئة، وتوسيع نطاق عملها لتقديم خدماتها بشكل أفضل، وأسرع، وبشكل تقني متطور، من خلال تطويع التقنيات والتكنولوجيا، لتعزيز التواصل الفعال بين هيئة رأس سوق المال، وبين المبتكرين والمبدعين، في مجال القطاع المالي غير المصرفي وهذه نقطة إيجابية، توضح مدى مساهمة الملكية الفكرية في توليد الأفكار الابتكارية، وحمايتها ضمن منتج منافس، يحقق أهدافاً وأرباحاً مادية، و يكون محمياً قانونياً.

- وحسب التقرير الإحصائي للملكية الفكرية الفلسطينية، الصادر من وزارة الاقتصاد الوطني، حتى شهر أيار لعام 2022، وفي الجدول (3) توضيح وضع الملكية الفكرية في فلسطين، منذ بداية 2022 حتى شهر أيار:

### جدول 3

#### الملكية الفكرية في فلسطين

براءات الاختراع	الرسوم والنماذج الصناعية	العلامة التجارية	
لم يتم إيداع طلبات جديدة	3	184	عدد طلبات الإيداع
قبول طلب واحد فقط	لم يتم قبول أي طلب	83	عدد الطلبات المقبولة
لا يوجد	لا يوجد	83	عمليات التجديد (خاصة بالعلامة التجارية)

ويرى الباحث، أن الأرقام في مجملها قد تبدو سلبية، لكنها توضح وجود مشكلة في ثقافة المجتمع، لتسجيل وإيداع الملكية الفكرية، كما أنها تقتصر على العلامات التجارية فقط، والأرقام والإحصاءات للملكية الفكرية

الفلسطينية، هي مؤشر إيجابي لقدرة فلسطين، على التحول إلى اقتصاد المعرفة، في حال التركيز على أشكال الملكية الفكرية كافة، وعدم قصرها على العلامات التجارية فقط، فهناك علامات تجارية فلسطينية، أثبتت نجاحها عالمياً، ومثال ذلك شركة نابلس لصناعة الصابون، ومقرها في بيت فوريك، وصاحبها فلسطيني من مدينة نابلس، يصنع الصابون الطبيعي، وبجودة عالية، ولديه (11) منتج صابون أساسي، يتفرع منه العديد من المنتجات، ولديه سوق في 72 دولة مختلفة من العالم، وقام بتسجيل جميع العلامات التجارية الخاصة به، في فلسطين، وعلى مستوى الإقليم والمستوى العالمي، ولديه نماذج صناعية، وبراءات اختراع صناعية للصابون، فالملكية الفكرية، كانت أساس تنشيط تجارته في الخارج، وحماية منتجاته من التقليد، وضمان جودة منتجاته، وتميزها، حيث حاز على شهادات جودة، ومواصفات عالمية، جعلت منتجه يحقق إيرادات عالية، وميزة تنافسية مع مصانع الصابون التقليدي.

– وفيما يخص قدم هذه القوانين ينوه الباحث، إلى أنه بالرغم من أن نظام الملكية الفكرية، المتبع في فلسطين، في المقابل، نظام قائم على قوانين قديمة جداً، تسير الوضع الفلسطيني المحلي، بأدنى احتياجاته، فهو يبدو متناغماً، من حيث المبدأ والمفهوم، لكن تطبيق هذا القانون يحدث الخلل، وهي لا تلائم التطور والتقدم التقني، الحاصل في العالم المعرفي، فضلاً عن أن تفاصيل التشريعات والقوانين، وحيثياتها، تعاني من التعثر، في استجابة متطلبات تحقيق نظام فعال، للملكية الفكرية، وبالتالي هناك قصور في تلبية متطلبات التحول لاقتصاد المعرفة.

– وفي المقابل يصف الباحث، القوانين النازمة للملكية الفكرية، بالقوانين القديمة، فقانون العلامات التجارية مثلاً، المطبق منذ عام 1953، لم يحصل عليه أي تعديل على نصوصه، وعجزه عن مواكبة المفاهيم الجديدة، في نظام العلامات التجارية، مثل العلامات غير التقليدية، وهذا القانون كان مطبقاً في الأردن، وقامت بتعديله، لأن الأردن انضمت لاتفاقية تريبس، وعدلت قوانينها للملكية الفكرية، بما يتوافق مع الاتفاقيات الدولية، ومتطلبات التطور التكنولوجي، والتجاري العالمي.

- وقانون امتياز الاختراع والرسوم، عام 1952، أيضاً، والذي يتناول موضوع الاختراعات، حتى اللحظة لم يعدل، الاختراعات العالمية اليوم تتطور، ويقاس تطورها بالدقائق، فكيف لقانون صدر عام 1952 منذ (70) عاماً، أن يواكب عالم الاختراعات، وما يحمله من تفاصيل تقنية، وتكنولوجية جديدة؟ وهذا العائق هو العثرة الأساسية، التي تعيق وجود اقتصاد قائم على المعرفة في فلسطين، لأن الملكية بقوانينها ونظامها، هي من تحمي مخرجات الاقتصاد القائم على المعرفة، فمن دون وجود دعم وسند قانوني متين، الاقتصاد القائم على المعرفة لن يتقدم، لأن أصوله المعرفية غير محمية، وغير مثبتة قانونياً.

- ويؤكد الباحث، أن الفجوة بين قوانين الملكية الفكرية، وآليات تنظيم الحماية، لحقوق المبدعين والمبتكرين، تتسع مع التسارع العالمي، في التكنولوجيا والتقنيات، فهي تعجز عن حماية الإبداعات والاختراعات الحديثة، وتنظيمها لقدم التشريعات، أولاً وكون فلسطين، ليست عضواً في أي اتفاقية دولية، تعنى في مجال الملكية الفكرية، ثانياً لعدم وضوح الإطار القانوني، الناظم لمفاهيم الملكية الفكرية، وتتجسد هذه المشكلة في ضعف الثقافة المجتمعية الفلسطينية، لفهم واستيعاب مفاهيم الملكية الفكرية، والذي يضعف القدرة على تحديد ماهية أصول الملكية الفكرية، وربطها بالقانون المناسب لها.

- ويصف الباحث، البيئة الثقافية الفلسطينية الداعمة للملكية الفكرية، ذات تطور بطيء، مقارنة مع سرعة التغييرات والتطورات العالمية، ويؤكد الباحث أن المشكلة تكمن في، أن ثقافة المجتمع الفلسطيني للملكية الفكرية، غير معروفة ومحددة لدى العامة، كمصطلح قانوني وإداري، فغالبيتها التجارية تقتصر معرفتهم على العلامة التجارية فقط، وكثير منهم يفقد اختراعاته لعدم علمه، بوجود نظام قانوني، يضمن حق حماية أفكاره، وهو براءات الاختراع.

