

CDIP/16/INF/4

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 30 سبتمبر 2015

## اللجنة المعنية بالتنمية والملكية الفكرية

### الدورة السادسة عشرة

جنيف، من 9 إلى 13 نوفمبر 2015

### ملخص عن دليل تسويق الملكية الفكرية

من إعداد السيد غاري ن. كيلير، الرئيس التنفيذي لشركة كزوميكس المحدودة (Xomix Ltd)، شيكاغو، الولايات المتحدة الأمريكية<sup>1</sup>

1. تتضمن هذه الوثيقة ملخصاً عن دليل تسويق الملكية الفكرية، الذي أُعدّ في سياق المشروع بشأن بنية دعم الابتكار ونقل التكنولوجيا للمؤسسات الوطنية (الوثيقة CDIP/3/INF/2). وقد أعدّ الدليل السيد غاري ن. كيلير، الرئيس التنفيذي لشركة كزوميكس المحدودة (Xomix Ltd)، شيكاغو، الولايات المتحدة الأمريكية.

2. إن اللجنة المعنية بالتنمية والملكية الفكرية مدعوة إلى الإحاطة علماً بالمعلومات الواردة في هذه الوثيقة.

<sup>1</sup> إن الآراء الواردة في الدليل آراء الكاتب، ولا تعبر بالضرورة عن آراء أمانة الويبو أو الدول الأعضاء فيها.

## ملخص عملي

إن الابتكار والملكية الفكرية حافزان اقتصاديان للاقتصاد العالمي المعاصر. فهذان القطاعان يشكلان محركين قويين لعجلة النمو الاقتصادي وبشران الازدهار في العالم أجمع، وليس فقط في بضعة بلدان. وتعمل اللجنة المعنية بالتنمية والملكية الفكرية التابعة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) على تعزيز التعاون عبر الحدود الجغرافية في مجال الابتكار. والغرض من هذا الدليل تنفيذ واحدة من التوصيات الرئيسية التي قدمتها لجنة التنمية بشأن المساعدة التقنية وتكوين الكفاءات. وبدأ تطوير دليل تسويق الملكية الفكرية خلال الاجتماع الافتتاحي لجمعية خبراء التراخيص التابعة للدول العربية الذي عُقد في الرياض، في المملكة العربية السعودية، من 24 إلى 26 أبريل 2012. ومن ثم أعدّ الدليل بإشراف السيد علي الجزائري، كبير المستشارين، في شعبة التعاون الدولي لنظام معاهدة التعاون بشأن البراءات، قطاع البراءات والتكنولوجيا في الويبو.

ويتناول هذا الدليل موضوع تسويق الملكية الفكرية ويركّز على ترجمة الابتكارات الأكاديمية إلى منتجات تجارية وشركات ناشئة. والجامعات هي من أبرز المصادر المتنامية للمعارف والتكنولوجيات الجديدة ولها دورها في الابتكار التكنولوجي ونقل التكنولوجيا وتسويق الملكية الفكرية المتأنية من أنشطة البحث والتطوير. ويُرَاد من هذا الدليل أن يكون مورداً رئيسياً تسترشد به الدول النامية والناشئة للانتقال من اكتشاف الأفكار والتكنولوجيات إلى تسويقها.

ويعني تسويق الملكية الفكرية جني المال من الأفكار. فلا قيمة للفكرة بحد ذاتها إلى أن يحولها صاحبها إلى مادة ملموسة وإلى أن تثبت فائدتها، بحيث يدفع الآخرون المال لاستخدام المنتج أو رؤيته أو قراءته أو التعرف عليه أو سماعه. ويُعرّف تسويق الملكية الفكرية على أنه سلسلة مترابطة من الأنشطة والإجراءات التي تكفل حماية الأفكار والاختراعات والابتكارات وإدارتها وتقييمها وتطويرها ومنحها قيمة مضافة لتطبيقها عملياً. وتؤدي النماذج الأولية والعمليات المطبقة إلى تمكين رواد الأعمال والشركات الناشئة والشركات القائمة والحكومات من تطوير منتجات وخدمات تولّد منافع اقتصادية واجتماعية.

وشكّل تحويل التكنولوجيات من نتائج البحوث التي تجري في المؤسسات الأكاديمية مصدر الاختراعات والمنتجات والشركات منذ أن وجدت البحوث الجامعية ورواد الأعمال. ويتطلب تسويق التكنولوجيات على شكل منتجات ووجود شركات تسوّق هذه المنتجات بناءً على حقوق الملكية الفكرية، سلسلة مترابطة من الأنشطة لصقل هذه الاختراعات وإثبات نجاعتها وتحسينها. وضمّت هذه المجموعة من المعلومات ودراسات الحالة للمساعدة في توجيه تطوير نتائج البحوث وللإرشاد إلى الطريق السليم للحصول على ترخيص أو تأسيس شركة ناشئة أو شركة منبثقة.

ومن الضروري استحداث الهيكل اللازم لإنشاء كتلة كبيرة من الشركات لتسريع معدل التسويق، إلى جانب الاهتمام بالقضايا التي تتعلق ببعد من أبعاد تكنولوجيا ما وحقوق الملكية الفكرية المرتبطة بها. ويحدّد الدليل شروط تسويق الاختراعات الجامعية ونتائج البحوث والدراسة العملية، ومساره ومنهجيته، وتطوير التعاون ومسارات التمويل لإنجاحها.

وأعدّ الدليل بالتعاون مع فريق رئيسي من المستشارين، والمساهمين الرئيسيين والمستعرضين والمنقحين. وتود أن تتقدم بالشكر إلى جميع من دعموا عملية التجميع هذه للمعارف والموارد لأجل استحداث هيكل جديد ووسائل لتحسين نشر الموارد المتوفرة في الويبو وعملاً لنقل المعارف والتغيير التكنولوجي والأثر الاقتصادي.

[نهاية الوثيقة]