



المعهد القومي للملكية الفكرية  
The National Institute of Intellectual Property  
Helwan University, Egypt

## المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار

دورية نصف سنوية محكمة يصدرها

المعهد القومي للملكية الفكرية

جامعة حلوان

المجلد الأول - العدد الثاني

2018



**الهدف من المجلة:**

تهدف المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار إلى نشر البحوث والدراسات النظرية والتطبيقية في مجال الملكية الفكرية بشقيها الصناعي والأدبي والفني وعلاقتها بإدارة الابتكار والتنمية المستدامة من كافة النواحي القانونية والاقتصادية والإدارية والعلمية والأدبية والفنية.

**ضوابط عامة:**

- تعبر كافة الدراسات والبحوث والمقالات عن رأى مؤلفيها ويأتي ترتيبها بالمجلة وفقاً لإعتبارات فنية لا علاقة لها بالقيمة العلمية لأي منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) في زاوية خاصة في المجلة.
- تنشر المجلة مراجعات وعروض الكتب الجديدة والدوريات.
- تنشر المجلة التقارير والبحوث والدراسات الملقاه في مؤتمرات ومنتديات علمية والنشاطات الأكاديمية في مجال تخصصها دونما تحكيم في أعداد خاصة من المجلة.
- يمكن الاقتباس من بعض مواد المجلة بشرط الإشارة إلى المصدر.
- تنشر المجلة الأوراق البحثية للطلاب المسجلين لدرجتى الماجستير والدكتوراه.
- تصدر المجلة محكمة ودورية نصف سنوية.

**ألية النشر فى المجلة:**

- تقبل المجلة كافة البحوث والدراسات التطبيقية والأكاديمية في مجال حقوق الملكية الفكرية بكافة جوانبها القانونية والتقنية والاقتصادية والإدارية والاجتماعية والثقافية والفنية.
- تقبل البحوث باللغات (العربية والانجليزية والفرنسية).
- تنشر المجلة ملخصات الرسائل العلمية الجديدة، وتعامل معاملة أوراق العمل.
- يجب أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه إلى جهة أخرى حتى يأتيه رد المجلة.
- يجب أن يلتزم الباحث بإتباع الأسس العلمية السليمة في بحثه.
- يجب أن يرسل الباحث بحثه إلى المجلة من ثلاثة نسخ مطبوعة، وملخص باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية، فى حدود ٨ - ١٢ سطر، ويجب أن تكون الرسوم البيانية والإيضاحية مطبوعة وواضحة، بالإضافة إلى نسخة إلكترونية Soft Copy، ونوع الخط Romanes Times New ١٤ للعربى، و١٢ للانجليزي على B5 (ورق نصف ثمانيات) على البريد الإلكتروني: [ymgad@niip.edi.eg](mailto:ymgad@niip.edi.eg)
- ترسل البحوث إلى محكمين متخصصين وتحكم بسرية تامة.
- في حالة قبول البحث للنشر، يلتزم الباحث بتعديله ليتناسب مع مقترحات المحكمين، وأسلوب النشر بالمجلة.



مجلس إدارة تحرير المجلة	
أ.د. ياسر محمد جاد الله محمود	أستاذ الاقتصاد والملكية الفكرية وعميد المعهد القومي للملكية الفكرية (بالتكليف) - رئيس تحرير المجلة
أ.د. أحمد عبد الكريم سلامة	أستاذ القانون الدولي الخاص بكلية الحقوق بجامعة حلوان والمستشار العلمي للمعهد - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وكيل المعهد للدراسات العليا والبحوث	سكرتير تحرير المجلة
أ.د. جلال عبد الحميد عبد اللاه	أستاذ الهندسة الانشائية بكلية الهندسة بالمطرية بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. هناء محمد الحسيني	أستاذ علوم الأطعمة بكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وزير مفوض / مها بخيت محمد زكي	مدير إدارة الملكية الفكرية والتنافسية بجامعة الدول العربية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
اللواء أ.د. عبد القدوس عبد الرزاق العبيدلي	رئيس مجلس إدارة جمعية الإمارات للملكية الفكرية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
السفير / مساعد وزير الخارجية لشئون المنظمات الدولية	عضو مجلس إدارة تحرير المجلة

#### المراسلات

ترسل البحوث إلى رئيس تحرير المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار بجامعة حلوان

جامعة حلوان - ٤ شارع كمال الدين صلاح - أمام السفارة الأمريكية بالقاهرة - جاردن سيتي

ص.ب: ١١٤٦١ جاردن سيتي

ت: ٢٠٢ ٢٥٤٨١٠٥٠ + محمول: ٢٠١٠٠٣٠٠٥٤٨ + ف: ٢٠٢ ٢٧٩٤٩٢٣٠ +

<http://www.helwan.edu.eg/niip/>

ymgad@niip.edu.eg



## إفتتاحية العدد:

لا شك أن إنشاء المعهد القومي للملكية الفكرية بجامعة حلوان كان حلما للعالم العربي بأسره، وتحقق الحلم بفضل المولى عز وجل ليتم إنشاؤه في مصرنا العزيزة ليكون منبرا رسميا للتنوير ونشر ثقافة الملكية الفكرية في ربوع الوطن العربي. وجاء ذلك بقرار رئيس مجلس الوزراء بتفويض من فخامة السيد رئيس جمهورية مصر العربية في ٢٠١٦. ولقد نظم المعهد مؤتمره العلمي الأول في ابريل ٢٠١٨ تحت عنوان دور الملكية الفكرية في تحقيق التنمية المستدامة، ليركز على البعد الاقتصادي والتنموي للملكية الفكرية، وما يمكن أن تلعبه لإحداث طفرة اقتصادية غير معهودة في تاريخ الاقتصاد المصري والعربي، والقدرة على ملاحقة التطور العلمي المتسارع الذي تشهده مجتمعات الدول المتقدمة.

ويحمل هذا العدد باكورة الانتاج العلمي لأبناء المجتمع المصري نحو بناء جيل جديد متخصص في مجال الملكية الفكرية. وبطبيعة الحال في الكتابة في هذا المجال الخصب والحيوي تحتاج المزيد من التدريب، وهو ما يعكس أن أوراق العمل المقدمة في هذا المؤتمر تحتاج المزيد من الجهد والعمل لتطويرها مستقبلا لتأصيل علمي متميز في هذا المجال بشتي تخصصاته الفريدة. ونأمل من المولى عز وجل أن تكون بداية طيبة على الطريق نحو بناء اقتصاد مصري ممنهج بفلسفة علمية ممزوجة بملكية فكرية أصيلة للمصريين.

وتؤكد هيئة تحرير المجلة على أن جميع الأفكار التي تتناولها البحوث والأوراق المقدمة لا تعكس رأى الجامعة أو المعهد، وإنما تعبر عن وجهة نظر أصحابها، ويعدوا مسؤوليين مسئولية كاملة عن حقوق الملكية الفكرية التي تخص الغير فيما ورد بأوراق عملهم.

وندعو المولى عز وجل أن يجد القارئ المتخصص العون والفائدة.

رئيس التحرير

أ.د. ياسر محمد جادالله



الصفحة	الموضوع	قائمة المحتويات
١١	أطر حماية عقود نشر المصنفات الأدبية في القوانين الداخلية والاتفاقيات الدولية.....	[١]
٣١	الأحكام العامة للترخيص باستعمال العلامة التجارية.....	[٢]
٦٥	فلسفة الادارة الجماعية لحقوق المؤلف: دراسة مقارنة بين نصوص القانون الفرنسي والقانون المصري المتعلقة بحقوق المؤلف وكذلك عرض موقف الاتفاقيات الدولية.....	[٣]
٨٣	دور حماية الملكية الفكرية فى دعم البحث العلمى والتطوير... حماية الملكية الفكرية بموجب براءات الاختراع والتنمية المستدامة فى مصر.....	[٤]
١١٩	الأهمية الاقتصادية لتسجيل العلامات التجارية دولياً.....	[٥]
١٣٩	الأثار المترتبة على تخلف الشكلية فى عقود استغلال حقوق الملكية الفكرية.....	[٦]
١٥٧	المعرفة الفنية والعلامة التجارية المنقولة بعقد الامتياز التجارى.... انعكاسات اتفاقية التريبس على الصحة العامة والحصول على الدواء فى الدول النامية.....	[٧]
١٧٥	تداخل الاختصاصات بين أحكام التصميمات الصناعية وأحكام حقوق المؤلف.....	[٨]
١٨٩	الاطار القانونى للتعويض العادل فى التراخيص الاجباريه لبراءات الاختراع فى القانون المصرى.....	[٩]
٢٠٩	حماية العلامة التجارية طبقاً للقانون المصرى.....	[١٠]
٢٤١	سياسة الملكية الفكرية فى الجامعات الحكومية المصرية فى ضوء سياسة الويبو النموذجية للملكية الفكرية فى الجامعات سبل تسوية المنازعات فى الملكية الفكرية.....	[١١]
٢٦٩	أصول الملكية الفكرية بين التقييم والتسويق.....	[١٢]
٢٩٥	الشروط اللازمة فى العلامة التجارية واجراءات تسجيلها داخل جمهورية مصر العربية.....	[١٣]
٣٣٥	أطر الحماية الجنائية للمؤشرات الجغرافية فى القانون المصرى والقوانين المقارنة.....	[١٤]
٣٥٥	الملكية الفكرية فى اقتصاد المعرفة.....	[١٥]
٣٧٣	حقوق المؤلف فى التريبس.....	[١٦]
٣٩٧	نحو سياسة تسويق ناجحة للملكية الفكرية.....	[١٧]
٤١١	النظام القانونى للنسخة الخاصة.....	[١٨]
٤٢٥	استراتيجيات الملكية الفكرية بالتطبيق على صناعة البرمجيات فى مصر.....	[١٩]
٤٥٩	الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وفقاً لأحكام القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ والاتفاقيات الدولية.....	[٢٠]
٤٨٩	.....	[٢١]
٥١٧	.....	[٢٢]
٥٤٩	.....	[٢٣]



## نحو سياسة تسويق ناجحة للملكية الفكرية

سمير سعد مصطفى عسل



## نحو سياسة تسويق ناجحة للملكية الفكرية

سمير سعد مصطفى عسل

## المقدمة:

علي مر التاريخ كان الإنتاج الفكري للإنسان هو المنبع الرئيسي للحضارة والتقدم، ويختلف هذا الإنتاج في اتجاهاته وتخصصاته، فمنها ما يخدم مجال الفنون والآداب ومنها ما يخدم مجالات الصناعة والخدمات وهو ما أثر تأثيراً فعالاً في الطبيعة والتصرفات البشرية ودفعها نحو التغير إلي الأفضل والأقوم لطبائعها وسلوكياتها وإستخداماتها لمواردها وتسيير حياتها، ولقد كانت هناك نماذج فريدة من الإنتاج الفكري علي مر العصور أدت إلي تغيير جذري في الحضارة البشرية، وتأتي هذه النماذج من أصحابها عن طريق الإمكانيات الفريدة للشخص في التفكير والإبداع أو من خلال مهارات فردية لهم لا يماثلهم فيها آخرون.

