

فاعلية استخدام أصول الملكية الفكرية

في تعزيز القدرة التنافسية لمؤسسات قطاع الصناعات التقليدية والحرفية

The effectiveness of Intellectual property assets utilization in supporting the enterprise competitiveness of traditional and handcraft sector

أ.د. بوشنافة أحمد

جماعي أم كلثوم

محمد طاهري محمد - بشار - الجزائر

محمد طاهري محمد - بشار - الجزائر

ahmedbouchenafa0@gmail.com

omkalthom29@gmail.com

ملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى النظر في الكيفية التي تمكن أصول الملكية الفكرية من تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة قطاع الصناعات التقليدية والحرفية). فالملكية الفكرية وحماتها مسألة رئيسية في جميع القطاعات حيث يكون إنتاج الفكر عاملاً حاسماً، ولا تفلت الحرفية عموماً والحرف التقليدية بوجه خاص من هذه القاعدة. ولبلوغ هذه الغاية اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي ضم بعض ما ورد في الأدبيات الإدارية والمتعلقة بموضوع البحث من خلال التطرق إلى الأطار المفاهيمي لكل من الصناعات التقليدية والحرفية، أصول الملكية الفكرية ودور هذه الأخيرة في تعزيز القدرة التنافسية لمؤسسات الصناعات التقليدية والحرفية، ومن بين النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة هي تبادل الخبرات والمعلومات الحديثة في مجال الملكية الفكرية المخلة بالمنافسة محلياً ودولياً، ونشر الوعي بأهمية الملكية الفكرية التنافسية.

كلمات مفتاحية: القدرة التنافسية، براءة الاختراع، الصناعات التقليدية والحرفية، العلامة التجارية، الملكية الفكرية.

Abstract

This paper aims to spotlight on how Intellectual Property Assets (IPA) may support the competitiveness of small and medium enterprises, in the case of the traditional and handcraft Industries. So, The protection of Intellectual property is an essential in all sectors, so that the intellectual creativity is a decisive, particularly in the sector of traditional handcrafts. To reinforce our study, we analyze some studies related to the role of IPA in supporting the competitiveness of the traditional industries and handcrafts, and conclude that the dissemination of the concept of intellectual property and sensitization of artisans is vital for the development of this sector.

Key words: Competitiveness, patent, traditional craft industries, brand, intellectual property.

JEL Classification: O34, P14.

مقدمة: تقتضي الحرف التقليدية تقنيات ومهارات ومعارف متخصصة وتقليدية تكون في غالب الأحيان بالغة القدم ومتوارثة من جيل إلى آخر. ويمكن أن تكون المصنوعات التقليدية أشكال تعبير ثقافي تقليدي في تصميمها ومظهرها وأسلوبها ويمكنها أن تنطوي أي ضا على معارف تقليدية كامنة في المهارات والدراية المستخدمة لإنتاجها. تُعد المصنوعات اليدوية، أصولا ثقافية واجتماعية وتاريخية قيمة للمجتمعات التي تحافظ عليها وتمارسها وتطورها؛ وهي تُعد كذلك أصولا اقتصادية يمكن استخدامها أو تسويقها أو ترخيصها لتوليد الدخل وتحقيق التنمية الاقتصادية. ولكنّ المؤسف في الأمر هو أنّ التقنيات التقليدية-وما يرتبط بالمصنوعات اليدوية من تصميم وسمعة وأسلوب -تتعرض للتقليد والتملك غير المشروع. وفي كثير من الأحيان تتسبب النسخ المقلدة الرخيصة في تقييض مبيعات المصنوعات اليدوية التقليدية وتشويه السمعة الخاصة بنوعية المنتجات الأصلية. لذا ينبغي لمؤسسات الصناعات التقليدية والحرفية في جميع الحالات النظر في أفضل السبل لاستغلال نظام الملكية الفكرية بما يخدم مصالحها. ويجدر التذكير بأن الملكية الفكرية قد تساعد الصناعات التقليدية والحرفية في حل جوانب التطور التجاري والاستراتيجية التنافسية: من تطوير المنتج إلى تصميمه ومن تقديم الخدمة إلى التسويق ومن حشد الموارد المالية إلى التصدير أو توسيع المشروع التجاري في الخارج عبر الترخيص أو الامتياز.

الاشكالية: انطلاقا لما سبق فإن اشكالية هذه الدراسة تتمحور حول: ما مدى مساهمة أصول الملكية الفكرية في

تعزيز القدرة التنافسية لمؤسسات قطاع الصناعات التقليدية والحرفية؟

- **التساؤلات الفرعية:** تنفرع من الاشكالية الرئيسية تساؤلات فرعية وهي:

- ما مفهوم القيمة الاقتصادية للصناعات التقليدية والحرف اليدوية؟

- كيف يمكن لحقوق الملكية الفكرية أن تخلق القيمة للصناعات التقليدية والحرفية ؟

- ماهي سبل تحقيق أفضل المزايا من خلال الملكية الفكرية للمؤسسات ؟

أهداف الدراسة: إن المحرك الرئيسي لمؤسسات الأعمال الناجحة في القرن الحادي والعشرين هو المعرفة الجديدة أو الأصلية والتعبير الخلاّق عن الأفكار. وعليه، فقد أصبحت حماية تلك المعرفة وذلك التعبير الخلاّق من الكشف غير المقصود أو الانتفاع غير المصرّح به على يد المنافسين أمراً حاسماً لتعزيز قدرتها التنافسية والحفاظ عليها.

أهمية الدراسة: قطاع الصناعة التقليدية يعد من الركائز الأساسية للتنمية الاقتصادية باعتباره قطاعا مشغلا، له مساهماته في الناتج القومي، فضلا عن أنه يشكل خزانة حقيقيا للتراث الحرفي والمهارات الفنية التي أفرزتها الحضارات الانسانية على مر العصور لذا يتوجب حمايتها من خلال أصول الفكرية والتي أصبحت عنصرا رئيسيا في مواجهة المنافسة في السوق في الاقتصاد القائم على المعرفة.

منهج الدراسة: إستدعت الإجابة عن الإشكالية المطروحة في البحث إستخدام المنهج الوصفي في الأجزاء المرتبطة بتقديم المفاهيم، الخصائص والأهمية، وذلك من خلال دراسة كل من الملكية الفكرية وكذا قطاع الصناعة التقليدية، والمنهج التحليلي في الجوانب الخاصة بعلاقة أصول الملكية الفكرية بالقدرة التنافسية لمؤسسات قطاع الصناعات التقليدية والحرفية ، ولمعالجة هذا الموضوع تم التطرق إلى النقاط التالي:

- أصول الملكية الفكرية؛
- الصناعات التقليدية والحرف؛
- مساهمة أصول الملكية الفكرية في تعزيز القدرة التنافسية لمؤسسات قطاع الصناعات التقليدية والحرفية.