- ويربط الباحث، ضعف الثقافة المجتمعية للملكية الفكرية، بضعف الإطار القانوني، في مجال الملكية الفكرية، والبيئة التعليمية المنشئة، والمولدة للعلم والمعرفة، والتي تحتاج إلى إعادة تأهيل وتطوير، من ناحية أساليب التعليم، في المدارس والجامعات، والمناهج التعليمية، التي تدرس فيها، ونوعية وجودة

الطلاب، ومخرجات العملية التعليمية، تحتاج لإدارة تنظيمية، لاستغلالها وتوجيهها، نحو توليد المعرفة، وليس فقط تلقينها وحفظها، ضمن خطط دراسية قديمة.

– ويؤكد الباحث، أن الملكية الفكرية تنقصها الثقافة المجتمعية وهي ليست مشكلة فلسطينية فحسب، فالعالم الغربي أيضاً يعاني من ضعف الوعي بالملكية الفكرية، ولكن في صور أخرى تتمثل في التقليد، أو السرقة أو المحاكاة، أو المنافسة غير المشروعة، فالمشكلة ليست بالقوانين فحسب بل بجدية وصرامة تطبيقها، فالنصوص موجودة، ويمكن تطويعها بما يتناسب مع الواقع الفلسطيني، لكن الأهم هو النظام الاستراتيجي الداعم لقوانين الملكية الفكرية مع تكثيف الوعي المجتمعي، فالملكية الفكرية هي السلاح التنظيمي والقانوني، لنجاح التقدم الفلسطيني نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، وهي الوسيلة الوحيدة حالياً التي يمكن استثمارها للمضي قدماً، كون هذا المفهوم قانون متواجد، في الساحة الفلسطينية لكن التنظيم التشريعي والمؤسسي، والثقافة المجتمعية، هي النقطة الأهم لتحقيق هذا التقدم.

– وفيما يخص تحديد العقبات والتحديات أمام الملكية الفكرية، التي تحول دون الانتقال إلى الاقتصاد القائم على المعرفة في فلسطين، وجد الباحث، أن قصور البنية التحتية الفلسطينية، في تحقيق أساسيات وركائز التحول لاقتصاد المعرفة، والبنية التحتية، تتمثل في ضعف البيئة التعليمية والثقافية في فلسطين. (1) المجالات الصناعية المحدودة، والتي تقتصر إلى التنوع، والتي تعتمد على الصناعات الاستهلاكية، من خلال استيراد المنتجات من البلاد المصنعة لها، فالمصانع الفلسطينية تعاني قانونياً من تسويق وترويج منتجاتها للخارج، لأن فلسطين ليست عضواً في أي اتفاقية دولية، تعنى بالملكية، وعدم اعتراف دول العالم بها كدولة مستقلة، لذلك فإن فلسطين، لا تشكل بيئة محفزة للصناعة، لأنها تفتقر للبنية التحتية الصناعية، من ناحية توافر الطاقة اللازمة للتصنيع، وإن توافرت، فكلفتها عالية جداً، وكلفة الأراضي عالية جداً أيضاً، فضلاً عن الضرائب المستحقة على المصنعين.

- (2) ويرى الباحث، أن البيئة الثقافية غير داعمة للإبداع والابتكار، فاقتصاد المعرفة نظام يحتاج إلى أسس واستراتيجيات، بدءاً من مرحلة التعليم، وإلى بيئة مناسبة كاملة في المجتمع، وحوكمة المؤسسات، والتخلص من الفساد، لكن أساسه نظام التعليم المبني على المعرفة والإبداع.
- (3) عملية التحسين والتطوير، يجب أن تكون متناسقة ومتوازية، وتعاونية بين جميع فئات المجتمع، من رأس الهرم إلى القاعدة، من الجهات التشريعية، النازمة لقوانين الملكية الفكرية، والعاملين فيها والمختصين، وبين القطاعات الخاصة والحكومية، حيث يجب أن تكون العلاقة تشاركية وتعاونية.
- (4) العزوف عن تسجيل الملكية الفكرية، وخاصة براءات الاختراع، لاعتقاد المخترعين أو أصحاب الأفكار، أن التسجيل يجرمهم حقهم من الاختراع، وخوفاً من أن يكشف عن السر، أو اللجوء إلى تسجيل براءات الاختراع خارج فلسطين، فالخوف من مشاركة الأفكار الخلاقة، يؤدي إلى تراجع عدد طلبات الاختراع، وبالتالي عدم الاستفادة من المخرجات المعرفية،
- (5) الإجراءات الفنية والشكلية، وخاصة في الجامعات، التي تنظم مخرجات العملية التعليمية، من أبحاث علمية ورسائل ماجستير ودكتوراه، وحتى مشاريع التخرج للطلاب، تكون غير منظمة أو مكتوبة، كخطة ورقية، لكنها غير قابلة للتطبيق، لتحويل هذه الأفكار والدراسات، والأبحاث إلى منتجات معرفية تنافسية.
- (6) ضعف اهتمام الجامعات بمفاهيم الملكية الفكرية، وقوانينها، حيث لا يوجد أقسام تنظم مخرجات العملية التعليمية، وإدارتها بطريقة قانونية، لحماية الحقوق والاستفادة منها، تجارياً واقتصادياً، فلا يوجد خطط أو رؤى مستقبلية، حول الملكية الفكرية، أو حتى إجراءات واضحة محددة، حول كيفية تعامل الجامعات مع مخرجات التعليم، والأبحاث العلمية والاستفادة منها.
- (7) تصدير المعرفة الجديدة المتمثلة بطلاب الجامعات، بمختلف مراحلها إلى الخارج، فالاحتلال الإسرائيلي قدم 500 تصريح عمل، لخريجي كليات تكنولوجيا المعلومات، وهندسة الحاسوب، للعمل

لديهم مع التسهيلات كافة، وهذا يعزز سيطرتهم على السوق، من خلال الاستثمار في العقول الفلسطينية لصالحهم.

(8) انغلاق السوق الفلسطيني على نفسه، من ناحية إنتاج المنتجات، فهو يعتمد على الاستيراد أكثر من التصدير، وحسب ما ورد من الرئيس التنفيذي، لملقى رجال الأعمال، فإن أغلب التجار الفلسطينيين، يستوردون المواد الخام الأساسية للتصنيع، من الخارج، وهذا يسبب زيادة التكاليف التصنيعية، مقابل الأرباح من التصنيع، فيلجأ أصحاب المصانع الصغيرة إلى الاستيراد، بدلاً من التصنيع.

(9) أغلب الشركات والمصانع الفلسطينية المنتجة، نظامها عائلي، يعتمد على الموروث العائلي، دون استقطاب رأس مال بشري جديد، أو استغلال الطاقات المعرفية، فيبقى مجال عمله محدوداً، ضمن العائلة المالكة.

(10) ضعف جودة المعرفة في البيئة الفلسطينية، فالاقتصاد القائم على المعرفة، يتطلب معرفة ذات جودة متطورة، ومقدمة ونوعية، من ناحية المجالات التي يتطلبها التسارع العالمي، في التغيرات والمستحدثات من الاختراعات والتقنيات، فالمعرفة في فلسطين لا تلبي احتياجات الاقتصاد القائم على المعرفة، كونها معرفة محدودة المجالات.