وفي المجال الفكري والأدبي أثر قليل من البشر علي السلوك الانساني بوجه عام، فمنهم علي سبيل المثال المربي والمصلح الإجتماعي الكبير (جان جاك روسو)<sup>١</sup> السويسري المنشأ الذي عاش فقيراً ومشرداً ومعذباً في الأرض جراء أفكاره، ورغم ذلك كانت لكتابات ورسائله عظيم الأثر في حياة الانسان وحرية، فكان سبباً للثورة الفرنسية التي هزت أركان العالم وغيّرت وجه التاريخ وتقررت بعدها مبادئ حقوق الانسان وأنشأت نظم الحكومات لخدمة الشعوب لا لإستعبادها من خلال نظريته العقد الاجتماعي.

وفي مجال العلوم لا نستطيع أن نغفل دور العالم الألماني- الأمريكي (ألبرت أينشتاين) والذي من خلال أبحاثه وعبقريته الفذة إستطاع أن يغير مفاهيم العالم في الفيزياء، كإيجاد العلاقة بين الكتلة والطاقة المتحركة كذلك النظرية النسبية، وأبحاثه في مجال الفضاء والزمن والمادة والمكان والطاقة والجاذبية<sup>٢</sup>. وأيضاً (توماس إديسون) مبتكر المصباح الكهربائي و أول من إبتكر التسجيل الصوتي (الفونوجراف)<sup>٣</sup>.

وهناك الكثيرون ممن إستطاعوا تغيير عالمننا إلي الأفضل، ولكي توفي البشرية لهؤلاء وأمثالهم وتابعيهم بعض أجورهم، نشأ علم الملكية الفكرية ليقرر وليحمي حقوق هؤلاء ويجزيهم أجرهم ليستمرروا في الإبداع والعطاء، وأصبحت الملكية الفكرية تمثل ثروات هائلة لكافة مجالات النشاط الاقتصادي.

<sup>١</sup> الأبراشي، محمد عطيه (١٩٤٦). "جان جاك روسو المصلح الاجتماعي"، دار إحياء الكتب العربية عيسى البباني الحلبي وشركاه، القاهرة، مصر.

<sup>٢</sup> جانو، اسيمه (٢٠٠٦). "موسوعة الألف عام: شخصيات صنعت التاريخ" دار المعارف، القاهرة، مصر.

ص ٥٦  
٣ نفس المرجع السابق. ص ٦٨.

لذلك سنقوم من خلال هذه الدراسة بالتطرق إلي سبل تسويق وإستغلال الملكية الفكرية تجاريا عن طريق البيع أو التنازل أو الترخيص، وأساليب تحسين سياسة تسويق الملكية الفكرية لرواد الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة وإستخدام تقارير المراجعة الدورية للملكية الفكرية بأشكالها المحاسبية والقيمية.

#### أهداف الدراسة Research Aims:

الهدف الرئيسي من الدراسة هو تقديم إطار نظري لكيفية تسويق أصول الملكية الفكرية تجاريا للشركات ومراكز أبحاث، وتوعية المشروعات الصغيرة والمتوسطة بأهمية الإستفادة من حقوق الملكية الفكرية، مع تقديم إطار نظري لعملية تقييم الأصول الغير ملموسة.

#### منهج الدراسة Research methodology:

تتبع الدراسة المنهج الوصفي، حيث يتم إستعراض الأساليب المختلفة لتسويق عناصر الملكية الفكرية وإيضاح مشاكل المشروعات الصغيرة والمتوسطة في استغلال حقوق الملكية الفكرية وطرق حلها، ثم تقدم الدراسة شرحا لأساليب تقييم عناصر الملكية الفكرية.

#### أهمية الدراسة Research Importance:

تحاول الدراسة تقديم إطار مناسب لتوجيه وإختيار الطرق المناسبة لتسويق عناصر الملكية الفكرية، وإيضاح المزايا والعيوب لطرق التسويق المختلفة والمقارنة بينها ليتمكن القائم بها من إختيار انسبها لغرضه من التقييم.

#### الفصل الأول: أساليب تسويق أصول الملكية الفكرية

##### مقدمة:

تسويق الملكية الفكرية يمكن تعريفه علي أنه الأسلوب الذي يتم به تحويل إختراع أو إبتكار الي منتج ملموس أو خدمة أو أداء ذو قيمة تجارية<sup>1</sup>، وعملة تسويق الملكية الفكرية قد تكون عملية معقدة ومكلفة فهي تحتاج الي أعمال بحث وتطوير أولاً، ثم عملية تطوير المنتج، وقد تحتاج لإجراء تجارب طبية أو تطوير أداء قبل أخذ نتائج الأبحاث الي السوق، وتعتبر هذه الاجراءات ذات أهمية حيوية في دورة حياة المنتج حتي يخرج الي السوق، إلا أن كثيرا من المبتكرين والمخترعين لايملكون الموارد و المهارات أو القدرة علي تحمل المخاطر لتحويل إبتكاراتهم أو إختراعاتهم إلي منتج تجاري.

<sup>1</sup> Gail E., Evans (2011)."Intellectual Property Commercialization; Policy Options and Practical Instrumentations", United Nations Publication, New York, USA.p17.

و يمكن تسويق الملكية الفكرية من خلال البيع أو التخصيص أو الدخول في أشكال تعاقدية مختلفة مثل الترخيص للغير، وقد يكون الأسلوب التجاري الذي يتم به ذلك هو الشراكة أو الإندماج أو تطوير الشركة، وتلعب حماية حقوق الملكية الفكرية دوراً محورياً خلال إجراءات التعاقد ونقل المعلومات.

و غالبية مراكز الأبحاث والمعاهد العلمية أو شركات الأبحاث ليس لديهم التمويل الكافي أو القدرة الفنية لتحويل الاختراع أو الابتكار الي سلعة في السوق بأنفسهم ، فمثلا في صناعة الأدوية، فسوق هذه المنتجات يكون دولياً وتحتاج الجهة المالكة لحق الملكية الفكرية إلي أكثر من شريك تجاري لتسويق المنتج، كما أن معدل الوقت اللازم لتقديم دواء جديد من البداية إلي السوق تصل إلي حوالي عشر سنوات<sup>1</sup>، لذلك فلا يعد عائد البيع مصدراً للتمويل علي المدى القصير، كما أن الهيئات المالية سوف تكون مترددة وغير متحمسة لتقديم قروض لعملاء جدد فقد يكون من المحتمل عدم تحقيق عائدات بيع في وقت معقول أو محدد، كما أن خطر الفشل التجاري للمنتج يكون محتملاً.

#### المصادر المطلوبة لتسويق منتج:

لتحويل فكرة جديدة أو تصميم إلي منتج يتواجد بمكانه المناسب في السوق، يحتاج الي العوامل التالية:

- ١- الوقت.
- ٢- التمويل ( قد يكون ذاتياً او بالإستعارة).
- ٣- جهود إبتكار وإكتشاف ( قد تكون ذاتية بواسطة الموظفين أو من المتعاقدين مع الهيئة أو الشركاء أو المستشارين).
- ٤- الإصرار رغم الضغوط وإحتمالية الفشل.
- ٥- الإدارة المتابعة للأداء المستمر من الفكرة حتي السوق.
- ٦- وجود المستهلك أو القدرة علي إيجاده.

من المصادر السابقة تظهر أهمية مهارة وفاعلية إدارة عملية التسويق، وإحتمالية الأخطار في عملية التسويق تؤكد أهمية توافر الإدارة الواعية لأصناف الملكية الفكرية وتخطيط عمالها، كما أن إحتمالية النجاح التجاري تزداد عندما تتأكد الإدارة قبل بداية مشروع البحث والتطوير من وجود مستهلك مستقبلي واضح للمنتج او الخدمة الجديدة، كذلك فإن القدرة علي عمل قيمة إقتصادية من مواد الملكية الفكرية توجب إرتباط الإدارة بهيئات البحوث، وغالبا ماتولي جهات التمويل أو المانحين أهمية كبيرة لخبرة ومهارة فريق العمل الذي سيقوم علي إستثماراتهم.

<sup>١</sup> جاد الله، ياسر(٢٠١٦). "براءات الاختراع"، المعهد القومي للملكية الفكرية- جامعة حلوان، القاهرة، مصر. ص ١٦٨.

**أهم ما يواجه عملية التسويق من تحديات:**

- ١- حجب الملكية الفكرية والتأخير في إستخدامها، فعدم الإهتمام بالسوق ودراسته خطأ كبير سهل أن يقع فيه مالك الملكية الفكرية.
- ٢- القيمة التكنولوجية والتجارية للملكية الفكرية يجب أن تقدر في مراحل مبكرة حتي يمكن إحداث نجاح تجاري، فإتضح القيمة يزيد من كفاءة أعمال البحوث والتطوير.
- ٣- الاتصال بين أعمال البحث والتطوير وإستراتيجية العمل والنشاط وقد تحتاج الي مصادر خارجية للوصول الي المعلومات التكميلية وفتح المحافظ التكنولوجية.
- ٤- في الصناعات التنافسية يجب الوصول إلي قيمة براءات الاختراع من خلال البيع أو الترخيص علي وجه السرعة قبل أن تتحول المنتجات المبتكرة الي سلعة قابلة للتقدم أو التقليد، مع وجوب إستمرار عملية التطوير وتحسين المنتج أو الخدمة<sup>١</sup>.
- ٥- يجب الأخذ في الإعتبار طبيعة الملكية الفكرية وما بها من تكنولوجيا وطبيعة السوق والمنافسين ومصادر التمويل المتوافرة، والنظم الحكومية، وقالبية المخترع أو المبتكر للمساعدة في عملية التسويق.

**الوسائل القانونية لتسويق الملكية الفكرية:**

هناك وسيلتان رئيسيتان يمكن تسويق الملكية الفكرية من خلالهما:

- ١- البيع أو التنازل.
- ٢- الترخيص بحقوق الملكية الفكرية.

**أولاً : البيع أو التنازل**

عندما يتم التنازل عن الحقوق (بشكل غير جزئي) فإن التنازل اليه يصير مالكا لجميع الحقوق السابقة للتنازل، ورغم ذلك فإن التنازل الأصلي يمكنه أخذ ترخيص من التنازل إليه، وقد يحدث التنازل بين طرفين مستقلين أو علي المستوي الداخلي للمؤسسة كأن يكون جزء من إتفاقية التوظيف أو إتفاقية بين إستشاري أو مقاول.