1. أصول الملكية الفكرية

1.1. مفهوم الملكية الفكرية: حاول كثيرون وضع تعريفات مختلفة لإزالة الغموض الذي يكتنف هذه الملكية، حيث أنها دخلت حديثا كمصطلح قانوني جديد فرضته التطورات المتلاحقة في العلوم التكنولوجية، والتي أصبحت تشكل عاملا أساسيا في التقدم الاقتصادي والاجتماعي، ومن جملة تلك التعريفات تعرض كما يلي: قيل إن: كلمة ملكية قد جاءت من الكلمة اللاتينية 'propruis' والتي تعني حق المالك أي حقوق الانسان فيما يتعلق بثمرة فكره (Philips و Fifth، 1990)، ومصطلح فكري" فهي صفة من اللاتينية 'Intellectualas' وتعني أي ضا غير مادي ، غير محسوس وماله حقيقة معنوية بالاستقلال عن أي دعم مادي اما الحق الفكري أو الذهني اسم يعطى احيانا للملكيات غير المادية وموضوعها فكري صرف وغير مادي بحت. والملكية الفكرية تعبير عام يشتمل على الملكية الادبية والفنية والملكية الصناعية وهي ما لا يتعلق بتحقيق عمل وانما بتصوره بخلاف مادي". عرف صلاح زين الدين الملكية الفكرية على أنها "مصطلح قانوني يدل على ما ينتجه العقل البشري من أفكار محددة تتم ترجمتها إلى أشياء ملموسة فيدخل في نطاقها كافة الحقوق الناتجة عن النشاط الفكري لإنسان في الحقول الفنية والأدبية والعلمية والصناعية والتجارية وما شابه، فالحقوق الفكرية إذن تتسع لتشمل كل ما يوجد به عقل الانسان من خلال ما يتحلى به من ملكية فكرية وقريحة ذهنية" (الدين، 2004). كما يعرفها يونس عرب" هي أي ضا القواعد القانونية المقررة لحماية الابداع الفكري المفرغ ضمن مصنفات مدركة (الملكية الفكرية الفنية والادبية) أو حماية العناصر المعنوية للمشاريع الصناعية والتجارية "الملكية الصناعية" (عرب، 2001). بينما يعرفها المركز المصري للملكية الفكرية وتكنولوجيا المعلومات على أنها "كل ما ينتجه ويبدعه العقل والذهن الانساني فهي الأفكار التي تتجسد في أشكال ملموسة يمكن حمايتها ويتمثل في الابداعات الفكرية والعقلية والابتكارات مثل الاختراعات والعلامات والرسوم والنماذج وتصميمات الدوائر المتكاملة" (حمدالله، 2010).

تتضمن عبارة "الملكية الفكرية" كل ما له علاقة بإبداعات العقل كالاختراعات والأعمال الأدبية والفنية والأسماء والرسوم المستخدمة في التجارة (WIPO, ND). كما تنص بعض التعاريف على كل من برمجيات الكمبيوتر، عروض السينما وأنواع الشاشات والتوزيعات الموسيقية المكتوبة والتركيبات الكيميائية الخاصة بعقار (دواء) جديد (W.L.Hill, 1997).

أما عبارة "حقوق الملكية الفكرية" فتعني السماح للمبدع أو المالك لبراءة الاختراع أو علامة أو أي عمل محمي بحقوق المؤلف أن يستفيد من عمله أو استثماره. وقد تم الاعتراف بهذه الحقوق في المادة 27 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي يستأثر الفرد بحماية نتائج أعماله المادية أو المعنوية التي تدخل في أي عملية إنتاج علمي أو أدبي أو فني يكون هو مصدره. (WIPO, ND)

2.1. خصائص حقوق الملكية الفكرية: تتميز حقوق الملكية الفكرية عن باقي الحقوق بخاصيتين هامتين هما (محمود، 2001):

أ. **خاصية عدم الإدراك المادي:** تشير إلى أن الملكية الفكرية تنصرف إلى ما هو غير ملموس مادياً، فهي تتعلق بالمعرفة والمعلومة التي يمكن إدماجها أو تجسيدها في الأشياء الملموسة، ويعرف تطبيق المعرفة والمعلومة بالتكنولوجيا.

ب. **خاصية الحماية محددة الزمن:** تعني أن الحماية المقدمة لحقوق الملكية الفكرية محددة الزمن.

ينبغي الإشارة إلى أن أغلب قوانين الملكية الفكرية محلية، بمعنى أن لكل دولة الحرية في وضع التشريع الذي يناسب خصائصها الاجتماعية، الثقافية والإقتصادية وأهدافها التنموية، ومن ثم فقوانين الحماية للملكية الفكرية تختلف من دولة لأخرى مما يشكل للمخترع مصدراً مقلقاً، لأن من أكثر الملامح الهامة والمميزة للمعرفة قدرتها على تجاوز الحدود القومية والجغرافية بسهولة.

3.1. أهمية حقوق الملكية الفكرية: تتجلى الأهمية البالغة للحقوق الفكرية باعتبارها تؤدي (أبوغزالة، 1998):

تشجيع المنافسة المشروعة؛ منع المنافسة غير المشروعة؛ منع سائر ضروب الغش؛ محاربة التقليد والتزوير؛ تشجيع الابتكار والإبداع وصنع المعرفة؛ تحفيز الأمم إلى الأخذ بأسباب التطور والتقدم والازدهار عن طريق الابتكار لا عن طريق التقليد؛ الوصول إلى التكنولوجيا والتقنيات المتقدمة بدلاً من العيش على التكنولوجيا والتقنيات المتقدمة.

4.1. أصول الملكية الفكرية: عموماً للملكية الفكرية أصناف حددت الويبو لكل صنف تعريفاً كالتالي:

أ. **براءة الاختراع (Patent):** وهي "حق استثنائي يمنح لاختراع هو منتج أو طريقة صنع جديدة لفعل شيء ما أو إتاحة حل جديد لمشكلة تقنية، وتوفر البراءة حماية الاختراع لمالكها طوال مدة محدودة تصل إلى 20 سنة (الويبو، بدون سنة نشر)". وفي الولايات المتحدة الأمريكية ينص قانونها على أن الذي "يخترع أو يكتشف أي عملية جيدة ومفيدة، أو آلة أو سلعة مصنوعة، أو تركيباً مادياً، أو أي تحسين جديد ومفيد من ذلك القبيل يمنح

امتيازاً" (الشهابي، 2001). ومفاد ذلك أن هذا القانون يمنح المخترع الحق في منع الغير من تقليد العمل نفسه أو استخدامه لأغراض تجارية (استيراداً أو تصديراً) أو أي غرض آخر دون الحصول على ترخيص من صاحب الاختراع.