(11) ضعف المهارات اللغوية، ومهارات البحث والتطوير لخريجي الجامعات، وهذا تحدٍ يواجه البيئة الثقافية الداعمة، للتحويل لاقتصاد المعرفة، مشكلاً بذلك فجوة بين متطلبات العمل والسوق، وبين ما يملك الخريج من مهارات ومعارف.

(12) قلة الوعي بالملكية الفكرية، ومدى ضرورة الاهتمام بها، ودورها الأساسي للتحويل إلى إقتصاد المعرفة، فأغلب أصحاب المشاريع الصغيرة، أو الريادية، يلجؤون إلى تقليد أو سرقة الأفكار الموجودة في الأسواق، سواء الأسواق المحلية أو العالمية، وهذا ناتج عن التقصير، في التركيز على مفاهيم

الإبداع والابتكار من جهة، واتباع التدريس التقليدي في المدارس والجامعات، من جهة ثانية، فيشكل

نموذجاً معرفياً مكرراً، بعيداً كل البعد عن الإبداع والابتكار، ولا يؤدي إلى توليد معرفة جديدة.

واستخلص الباحث من جملة نتائج الدراسة مجموعة من المحاور التي لا بد من الوقوف عليها للتحويل إلى

#### اقتصاد المعرفة:

- المحور القانوني والتشريعي، الداعم لاقتصاد المعرفة، ويتمثل بالقوانين التي تحمي مخرجات العلمية المعرفية، وأبرزها قوانين الملكية الفكرية، وقوانين الشركات وقوانين تشجيع الاستثمار، ففلسطين بحاجة للتطبيق الفعال لقوانين الملكية الفكرية، باعتبارها الأداة الأساسية، لهذا التحول الاقتصادي نحو المعرفة، وأن تكون التشريعات والبيئة القانونية، مساعدة ومساندة ومشجعة، وهذا ما أكدته نتائج دراسة (أبوصلاح، 2016) بأن أكبر معيق أمام تطور نظام الملكية الفكرية هو عدم التطبيق الفعال لهذه القوانين، وغياب الصرامة التشريعية ونظام العقوبات لمن يخالف وينتهك الحقوق.
- وجود نظام استراتيجي فعال، لإدارة أصول الملكية الفكرية الفلسطينية، وخاصة في الجامعات الفلسطينية، من خلال التعاون الحكومي والمؤسسي، والاقتصادي، لتطبيق القوانين، وتشجيع المشاريع الصغيرة والناشئة الفلسطينية، والتي تكون قائمة على الأفكار الإبداعية.
- أما فيما يخص القانون الدولي، والاتفاقيات المتعلقة بالملكية الفكرية، فإن المخرج القانوني الدولي يتمثل في جعل فلسطين، جزءاً من اتفاقيات الملكية الفكرية العالمية، بما أن فلسطين انضمت بتاريخ 2011/10/31 بصفتها عضواً كاملاً العضوية، في منظمة الأمم المتحدة، للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو)، وحسب المادة (5) / (2) من اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية، للملكية الفكرية، (المعدلة في 28 سبتمبر/أيلول 1979)<sup>1</sup> مادامت فلسطين، عضواً في إحدى منظمات الأمم المتحدة، وهي

<sup>1</sup> (1) تكون العضوية في المنظمة مفتوحة، لأية دولة عضو في أي من الاتحادات، بمفهومها الوارد في المادة (7).

(2) تكون العضوية في المنظمة مفتوحة كذلك، لأية دولة ليست عضواً في أي من الاتحادات بشرط:

"1" أن تكون عضواً في الأمم المتحدة، أو في أي من الوكالات المتخصصة، المرتبطة بالأمم المتحدة، أو في الوكالة الدولية للطاقة الذرية، أو أن تكون طرفاً في النظام الأساسي، لمحكمة العدل الدولية، أو

اليونيسكو، يرى الباحث أن فلسطين، يحق لها الانضمام لاتفاقيات الويبو، وبالتالي الاستفادة من الاتفاقيات الدولية للملكية الفكرية، وهذا المحور مهم جداً لتحقيق التقدم لاقتصاد المعرفة، كونه يضمن حماية المنتجات الفلسطينية خارج فلسطين، ويسمح لها بالتنافس عالمياً، والاستفادة من إيجابيات الاتفاقيات، المتعلقة بالملكية الفكرية.

● النظام التعليمي والبيئة التعليمية الداعمة، والمحفزة للإبداع والابتكار، بعيداً عن الأساليب التقليدية في التدريس والتلقين، ووضع استراتيجيات تطويرية للبيئة التعليمية، فعناصر البحث العلمي، وأهمية التركيز عليها، وتعزيزها لتشجيع الناتج المعرفي، من خلال وجود نظام اقتصادي، قائم على تنظيم وتوزيع الموارد، والخدمات والسلع المتاحة، ووضع نماذج واضحة ومحددة لتنظيم عوامل الإنتاج، بما في ذلك الأرض ورأس المال ورأس المال البشري، والموارد المادية، وأن يشمل هذا النظام، المؤسسات الحكومية والخاصة، و الهيئات كافة، سواء القانونية أو التعليمية أو الاقتصادية، وجهات صنع القرار، لتشكيل الهيكل الاقتصادي المعرفي الفلسطيني، والمحمي قانونياً.

● وخرج الباحث بأهم متطلبات وركائز، بناء اقتصاد قائم على المعرفة فلسطيني وهي كالتالي:

– الملكية الفكرية.

– الابتكارات

– التكنولوجيا

– الذكاء الاصطناعي

– التعليم الريادي

– أنظمة المعلومات

– الثورة الصناعية الرابعة

---

"2" أن تدعوها الجمعية العامة، لتكون طرفاً في هذه الاتفاقية.

– البنية التحتية

– نقل المعرفة والتكنولوجيا

– البحث العلمي الفعال والهادف.

بناء على ما تقدم، من نتائج الدراسة ومناقشتها، يرى الباحث، أن عالم الاقتصاديات اليوم، تجاوز مرحلة الاقتصاد القائم على المعرفة، وتطور إلى الاقتصاد الابتكاري والرقمي، لأن المعارف والمعلومات، أصبحت ذات قيمة تبادلية، لسهولة تحولها إلى منتجات وخدمات، قابلة للتداول التجاري.

وخطوة التحول إلى اقتصاد المعرفة، ستضحي يوماً خطوة إجبارية لكل العالم، فلا بد للمجتمع الفلسطيني، بكافة مكوناته، الاستعداد والتأهل لهذا التحول، من خلال استثمار الموارد والمهارات البشرية، باعتبارها رأس مال بشري ومعرفي، وتعزيز توظيف قطاع تكنولوجيا المعلومات الفلسطيني، ودعم عمليات البحث والتطوير، في كافة القطاعات، مع التطبيق الفعال، لأنظمة الملكية الفكرية، المتكاملة قانونياً وإدارياً، ليزيد قدرة فلسطين على توليد المعرفة، لأن الملكية الفكرية، هي النظام القانوني والإداري، القائم على تحويل الفكرة الابتكارية، إلى وساطة مادية، وحمايتها بقوانين وتشريعات، تمنع التعدي والنقل، وتقود نحو تحقيق العوائد المادية، وتحقيق الميزة التنافسية، وهذا هو جوهر الاقتصاد القائم على المعرفة.