والتنازل عن حقوق الملكية الفكرية يتم من خلال البيع أو الهبة والنقل، بمعني انه قد يتم بمقابل نقدي أو بدون مقابل نقدي<sup>٢</sup>، وقانون الملكية الفكرية يلزم

<sup>١</sup> Kamiyama,S.,J. Sheehan and C. Martinez (2006/5).Valuation and Exploitation of Intellectual Property", OECD Directorate for science, Technology and Industry, Paris, France. STI Working Paper.

<sup>٢</sup> القليوبي، سميحة(٢٠١٦). " الملكية الصناعية"، الطبعة العاشرة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر. ص ٢٦٠.

بأن يكون التنازل مكتوباً حتى يتم تفعيل عملية التنازل عن حقوق الملكية الفكرية<sup>١</sup>، لذلك فمن المعتاد إتمام التنازل في شكل عقد أو التزام وذلك بسبب:

- ١- إذا رغب الطرفان في إضافة شروط إضافية لنقل الملكية الفكرية مثل الترخيص العكسي للبائع أو إضافة ضمانات خاصة بالملكية الفكرية أو تحديد شروط تجارية.
- ٢- الأطراف ترغب في التسجيل بوضوح لنيتهم في النقل الكامل لموضوع الملكية الفكرية.

ويلاحظ أن الإختلاف الناتج بين عملية الترخيص الحصري والتنازل يبدو دقيقاً جداً، فيعتمد ذلك علي الوثائق التي تنظم عملية نقل الملكية الفكرية.

### مزايا التنازل مقارنة بالترخيص: □

هناك حالات يكون التنازل فيها متميزاً إذا قورن بالترخيص:

- ١- إذا تم بيع البراءة مقابل مبلغ قطعي فإنك تحصل علي القيمة كاملة فوراً دون أن تضطر للانتظار لمدة عشرون سنة حتي تدرك هذه القيمة تدريجياً، وتتجنب أيضاً بطلان البراءة إذا حدث تقاضي أو حلت محلها تكنولوجيا جديدة.
- ٢- يتحمل المحال إليه الحق المخاطر، فبعد اتمام عملية البيع الصريح لحقوق الملكية الفكرية فإن البائع يحصل علي المكافأة الفورية دون المشاركة في المزيد من المخاطر أو الإلتزام بالحفاظ علي البراءة.
- ٣- يتعين علي البائع التعامل مع الإجراءات لمرة واحدة فقط، فالبائع لن يتحمل عبئ متابعة تحصيل حقوق الملكية الفكرية أو استخدام البراءة.
- ٤- البائع ليس عليه متابعة مساعي المشتري لاستغلال البراءة، فالبائع لن يكون عليه أن يحدد ما إذا كان المشتري يقوم بالإستغلال الكافي للبراءة من عدمه، ولكن في عقد الترخيص يكون علي المرخص تحديد ما إذا كان المرخص له يستغل البراءة طبقاً لإتفاقية الترخيص.
- ٥- نقل الملكية لشركة ناشئة أو تطور نفسها قد يكون شرطاً للتمويل، إذا كانت البراءة غير مملوكة للشركة.
- ٦- تقتضي الظروف أحياناً البيع بدلاً من الترخيص، فيفضل التنازل عن الترخيص إذا كانت منتجات البراءة تم نزولها الي السوق فعلاً ولأقت رواجاً مناسباً، إلا أنها قد تقابل استمرار تجاري قصير المدى، وبالمثل

<sup>١</sup> لا يشترط القانون المصري كتابة عقد التنازل ولكن يشترط القانون تسجيل التنازل بسجل البراءات، مادة ٢١ من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لحماية حقوق الملكية الفكرية.

- فإن التنازل يكون مناسباً إذا رغب عميل في خروج منتجات البراءة من خطوط إنتاجه ومحفظة براءاته.
- ٧- سهولة عملية التفاوض نظراً لوجود طرفين فقط أثناء التفاوض، بينما التفاوض في حالة الترخيص يتطلب أطراف متعددة ممن يتعاملون مع هذا الترخيص أيضاً.
- ٨- البائع في حالة البيع المباشر يمكنه التفاوض على مبالغ إضافية أكبر مقارنة بالرسوم في حالة منح الترخيص.

### عيوب التنازل:

- ١- من الصعب مناقشة حجم أو كمية المبيعات أو وضع شروط لها، فالتنازل عبارة عن بيع كامل لحق الملكية الفكرية مقابل ثمن محدد.
- ٢- التنازل لا يعطي الحق في المشاركة في الأرباح الإضافية إذا تحقق للإكتشاف رواج كبير عما كان متوقفاً.
- ٣- هناك خطر محتمل هو إمكانية عدم نجاح استخدام البراءة المتنازل عنها تجارياً، وذلك لإحتمالية عدم مشاركة البائع الأصلي في عملية التسويق فقد يكون لديه معلومات حرجة لإنجاح عملية التسويق.
- ٤- التنازل الجزئي: يجب على المتنازل إليه أن يتوقع أن الملكية المشتركة يكون لها كثير من المشاكل، فشريك الملكية مهما كان حجم نصيبه يمكنه الإستعمال الكامل للبراءة، كما يمكنه إجراء تصرف فردي بدون إعتبار أو إستشارة مع باقي الشركاء الآخرين.
- ٥- في حالة تضمن التنازل بيع محل النشاط أيضاً، فإن الضرائب الحكومية سوف يتم تطبيقها على عملية البيع.
- ٦- يحتمل أن يؤثر البيع على إتفاقية ترخيص موجودة بالفعل، ويحتمل أيضاً أن يتضمن شروط تضمن المحافظة على وصيانة إتفاقية ترخيص موجوده.

وغالباً ما يلجأ المشروع أو المالك الي بيع حقوق الملكية الفكرية إذا وجد انه غير قادر على إستخدامها أو تفعيلها وعندما يري أن الملكية الفكرية لاتمثل أصول أساسية للإستمرار في العمل حالياً أو مستقبلاً، وأيضاً عندما لايرغب في الإستمرار في عملية صيانة تسجيل الملكية الفكرية وسداد تكاليفه، أو أن إستخدامها أصبح محدود الوقت، وأيضاً عندما يجد أنه ليس هناك بديل لتسويق مناسب سوى البيع.

### ثانياً : الترخيص Licensing:

مراكز الأبحاث والمشروعات الصغيرة والمتوسطة قد تكون أحياناً في وضع لايسمح لها بالإستغلال المباشر والكامل لحقوق الملكية الفكرية، لذا يقوم هذا

الكيان بالبحث عن طرف مناسب يقوم بالترخيص له بالإستغلال، فالترخيص يمكّن مالك البراءة من مشاركة الإختراع أو أي ملكية فكرية أخرى بطريقة محكمة للحصول علي عائد مناسب او الدخول الي معلومات مشروع آخر، فالبراءة علي سبيل المثال يتم الترخيص بها عندما يقوم مالك البراءة (المُرخص) بمنح تصريح لجهة او جهات أخرى (المُرخص له) باستخدام براءة الإختراع لغرض متفق عليه وبطريقة معينة، وفي هذه الحالة فإن عقد الترخيص يتم توقيعه بين الطرفين موضحا به شروط ونطاق الإتفاق<sup>١</sup>.

في حالة الترخيص فإن ملكية الملكية الفكرية تظل في يد المُرخص مع السماح بالإستخدام المؤقت<sup>٢</sup>، وفي حالة إيجاد مُرخص له مناسب وبشروط إتفاق مناسبة يتم صياغتها فإن هذا الإتفاق يمكن أن يؤمن للمُرخص دخل مناسب ويقلل أيضا من التكاليف والاحطار. وليس هناك وقت محدد لعمل الترخيص فهو يعتمد علي طبيعة الحالة وظروفها، فبالنسبة لمقاول مستقل او مخترع فإنه ينصح في البدء في البحث عن مرخص له مبكراً علي قدر الامكان، وذلك لضمان الحصول علي دخل مستمر لتغطية تكاليف براءة الاختراع، وليس هناك حاجة ماسة لانتظار إعتقاد البراءة.

إضافةً الي عامل الوقت فإنه يجب الحذر عند إيجاد الطرف المناسب، ويعتبر أفضل طرف للترخيص له هو من يملك إستراتيجية تتناسب مع هذه التكنولوجيا، ويجب أخذ الحذر عند الترخيص لمن يملكون تكنولوجيا منافسة، فقد يكون إهتمامهم الأساسي هو الرغبة في حظر التكنولوجيا المرخص بها للتأكد من إستمرار نجاح التكنولوجيا الخاصة بهم، أما الطرف الذي يملك تكنولوجيا مكملة وغير تنافسية فهو بلا شك الطرف المناسب للتعامل معه.

### أنواع الترخيص:

هناك ثلاثة أنواع أساسية من إتفاقيات الترخيص تعتمد علي عدد المرخص لهم والمسموح لهم باستعمال الملكية الفكرية المرخص بها وهي:

#### ١. الترخيص الحصري:

يكون المُرخص له الفردي الحق في إستغلال الملكية الفكرية وفي هذه الحالة لايمكن حتي للمالك الأصلي إستعمالها، فالترخيص الحصري يسمح فقط للمُرخص له والأفراد المصرح لهم من قبله فقط بإستغلال الإختراع.

<sup>١</sup> فايد، عابد(٢٠١٦). " عقود استغلال حقوق الملكية الفكرية والإبداع"، المعهد القومي للملكية الفكرية، جامعة حلوان، القاهرة، مصر. ص ٧٦.

<sup>٢</sup> نفس المرجع السابق. ص ٧٥.

**٢. الترخيص الفردي:**

وفيه يسمح للمرخص له بإستغلال الملكية الفكرية، ويحظر فيها منح تراخيص لآخرين، ويبقى حق للمالك الأصلي أيضا بإستغلالها.

**٣. الترخيص الغير حصري:**

هو ترخيص يسمح للمالك بالاحتفاظ بحق إستغلال الملكية الفكرية المرخص بها وكذلك الحق في منح تراخيص إضافية لطرف ثالث، ويكون لجميع الاطراف المتعددة والمالك الأصلي الحق في إستعمال الملكية الفكرية.

وقرار منح الترخيص حصريا أو غير حصري يتوقف علي طبيعة وإكتمال التكنولوجيا وكذلك إستراتيجية المرخص في عمله، فلو كانت التكنولوجيا نموذجا يحتاجه العاملون في مجال تخصصي لأداء أعمالهم، فالترخيص الغير حصري والتعاقد بالترخيص علي نطاق واسع يكون مناسباً وأكثر ميزة عن غيره من أنواع التراخيص، ولكن لو إحتاجت التكنولوجيا الي شركة واحدة للإستثمار فيها بكثافة لإمكانية تسويق المنتج ( مثل صناعة الأدوية التي تحتاج الي إستثمارات ضخمة لعمل التجارب الطبية) فالمرخص له المحتمل لن يرغب في مواجهة منافسة من آخرين مرخص لهم أيضا، وسوف يصر علي الحصول علي ترخيص حصري<sup>١</sup>.