ب. **العلامة التجارية:** إن العلامة التجارية أو الإسم التجاري هو بمثابة إشارة مميزة توضع على بعض السلع أو الخدمات للدلالة على أن شخصاً محديداً أو شركة ما ينتجها. وتتغير مدة حماية العلامة التجارية ولكن يمكن تمديدتها إلى مالا نهاية (الويبو، بدون سنة نشر).

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

ث. **حقوق المؤلف والحقوق المجاورة:** يعد حق المؤلف مدلولاً قانونياً يصف الحقوق الممنوحة للمبدعين من أجل أعمالهم الأدبية والفنية ويندرج في ذلك برامج الحاسوب. أما الحقوق المجاورة فتمنح لفناني الأداء ومنتجي التسجيلات الصوتية ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون فيما يقدم من برامج على الأثير (الويبو، بدون سنة نشر). وتتمتع الأعمال الفنية والأدبية بالحماية مهما كان أسلوب التعبير عنها على أن تكون تلك الأعمال فريدة من نوعها بمعنى أنها أصيلة. وتشمل الأعمال المحمية ما يلي: حقوق النسخ: إعادة استنساخ العمل؛ حقوق الأداء: أداء العمل أمام الجمهور كالمسرحيات والحفلات الموسيقية؛ حقوق التسجيل: التسجيل الصوتي مثل أسطوانات الغراموفون Gramophone والفونوغراف Phonograph؛ حقوق الأشرطة السينمائية؛ حقوق البث الإذاعي؛ حقوق الترجمة والاقتباس (الويبو، بدون سنة نشر).

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

ح. **الأسرار التجارية:** وهي المعلومات المكتومة أي التي لم يكشف عنها. وهذه المعلومات محمية لا يعرفها كافة الأشخاص الذين يتعاملون مع هذا النوع من المعلومات أو لا يمكن الحصول عليها بسهولة ولها قيمة تجارية وهذا هو سبب سريتها (الويبو، بدون سنة نشر).

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

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

أما فيما يخص نشاط المؤسسة في الخارج فأصول الملكية الفكرية تتجسد فيما يلي:

ذ. **عقود التصدير (عقد الوكالة):** يعتبر التصدير من أو لى الحلول التي تتهدي إليها معظم منظمات الأعمال عندما تفكر في اقتحام الأسواق الدولية باعتبار أن الحلول الأخرى في غالب الأحيان تكون صالحة للمنظمات التي تحاول الحفاظ على الأسواق التي تم الدخول إليها (W.L.Hill، 1997). وعندما تتخذ المنظمة قرارا ببيع منتجاتها في الأسواق الدولية، فيمكنها أن تسلك إحدى الطريقتين:

- أن تسند البيع مباشرة لتجار الجملة أو التجزئة. وتعكس هذه الطريقة عملية التصدير المباشر حيث يكون المصدر مسئولا عن مجمل العملية من تحديد العميل إلى تحصيل النقود (W.Griffin و W.Pustay، 1996)؛

- أي جاد وكيل في سوق الدولة المستهدفة: تفرض بعض القوانين في الدول المستوردة على المصدر الأجنبي التعامل معها من خلال وكيل محلي في إطار ما يسمى بعقد الوكالة. ويعرف هذا الأخير على أنها: اتفاقية يتم توقيعها بين طرفين يكون فيها الطرف الأول هو المنتج أو المصدر إلى الطرف الثاني في بلد أجنبي أو منظمة أخرى محلية. وبموجب هذا العقد يفوض الطرف الأول الطرف الثاني (الوكيل) ببيع أو عقد الاتفاقيات ببيع سلع أو خدمات الطرف الأول إلى طرف ثالث وهو المستهلك أو المستخدم للسلعة أو الخدمة على أن يستفيد الوكيل من عمولة. وهذا يعني أن حقوق الوكيل بموجب العقد، تقتصر على العمولة المتفق عليها، أما ما سوى ذلك من الحقوق كالعلامة التجارية فتبقى للمصدر سيما إن كان هو منتج السلعة محل العقد. (الخصيري، 2001)، وثمة تمايز بين الوكيل التجاري والوكيل بالعمولة، إذ تتوفر في الأخير الخصائص المشار إليها آنفا (الحقوق، الالتزامات) بينما يمكن الوكيل التجاري أن يشتري البضاعة المتفق عليها لحسابه، ويكون عندئذ حرا في التصرف في كيفية البيع والسعر، كما أن الوكيل التجاري يكون وحيدا في البلد الذي ينتمي إليه (الخصيري، 2001).

ر. **الاستثمارات المشتركة:** في هذا النوع من الاستثمار تتخذ المنظمة قرارا مختلفا عن التصدير إذ توقع على الاتفاقية مع منظمة محلية النشاط أو منظمات أعمال أخرى دولية لإنجاز مشروع في بلد ثالث ينتمي إليه أحد

الشركاء (W.Griffin و W.Pustay، 1996) بهدف ترقية اهتمامهم المشتركة ويتم التفاهم بين طرفي أو أطراف المشروع على حصة كل منهم. وقد تكون هذه الحصة متساوية التكاليف والأرباح، أو قد تغيب الحصة عندما يساهم أحد الأطراف بالخبرة الفنية بدل الرأس المال. ووفقا لهذا النوع من المشاركة يستفيد البلد المضيف للاستثمار أو المشروع من التكنولوجيا والخبرات الفنية والمعارف العلمية والتدريب. وهذه كلها يمنحها الشركاء الأجانب. أما الشريك المحلي فيقدم المعلومات اللازمة عن السوق. (الخضيري، 2001)

ز. **التراخيص:** غالبا ما تلجأ منظمات الأعمال الصغيرة الحجم والتي تفتقر إلى الخبرة حول العمل في الساحة الدولية أو تلك التي تكون مواردها محدودة، أو عندما تخشى هذه المنظمات من التغيرات في المحيط الدولي، في مثل هذه الحالات تفضل هذه المنظمات التراخيص لكون هذه الطريقة أقل خطرا وتكلفة. (الخضيري، 2001) ولعقود التراخيص أشكال يمكن حصرها فيما يلي:

- **الترخيص الرئيسي:** من خلاله يستطيع حامل الترخيص أن يستخدم أحد حقوق الطرف المانح للترخيص كالتكنولوجيا، براءة الاختراع، الاسم التجاري أو العلامة التجارية، وذلك مقابل مبلغ يدفعه الطرف المحلي. (الخضيري، 2001) ومن أشهر منظمات الأعمال المانحة للتراخيص الرئيسية هي كوكاكولا، وسلسلة فنادق هيلتون وشيراتون.