فلسطين بحاجة إلى نظام أيديولوجي متكامل المحاور، من نظام تشريعي داعم، يتضمن نظام ملكية فكرية صارماً وفعالاً، وبنى ثقافية وتعليمية قوية، وترسيخ مفاهيم الابتكار والإبداع، واستثمار المعارف ورأس المال البشري، لتحقيق متطلبات التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة.

## المبحث الثاني: التوصيات

يوصي الباحث، بمجموعة من التوصيات، بناء على نتائج الدراسة ومشكلتها وهدفها:

- أن تسعى الجهات القانونية والتشريعية، وصاحبة القرار في فلسطين، إلى تقديم صك انضمام، أو تصديق، لدى المدير العام للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، لتكون عضواً، وذلك بناء على المادة (5)، من اتفاقية الانضمام للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، وإعادة هيكلة البيئة التشريعية، الداعمة للاقتصاد المعرفي، والتركيز على أشكال الملكية الفكرية، مثل الأسرار التجارية، ونماذج المنعة، والعلامات غير التقليدية، وإدراجها في القوانين المحلية.
- تقليل الرسوم المادية للمشاريع الصغيرة والناشئة، القائمة على الأفكار الإبداعية والابتكارية، وتقليل الإجراءات الشكلية المطولة، وإيجاد نظام الحوافز المادية، وتقليل الضرائب، ونظام إعفاءات وتسهيل القروض الداعمة، أو تقديم عروض عمل، أو تعاون إقليمي أو عالمي.
- نظام واضح ومحدد الأهداف والرؤى المستقبلية، للملكية الفكرية في الجامعات تحديداً، بخطط تنظيمية، لما تملكه الجامعات من أصول للملكية الفكرية، ومتابعة أمور التراخيص الاختيارية والإجبارية.
- تفعيل دور حاضنات الأعمال في الجامعات، من خلال ربطها مع جهات تسويقية وتعريفية، لتسهم في تحويل الفكرة الإبداعية، إلى منتج، والحصول على عائد مادي، من خلال تعزيز المعرفة التسويقية، وتشارك المعرفة ونقلها بين الجامعات، والجهات الخاصة، أو الحكومية، أو الشركات المصنعة، للاستفادة من مخرجات العملية التعليمية، في تطوير المنتجات والخدمات.
- عمل اتفاقيات دولية، لتشارك المعارف والتقنيات العالمية، والتعاون مع مالكي قواعد البيانات، من خلال عقود نقل المعرفة والتكنولوجيا، وإنشاء قسم مختص بتحديد الأبحاث الجامعية والدراسات، ومشاريع التخرج، التي يمكن استثمارها، لتحويلها إلى منتجات معرفية، ذات صفة تنافسية، ومن جهة أخرى تعزيز دور التجار، وأصحاب المشاريع التجارية والصناعية، عن طريق إجراء مناقصات دولية، أو جذب استثمارات عالمية، وتفعيل الشراكة بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص.

- تعزيز ثقافة الملكية الفكرية، والتعاون بين المختصين، والتجار والعاملين في الملكية الفكرية، لتدعيم هذا المفهوم في البيئة الفلسطينية، وتوضيح أهميته في الاقتصاد القائم على المعرفة، عن طريق تطوير البيئة التعليمية المنشئة للمعرفة، وغرس ثقافة الابتكار والإبداع، بعيداً عن الأساليب التقليدية القائمة على التلقين.
- الانضمام إلى المؤشرات الدولية للملكية الفكرية، ومؤشرات الابتكار، وتبادل الأرقام والإحصاءات الفلسطينية، المتعلقة بالملكية والابتكارات، بين الجهات الدولية الراعية لهذه المؤشرات، للاستفادة من التجارب الناجحة للدول، والعمل على تقويم نقاط الضعف، وسدّ الفجوات في أنظمة الملكية الفكرية، وأنظمة الابتكار.

## المصادر والمراجع

### المصادر:

- اتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية (TRIPS).
- اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية (1976).
- قانون العلامات التجارية رقم (35) لسنة 1952.
- قانون العمل الفلسطيني رقم (7) لسنة 2000.
- مشروع قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000.
- قرار بقانون رقم (10) لسنة (2018) بشأن الجرائم الإلكترونية.
- قانون امتيازات الاختراعات والرسوم رقم 22 لسنة 1953.
- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المتعلقة بحماية المصنفات الأدبية والفنية حقوق الملكية الأدبية.
- قانون حق الطبع والتأليف رقم (16) لعام 1924.

### الكتب

- ادم، احمد (2018). دور إدارة المعرفة والأصول الفكرية في تحقيق المنفعة الاقتصادية للمكتبات الجامعية. القاهرة، مصر: المجموعة العربية للنشر.
- توام، رشاد (2017). البحث العلمي في القانون، دليل تعليمي. ط2. نابلس، فلسطين: دار الشامل للنشر والتوزيع.
- الجيلالي، عجة (2015). الملكية الفكرية مفهومها وطبيعتها وأقسامها، دراسة مقارنة لتشريعات الجزائر، تونس، المغرب، مصر، الأردن، والتشريع الفرنسي، الأمريكي، والاتفاقيات الدولية. ط1. صيدا، لبنان: مكتبة زين الحقوقية والأدبية.

الجيلالي، عجة (2015). الملكية الفكرية مفهومها وطبيعتها وأقسامها. بيروت، لبنان: منشورات زين الحقوقية.

الجيلالي، عجة (2015). براءة الاختراع خصائصها وحمايتها، دراسة مقارنة لتشريعات الجزائر، تونس، المغرب، مصر، الأردن، والتشريع الفرنسي، الأمريكي، والاتفاقيات الدولية. ط1. صيدا، لبنان: مكتبة زين الحقوقية والأدبية.

الجيلالي، عجة (2015). منازعات الملكية الفكرية الصناعية والجارية، الدعوى المدنية والدعوى الجزائرية والطرق البديلة. ط1. لبنان: منشورات زين الحقوقية.

الخشروم، عبد الله حسين (2008). الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية. ط2. عمان، الأردن: دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.

رباح، غسان (2016). حماية الملكية الفكرية والفنية الجديدة، مع دراسة مقارنة حوا جرائم المعلوماتية. ط3. بيروت، لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية.

زين الدين، صلاح (2000): الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن.

العذاري، عدنان، والدعمي، هبه (2010). الاقتصاد المعرفي وانعكاساته على التنمية البشرية" نظرة تحليلية في دول عربية مختارة". ط1. عمان، الأردن: دار الجريب للنشر والتوزيع.

الكبيسي، صلاح الدين (2005). إدارة المعرفة، بغداد، العراق: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

الملا، خليفة (2018). الاقتصاد المعرفي مفهوم متكامل. ط1. أزمنا: عمان.

نجم، نجم (2012). القيادة وإدارة الابتكار. ط1. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.