**مزايا الترخيص:****أولاً: من وجهة نظر المرخص له فإن الترخيص سيمكنه من تحقيق الأهداف التالية:**

- ١- سوف يساعد الشركة علي توفير أموال البحوث والتطوير ويستبعد خطر إنفاق موارد كبيرة في طريق قد يكون مسدودا في النهاية.
- ٢- يدعم بقاء منتج الشركة في المقدمة، والذي يكون هام جدا إذا كانت دورة حياة المنتج قصيرة وهناك احتمالية التخلف عن المنافسين.
- ٣- يساعد الشركة علي التوسع السريع بدون مجهودات بحوث وتطوير ووقت كبير لتحقيق إكتشافات إذا قامت بذلك بمفردها.
- ٤- ترتيب ترخيص مثمر قد يكون عامل مساعد لتكوين علاقة استراتيجية طويلة المدى بين المرخص والمرخص اليه.
- ٥- عندما يكون الترخيص الغير حصري مطلوب لشركة تُصنع وتبيع منتج مع احتمالية أن يكون هذا المنتج منتهكاً لبراءة أطراف أخرى، ففي هذه الحالة ستكون هذه الشركة مهتمة بالحصول علي ترخيص غير حصري لنفاذي الإتهام بإنتهاك حقوق الآخرين.

<sup>11</sup> Gail E., Evans (2011). "Intellectual Property Commercialization; Policy Options and Practical Instrumentations", op.cit. p23.

**ثانياً: مزايا الترخيص من وجه نظر المرخص فإنها تشمل:**

- ١- مصدر هام لعائدات تساعد الشركة علي الإستمرار في تطوير وتصنيع وبيع منتجات جديدة.
- ٢- من أهم مبادئ الترخيص انه يوسع مجال إهتمام المستهلكين بالدخول الي بلاد وأسواق جديدة.
- ٣- الترخيص سوف يمكن الشركة من إدخال منتجاتها الي السوق بدون نفقات إضافية في مجال شبكات شركات التوزيع.
- ٤- الترخيص في دولة أجنبية يلافي عقبات التفاوض مع النظم المحلية، ويمكن التجار المحليين من زيادة العائد من المنتجات المرخصة
- ٥- الترخيص قد يكون فرصة لعلاقة مستقبلية بين المرخص والمرخص له قد تقود الي فرص لتراخيص مستقبلية أو إلي شراكة.
- ٦- الترخيص قد يكون وسيلة لتقادي التقاضي في حالة قيام أحد الاطراف او كلاهما بإنتهاك حقوق الآخر، فالمنافس قد يكون شريكا يوما ما إذا تمت الاستفادة المشتركة.
- ٧- الترخيص يمكنه ان يقدم عائدا نقديا أكبر من التنازل، فمتي زادت قيمة المنتجات مع نجاح الترخيص، فإن دخل الترخيص يمكن أن يتحقق خلال العشرين سنة مرار عدة مهما كانت قيمة البيع.
- ٨- المرخص يستطيع إسترداد حق الملكية الفكرية بسهولة، بعدم تجديد الترخيص الا إذا كان الترخيص دائما.
- ٩- مالك البراءة يمكنه الحصول علي ملكية أو ترخيص أي تحسين أو تطوير تم بواسطة المرخص له، إذا تم التفاوض علي حق التعديل بواسطة المالك الأصلي أثناء عملية الترخيص.

**الميزات الخاصة للترخيص الحصري:**

- ١- التفاوض يكون مع طرف واحد فقط، وهو من ستكون له المسؤولية الكاملة عن إستغلال الإختراع.
- ٢- المقدم المدفوع ومعدل سداد الإتاوة غالبا مايكون أعلي في الترخيص الحصري من الترخيص الغير حصري، فالترخيص الحصري يكون ذو قيمة أعلي من الترخيص الغير حصري لأنه يعني أن أي طرف آخر بما فيهم مالك البراءة ليس لهم الحق في إستغلال براءة الإختراع.
- ٣- في حالة الترخيص الحصري، فسيكون من الهام متابعة أداء طرفاً واحداً، بينما في الترخيص الغير حصري يتم متابعة أداء كل طرف.

**عيوب الترخيص:**

- ١- عندما يتم الترخيص الحصري فإن مالك البراءة لا يستطيع الترخيص للغير ولا يستطيع هو أيضا إستغلال إختراعه، لذلك يحدد إتفاق الترخيص بوضوح المجهودات التي يجب إن يبذلها المرخص له وأقل مستوى للمبيعات ومعدل سداد الإتاوة للملك الأصلي.
- ٢- إنشاء صياغة إتفاق الترخيص يجب الأخذ في الإعتبار للأحداث التي يمكن توقعها بما قد يؤثر علي موضوع الترخيص، كزيادة أو نقص المبيعات عما هو متوقع، أو حالة إفسار المرخص له وذلك بغرض تقليل المشاكل المستقبلية في التكاليف والتقاضى.
- ٣- تصرفات المرخص له سواء في الترخيص الحصري أو الغير حصري يكون من الصعوبة مراقبتها، وكذلك يكون من الصعب علي المرخص إقناع المحكمة - إذا تطلب الأمر ذلك- بأن المرخص له لم يتبع الأداء المتفق عليه في الترخيص.
- ٤- صعوبة فترة المناقشة قبل الترخيص حين التفاوض مع أطراف متعددة، حيث يقوم مالك البراءة بإنهاء المناقشات مع أكثر من طرف ويبقى أحدهم ليحصل علي مسؤولية إستغلال براءة الإختراع الخاصة بالمالك، وما يستتبع ذلك من وقت وجهد وتكاليف غير مجدية.
- ٥- الدفعات المقدمة ومعدل الإتاوات في الترخيص الغير حصري تكون أقل منها في الترخيص الحصري، ففي حالة تعدد الاطراف سيكون لكل طرف حق إستغلال براءة الإختراع.
- ٦- المرخص له الغير حصري لا يستطيع السير في إجراءات التعدي كما في حالة المالك الأصلي أو المرخص له حصرياً، لذلك ففي حالة الترخيص الغير حصري ووجود حالة تعدي يكون مالك البراءة مسؤولاً عن البدء بإجراءات إيقاف التعدي.

**عملية التفاوض والسداد:**

- يكون غالبا أساس المفاوضات للترخيص هو التعويضات المالية وإعتبرات منح الترخيص، وتشتمل علي مايلي:
- ١- رسوم بدأ الترخيص أو الدفعات المقدمة.
  - ٢- معدل الإتاوات إعتقادا علي إجمالي العائد الذي سيحصل عليه المرخص اليه خلال فترة إستغلال الإختراع.
  - ٣- أقل اتاوة وتوقيات السداد والإلتزامات المالية الأخرى للمرخص له لتسويق الإختراع.
  - ٤- التزامات كلي الطرفين تجاه الترخيص.

## الفصل الثاني: سياسة تسويق الملكية الفكرية لرواد الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة

تشير أغلب الإحصاءات إلي أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تمثل ٩٠% من النشاط الاقتصادي في معظم دول العالم، كما أنها مسؤولة عن توفير أكبر قدر من فرص العمل بما يمثل ٦٠% في المتوسط<sup>١</sup>، إلا أن هذه المشروعات تفتقر إلي النشاط والإنتاج في مجال الإبتكارات وأيضاً ليست بالمستخدم النشط لحقوق الملكية الفكرية، كما أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة أقل حظاً من المشروعات الكبرى في تقديم منتجات جديدة للسوق<sup>٢</sup>.

خلال هذا الفصل سيتم الاعتماد علي بعض الدراسات والتقارير التي كتبت او نشرت بواسطة هيئات دولية مثل المنظمة الدولية للملكية الفكرية (WIPO)، منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) وهيئات المشروعات الصغيرة والمتوسطة بالاتحاد الاوربي ضمن لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأوروبا (UNECE) ، وجميعها تشترك في فكرة واحدة وهي "علي الرغم من أهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحيوية للإقتصاد، وقدرة الملكية الفكرية علي زيادة القدرة التنافسية لهذه المشروعات، فغالبا لا تلجا المشروعات الصغيرة والمتوسطة- حتي المبتكرة منها- للإستغلال الرسمي لحقوق الملكية الفكرية علي أكمل وجه"<sup>٣</sup>.

إلا أنه في الصناعات التحويلية المعتمدة بالأكثر علي التكنولوجيا العالية فإن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تميل إلي إستخدام البراءات بشكل يفوق المشروعات الكبرى وتنتج براءات بواسطة موظفيها، وأحياناً تكون الشركات المبتدأه في هذا المجال تعتمد علي البراءات كأهم أصولها وقد تكون أحياناً الوحيدة لديها. لذلك فمن المهم علي واضعي سياسة الملكية الفكرية ألا يكون هدفهم هو الإكتثار من تسجيل البراءات أو إستخدام النظم الرسمية لهذا الاستغلال بقدر جعل المشروعات الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال أكثر وعياً بإستخدامات الملكية الفكرية وإمتلاك سياسة داخلية للإبتكار تتناسب مع تخصصها وإحتياجاتها الفردية. في هذا الفصل :

<sup>12</sup> Gail E., Evans (2011). "Intellectual Property Commercialization; Policy Options and Practical Instrumentations", op.cit. p59.

<sup>13</sup> OECD, Science, Research and Industry Scoreboard 2009. p 97.

<sup>14</sup> OECD, Paris 2011. SME Innovation and Intellectual Asset Management in Creative and Selected Manufacturing and Service Industries, Final Report, Working Party on SME and Entrepreneurship.

- ١- سيتم دراسة أسباب عدم استغلال المشروعات الصغيرة والمتوسطة للملكية الفكرية بشكل رسمي.
- ٢- تغطية بعض الأمثلة للبرامج الحكومية الدولية لدعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة في إستغلال وحماية حقوقها من الملكية الفكرية.

### أولاً: أسباب عدم إستغلال المشروعات الصغيرة والمتوسطة لنظم الملكية الفكرية بالشكل الرسمي □

معظم الدراسات في مجال المشروعات الصغيرة والمتوسطة وإرتباطها بالملكية الفكرية أوضحت ان أسباب انخفاض معدلات إستغلال المشروعات الصغيرة والمتوسطة لنظم الملكية الفكرية بالشكل الرسمي سواء التي تمارس بالفعل أعمال الإبتكار أو التي تحتمل إستخدامها هي إرتفاع تكاليف الحماية والإنفاد لهذه الحقوق والثاني ضعف الوعي لدي هذه المشروعات بأسلوب حماية حقوق الملكية الفكرية، وسوف يتم إيضاح هذه الأسباب<sup>١</sup>.