- **العقود الإدارية:** ويستتبط من الاسم أن إدارة المشروع في هذه الحالة أهم من المشروع نفسه، إذ يتولى الطرف الأجنبي بعد إنجاز المشروع وتشغيله مهمة تدريب الموارد البشرية المحلية على إدارته قبل استلامه بصفة نهائية، وذلك مقابل أجر يتفق عليه يستلمه الطرف الأجنبي. (الخضيري، 2001).

- **حقوق الامتياز:** ينفرد عقد الامتياز بخاصية تتمثل في إعطاء الحق للطرف المرخص بمراقبة المرخص له عند استخدام الامتياز لإجباره على الخضوع لقوانينه. تتعلق هذه الرقابة بالتدخل في استراتيجية التسيير وفي كيفية التعامل مع الزبائن وفي قضايا أخرى يتم الاتفاق عليها. (W.L.Hill، 1997) وبموجب هذا النوع من العقود تدفع الشركة التي استفادت من الامتياز أجرا للطرف المانح له لتقوم ببيع سلعة أو خدمة هذا الأخير مع استخدام العلامة التجارية أو الاسم التجاري للشركة الأجنبية، ويكون الطرف صاحب الامتياز مصنعا أو تاجر تجزئة أو تاجر جملة أو مالك علامة تجارية. (الخضيري، 2001)

- **عقود تسليم المفتاح:** إن عقود تسليم المفتاح هي عملية تصدير من نوع خاص لا يكون موضوع التصدير فيها سلعا ملموسة وإنما إنشاء مشاريع. وترجم هذه العقود من طرف المنظمات المتخصصة في التصميم والبناء وهي معروفة بشكل خاص في مجال الكيمياء والصيدلة ومحطات تكرير النفط وتصفية المعادن وكل أنواع الصناعات التي تحتاج إلى تكنولوجيا مكلفة ومعقدة. ويعد قرار التوسع بهذه الطريقة لا غنى عنه في غابة من الأهمية بالنسبة للدول

التي تمتلك اليد العاملة المؤهلة القادرة على إدارة المشروع بعد الانتهاء منه وتسليمه سيما في الدول التي كانت ذات يوم تنظر إلى الاستثمار الأجنبي المباشر بشيء من الخوف وكثير من التردد، أو تلك التي تتعرض لأزمات اقتصادية أو عدم الاستقرار السياسي (W.L.Hill، 1997).

وتلتزم منظمات الأعمال الدولية التي توقع على هذا النوع من العقود بمسؤولية تسليم المشروع وكل ما يتعلق به إلى الطرف الثاني في العقد وتشغيله مقابل مبلغ متفق عليه. غير أنه يمكن أن يمتد الاتفاق إلى التزويد بالألات والمعدات. وتتميز عقود تسليم المفتاح باستمرار خدمات ما بعد التسليم كالصيانة والإدارة والتدريب ولكن عن طريق عقود مستقلة عن العقد الأساسي الذي أنجز بموجبه المشروع. (الخصيري، 2001).

وقد تصبح عقود تسليم المفتاح نقمة على مآلها عندما يصبح البلد المضيف نفسه مُصدرا للتقنية التي استوردها، فتخلق المنظمة المانحة لنفسها منافسا جديدا محتملا. وقد حدث هذا مع المنظمات الغربية التي صدرت للسعودية والكويت وبعض دول الخليج تكنولوجيا تكرير البترول. (W.L.Hill، 1997)

2. الصناعات التقليدية والحرفية

1.2. مفهوم الصناعات التقليدية والحرفية: فحسب PRODEC لا يوجد تعريف واحد للصناعات التقليدية لاختلاف الاستعمالات (الأهداف) التي توجد من أجلها هذه التعاريف (PRODEC، 1994). ولم يتوصل المركز الدولي للتجارة إلى أي تعريف مقبول عالميا، وهذا غير مستغرب إذا أدركنا عدد المتغيرات المسببة لذلك واختلاف الاستعمالات المرجوة من هذه التعاريف (CCI، 1993)، من جملة التعاريف المقدمة ما يلي:

أ. تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (CNUCED): قدمت CNUCED سنة 1969 تعريفا ميزت فيه الصناعة اليدوية عن الصناعة التقليدية كما يلي (PRODEC، 1994): "يطبق تعبير المنتجات المنتجة باليد على كل الوحدات المنتجة بمساعدة أدوات أو وسائل بسيطة وكل المعدات المستعملة من طرف الحرفي، والتي تحتوي في جزئها الأكبر على عمل اليد أو بمساعدة الرجل، في حين أن منتجات الصناعة التقليدية تتميز عن نظيرتها اليدوية بما يلي: الطابع التقليدي أو الفني الذي يعكس خصائص وتقاليد البلد المنتج؛ منتجات حرفيين يمارسون غالبا عملهم في المنزل.

ب. تعريف المجلس العالمي للصناعة التقليدية والحرف: قسم المجلس العالمي للصناعة التقليدية سنة 1974 الصناعة التقليدية إلى 4 مجموعات وهي (Jacques، 1984):

- الإبداعات ذات الطابع الفني: ويتعلق الأمر بالأنشطة التي تكون منتجاتها ذات محتوى إبداعي والتي يتطلب إنتاجها مهارات و تقنيات مرتفعة.