النوري، ولاء وآل مراد، نجلة (2020) المعرفة التسويقية-مدخل لإدارة الأزمات التسويقية. ط1. عمان، الأردن: شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.

رسائل ماجستير:

الإبراهيم، عماد (2012). الحماية المدنية لبراءات الاختراع والأسرار التجارية (دراسة مقارنة). جامعة النجاح

الوطنية، نابلس-فلسطين

أبو صلاح، مصعب (2016). واقع الملكية الفكرية وأثره على الاستثمار في قطاع تكنولوجيا المعلومات في فلسطين، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

بوخاري، أم هاني (2018). حماية الملكية الفكرية وأهميتها في تفعيل اقتصاد المعرفة، نظرة على الواقع الجزائري في المجال، جامعة عماد التليجي، الجزائر.

فرحاتي، لويذة (2016). دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة دراسة حالة لشركة الإسمنت عين التوتة، جامعة محمد خيضر، الجزائر.

النوري، خالد (2021). دور الملكية الفكرية في تعزيز البحث العلمي والإبداع والابتكار في فلسطين، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

مجلات ودوريات:

الإدارة العامة للسياسات والعلاقات الاقتصادية "دائرة السياسات والإحصاء: التقرير الإحصائي الشهري من

واقع السجلات الإدارية لوزارة الاقتصاد الوطني، رام الله، 2021

باغه، محمد، ومحمد، أحمد (2020). قياس وإدارة الأصول الفكرية والمعرفية في المنظمات. جمعية إدارة

الأعمال العربية، الجزائر عدد (170):47-36

البنك الدولي (2020). وثيقة حول تطور الخدمات الرقمية في الضفة الغربية وقطاع غزة، أيلول.

حامد، نجلاء (2019). المعلم في ظل التحول الرقمي: التحدي والاستجابة، الجمعية العربية لتكنولوجيا

التربية. ع (41) ، 553 - 545

حباينة، محمد (2014). تفاعل المعرفة الصريحة والمعرفة الضمنية داخل المؤسسة ودوره في إنشاء القيمة.

مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، ع (30)، 75-90.

رضوان رائد، اسكافي، فريال (2021). مدى إسهام التعليم العالي الفلسطيني في تحقيق مؤشرات الاقتصاد

المعرفي، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (24).

الرؤية العربية للاقتصاد الرقمي (2022). مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي، الاتحاد العربي للاقتصاد الرقمي

ومجلس الوحدة الاقتصادية العربية بجامعة الدول العربية، الإمارات العربية المتحدة.

عبد الهادي، ملاوي (2015). أثر انضمام الأردن إلى منظمة التجارة العالمية على الاستثمار الأجنبي

المباشر في الأردن، مؤتمة للبحوث والدراسات -سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. العدد (1)،

(109-136).

عريقات، محمد (2018). حماية الاختراعات في القانون الفلسطيني (دراسة مقارنة)، مجلة الاجتهاد للدراسات

القانونية والاقتصادية. العدد (1)، (296-317).

علي، وليد (2011). مدخل مقترح لقياس الأصول المعرفية في الاقتصاد المعرفي: دراسة ميدانية. جامعة

عين شمس، كلية التجارة، ع1، 235-271.

محمد آدم وعثمان، اياس (2019). أثر انضمام المملكة العربية السعودية لمنظمة التجارة العالمية على مؤشرات التجارة الخارجية والاقتصاد الكلي، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*. عدد (11)، (13-40).

معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (2019). الابتكار والاقتصاد الرقمي في فلسطين التحديات والفرص، كانون الثاني.

معهد التخطيط القومي (2017). متطلبات التحول إلى اقتصاد المعرفة، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، ع277، أغسطس.

اليسفي، حميد (2020). التحول الرقمي في زمن الجائحة، *مجلة البوعاز للدراسات القانونية والقضائية*. (7ع) 225 - 235.

### المراجع الأجنبية:

Andersson, Thomas and Dahlman, Carl (2000) : Korea and the Knowledge-based Economy Making the Transition, The International Bank for Reconstruction and Development of the World Bank.

Bell, Arthur and Housel Tom (2001): Measuring and Managing Knowledge. MC graw-Hill, New york.

Brooking, Annie: Intellectual Capital (1996): Core asset for the third Millennium Thomson Learning, 1st edition.

Carlucci, Daniela & Schiuma, Giovanni (2019): Managing Knowledge Assets for Business Performance Improvement, University of Basilicata, Italy.

Chen, Chih (2008): Construct Model of the Knowledge Based Economy Indicators. Chung Shan Medical University, Taiwan, ROC.

- Croson, David & Drnevich, Paul: Information Technology and Business-Level Strategy (2013): Toward an Integrated Theoretical Perspective, Information Systems Research Center, University of Minnesota, U.S.A, Vol. 37(2013),509-483
- Fernandez, Irma Becerra & Sabherwal, Rajiv (2015): Knowledge Management Systems and Processes, 2nd Edition, Routledge.
- Langinier, Corinne& Moschini, Gian Carlo (2002): The Economics of Patents: An Overview, Iowa State University.02-WP 293.
- Liu,Yiming (2007): IPR and Development in a Knowledge Economy: An Overview of Issues, UCB School Report.
- Lohani, Bindu (2013): How to Build the Knowledge Economy in the Asean, University Worldnews,11, 11 May May.
- Luenendonk, Martin (2019): The Innovation Process: Definition, Models, Tips, Cleverism Magazine, Cyprus.
- Ngenda, Akalemwa (2017) : The Nature of International Intellectual Property System: Universal Norms and Values or Western Chauvinism? Information & Communications Technology Law. Volume 14,(59-79),22 Jan .
- Poggi, Yasmina & Keating, Mary & Chandler, Stephen (2014): Turning Knowledge Assets into Innovative Business Processes: An Empirical Example in the Asset Management Industry, College Green, Dublin, Ireland.
- Radovanovic, Nikola & Katic, Branka (2014): The Role of Intellectual Property in Developing a Knowledge-Based Society.
- Reichman, Jerome H (2011): Intellectual Property in the Twenty-first Century: will the Developing Countries Lead or Follow, Houst Law Rev. 2009 Jan 31; 46(4): 1115–1185.
- Robert, Robert (2018): IP Strategy. University of Oxford, U.K.

Samson, Danny (2005): Intellectual Property Strategy and Business Strategy: Connection through Innovation Strategy, Intellectual Property Institutes of Australia (1147-1795), (NO08/05) m June.

United Nations (2020), Department of Economic and Social Affairs: Recover Better Economic Social Challenges and Opportunities.

Wiig, Karl (2015): Knowledge Management Foundations Schenn press.

Zhenmin, Liu (2020): Under-Secretary-General for Economic and Social Affairs - International Symposium on Water and Culture – Learning from Water Heritage to Innovate Regional Development, Tokyo, Japan. Department of Economic and Social Affairs

أوراق عمل وتقارير ومقالات وأبحاث علمية:

Ababneh, Mukhles (2020): The Concept of Creativity: Definitions and Theories, [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net), January.