#### ١. التكاليف:

معظم الدراسات في هذا الموضوع أشارت الي أن التكاليف المطلوبة لحماية وإنفاذ حقوق الملكية الفكرية - وخاصة البراءات- تعتبرها المشروعات الصغيرة والمتوسطة مانع كبير لإستخدام الأساليب الرسمية للملكية الفكرية، فبجانب تكاليف التسجيل كتقديم الطلب والنشر والصيانة، فهناك تكاليف أخرى يجب أن يعتد بها، مثل تكاليف إعداد نموذج الطلب وتكاليف الترجمة إن وجدت، هذه التكاليف تتكبدها المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتي تفوق غالباً الفائدة من تحقيق الحماية لبراءاتها، وخاصة عندما تسددها قبل خروج المنتج الي السوق، وإضافة الي تكاليف التسجيل المكلفة جداً فهناك ايضاً التكاليف الخاصة بالاختبارات الفنية قبل إعتداد تسجيل البراءة<sup>٢</sup>.

وما أن تنتهي المشروعات الصغيرة والمتوسطة من تكاليف تسجيل حقوق ملكيتها الفكرية فإنها تواجه التحدي الأكبر في إنفاذ حماية ملكيتها الفكرية، وتصبح المخاوف المادية والبشرية شديدة إذا دخلت المشروعات الصغيرة والمتوسطة مرحلة الإجراءات القضائية خاصة مع الشركات الكبرى والأكثر منها ميزانية وكفاءة في الإستمرار في هذه الإجراءات، وقليل من هذه المشروعات والقوية منها مادياً فقط تستطيع النجاح في الإجراءات القضائية.

<sup>15</sup> Gadallah, Yasser M.(2016)."Intellectual Property and Competitiveness of SME", first issue, Chinese Egyptian Research Center, Helwan University, Cairo, Egypt.p94.

<sup>16</sup> Ibid.p99

وفي كثير من الحالات تكون عناصر الملكية الفكرية وحمايتها ذات أهمية كبيرة للشركة إلا أنها قد تكون أيضا مصدرا لضرر كبير لنشاط الشركة ما لم تتوافر للشركة المصادر المالية للدخول في الإجراءات القضائية والتي تتعدد في رسوم المحكمة وأتعاب المحامين وخبير البراءات وتكاليف الشهود والتحريات والإستئناف والترجمه في حالة اختلاف الدولة أو القضاة.

## ٢. ضعف الوعي بحقوق الملكية الفكرية:

وبدراسة كثير من المشروعات الصغيرة والمتوسطة في دول الاتحاد الأوروبي ودول اخري كثيرة وجد أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة لا تستخدم حقوق الملكية الفكرية الرسمية بسبب عدم وجود توجيه جيد ومناسب لها، ومقارنة بالمشروعات الكبرى نجد ان ضعف المعلومات عن حقوق الملكية الفكرية عامل أساسي في عدم قيام المشروعات الصغيرة والمتوسطة بإستغلال حقوق الملكية الفكرية، وليست المعلومات المقصودة هنا هي براءات الاختراع فقط ولكن كافة صور الملكية الفكرية<sup>17</sup>.

ويجب أن يكون لدى المشروعات الصغيرة والمتوسطة المعلومات الكاملة عن نظم الملكية الفكرية المختلفة كحق المؤلف والعلامات والأسرار التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية والمنشأ الجغرافي وبراءات الإختراع والمنفعة، كذلك يجب أن تلم هذه المشروعات بتشريعات المنافسة الغير مشروعة وأيضا بالوسائل الغير رسمية لحماية مزاياهم التنافسية من حقوق الملكية الفكرية مثل: السرية، ميزة السبق، التصميمات والتركيبات المعقدة، النشر للإحتفاظ بحق الأسبقية أو النشر الدفاعي.

## ثانياً: بعض البرامج الحكومية لدعم إستخدام نظم الملكية الفكرية بواسطة المشروعات الصغيرة والمتوسطة

قامت عدة دول بوضع برامج لمساعدة المشروعات الصغيرة والمتوسطة للتغلب علي مصاعب التكلفة ونقص الوعي بحقوق الملكية الفكرية وذلك لتحفيز هذه المشروعات علي إستغلال حقوق الملكية الفكرية بشكل أوسع بما يعود عليها وعلي الإقتصاد القومي بالتقدم والنمو.

### ١. البرامج التي تهدف إلي خفض التكلفة

هي برامج تتم بواسطة جهات حكومية في دول مختلفة بغرض خفض تكاليف الحصول علي حقوق الملكية الفكرية والمحافظة عليها وصيانتها لصالح المشروعات الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال، ويلاحظ ان هذه البرامج تتسم بشكلين رئيسيين الاول تخفيض الرسوم أو الإعفاء منها والثاني هو الدعم.

<sup>17</sup> Ibid. p94.

**أ- تخفيض الرسوم أو الإعفاء منها:**

تبنت الولايات المتحدة الأمريكية وكندا تخفيض الرسوم أو الإعفاء منها للمشروعات الصغيرة والمتوسطة عموماً أو في مجال نشاط معين، فعند السعي للحصول علي حقوق ملكية فكرية وخاصة براءات الاختراع في الولايات المتحدة الأمريكية يتم منذ عام ٢٠٠٤ منح تخفيض بمقدار ٥٠% للمشروعات الصغيرة والمتوسطة ولرواد الأعمال في مختلف الإجراءات الخاصة بالبراءات مثل طلبات التقديم وإجراءات البحث والإختبارات الفنية وصيانة البراءة<sup>١٨</sup>، وهناك نظام مشابه يتم تطبيقه حالياً في كندا بواسطة مكتب الملكية الفكرية الكندي (CIPO)<sup>١٩</sup>.  
إلا أن هناك بعض دول غرب أوروبا تبنت نظام آخر وهو الدعم والحوافز المادية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

**ب- الدعم:**

بالرغم من إختلاف أشكال الدعم من دولة لأخري فإن الغالب هو دعم تكاليف حقوق الملكية الفكرية وخاصة البراءات للمشروعات الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال، وهذا الدعم غالباً ما يأخذ أشكالاً مختلفة مثل المنح أو القروض بدون فائدة، ومن أمثلة هذه الدول<sup>٢٠</sup>:

**جمهورية ألمانيا الاتحادية:**

ويسمي البرنامج (INSTI Project Germany- SME Patent Action)، وهو برنامج تأسس عام ١٩٩٦ يركز أساساً علي المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ومن ضمن أهدافه تقديم مساعدات مالية لهذه المشروعات لأخذ الخطوات اللازمة لتسجيل براءات إبتكاراتها، وهو يقدم دعم مالي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة حين التقدم لأول مرة ببراءة أو نموذج براءة للمشروع، ويتم تقديم مبلغ الدعم في حدود ٨٠٠٠ يورو علي مراحل خلال فترة إعداد البراءة من بحوث وتقديم طلبات والتجهيز للاستغلال التجاري وكذلك التقديم لطلبات التسجيل الدولية.

**جمهورية أيرلندا:**

وهو برنامج (Intellectual Property Assistance Scheme – IPAS) مخطط مساعدة الملكية الفكرية، حيث تقوم المؤسسة الأيرلندية بتمويل إختياري لبعض المشروعات الصغيرة والمتوسطة عندما تري أن إبتكارها المحتمل قابل لأخذ البراءة وله مجال تجاري قابل للتسويق، وبمجرد توافر هذه الشروط فإن المنحة تقدم

<sup>18</sup> United States Code: Title 35, Section 41(H) (I).

<sup>19</sup> [http://Strategis.ic.gc.ca/se\\_mik\\_sv/cipo/patentts/pt\\_sedt-e.html](http://Strategis.ic.gc.ca/se_mik_sv/cipo/patentts/pt_sedt-e.html).

<sup>20</sup> Commission of European Communities, "Intellectual Property Rights and Innovation in Small and Medium Size Enterprises", WIPO, Jan. 2004.

مباشرة لوكيل البراءة او المحامي القائم بالإجراءات، وتصل قيمة الدعم الي حوالي ٣٠٠٠٠ يورو مع احتمالية زيادتها في حالة كون المشروع الصغير أو المتوسط له إحتتمالية كبيرة في القدرة علي النمو.

### الجمهورية الفرنسية:

وهي خدمة تقدم بواسطة مركز الإتصال التكنولوجي ( Technology Network Service) وتنفيد منها المشروعات الصغيرة والمتوسطة بفرنسا، وتقدم الخدمة لمساعدة المشروع في أول براءة ملكية فكرية يتناولها، لذلك تسمى ( First Patent Service)، وهي خدمة دعم مادي في حدود ٥٠٠٠ يورو يمكن للمشروعات الصغيرة والمتوسطة إستخدامها لسداد رسوم الإستشارات أثناء تقديم طلبات البراءة، ويقدم الدعم للمكتب الإستشاري مباشرة بغرض تقديم نصائح وتوجيهات الملكية الفكرية للمشروع، وتقتصر الاستفادة علي أول طلب براءة يقدم من المشروع الصغير.

### جمهورية فنلندا:

تقوم المؤسسة الفنلندية للإبتكار (Finnish Foundation for Inventions) بتقديم دعم مادي في حدود مبلغ ١٠٠٠٠٠ يورو للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في فنلندا بغرض تغطية تكاليف حماية البراءة وتسويقها، ويتم إعادة المبلغ للمؤسسة في حالة نجاح البراءة وتحقيقها لمصدر دخل مناسب للمشروع، وليس هناك التزام علي صاحب البراءة برد المبلغ في حالة فشل تسويق الابتكار.

### ٢. برامج تهدف لرفع مستوى الوعي بالملكية الفكرية:

كثير من الدول يقوم بأنشطة لرفع الوعي بالملكية الفكرية ويكون المستفيدون غالبا هم الطلاب والمدرسين والمستهلكين وضباط تنفيذ القانون والباحثين في هذا المجال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال والمبتكرين من الأفراد والهيئات، ويتم تقسيم هذه البرامج إلي نطاقين هما البرامج الأولية للتوعية والبرامج المتقدمة للتوعية.

### أولا: البرامج الأولية لرفع الوعي بالملكية الفكرية:

وتشمل هذه البرامج أنشطة متعددة لرفع الوعي منها الزيارات الميدانية واليوم المفتوح والمواد المطبوعة والمنشورة الكترونيا، وتتم هذه الأنشطة بغرض تقديم المعلومات الأولية عن الملكية الفكرية للمبتدئين.