- **الفنون الشعبية والفلكلورية:** تعكس منتجاتها تعابير مستوحاة من تقاليد وثقافات محلية ووطنية وتتطلب درجة عالية من الكفاءة والتقنيات اليدوية.
- **الصناعات التقليدية:** وتشمل الورشات المنتجة لمنتجات ذات طابع تقليدي أصيل والمصنوعة يدويا ولكن بكميات كبيرة وفي حالة توسع هذه الورشات إلى غاية الوصول إلى تقسيم العمل لا تعتبر آنذاك منتجاتها موادا لصناعات تقليدية ولكن منتجات مصنوعة بالسلسلة تحمل ذوقا محليا وموجها إلى السوق الواسع؛
- **الإنتاج الصناعي:** وتخص كل نماذج الصناعات التقليدية أو المواد المعاد إنتاجها بواسطة آلات أو توماتيكية وبكميات كبيرة.
- **عرفت منظمة اليونسكو والمركز العالمي للتجارة الصناعة التقليدية** في ندوة (الحرف والسوق العالمي) المنعقدة في 8 أكتوبر 1997 بمانيلا بالفلبين الحرف التقليدية كالاتي: "يقصد بالمنتجات الحرفية المنتجات المصنوعة من طرف الحرفيين إما حصرا باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية، شرط أن تشكل المساهمة اليدوية للحرفي الجزء الأكبر من المنتج النهائي؛ هذه المنتجات تنتج من دون تحديد الكمية وباستخدام مواد أو لية مأخوذة من الموارد الطبيعية المستدامة وتستمد طبيعتها الخاصة من سماتها المتميزة والتي يمكن أن تكون منفعية، جمالية، فنية، إبداعية، ثقافية، زخرفية، رمزية وهامة، تعكس وجهة عقائدية أو اجتماعية وهذا ما يجعلها تلعب دورا اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا (Unesco، 2009).
- **تعريف منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO):** قد سمت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية الحرف اليدوية إلى أربعة أقسام وهذا وفقا للسوق المستهدف كما يلي (Unido، 2005).
- **الحرف التقليدية الجميلة:** هي التي تعبر منتجاتها عن الخصائص العرقية والتراث التقليدي حيث تكون ذات طابع فريد من نوعه، تنتج بالوحدة وتصنف ضمن الأعمال الفنية كما تعرض منتجاتها في المتاحف والمعارض الفنية ويتم شراؤها من قبل محبي جمع الآثار.
- **الحرف التقليدية:** وهي حرف تستخدم أساليب تقليدية وتكون منتجاتها مصنوعة يدويا باستعمال مواد أو لية تقليدية وتكنولوجيا، الفرق بينها وبين الحرف التقليدية الجميلة هي أن الحرفيين يلجؤون إلى المساعدة من طرف مصممين لمساعدتهم على ضبط المنتج حسب متطلبات السوق مع ضمان ظهور الخصائص العرقية والخلفية التاريخية والحفاظة عليها؛ يمكن أن تنتج بكميات كبيرة.
- **الحرف التجارية:** تكون منتجاتها مصنوعة تقليديا ومكيفة حسب احتياجات وأذواق السوق وبدرجة عالية اتجاه الموضة وتخصص للمشتريين الأجانب، تنتج بكميات كبيرة، وباستخدام عدد وأنواع وسائل أكبر وتعرض في المتاجر المتخصصة والمحلات التجارية.

- **الحرف المصنعة:** وتخص كل نماذج الصناعة التقليدية المعاد إنتاجها بواسطة آلات أو توماتيكية، تنتج بأحجام أكبر وقد لا يلتزم المنتجون لها بالطابع التقليدي للمنتج.

2.2. خصائص الحرف والصناعات التقليدية: يمكن أي جاز السمات التي تتمتع بها معظم الصناعات التقليدية والحرف فيما يلي (نسرين، 2006):

- العملية الإنتاجية تعتمد العنصر البشري على أكثر منه على التكنولوجيا المستخدمة مما يجعله قطاع كثيف العمالة؛

- المنتج التقليدي ينطلق من الثقافة المحلية والبنية الاجتماعية للمنطقة، وبالتالي فهو يعبر عن تراث حضاري خاص بأشكاله وألوانه فيصعب أي جاده بنفس المواصفات في منطقة أخرى وهذا ما يمنحه ميزة تنافسية مكتسبة من خلال التراكم الثقافي والاجتماعي لمنطقة محددة؛

أ. المؤسسات الصغيرة للصناعات التقليدية: تتمتع بـ:

- بالاستقلالية كونها تملك وتسير من طرف نفس الشخص، بالإضافة إلى أن هذا المجال يأخذ الطابع العائلي، وتتم توريث الحرف عبر الأجيال وهذه البيئة تمنح للصناعة التقليدية طابع اجتماعي خاص مقارنة مع مجالات استثمارية أخرى؛

- أنها ذاتية النشأة غالبا؛ أي أن الغالبية العظمى ممن يعملون بالصناعات المنزلية وأصحاب الورش والمصانع الصغيرة هم من أبناء المجتمع المحلي؛

- أن إنشائها لا يحتاج لرأس مال كبير (هيكل، 2002).

- أنها تعتمد بشكل أساسي على الخامات المحلية سواء على المستوى القومي أو مستوى الإقليم أو المجتمع المحلي؛

- أنها لا تحتاج بالضرورة لتلقي تدريب على مهارات معينة في المؤسسات الرسمية، ولا للتعليم الرسمي سواء بالنسبة للعمال أو لأصحاب الأعمال في هذا القطاع؛

- أنها تتميز غالبا بالمرونة العالية وإمكانية التغير السريع التي تساعد على تحقيق الاستجابة السريعة للطلب جديد

- تشكل سلعة تصديرية لزيادة الطلب الخارجي وارتباطها بالحركة السياحية العالمية؛

- تحقق التوازن في التنمية في القرية والمدينة.

3.2. أهداف الصناعات التقليدية والحرف: تهدف الصناعة التقليدية والحرف إلى (معيوف، 2009):

- تطوير الشغل؛

- تغطية الحاجات الأساسية للسكان؛

- تحسين نوعية المواد والخدمات والإنتاج والإنتاجية؛

- المشاركة في مجهودات الإدماج الاقتصادي؛
- المساهمة في التصدير خارج قطاع المحروقات؛
- تطوير النشاطات المهنية و التقنية ذات المستوى المعرفي الرفيع؛
- المساهمة في التنمية الاقتصادية المحلية، وفي تهيئة الإقليم؛
- التوسع في القاعدة الصناعية من خلال زيادة المساهمة في المدن الصغرى و القرى بهدف توفير العمل و الاستقرار بها و تشجيع الهجرة العكسية من المدن الكبرى؛
- تحسين معدلات دخل الأسر من خلال فتح فرص للعمل والعمل الإضافي؛
- الاستفادة من الخامات والموارد الاقتصادية المنتجة محليا مع إنشاء صناعات لإعداد الخامات والمحافظة على الهوية الوطنية ونقل التراث عبر الأجيال.

4.2. تصنيف الصناعات التقليدية: كي نستطيع أن نرى ذلك التنوع الهائل لهذه الصناعات حتى نسهم في بلورة مداخل متباينة للاستفادة منها في تنمية مجتمعاتنا، يمكن تصنيف الصناعات التقليدية وفقاً لأكثر من معيار (التقليدية، 2007).