Alikhan, Shaid (2000): Socio Economic Benefits of Intellectual Property Protection in Developing Countries, WIPO.

Ayala, Ricardo & Jiménez, Ana& Marisol, Irma& Hoyo, Amparo (2015): Socialization of Knowledge through Collaborative Projects. The Renovarte Café Case, American Journal of Educational Research, Vol. 3, 259-262.

Blankley, William and Booyens, Irma: (2010): Building a Knowledge Economy in South Africa, South African Journal of Science, Dec.

Boettiagen, sara & Chi-Ham, CeciliaCecilia (2018): Defensive Publishing and the Public Domain, [www.iphandbook.org/handbook/ch10/p01/](http://www.iphandbook.org/handbook/ch10/p01/).

Borchardm John (2007): the Role of Defensive Publications in Intellectual Property Protection. Lab Manager Academy, <https://www.labmanager.com/> USA.

Chen, Derek and Dahlman, Carl (2006): the Knowledge Economy, the KAM Methodology and World Bank Operations, World Bank Institute, Washington, D.C.

Chen, James (2021): Intellectual Capital, [www.investopedia.com](http://www.investopedia.com).

Competitive Advantage (2019), from website advantage, Digital Transformation for IP Office, WIPO.

Emmert, DrewDrew (2020): Intellectual Property and The Importance of Trade Secrets, [www.dblaw.com](http://www.dblaw.com), May.

Encyclopedia: Information Society, [Encyclopedia.com](http://Encyclopedia.com), 2020

EU Intellectual Property Office (2016): Measuring the Economic Impact of IP, <https://www.epo.org/>, Annual Report.

Europe Jskiportal (2015): Knowledge Based Economy, [www.europejskiportal.eu](http://www.europejskiportal.eu).

European IP Helpdesk (2020): How can trade secrets be protected. [www.iprhelphdesk.eu](http://www.iprhelphdesk.eu).

European Union (2016): User Guide to the SME Definition, (2016), (1-60)

Facebook/OECD/World Bank (2020): Global State of Small Business Report.

Gering, Thomas (2004): The Role of Intellectual Property (IP) in R&D-based Companies: Setting the Context of the Relative Importance and Management of IP. Technology Transfer & Scientific Co-operation Joint Research Center (JRC), [www.wipo.int](http://www.wipo.int).

Global Innovation Index (2021): Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis, World Intellectual Property Organization, 14 edition.

Gordon, Jason (2021): Overview of Patents – Explained, the Business Professor, September 26.

Gouveia , Luis (2003): Sociedade da Informação, <http://www.ufp.pt/~lmbg>, 2003

How can Trade Secrets be protected (2020), [www.iprhelphdesk.eu](http://www.iprhelphdesk.eu), world-intellectual-property-report.

IGI-global (2020): What is Knowledge Engineering, [www.igi-global.com](http://www.igi-global.com).

IGI-global: What is Knowledge Society, [www.igi-global.com](http://www.igi-global.com).

IGI-global: What is Knowledge Transfer, [www.igi-global.com](http://www.igi-global.com).

IGI-global: What is Knowledge-Based Economy, <https://www.igi-global.com>.

Intellectual Capital Reporting (2010): [Icreporting.Blogspot.com](http://Icreporting.Blogspot.com), March.

IP .COM: Defensive Publication vs. Patent: Which Strategy Is Right for You?, [shorturl.at/inVX8,12](http://shorturl.at/inVX8,12) .

IP and creative industries , [www.innovationpolicyplatform.org](http://www.innovationpolicyplatform.org).

James, Stephen (2021): What is R&D? Its Role in Business and how it Relates to R&D tax Credits, [www.forrestbrown.co.uk](http://www.forrestbrown.co.uk), 1 July.

Kamash Rifat and Yucelen Murat (2010): The Relationship between Knowledge Assists and Organizational, International Journal of Business and Management Studies Strategy Development, (Istanbul), Vol 2, No 2.

Kohn, Monica (2020): What Does a Managed Knowledge Asset Look Like?. <https://www.kmslh.com>, August 18.

Leong, Susanna H.S (2013): Making a Mark” – The Importance of Trademarks in Establishing a Distinct Identity in the Market Place, NUS Business School, National University of Singapore.

Lingenfelter, Paul, Paul (2012): Challenges Caused by the Knowledge Economy, Educause Publications, [library.Educause.edu](http://library.Educause.edu), May.

Liotard, sabelle (2006): Intellectual Property Tools, Standards and Market Positioning, [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net).

Lohani, Bindu (2013): How to build the knowledge economy in the Asean, [universityworldnews](http://universityworldnews), 11, 11 May.

- Manzini Raffaella & Lazzarotti, Valentina (2015): Intellectual property protection mechanisms in collaborative new product development, wiley online library, 27 February.
- Marsel, Sulanjaku (2018): the contribution of Skandia navigator, International Journal of Economics, United Kingdom. Vol (11).
- Monica, Henao and Beatriz, Paul (2017): knowledge management processes and intellectual property management processes: an integrated conceptual framework. AD-minister, Vol 31.
- Morr, Kelly (2018): What is creativity? The ultimate guide to understanding today's most important ability. <https://99designs.com>.
- N.N, Karpova (2019): economic Economic aspects of intellectual property in countries with economic in transition. Guidelines for the Use of IP Rights for the Economic (2019)., (1-69).
- Ninth Development Plan: knowledge-based economy, chapter 5, <https://www.mep.gov.sa/>.
- OCDE (1996): The knowledge based economy, General Distribution., 1996.
- OECD: COVID: COVID-19 Crisis (2021): A fast-track path towards more innovation and entrepreneurship, OECD SME and Entrepreneurship Outlook. (2021), [www.oecd-ilibrary.org](http://www.oecd-ilibrary.org)
- Chapagai, Rishi Ram Ram (2018): Economic Perspectives of Trademarks, Nepal. The Saptagandaki Journal, vol 1. ,(73-84)
- Organization for Economic Cooperation and Development (OCDE): Knowledge-based economy, <https://stats.oecd.org>,
- Paliszkievicz, Joanna (2009): Knowledge Codification and Organizational Performance in Small and Medium Enterprises. International Journal of Management and Enterprise Development, Vol. 6, 80-100.
- Putnam, Jonathan Jonathan (2001): Intellectual Property and Innovations in the Knowledge Based Economy, University of Toronto, Canada.

Reichman, Jerome H(2007): Intellectual Property: Does IP Harm or Help Developing Countries? <https://www.researchgate.net/publication/37809917>.

Sampat, Bhaven&Abrams, DavidDavid (2017): What is the Value of Patent Citations? [www.law.northwestern.edu](http://www.law.northwestern.edu).

Sava, DianaDiana (2015): Rewarding Creativity Throughthrough Intellectual Property Rights, [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net),.

Schultz, Mark&Stevens, PhilipPhilip (2021): Why Intellectual Property Rights Matter for COVID-19.

Širá,Elena. and others(2020): Knowledge Economy Indicators and Their Impact on the Sustainable Competitiveness of the EU Countries,sustainability,20 May.