ويعتبر نشاط الزيارات الميدانية من أسهل الأنشطة للوصول للجمهور المستهدف من المشروعات الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال، ويتم عقد هذه اللقاءات في أماكن مختلفة، وسر نجاح هذا الإسلوب هو إشراك الجمهور المستهدف في عمل إيجابي والمشاركة في مناقشة حية، أما نشاط اليوم المفتوح

فهو من الأنشطة الفعالة ويتم داخل الهيئات التي تقدم خدمات الملكية الفكرية، وتقوم هذه المكاتب بفتح أبوابها للمهتمين بالملكية الفكرية من المشروعات الصغيرة والمتوسطة في أيام تحدد مسبقاً وينشر عنها يتم فيها تقديم المعلومات عن أنشطة ودور هذه المكاتب في مجال الملكية الفكرية.

ومن الوسائل الفعالة أيضاً في مجال رفع الوعي بالملكية الفكرية المواد المطبوعة والنشر الإلكتروني، المطبوعات عبارة عن منشورات أو كتيبات ملخصة تغطي كافة أشكال الملكية الفكرية، ويشمل النشر الإلكتروني معلومات عن الملكية الفكرية ومواقع الكترونية تفاعلية توضح كيفية التعامل مع الملكية الفكرية بواسطة المشروعات الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال، ويتم من خلال هذه المواقع الإجابة علي أسئلة المهتمين وأفضل السبل للتعامل مع مطالبهم في هذا المجال.

### ثانياً: البرامج المتقدمة لرفع الوعي بالملكية الفكرية

هي برامج شاملة متخصصة تهدف إلي توصيل معلومات أساسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال وتكون في نطاق أعداد قليلة منهم، والبرامج تعد تدريباً متقدماً يحوي معلومات شاملة عن الملكية الفكرية ويتم في شكل إستشارات بواسطة أساتذة متخصصين في الملكية الفكرية، وبها أيضاً يتم تقديم مساعدة مبدئية للمشروعات في تقدير قيم حقوق الملكية الفكرية.

### الفصل الثالث: تقارير المراجعة لأصول الملكية الفكرية

تعد أصول الملكية الفكرية مصدر ثراء للقيمة المضافة وكذا تحقيق ميزه تنافسية كبيرة للنشاط الإقتصادي، لذلك أصبحت المشروعات التجارية تقدر بما تملكه من عناصر الملكية الفكرية وذلك نتيجة لتغير التكوين الاساسي للشركات من رأس مال مادي الي الصناعات القائمة علي المعرفة كأنشطة البحوث والتطوير وصناعات الأدوية والتكنولوجيا الحيوية وأجهزة ووسائل الإتصال، لذلك تعمل الحكومات ومراكز البحوث علي جعل الإتصال مباشر وصريح بين مراكز البحوث والتطوير وقطاع الأعمال بغرض كسر العوائق التاريخية بين البحوث والتطبيق والتاكيد علي أن نتائج جهود البحوث قابلة للتسويق.

وسوف نقوم بإيضاح كيفية قيام مراكز البحوث والأعمال الإبتكارية والشركات والمشاريع الصغيرة والمتوسطة بتحديد عناصر الملكية الفكرية ذات القيمة بواسطة تقارير المراجعة المحاسبية والقيمية للملكية الفكرية حتي تستطيع تحقيق التوازن في أنشطتها عامة.

### مجال عمل تقارير الملكية الفكرية:

ولتحقيق النجاح في إدارة الملكية الفكرية يجب وضع تصور واضح لوضع الشركة عن طريق إيضاح وتسجيل عناصر الملكية الفكرية المملوكة للشركة

والمحتملة أيضا بإجراء مراجعة وتقييم لمحفظة الشركة من الملكيات الفكرية وتصنيف ما تملكه الشركة ويدعم نشاطها التجاري أو ما ليس له علاقة بنشاط الشركة ويمكن التصرف فيه، وهل الشركة محمية بالقدر الكافي بما تملكه من عناصر ملكية فكرية.

ولكي يمكن تحليل وتقييم عناصر الشركة إقتصاديا يجب تصنيف أصول الشركة إلى أربعة أنواع من الملكية<sup>١</sup>:

١- **العقارات:** وهي الأرض وكل ما هو جزء من الأرض كالأشجار والمعادن وكل ما هو ملصق بها كالمباني و التجهيزات المرتبط بالمبني كشبكات المياه والكهرباء.

٢- **الممتلكات المادية الشخصية الملموسة:** وهي العناصر المنقولة من الممتلكات التي لا تلتصق بشكل كامل بالعقار ولا تعتبر جزء منه مثل الآلات والمخازن والمعدات والمكاتب وغيرها.

٣- **الممتلكات العينية غير الملموسة:** وهي جميع المصالح الفردية والفوائد والحقوق المتأصلة من ملكية العقارات المادية، أي الحقوق المعنوية والمنافع المرتبطة بملكية العقار كالحق في الإستخدام والحق في البيع والحق في الإستغلال والحق في التأجير والحق في الوصول للعقار والحق في الرهن، وتكون هذه الحقوق محل تصرف في عقود مختلفة كعقد البيع أو الترخيص أو الإيجار أو الإرتفاق أو التعدين.

٤- **الممتلكات الشخصية الغير مادية أي الغير ملموسة:** وهي أصول غير ملموسة وغير مادية ولكنها ذات قيمة وتعد من الممتلكات الشخصية، ومن هذه الأصول الغير ملموسة العلامات والأسماء التجارية وبراءات الإختراع والتصميمات والنماذج الصناعية والأسرار التجارية، ومنها كذلك برامج الحاسب الآلي وقواعد البيانات، ومنها ما هو مرتبط بالعملاء كقوائم العملاء وعقودهم وعقود الموردين، ومنها ما هو مرتبط برأس المال البشري كمستوى القوي العاملة وإتفاقيات العمل، ومنها ما هو في مجال الفنون والآداب.

ومن الأصول الغير ملموسة السابق ذكرها هناك مجموعة تصنف تحت بند الملكية الفكرية نظرا لما لها من قيمة ووجود إقتصادي مؤثر في نشاط الشركات، وتتمتع بوضع خاص أدي إلي تمتعها بالإعتراف الكامل وبوجود قوانين خاصة لحمايتها، وأصبح من أسباب نجاح المشروعات هو التقييم الصحيح لهذه الأصول وكيفية إدارتها.

<sup>١</sup> عشري، عيد (٢٠١٦). "التقييم الاقتصادي لأصول الملكية الفكرية"، الطبعة الاولى، المعهد القومي للملكية الفكرية- جامعة حلوان، القاهرة، مصر. ص ٦٢ ومابعدها.

**أسباب إعداد تقارير المراجعة وتقييم أصول الملكية الفكرية:**

السبب الرئيسي من تقييم أصول الملكية الفكرية هو تعظيم قيمتها وبالتالي تعظيم قيمة الشركة بإتخاذ القرارات الإدارية الأفضل بناء علي هذا التقييم، ومن أهم أسباب التقييم مايلي<sup>1</sup>:

- ١- **التقييم بهدف المعاملات:** أصول الملكية الفكرية مكون رئيسي من قيمة الشركة ويكون التقييم مطلوباً بدقة حال شراء أو بيع الشركة، كذلك في المشاريع المشتركة وعمليات الدمج والاستحواذ والإفلاس فكل طرف في المعاملة يحتاج معرفة القيمة بدقة.
- ٢- **معاملات البيع أو الترخيص لأحد أصول الملكية الفكرية:** تستلزم عملية البيع والشراء والترخيص بأصول الملكية الفكرية معرفة القيمة المناسبة لمحل التعاقد.
- ٣- **تمويل الشركات:** تقدم الشركات أصول الملكية الفكرية كضمان للحصول علي تمويل بنكي، كذلك عندما تحتاج الشركة لرأس مال إستثماري خاصة شركات المعرفة، فيحتاج المستثمر معرفة قيمة أصل الملكية الفكرية وجدواه التجارية لإتخاذ قرار الإستثمار.
- ٤- **التخطيط والإذعان الضريبي:** تقييم أصول الملكية الفكرية يساعد الشركات في الحصول علي تخفيضات وحوافز ضريبية، بعض الدول تعطي تخفيض علي ضرائب الدخل الناتجة عن إستخدام ملكية فكرية كبراءات الإختراع وتأليف ونشر البرمجيات.
- ٥- **إعداد التقارير الخارجية والمحاسبية:** تحتوي التقارير المحاسبية غالباً علي نظرة لما حققه المشروع في الماضي من أرباح ونشاط بما يدعم قرار الإدارة المستقبلي، وجري العرف سابقاً علي التركيز علي الأصول الملموسة للشركة وتجنب إدراج الأصول الغير ملموسة بالتقارير المحاسبية، ولكن مع تطور الإقتصاد وظهور دور إقتصاد المعرفة كعامل أساسي أصبح هناك حاجة ماسة للتقييم الدقيق لأصول الملكية الفكرية.
- ٦- **إجراءات التقاضي وتسوية المنازعات:** تقييم الملكية الفكرية يكون مطلوباً في حالات التعدي علي حقوق الملكية الفكرية أو الإخلال بالعقود التي تكون الملكية الفكرية محلاً لها.
- ٧- **الإدارة الفكرية:** الإستخدم الأمثل لأصول الملكية الفكرية يمكن أن يؤدي لنجاح باهر للشركة أو فشل زريع إن لم يُحسن إستخدامها، فتقييم أصول الملكية الفكرية يسهل إتخاذ قرارات فعالة من حيث التكلفة وكيفية التعامل مع المخاطر المصاحبة لهذه القرارات.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق. ص ١٠٦.

وتنقسم تقارير المراجعة للملكية الفكرية إلى جزئين أساسيين هما التقارير المحاسبية كأصل من أصول الشركات وتقارير القيمة كأصل غير ملموس وتختلف هذه التقارير عن أصول الملكية الأخرى نظرا لطبيعة أصول الملكية الفكرية، وسنقوم بإلقاء نظرة علي كلا التقريرين لما يمثله ذلك من أهمية للمشروعات بكافة أحجامها وأشكالها.

### أولاً: التقارير المحاسبية

يحتاج النشاط الإقتصادي لمراجعة أدائه دوريا لمعرفة ما إذا كان يحقق أهدافه من عوائد الإستثمار والأرباح وحصص السوق، والتقارير المحاسبية تقدم أرقاما لشرح الأداء وتقييم الشركة، وتحليل هذه التقارير فإنها توضح موقف الشركة في السوق وتجذب إليها المستثمرين، ولقد جري العرف علي التركيز في التقارير علي الأصول الملموسة مثل العقارات والآلات والمعدات والخامات والأصناف التي يمكن تقدير قيمتها بتكلفة الإحلال أو بثمان الشراء، وغالبا ما كانت الشركات تتجنب إضافة قيم الملكية الفكرية بالتقارير السنوية علي أنها أصول منفصلة وذلك لصعوبة تقدير قيمتها مما يجعل من الصعب تصور موقف الملكية الفكرية داخل الشركة وكيف سيصل إليها المستثمر<sup>1</sup>.