- أ. **التصنيف وفقاً للبناء التنظيمي:** صناعات مترلية للاكتفاء الذاتي للأسرة؛ صناعات مترلية حرفية يقوم بها صانع حرّفي؛ صناعات مترلية يقوم بها صانع؛ صناعات حرفية يقوم بها صانع حرّفي في ورشته؛ صناعات يقوم بها صانع-صاحب ورشة -يتخصص في عملية أو عمليات إنتاجية؛ صناعات قائمة في مصانع صغيرة.
- ب. **التصنيف وفقاً لطابع الحاجة التي تشبعها الصناعات التقليدية:** صناعات تشبع احتياجات ضرورية.
 - صناعات تشبع احتياجات ترفيهية كمالية.
- ت. **التصنيف وفقاً لنمط المنتجات:** صناعات سلعية. صناعات خدمية.
- ث. **التصنيف وفقاً للخامات والمكونات المستخدمة:** صناعات بيئية؛ صناعات قائمة على خامات طبيعية مشتراة من السوق القومية؛ صناعات قائمة على خامات طبيعية مشتراة من السوق العالمية؛ صناعات قائمة على خامات صناعية مصنعة محلياً؛ صناعات قائمة على خامات صناعية مستوردة من الخارج.
- ج. **التصنيف وفقاً لدرجة الاستمرارية:** صناعات موسمية، تعتمد على توافر خامات في أوقات معينة خلال العام، ومثال على ذلك الصناعات ، الغذائية :عصير وتخليل الزيتون وكبس العجوة وتجفيف البلح. صناعات دائمة، لا تعتمد على خامات موسمية مثل صناعات الفخار وبناء المساكن والنجارة والحدادة والغزل والنسيج، على سبيل المثال.
- ح. **التصنيف وفقاً للطابع العمراني:** صناعات صحراوية؛ صناعات ريفية؛ صناعات حضرية.

3. مساهمة أصول الملكية الفكرية في تعزيز القدرة التنافسية لمؤسسات قطاع الصناعات التقليدية والحرفية

1.3. مفهوم التنافسية: لم يتفق علماء الإدارة على تقديم تعريف محدد لها، حيث يعرفها البعض بأنها القدرة التي تمتلكها المؤسسة في وقت معين على مقاومة منافسيها (Akki، 2002)، وفي تعريف آخر مفاده التنافسية هي القدرة على تزويد العملاء بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين (مسدور، 2003)، من خلال ما سبق يمكن استخلاص التالي:

- يقوم تحقيق التنافسية على توفر أفضليات تنافسية؛

- يعتبر العميل محور اهتمام التنافسية.

2.3. أنواع التنافسية: يمكن تحديد هذه الأنواع بالاعتماد على مجموعة من المعايير:

أ. المعيار الموضوعي: وتنقسم التنافسية حسب هذا المعيار إلى:

- **تنافسية المنتج:** تعتبر تنافسية المنتج شرطاً لازماً لتنافسية المؤسسة لكنه ليس كاف، وغالباً ما يتم الاعتماد على سعر التكلفة كأداة وحيدة لتقييم تنافسية هذا الأخير، ويعد هذا أمر غير صحيح، باعتبار أن هناك مؤشرات أخرى قد تكون أكثر دلالة كالجودة وخدمات ما بعد البيع.

- **تنافسية المؤسسة:** يتم تقييمها على أساس أشمل منه في المنتج، فمن الناحية المالية مثلاً يتم تقييم المنتج بالاستناد إلى الهامش الذي يحققه، بينما تنافسية المؤسسة يتم تقييمها على أساس هوامش كل المنتجات.

ب. المعيار الزمني: تنقسم التنافسية حسب هذا المعيار إلى:

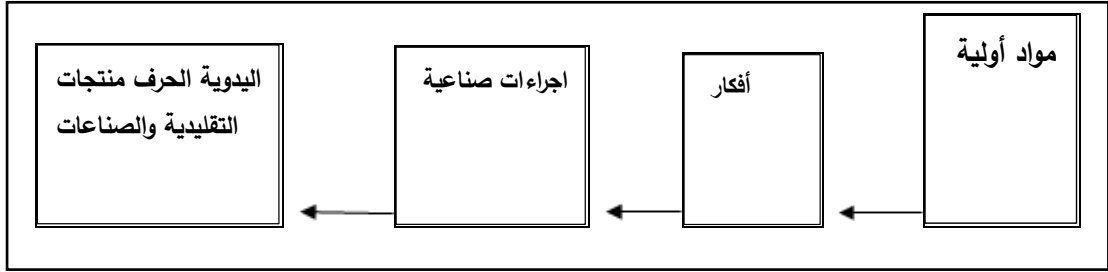
- **التنافسية اللحظية:** تعتمد على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية واحدة، غير أنه لا يجب أن نتغافل بشأنها لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق أو ظروف أخرى جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية.

- **القدرة التنافسية:** تختص بالفرص المستقبلية وبالنظرة طويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال.

3.3. مفهوم القيمة الاقتصادية للصناعات التقليدية والحرف اليدوية: على الرغم من أنه من الصعب تقدير

حجم السوق العالمية للمنتجات الحرفية بسبب قلة في احصاءات التجارة اليدوية التي تميز المنتجات المصنوعة بالآلة ، وهي ان انتاج الحرف اليدوية واضحة للبلد والقطاعات الرسمية (Informal Economic) ، ولها تأثير هام على الاقتصاد غير الرسمي (سويدان، 2008). والشكل رقم 1 يوضح مفهوم القيمة الاقتصادية للصناعات التقليدية والحرفية .

الشكل رقم (1): مفهوم القيمة الاقتصادية للصناعات التقليدية والحرف اليدوية



المصدر: خالد إبراهيم سويدان، مرجع سابق، ص 14.

من المقدر أن تصل قيمة السوق العالمية لبيع الهدايا والاكسسوارات من المنتجات الرئيسية 100 بليون دولار، مع الولايات المتحدة، بوصفها أكبر مع إجمالي المبيعات في السوق بلغت قيمتها 5,67 بليون دولار. والولايات المتحدة ووكالة التنمية الدولية التابعة للولايات المتحدة التي نشرت مؤخرا تقريرا، في السوق العالمية للتقييم المصنوعات اليدوية، ويقوم بتحليل الاتجاهات السائدة في السوق التي تؤثر على الحرفيين في الدول النامية. وسلط التقرير الضوء على الاستنتاجات التالية:

- هناك سوق متنامية للمنتجات الحرفية الرئيسية، ومن المتوقع أن يزداد ليس فقط في الأسواق الغربية ولكن في جميع المناطق من الطبقة المتوسطة من السكان بسرعة، ولا سيما في الصين والهند. وهذا الاتجاه يشير إلى أن هناك العديد من الفرص المتاحة للحرفيين وتوسيع نطاقها في البلدان النامية لإيجاد أسواق لهذه المنتجات.
- في الوقت الراهن تهيمن الصين والهند الى جانب عدد من البلدان الآسيوية الأخرى على انتاج الحرف اليدوية في جميع أنحاء العالم ، ومن المرجح أن تستمر على أن تفعل ذلك بالنسبة للمستقبل المنظور. موقفها يستند إلى حد كبير على التكلفة المنخفضة وجودة التصميم.
- العديد من المشترين والمستهلكين يبحثون عن منتجات فريدة من نوعها في بلدان أخرى غير الصين وفي حين أن السوق يبحث عن التصميم الأصلية ذات " الطراز العالمي " ، أي المنتجات التي تجمع بين العناصر القديمة مع التصميم المعاصرة هي فئة متنامية وتمثل فرصة للحرفيين.
- من جانب المستوى المتدني (أو لوية على الأسعار المنخفضة)، والراقية (أو لوية على عالية النوعية) أسواقها أخذت في الاتساع، بينما المتوسط (نوعية معتدلة في الأسعار المعتدلة) راکد نسبياً. في حين أن المنافسة في أدنى مستويات قوية وكبيرة وتتطلب القدرة على انتاجها، يميل السوق الممتازة الى التركيز بصورة أكبر على تصاميم متميزة، ونوعية أعلى، وبكميات أقل مع قدر أكبر من المرونة في تحديد الأسعار.

4.3. دور حقوق الملكية الفكرية في خلق القيمة من الاستثمارات في الابتكار والإبداع: إن اكتساب حقوق الملكية الفكرية وإدارتها أمران حاسمان بالنسبة للمؤسسات لتحويل إمكاناتها الابتكارية وإبداعها إلى قيمة سوقية وقدرة على المنافسة.

وينطبق ذلك بوجه خاص على المشاريع الجديدة والمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم وبالأخص الحرفية والتي تعتمد اعتمادا كبيرا على استغلال رأس المال الفكري في نماذج أعمالها (Anil Sinha، 2013). فالتحول التكنولوجي في الاقتصاد العالمي قد غير أسس ميزة تنافسية على مستوى المؤسسة (وتأكلت بعض من الطريقة التقليدية من التمايز بين المؤسسات) بسبب: انخفاض تكلفة تدفق المعلومات؛ زيادة في عدد الأسواق؛ تحرير أسواق المنتجات والعمل؛ إلغاء تنظيم التدفقات المالية الدولية.

هذا ينطبق على كل من التكنولوجيا العالية والصناعات منخفضة التكنولوجيا وفي اقتصاد قائم على المعرفة، تعتمد القدرة التنافسية للمؤسسات، بما فيها المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم، بصورة متزايدة على القدرة على توفير منتجات ذات قيمة مضافة عالية تنافسية جعلت العولمة وتحرير التجارة من الأهمية بمكان لمعظم الشركات، بما في ذلك الشركات الصغيرة والمتوسطة، لتصبح قادرة على المنافسة دوليا حتى عندما تعمل كليا في السوق المحلية، ولكي تصبح الشركات الصغيرة والمتوسطة قادرة على المنافسة، فإنها تحتاج إلى استراتيجية عمل متسقة لتحسين كفاءتها باستمرار، وتخفيض تكاليف الإنتاج، وتعزيز سمعة منتجاتها من خلال (Anil Sinha، 2013): الاستثمار في البحث والتطوير، اكتساب التكنولوجيا الجديدة، تحسين ممارسات الإدارة؛ تطوير تصاميم مبتكرة وجذابة، تسويق منتجاتها بشكل فعال.

ومن أجل ذلك، يتعين على المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم أن تستثمر الكثير من الوقت والموارد فيدون حماية الملكية الفكرية، هناك خطر قوي بأن تسرق الاستثمارات في البحث والتطوير، والتمايز بين المنتجات والتسويق / نسخها. وتمكن حقوق الملكية الفكرية الشركات الصغيرة والمتوسطة من أن تتمتع بالحصريّة على استغلال منتجاتها الابتكارية الجديدة أو الأصلية وتصاميمها الإبداعية وعلاماتها التجارية. فالحصريّة تخلق حافزا مناسباً للاستثمار في تحسين قدرتها التنافسية .

5.3. تحقيق أفضل المزايا من حماية الملكية الفكرية: لتحقيق أفضل المزايا من حقوق الملكية الفكرية في المؤسسات لا بد من النظر في النقاط التالية:

- تسجيل أصول الشركة من الملكية الفكرية أو طلب حمايتها في أقرب وقت بغية الاستفادة من حقوق الملكية الفكرية على أكمل وجه بموازاة مع أنشطة الإعلان والإشهار وسائر أنشطة الترويج.

- التأكد من أن المؤسسة لا تعتدي على حقوق الغير من الملكية الفكرية. ويوصى في هذا الصدد بإجراء بحوث بشأن العلامات التجارية والبراءات قبل تسويق المنتجات والخدمات التي قد تتضارب مع حقوق الملكية الفكرية التي يحميها أشخاص آخرون أو شركات أخرى.
- استخدام حقوق الملكية الفكرية في إعلانات الشركة وسائر الأنشطة الترويجية أو الإشارة إليها فيها بحيث يكون المستهلك الحالي والمستهلك المحتمل على وعي بحماية الملكية الفكرية في منتجات الشركة وخدماتها.
- رصد السوق والاستعداد للاتصال بمحام متخصص في الملكية الفكرية أو أحد المسؤولين في هيئة الإنفاذ كلما ضُبط تعدد على حقوق الملكية الفكرية من شأنه أن يسبب ضرراً في أرباح الشركة أو سمعتها. وتمكنك حقوق الملكية الفكرية من مكافحة الاستنساخ بدون تصريح والتقليد.

خاتمة

تكتسي الملكية الفكرية، عند الانتفاع بها على نحو فعال، أهمية بالغة كأداة لترسيخ صورة الشركة في أذهان المستهلكين الحاليين والمحتملين وفي أي جاد مكانة للشركة في السوق، إذ هناك العديد من الطرق للحصول على ميزة تنافسية في السوق. فقد تكون الشركة "المحرك الأول"، لديها قنوات توزيع متفوقة أو القدرة على تصنيع بتكلفة أقل. ومن شأن حماية الملكية الفكرية، التي تشمل براءات الاختراع والعلامات التجارية وحقوق المؤلف والأسرار التجارية، أن توفر أي ضا ميزة تنافسية في السوق.