Smuts, Hanlie and others (2015): Knowledge Asset Management Pertinent to Information Systems Outsourcing.[www.academia.edu](http://www.academia.edu).

Sustainable Development, Shorturl. [at/bijvW](http://at/bijvW), Tokyo, Japan. 3 February 2020,

Tansey, CharlesCharles (2018): The role of IP in Innovation, [Shelstonip.com](http://Shelstonip.com), 7 ,Junof, Jun 07.

Techslang (2018): What is Knowledge Engineering, [www.techslang.com](http://www.techslang.com)., 2018,

The Free Dictionary (2000,):The international trade for intellectual property, International Trade,

Thelen,Kathleen (2019): Transitions to the Knowledge Economy in Germany, Sweden, and the Netherlands, Comparative Politics 51, 2 (January 2019) ©,January, The Graduate Center, CUNY

Tophat: Knowledge Transfer, <https://tophat.com>,2019

Vapulus (2019): The four Pillars of The Knowledge Economy,

Ward, susan (2021): What Is Business Networking? [www.thebalancesmb.com](http://www.thebalancesmb.com),January. 18.

Watkins, Wayne (2002): International Workshop on Management and Commercialization of Inventions and Technology, the World Intellectual Property Organization (WIPO), Monterrey (Mexico), April 17 to 19.

WIPO (2006): Recent Challenges for Enforcement of Intellectual Property Rights, [www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2006/02/article\\_0003.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2006/02/article_0003.html).

WIPO: Innovation and Intellectual Property, <https://urlzs.com/gqAM8,17/11/2021,04:28pm>

World Bank: World Bank Country Survey 2013, Knowledge Economy, <https://databank.albankaldawli.org/home.aspx>,

World Intellectual Property Report, The Direction of Innovation:

[www.airfocus.com/glossary/what-is-competitive-advantage](http://www.airfocus.com/glossary/what-is-competitive-advantage).

[www.dictionary.cambridge.org/dictionary/english/knowledge,2020/11/17](http://www.dictionary.cambridge.org/dictionary/english/knowledge,2020/11/17)

[www.encyclopedia.thefreedictionary.com/international+trade](http://www.encyclopedia.thefreedictionary.com/international+trade) . ,

[www.vapulus.com/en/pillars-of-knowledge-economy/](http://www.vapulus.com/en/pillars-of-knowledge-economy/), January. 17, 2019.

الأخزمية، شيخة: دور الملكية الفكرية في اقتصاد المعرفة، مجلة رؤية، مسقط،  
<https://alroya.om/p/157832>

دحمانى، عزيز وزيان، آمنة : دور تحويل المعرفة الضمنية إلى صريحة في تكوين رأس المال الهيكلي:  
دراسة حالة بجامعة طاهري محمد بشار باستخدام النمذجة بالمعادلات الهيكلية، الجزائر، 2019،  
[www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

عبد الرحمن، عزمي ودراغمة، عبد الله: منظمة التجارة العالمية WTO والواقع الفلسطينية، وزارة الاقتصاد  
الوطني، فلسطين، 2003 <http://www.mne.gov.ps>

منظمة التجارة العالمية، تعريف منظمة التجارة العالمية، الموقع الإلكتروني [www.wto.org](http://www.wto.org)

المنظمة العالمية للملكية الفكرية: مؤشر الابتكار العالمي 2020, [www.wipo.int](http://www.wipo.int)، آخر تاريخ للزيارة  
2020/11/30 آخر موعد للزيارة 6:30pm

المنظمة العالمية للملكية الفكرية، أثر الابتكار "الويبو وأهداف التنمية المستدامة"، الموقع الإلكتروني <https://www.wipo.int/sdgs/ar/story.html>

المنظمة العالمية للملكية الفكرية، الابتكار: أكبر هبة في التاريخ، الموقع الإلكتروني [،https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/ar/2017/03/article\\_0003.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/ar/2017/03/article_0003.html)

وزارة الخارجية والمغتربين لدولة فلسطين: الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها دولة فلسطين، الموقع الإلكتروني [،/http://www.mofa.pna.ps](http://www.mofa.pna.ps)

### المراجع العامة:

موقع ملتقى رجال الأعمال الفلسطيني. [shorturl.at/BFGZ6](http://shorturl.at/BFGZ6)

موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية. <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>

البنك الدولي. <https://www.albankaldawli.org/ar/home>

منظمة التجارة العالمية [/https://www.wto.org](https://www.wto.org)

منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية [/https://www.oecd.org](https://www.oecd.org)

مكتب ممثل الاتحاد الأوروبي (الضفة الغربية وقطاع غزة، الاونروا). [shorturl.at/hwPQX](http://shorturl.at/hwPQX)

جهاز الإحصاء المركزي. [/https://www.pcbs.gov.ps](https://www.pcbs.gov.ps)

الإدارة العامة للملكية الفكرية في فلسطين. <http://trademarks.mne.gov.ps/?lang=ar>

هيئة تشجيع الاستثمار والمدن الصناعية (IPIEA) [/http://www.ipa.ps](http://www.ipa.ps)

المعجم الشامل: [/https://www.thefreedictionary.com](https://www.thefreedictionary.com)

معجم المعاني: [/https://www.almaany.com](https://www.almaany.com)

قاموس المصطلحات الاقتصادية: [./https://financial-dictionary.thefreedictionary.com](https://financial-dictionary.thefreedictionary.com)

## الملاحق

### ملحق أ

#### المقابلات الشخصية

- الدكتور محمد عريقات/ محامي وخبير في مجال الملكية الفكرية، ومحاضر في جامعة القدس.
- الدكتور يحيى فلاح/ محامي ومحاضر في جامعة النجاح الوطنية ماجستير ملكية فكرية.
- الدكتور يحيى صالح/ مهندس ومحاضر في جامعة النجاح الوطنية ومدير سابق لحاضنة الأعمال في جامعة النجاح الوطنية .
- الأستاذ معن ناصر/ مدير مكتب طلال أبو غرالة في فلسطين.
- المهندس أحمد فؤاد/ مهندس ومدير مركز حسيب الصباغ للتميز بتكنولوجيا المعلومات.
- المهندس حسن عمر/ خبير في الملكية الفكرية ومدير شركة جلو للابتكارات والتطوير والاستثمار .
- السيد عمر هاشم/ رئيس اتحاد الغرف التجارية والصناعية الزراعية.
- السيد عبد الرؤوف هواش/ المدير التنفيذي لملتقى رجال الأعمال.
- المهندس مجتبي طبيلة/ عضو مجلس جمعية رجال الأعمال الفلسطينيين.
- المهندس بشار أبو زعرور/ مدير عام الإدارة العامة للتمويل الرقمي والابتكار في هيئة سوق رأس المال.
- الدكتور خالد ربابعة / أستاذ محاضر في جامعة العربية الأمريكية كلية تكنولوجيا المعلومات.
- المهندس عاطف شكوكاني/ منسق مشاريع -وحدة الإبداع والريادة.
- الأستاذ حسان ثابت/ مدير ومسجل براءات الاختراع في وزارة الاقتصاد الوطني.
- الدكتور محمد أبو عيد/ مدير عام إدارة التطوير الفني في المجلس الأعلى للإبداع.