في ظل الإقتصاد القائم علي المعرفة أصبح موقف الشركات أكثر تحديا، فلم تعد المفاتيح التنافسية هي إستغلال الأرض أو رأس المال ولكنها أصبحت تنسب إلي مدي إستخدام الأصول الغير ملموسة الجديدة منها والأصلية، كما ظهر قبول مبدأ أن الملكية الفكرية يمكن حسابها منفصلا بعد أن كانت تدرج ضمن درجة شهرة المحل، وحاليا يتم وضع الملكية الفكرية كأصل منفصل في التقارير المحاسبية يمكن تعريفها وتقدير قيمتها وبيعها منفصلة بدون بيع النشاط إجماليا.

ومن التغيرات التي تمت علي النظم المحاسبية هو مقياس إنخفاض القيمة<sup>2</sup> للتعامل مع الأصول الغير ملموسة فهو يحدد إلي أي مدي وصلت درجة ضعف قيمة الأصول الغير ملموسة نتيجة لظهور إختراع منافس أو خلال إجراءات قضائية تواجه صلاحية البراءة، كذلك مبدأ القيمة السوقية العادلة والذي ساعد علي إيضاح كيفية إدراج الملكية الفكرية بقيمة مالية تحدد الثمن الذي يمكن الحصول عليه في حالة صفقة تجارية طوعية<sup>3</sup>.

ومن الصعوبات التي تواجه المحاسبين في كتابة التقرير المحاسبي هو كيفية إضافة ملكية فكرية أنتجت محليا داخل الشركة مقارنة بملكية فكرية تم

<sup>1</sup> Ghafele,R.(2004)." Getting a Grip on Accounting and Intellectual Property", WIPO. Available at:www.wipo.int/sme/en/documents/ip\_accounting.html.

<sup>2</sup> عشري، عيد (٢٠١٦). "التقييم الاقتصادي لاصول الملكية الفكرية"، مرجع سابق. ص ١٢٥.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق. ص ٨٨.

شراؤها من السوق وأيضا في حالة إستخدامها داخليا وتكون سببا في الحصول علي إيرادات وفوائد وهذه الحالة من ضمن مشاكل المشروعات الصغيرة والمتوسطة<sup>1</sup>، كذلك كيفية حساب البراءات الغير فعالة، فعالبا يسهل عمل حسابات لبراءة تم بيعها أو الترخيص بها خارجيا وتدر إتاوات.

وحاليا تسعى الهيئات المالية الدولية المشهورة والتي تعمل علي توافق المعايير المحاسبية الدولية مثل (مجلس معايير المحاسبة المالية IASB) وهي تسعى إلي إزالة الفجوة بين التقارير المحاسبية عن الشركات والأنشطة الإقتصادية وبين المعلومات والتقارير التي يحتاجها المستثمر أو المدير عن الشركة، وتم الوصول إلي نماذج محاسبية تظهر الملكية الفكرية في التقارير الدورية وتبين كيفية وضع قيمة لها في حالات الدمج والاستحواذ.

### ثانيا: تقارير تقييم الملكية الفكرية كأصل غير ملموس

الأصول الغير ملموسة هي نتاج مصروفات إنفقت- مثال في عملية تبادل أو بحوث- والتي كان عائدها غير ملموس أو ليست كيان تم الحصول عليه<sup>2</sup>، ولكن تبقي إحتماالية كبيرة في الحصول علي فائدة منها خلال فترة حسابية غير محددة.

وللأصول الغير ملموسة خواص ثلاثة فهي تحتاج الي الوقت للحصول عليها وتجميعها وهي قابلة للإستخدام المتزامن والمتعدد وهي مثل النقود يمكن إيداعها أو سحبها خلال النشاط الإقتصادي<sup>3</sup>، وهناك أنواع متعددة رئيسية للأصول الغير ملموسة منها: أعمال البحث والتطوير، شهرة المحل، وعناصر الملكية الفكرية، وللملكية الفكرية قيمة كبيرة ولكنها غير واضحة تمام الوضوح للعامة، وفي الوقت الحالي أصبح ٧٠% من أصول الأنشطة الإقتصادية أصول غير ملموسة<sup>4</sup>.

قبل تحديد القيمة الفعلية للملكية الفكرية يجب أن يدرك القائم بالتقييم أسس التقييم وطرق التقييم المناسبة وعليه تحديد الأساس الذي سوف يتعامل به كقيمة الإستعمال الحالي أو القيمة السوقية أو قيمتها في حالة البيع الإجباري (التسويل النقدي)، من هذه الأسس هناك مجموعة من الأسباب لعملية التقييم يجب أن تكون

<sup>1</sup> Gail E., Evans (2011)."Intellectual Property Commercialization; Policy Options and Practical Instrumentations", op.cit. p88.

<sup>2</sup> Gadallah, Yasser M. (2016)."Intellectual Property and Competitiveness of SME", op.cit.p117.

<sup>3</sup> Ibid.p117.

<sup>4</sup> Ibid.p118.

واضحة وهي: التبادل (مثل البيع والشراء والترخيص)، والأمور المالية (تقرير يوضح القيمة والتغير فيها)، والافلاس، والتخطيط الضريبي، والتمويل، والدعاوي القضائية والتعويضات<sup>1</sup>.

القيمة هي مقدار يمكن التعبير عنه في شكل مبلغ نقدي معين مستحق الدفع أو أنفق مقابل الحصول علي ملكية، وليس هناك معني واحد للقيمة ولكنها معاني تختلف حسب الظروف والتوقيت، والقيمة ليست هي السعر أو التكلفة بالرغم من تساويهما أحيانا، وتمثل القيمة أيضا المنافع المستقبلية المتوقعة من إمتلاك شيء، وتسمى لدي البائع بالقيمة السوقية المتفق عليها ولدي المشتري بالتكلفة<sup>2</sup>.

والقيمة السوقية العادلة هي أكثر الأساليب إستخداما مع أصول الملكية الفكرية لكونها السعر الذي يمكن عنده تبادل الأصل بين البائع والمشتري برضاء دون إكراه مع معرفة الحقائق المتصلة بعملية التبادل وهي تناسب طبيعة أصول الملكية الفكرية الغير ملموسة، وهي تساوي القيمة الحالية للمنافع الاقتصادية المستقبلية الناتجة عن ملكية أصل الملكية الفكرية ونستطيع القول بأنه: " كم تساوي القيمة الحالية للأصل مقابل المنافع الاقتصادية المستقبلية هو جوهر تقييم أصول الملكية الفكرية"<sup>3</sup>.

### طرق تقييم أصول الملكية الفكرية Methods of Valuation:

تقسم طرق تقييم أصول الملكية الفكرية إلي إسلوبين رئيسيين: إسلوب التقييم الكمي وإسلوب التقييم النوعي (Quantitative and Qualitative Methods)، والتقييم الكمي هو محاولة لحساب القيمة النقدية أو الإقتصادية لأصل الملكية الفكرية بإستخدام أرقام وبيانات قابلة للقياس، أما التقييم النوعي فهو تقييم تفسيري شخصي لا يظهر في شكل قيم نقدية ويقوم علي تحليل لخصائص الأصل محل التقييم وإستخدامه الحالي المناسب للأصل ويعطي مؤشر للقيمة من خلال نسب ودرجات وترتيب Rating and Scoring، ويمتاز بأنه لا يهمل العناصر الغير قابلة للقياس فقد تكون ذات قيمة كبيرة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Ibid.p118

<sup>2</sup> عشري، عيد(٢٠١٦). "التقييم الاقتصادي لاصول الملكية الفكرية"، مرجع سابق. ص ٨٤.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق. ص ٨٥.

<sup>4</sup> نفس المرجع السابق. ص ١٢٠.

### أولاً: الأسلوب الكمي لتقييم أصول الملكية الفكرية

يعتمد الأسلوب الكمي لتقييم أصول الملكية الفكرية علي ثلاث طرق للتقييم وهي ( التكلفة- السوق- الدخل) ويعتمد إختيار إحدى هذه الطرق علي الغرض المطلوب من التقييم والمعلومات ذات الصلة المتوفرة<sup>1</sup>:

#### طريقة التقييم بمقياس التكلفة:

أي مشروع لن يستثمر في أي أصل ملموس أو غير ملموس إلا إذا توقع عائداً من هذا الإستثمار يفوق تكاليفه، وطريقة التكلفة تبحث عن مقياس لتقييم أصل معين بتقدير تكلفة إستبدال هذا الأصل أو إعادة إنتاجه، مع خصم مقدار إنخفاض القيمة نتيجة الإستهلاك المادي والظروف الإقتصادية<sup>2</sup>.

وهذه الطريقة تستخدم في حالة عدم توافر معلومات عن أصول مشابهة، وتستخدم طريقة التكلفة لأغراض المحاسبة وإمساك الدفاتر، ويتم فرض إستخدامها بواسطة المحاسبة الضريبية، ومن مزاياها ان أصول الملكية الفكرية تكون واضحة بدفاتر الشركة، وأهم عيوبها أن التكلفة لا تأخذ في الإعتبار حجم التدفقات أو المنافع الإقتصادية المستقبلية للأصل محل التقييم، وهي لا تناسب غالباً إلا الأصول المستخدمة داخل الشركة<sup>3</sup>.

#### طريقة التقييم المعتمدة علي السوق:

طريقة السوق لتقييم أصل ملكية فكرية تعتمد علي سعر التبادل الذي تم في السوق لأصل مماثل وقت القيام بهذا التقييم وتأخذه كثمان إسترشادي<sup>4</sup>، ومن وجه نظر هذه الطريقة فإن السعر الصحيح للإختراع أو العلامة التجارية أو التصميم الصناعي لا علاقة له بتكاليف إنتاجهم ولا أيضاً بالفوائد التي من الممكن أن يحصل عليها مستخدم هذا الأصل، ولكن السعر مرتبط فقط بسعر السوق الذي تم به بيع أصل مماثل.

وتستخدم هذه الطريقة عندما يكون سعر التبادل لأصل مماثل معروفاً، ولكن لسوء الحظ فإن سعر التبادل غالباً لا يكون معروفاً، فالبيع يتم بسرية تامة، كما أن الإختراع أو العلامة التجارية لم يكن الغرض من إنتاجها هو البيع، وهناك ظروف أخرى تحدها كطبيعة المشتري ومهارات التفاوض والتأثيرات الحادة لإرتفاع

<sup>1</sup> Gadallah, Yasser M. (2016)."Intellectual Property and Competitiveness of SME", op.cit.p119.

<sup>2</sup> Ibid.p119.

<sup>3</sup> عشري، عيد(٢٠١٦). "التقييم الاقتصادي لاصول الملكية الفكرية"، مرجع سابق. ص ١٢٧.