نتائج البحث: لقد تم التوصل من خلال هذا البحث إلى نتائج تتوضح في الآتي:

- إذا كانت الملكية الفكرية جزءاً مهماً من ثروة المؤسسة (أي إذا كانت المؤسسة تملك براءات أو تكنولوجيا قابلة للحماية بالبراءة أو رسوماً ونماذج صناعية أو أسراراً تجارية أو علامات تجارية معروفة أو حقوقاً مالية في مصنعات محمية بحق المؤلف)، فينبغي أن تحتل تلك الثروة مكانة رئيسية في خطة أعمال المؤسسة. ولا يكفي أن تذكر المؤسسة ضمن ثروتها وفرصها في الأسواق أصولها الملموسة، فحسب بل ينبغي أن تشير إلى أصولها غير الملموسة لما تؤديه من دور متزايد الأهمية في نجاح المؤسسة التي تنشط في بيئة تحتدم فيها المنافسة.
- بيان ما يثبت أن المؤسسة تبذل العناية اللازمة في إدارة أصولها المتصلة بالملكية الفكرية من شأنه أن يساهم إلى حد كبير في إقناع موردي خدمات التأسيس والمستثمرين بطاقة المؤسسة وقدرتها، كما أن قطاع الحرف اليدوية، الذي لا يستثنى من هذه القاعدة، يتمتع أي ضا بالعلامة الحرفية، وهو الأساس الذي يعطي الحرفية أهميتها، أي الدراية الفنية والإبداع الذي يحتمل أن يكون مقلداً أو مزيفاً

التوصيات: بعد الدراسة المعمقة لهذا البحث، نخلص إلى جملة توصيات تفيد إلى أنه لا بدّ من اتخاذ عدّة إجراءات لحماية الصناعات التقليدية والحرف اليدوية لضمان تنافسيتها حتى تكون بمأمن عن الاندثار أو لى هذه الإجراءات هي:

- تبادل الخبرات والمعلومات الحديثة في مجال الملكية الفكرية المخلة بالمنافسة محلياً ودولياً؛
- نشر الوعي بأهمية الملكية الفكرية التنافسية؛ إجراء مسح للمنطقة المراد حمايتها صناعاتها للتعرف على أهمية الصناعات التراثية التاريخية والفنية وعمل مخططات أو لية لها وتوثيقها؛
- إعداد قوائم بالصناعات التقليدية المراد حمايتها توطئه لإصدار قرارات من السلطة وبذلك تكون الصناعات التقليدية أو التراثية قد أصبحت تحت مظلة الحماية القانونية أي يمكن تطبيق العقوبات التي تنص عليها القوانين الوضعية؛
- التوعية: تتلخص بتعريف المواطن على أهمية الآثار الثقافية والاقتصادية للصناعات التقليدية وغيره وانتهاز الفرص لإثارة اهتمامه بالتراث الحضاري وإشعاره بالمسؤولية.

قائمة المراجع

1. تانسر. روبرت أس، (2001)، *إدارة الملكية الفكرية في الخارج حدود الحماية*، كلية نندريد بحث في استراتيجية العولمة، ترجمة إبراهيم يحيى الشهابي، العبيكان، الرياض.
2. عرب. يونس، (2001)، *موسوعة القانون وتقنية المعلومات*، الكتاب الاول: قانون الكمبيوتر، ط1 منشورات اتحاد المصارف العربية، بيروت.
3. زين الدين. صلاح، (2004)، *مدخل للملكية الفكرية*، ط1، دار الثقافة، الأردن.
4. الخضيرى. محسن أحمد، (2001)، *اقتصاد المعرفة*، مجموعة النيل العربية، القاهرة.
5. هيكل. محمد، (2002)، *مهارات إدارة المشروعات الصغيرة*، مجموعة النيل العربية، القاهرة.
6. محمود. ياسر محمد جاد الله، (2001)، *إتفاقية حقوق الملكية الفكرية وصناعة الدواء في مصر*، دار النهضة العربية، القاهرة.
7. عبد الله. مصطفى حمدالله، (2010)، *حماية الملكية الفكرية ومدى تأثيرها على أمن المعلومات*، المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات، بيئة المعلومات الآمنة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، الرياض.
8. رحمانى. موسى وبوزاهر. نسرين، (2006)، *التعاون الوظيفي " التآز " ودوره في تأهيل المؤسسات المصغرة للصناعات التقليدية في الجزائر*، المنتقى الدولي : متطلبات تأهيل الصناعات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية ، بسكرة.
9. سويدان. خالد إبراهيم، (2008)، *مقومات الملكية الفكرية في مجال الصناعات التقليدية*، ندوة أهمية حماية الملكية الفكرية في الصناعات التقليدية العربية"، المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين.

10. أبوغزالة. طلال، (1998)، *جدول الأعمال المستقبلي في مجالات حقوق الملكية الفكرية لدى الدول العربية*، ندوة الوايو حول الملكية الفكرية، عمان.
11. معيوف. محمد خليفة، (2009)، أهمية الدور الحكومي في زيادة القدرة التنافسية للصناعات التقليدية، الندوة الثالثة للصناعات التقليدية المشتركة الليبية التونسية، طرابلس.
12. الملكية الفكرية والشركات المتوسطة والصغيرة، منشورات الوايو، مطوية رقم 488(A).
13. قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف، (2007)، الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية، الجزائر.

المراجع الأجنبية

1. Charles W. L. Hill, (1997), *International Business Competing in The Global Marketplace*, Chicago, Irwin.
2. PRODEC,(1994), *A survey of the german and British markets for selected Handicrafts*, Helsinki,.
3. Rickey W.Griffin ,(1996) Michael W.Pustay, *International Business A Managerial Perspective* (California: Wesley Publishing Company.
4. Alouani Aoemur Akki,(2002) « *le système d'information comptable et la compétitivité des entreprises* » séminaire international sur « la compétitive des entreprises économiques et mutation de l'environnement »Biskra.
5. Anil Sinha, Head ,(2013) *The Role of Intellectual Property Asset Management in trengthening the Competitiveness of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs)*, Workshop on Facilitating Access to Intellectual Property Rights , (IPRs) and Its Role in Enhancing the Competitiveness of SMEs Beirut.
6. ANQUETIL Jacques ,(1984), *La préservation et le développement de l'artisanat utilitaire et createur dans le monde contemperain,consultation d'experts sur « la preservation et le developpement de l'artisanat dans le monde contemporain* »,rio de janeiro.
7. CCI,(1993) , *Exportation des PME des pays en developpement : enjeux et perspectives Genève*.
8. *Qu'est-ce Que La Propriété Intellectuelle ?* (Genève:OMPI), Publication N° 450(F).
9. Unesco, (2009) ,culture :creativitè : artisanat et design.
10. Unido,(2005), *Creative industies and micro and smale scale entreprise development a contribution to poverty*, Vienna Austria .