## ملحق ب

### أسئلة المقابلات الخاصة بالدراسة

#### المجموعة الأولى:

1. ما هو تعريفكم للملكية الفكرية؟
2. ما هو تعريفكم للابتكار؟
3. كيف تعرف الإبداع؟
4. ما مدى ترابط الابتكار مع الملكية الفكرية؟
5. ما مدى ارتباط الإبداع بالملكية الفكرية؟
6. ما ضرورة وجود مفهوم الابتكار ضمن خطط العمل الخاصة بكم؟
7. ماهو القسم المسؤول عن تنظيم أمور الملكية الفكرية لديكم؟
8. ماهي الأطر القانونية المتبعة لديكم لتسجيل وحماية الملكية الفكرية؟
9. ماهي الإجراءات المتبعة لديكم، في حال حصول تعدٍ، أو تقليد أو خلافات قانونية، حول الملكية الفكرية لديكم؟

#### المجموعة الثانية:

1. ماهي العقبات التي تعيق التحول نحو اقتصاد المعرفة؟
2. ماهي التحديات التي تواجه قوانين الملكية الفكرية وتطبيقها في فلسطين؟
3. ماهي الرؤى المستقبلية لديكم لتطوير نظام الملكية الفكرية؟
4. كيف تتعامل شركتكم/مؤسستكم... مع الجهات ذات العلاقة بالملكية الفكرية؟
5. ما مدى توافق قوانين وتشريعات الملكية الفكرية في فلسطين، مع متطلبات واحتياجاتكم لحماية الملكية الفكرية لديكم؟
6. ما مدى ملائمة هذه القوانين مع أهدافكم وغاياتكم المستقبلية؟

#### المجموعة الثالثة:

1. ماهي النماذج الإدارية والاستراتيجية المتبعة لوضع هيكل نظام الملكية الفكرية لديكم؟
2. ماهي اهم متطلبات بناء اقتصاد المعرفة؟
3. ماهي نقاط القوة التي تمتلكونها لتعزيز التحول لاقتصاد المعرفة؟
4. ما هو دور الملكية الفكرية لتحقيق التحول لاقتصاد المعرفة؟
5. ما مدى استجابة قوانين الملكية الفكرية لمتطلبات التحول لاقتصاد المعرفة؟
6. ماهي رؤيتكم المستقبلية للتحول لاقتصاد المعرفة؟

## القسم القانوني للأسئلة:

### المجموعة الرابعة

1. ماهي أكثر أشكال الملكية الفكرية المستخدمة في فلسطين؟
2. ماهي الاتفاقيات الدولية والإقليمية (الموقعة/ المنضمة) لها فلسطين فيما يخص قوانين الملكية الفكرية؟
3. ماهي التعديلات التشريعية المقترحة لتطوير قوانين الملكية الفكرية في فلسطين لتلائم التغيرات في الساحة الاقتصادية والتكنولوجية العالمية؟
4. ماهي المشاريع القانونية أو المسودات القانونية الفلسطينية المستقبلية التي تخص الملكية الفكرية بكافة أشكالها؟

## ملحق ج

### الاختصارات الواردة في الرسالة

- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO - World Intellectual Property Organization)
- منظمة التجارة العالمية (World Trade Organization)
- Small and Mid-size Enterprise (SMES)
- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ( Organization for Economic Co-operation and )  
(OECD) (Development)
- منهجية قياس المعرفة (KAM) Knowledge assessment methodology
- الأمم المتحدة (UN) United Nations
- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة اليونيسكو (United Nations Educational،  
(UNESCO) (Scientific and Cultural Organization)



**An-Najah National University**  
**Faculty of Graduate Studies**

**THE ROLE OF INTELLECTUAL PROPERTY  
IN TRANSFORMATION TO KNOWLEDGE-  
BASED ECONOMY IN PALESTINE**

**By**

**Amal Ayman Abu-Zant**

**Supervisor**

**Dr. Rabeh Morrar**

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of  
Master of Intellectual Property and Creativity Management, Faculty of Graduate Studies,  
An-Najah National University, Nablus - Palestine.**

**2022**

# **The Role of Intellectual Property in Transformation to Knowledge-Based Economy in Palestine**

**By**  
**Amal Ayman Abu-Zant**  
**Supervisors**  
**Dr. Rabeh Morrar**

## **Abstract**

The world's modern economies, based on innovative and creative knowledge, are witnessing rapidly evolving development. Knowledge-based economy has become one of its traits. This has led to more focus on and interest in intellectual property, legislative and administrative, to guarantee legal protection of the outcomes of these modern economies, thus achieving competitive advantages.

Against this background, this study sought to understand the role of intellectual property, coupled with its legal regulations, strategies and administrative models, in achieving transition of Palestine economy to knowledge-based economy. In addition, the study sought to shed light on challenges and obstacles facing intellectual property to achieve this transition. To these two ends, the researcher used the descriptive and analytical approaches to understand Palestine intellectual property legislations which regulate Trademarks Law No. 33 of 1952, and Inventions and Fees Privileges Law No. 22 of 1952. This latter law regulates patents, international intellectual property agreements, as well as relevant statistics and figures published by the Ministry of National Economy which is in charge of managing and regulating intellectual property in Palestine.

For data collection, the researcher conducted interviews with law professors, intellectual property experts as well as employees in trade and industry sectors: heads of chambers of commerce and industry, business people associations and business men forums to discuss the state of intellectual property in Palestine from legal and commercial perspectives.

After data analysis, the researcher first found that the Palestinian legislative environment, regulating intellectual property laws, is relatively healthy. However, there is a need for introduction of amendments to these laws to keep them abreast of technological advances.

There is also a need for a strict implementation of these laws to allow optimal benefit. Second, pertaining to international intellectual property agreements, the status of Palestine is not tied to its having an observer status member in the World Intellectual Property Organization (WIPO). This could be a legal exit for Palestine legislative authorities to apply for membership or approval by WIPO's Director-General in accordance with Article 5 for membership. Palestine can be considered a member in this organization and a signatory of its agreements because it is a member in one of the United Nations' organizations: UNESCO. Third, the researcher has found absence of intellectual property terms in Palestine. The only terms used are trademarks and patents. This is attributed to the poor educational and cultural structures supporting intellectual property. Therefore, there is a need to make serious efforts to strengthen these structures and foster concepts of innovation and creativity.

The researcher believes that though the current state of intellectual property in Palestine seems to be weak, it has the potentials to achieve a qualitative leap towards knowledge-based economy. To that end, legislations have to be adapted. This would make Palestine economy knowledge-based. In addition, there is need to adopt and use models and administrative strategies, regulating intellectual property, to exploit Palestine knowledge out-comes to become goods and services, based on modern knowledge, and to be legally protected. All these changes combined would make Palestine have a niche in global competition and belong to the club of knowledge economies.

**Keywords:** Human capital; knowledge-based economy; Intellectual property; Innovation and creativity; Intellectual property strategies, Intellectual property administrative models.