<sup>4</sup> Gadallah, Yasser M. (2016)."Intellectual Property and Competitiveness of SME", op.cit.p121.

وإنخفاض السوق والتكنولوجيا الجديدة التي ليس لها مثل بعد، لذلك فتطبيق هذه الطريقة يكون محدود جدا.

### طريقة التقييم المعتمدة علي الدخل:

وطريق الدخل تحدد القيمة بتقدير الفوائد المستقبلية المحتملة" الفائدة المتوقعة"، وترتكز هذه الطريقة علي عوائد التشغيل التي يمكن أن يحصل عليها المستخدم، ولكن يجب أن نعي أن عوائد التشغيل لا تتأثر فقط بأصول الملكية الفكرية ولكن أيضا بعوامل أخرى مثل الإدارة وأسلوب الإنتاج وعوامل السوق والعملية<sup>1</sup>، وأيضا عندما نربط الفائدة المحتملة بعوائد التشغيل فإن القيمة المحسوبة لأصول الملكية الفكرية لن تكون مساوية تماما لعوائد التشغيل ولكن تتناسب معها فقط.

### تطبيق طريقة التقييم المعتمدة علي الدخل لتقييم أصل ملكية فكرية:

نموذج التطبيق يعتبر أن أصول الملكية الفكرية بمثابة مقدار من رأس المال تم إيداعه في البنك لكي يدر فائدة، وهذه الفائدة تحدد طبقا لمقدار رأس المال المودع، وعكسيا بمعرفة مقدار الفائدة يمكن أن نحسب أصل المبلغ المودع، وإذا إعتبرنا أن أصول الملكية الفكرية ستدر عائدا مستقبليا فيمكن إعتبار هذا العائد كفائدة البنك ومنها نستطيع تحديد قيمة الاصل، ولكن بإيداع مبلغ في البنك فإن معدل الفائدة يكون مستقرا وآمن بعكس عوائد أصول الملكية الفكرية والتي يمكن أن تتأثر بعوامل أخرى مثل الإدارة ونظام الإنتاج والسوق والعملية لذلك فهذا العائد يتعرض لمخاطر كبيرة فيجب ان يكون العائد المتوقع من أصل الملكية الفكرية أكبر من مقدار الفائدة المتحصلة من البنك<sup>2</sup>.

ويمكن أن نحصل علي القيمة الحالية لأصل الملكية الفكرية بخفض العائد المستقبلي من أصول الملكية الفكرية بمعدل تخفيض أعلي من معدل الفائدة البنكية والذي يمكن تحديده بتطبيق المعادلة التالية<sup>3</sup>:

$$V = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+i)^t}$$

V = قيمة أصل الملكية الفكرية الذي نقوم بتقييمه

$R_t$  = دخل أصل الملكية الفكرية في سنه (t)

t = سنه معينة في المستقبل

n = المدة التي يمكن أن تتحقق خلالها الإيرادات

<sup>1</sup> Gadallah, Yasser M. (2016)."Intellectual Property and Competitiveness of SME", op.cit.p120.

<sup>2</sup> Ibid.p120.

<sup>3</sup> Ibid.p120.

$i =$  معدل الخصم

ولتقييم أصل ملكية فكرية بطريقة الدخل يجب تحديد ٣ عوامل من العوامل المجهولة اولهم الدخل في السنوات القادمة ومعدل الخصم والمدة التي سوف يتحقق خلالها الدخل:

- مقدار الدخل من أصل الملكية الفكرية في السنوات القادمة يعتمد تقديره علي التنبؤات ويراعي وضع تقدير أكبر قيمة لمعادلة أخطار الإستثمارفي أصل الملكية الفكرية.
- معدل الخصم وهو أصعب واجبات القائم بالتقدير<sup>١</sup>.
- المدة التي يتوقع تحقيق الدخل خلالها ( عندما نستغل إختراع إقتصاديا فإن العائد يكون كبيرا بداية دخوله السوق حتي يصل لمستوي التشبع ثم يتدخل المنافسون وتصبح هذه التكنولوجيا وقد عفا عليها الزمن).

### ثانيا: الأسلوب النوعي لتقييم أصول الملكية الفكرية

تعتمد هذه الطريقة علي أسلوب الترتيب والتصنيف (Rating & Scoring) متعدد المؤشرات للوصول لترتيب رقمي لأصول الملكية الفكرية، وهذه الطريقة تقدم دليلا إسترشاديا للقيمة من خلال تصنيف وترتيب العوامل والخصائص الخاصة بأصل فكري معين، هذه العوامل تسمى مؤشرات القيمة، وهي مفيدة لترتيب محفظة أصول الشركة وتقييم مدي ربحيتها أو مقارنتها بالمنافسين<sup>٢</sup>، تمتاز هذه الطريقة بالسهولة، إلا أن أهم عيوبها أنها أسلوب شخصي ويتوقف علي مستوى خبرة القائمين بها، وهناك نموذجان هما:

١- أسلوب النقاط (IP- Scoring) وهو أسلوب يستخدم لتقييم براءات الإختراع او محفظة البراءات داخل الشركة، وهذه الطريقة توفر إطارا مفيدا لتقييم براءات الإختراع إستراتيجيا، وتقسم معايير الترتيب الي خمس فئات ( قانونية- تكنولوجية- السوق- المالية- الإستراتيجية)، كل فئة تقيم بمجموعة أسئلة مرتبطة بمؤشرات قيم مختلفة تصنف معدل قوة وضعف براءة الاختراع، وهي تعطي صورة كاملة للبراءة بما في ذلك المخاطر النسبية وفرص الإستغلال في هيئة نقاط<sup>٣</sup>.

٢- أسلوب التحليل (PRISM) وهذه الطريقة تعتبر أداة تحليل لتقييم محافظ الشركات بغرض زيادة قيمتها التجارية، ويتم بها دراسة عدة عوامل مثل: ( مجال تغطية براءة الإختراع، الحماية، الربحية، نمو الإيرادات، سمات البراءة، تبنى الصناعة، الوضع التنافسي أو قدرات الشركة)، ويتم عمل

<sup>١</sup> Ibid.p120.

<sup>٢</sup> عشري، عيد(٢٠١٦). "التقييم الاقتصادي لاصول الملكية الفكرية"، مرجع سابق. ص ١٥٤

<sup>٣</sup> نفس المرجع السابق. ص ١٥٤.

تصنيف لبراءات الإختراع باستخدام اربعة نظم إدارية أساسية هي: (الإحتكار- الحماية- الترخيص- المشاريع المشتركة) ولا تظهر نتائج التقييم النوعية كقيم مالية ولكنها مجرد مؤشرات لخدمة الأهداف الإدارية والإستراتيجية للشركات.

### الخلاصة والاستنتاجات:

- ١- من الأمور الهامة قبل إجراء عملية التبادل لأحد أصول الملكية الفكرية هو القدرة علي حمايتها وتقويتها، فبمجرد نزول المنتج الي السوق ونجاح تسويقه فإن المنافسين سيحاولون التقليد وإنتاج آخر مماثل وأقل سعرا مما يسبب خسائر كبيرة.
- ٢- إختيار طريقة التسويق لأصول الملكية الفكرية ليست بالأمر الهين، فهي تحتاج إلي دراسة متأنية وإستشارة لإختيار أنسب الأساليب للتسويق من تنازل أو ترخيص أو شراكة مع مراعاة التوقيت وحسابات السوق.
- ٣- يجب علي الحكومات وضع سياسة للتوعية والدعم في مجال الملكية الفكرية، والتخطيط لإعداد فريق من الخبراء المؤهلين والمدربين والقادرين علي القيام بهذا الواجب القومي، ويفضل إنشاء مكاتب حكومية متخصصة برعاية الملكية الفكرية.
- ٤- يجب الإهتمام بتقديم الدعم الفني والتدريب المتخصص للهيئات القضائية ومكاتب المحاماه المعنية بالملكية الفكرية، فهم أول من يقابلهم صاحب المشروع التجاري أو الصناعي سواء لتسجيل ملكيته الفكرية أو لطلب الحماية ومجابهة أي إنتهاك لحقوقه الفكرية.
- ٥- نظراً لأهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الإقتصاد القومي، فيجب التنسيق بين مسؤولي هذه المشروعات والجهات المختصة بالملكية الفكرية لتفعيل دورها في إستغلال حقوق الملكية الفكرية ومجابهة تحدياتها.

## قائمة المراجع:

## أولاً: المراجع العربية

١. الإبراشي، محمد عطيه (١٩٤٦). "جان جاك روسو المصلح الإجتماعي"، دار إحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركاه، القاهرة، مصر.
٢. جانو، أسيمه (٢٠٠٦). "موسوعة الألف عام: شخصيات صنعت التاريخ"، دار المعارف، القاهرة، مصر.
٣. جاد الله، ياسر (٢٠١٦). "براءات الاختراع"، المعهد القومي للملكية الفكرية- جامعة حلوان، القاهرة، مصر.
٤. القليوبي، سميحة (٢٠١٦). "الملكية الصناعية"، الطبعة العاشرة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
٥. فايد، عابد (٢٠١٦). "عقود استغلال حقوق الملكية الفكرية والإبداع"، المعهد القومي للملكية الفكرية- جامعة حلوان، القاهرة، مصر.
٦. عشري، عيد (٢٠١٦). "التقييم الاقتصادي لأصول الملكية الفكرية"، الطبعة الأولى، المعهد القومي للملكية الفكرية- جامعة حلوان، القاهرة، مصر.
٧. القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، "حماية حقوق الملكية الفكرية" (٢٠٠٢). الطبعة الثانية عشر، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية، القاهرة، مصر.

## ثانياً: المراجع الاجنبية

1. Gadallah, Yasser M. (2016). "Intellectual Property and Competitiveness of SME", first issue, Chinese Egyptian Research Center, Helwan University, Cairo, Egypt.
2. Kamiyama, S., J. Sheehan and C. Martinez (2006/5). "Valuation and Exploitation of Intellectual Property", OECD Directorate for science, Technology and Industry, Paris, France. STI Working Paper.
3. Gail E., Evans (2011). "Intellectual Property Commercialization; Policy Options and Practical Instrumentations", United Nations Publication, New York, USA.
4. OECD, Paris 2011. SME Innovation and Intellectual Asset Management in Creative and Selected Manufacturing and Service Industries, Final Report, Working Party on SME and Entrepreneurship.
5. United States Code: Title 35, Section 41(H) (I).
6. Commission of European Communities, "Intellectual Property Rights and Innovation in Small and Medium Size Enterprises", WIPO, Jan. 2004.

7. Ghafele,R.(2004)." Getting a Grip on Accounting and Intellectual Property", WIPO. Available at:  
[www.wipo.int/sme/en/documents/ip\\_accounting.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/ip_accounting.html).