

# اسم المقرر إدارة المعرفة

اسم المدرس  
د. محمد الجيزاوي



جامعة الملك فيصل  
عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد

# الملكية الفكرية للمعرفة

## المحاضرة الثالثة عشر



# مفهوم الملكية الفكرية

## أولاً: التعريف القانوني

يركز على القوانين الأساسية التي تحمي الملكية الفكرية التي يمكن تعريفها بأنها الملكية الغير ملموسة التي ينشئها الأفراد أو الشركات والتي تكون خاضعة لحماية قوانين الأسرار التجارية، حق المؤلف وبراءة الاختراع وهذا التعريف يمكن أن يستكمل بالاتفاقيات الدولية التي لها تأثير القانون الوطني في كل دولة على الصفات والتعاملات التجارية الدولية.

## ثانياً التعريف المرتبط برأس المال الفكري

وهو الذي يسعى لتحويل الملكية الفكرية للشركة من أشكاله الناعمة غير الملموسة وغير قابلة للقياس (التحديد والتسجيل مالياً ومحاسبياً) إلى شكل أكثر تحديداً يتمثل برأس المال الفكري.

## ثالثاً: التعريف الإلكتروني أو الرقمي

بأنها مجموعة معلومات ومعارف وعلاقات وخبرات الشركة الخاصة بما في ذلك مكونات نشاطها وحضورها الرقمي التي تكون وتساهم في قدرة الشركة الداخلية والخارجية والتي يمكن تحويلها إلى رأس المال الفكري.



# الملكية الفكرية هي

ثروة المعرفة في الشركة وهي التي تتكون من مكونات قابلة للتحديد والقياس التي تظهر في قيود المحاسبية وميزانيتها وأخرى لا تظهر في هذه القيود والميزانية لأنها صعبة التحديد والقياس كما هو الحال في الثقة.

كما تضم المعرفة الصريحة المجسدة في روتينيات ووثائق الشركة وعملياتها المحددة والمعرفة الضمنية والكامنة مما يشكل القدرات الجوهرية للشركة ويعزز ميزتها التنافسية في السوق.



# تعريف راس المال الفكري

**المادة** (المعرفة الفكرية، المعلومات، الملكية الفكرية، الخبرة) التي يمكن وضعها في الاستخدام لتنشئ الثروة وهذا يعنى أن رأس المال الفكري هو أوسع من الملكية الفكرية التي لازالت تغطى القليل من المكونات التي يمكن أن تدخل في هذه الملكية.



# تصنيف رأس المال الفكري الى ثلاث فئات:

**راس المال البشري:** ويتمثل في المعرفة التي يمتلكها ويولدها العاملون ويتضمنها المهارات، الخبرات، الابتكارات.

**راس المال الهيكلي:** ويتمثل في المعرفة التي يتم اكتسابها والاحتفاظ بها في هياكل وأنظمة وإجراءات الشركات فهو يمثل كل القيم التي تبقى في الشركة في آخر يوم العمل.

**راس المال المشتق:** ويتمثل بالقيمة المشتقة من الزبائن الراضين ذوى الولاء، الموردین، المصادر الخارجية الأخرى التي تقدم قيمة مضافة للشركة جراء علاقاتها المتميزة.



# مزايا الملكية الفكرية

## مزايا الشركة المالكة لحقوق الملكية الفكرية

- الشركة المالكة لهذه الحقوق تحقق اختراقاً في العملية، المنتج، الخدمة يساهم في تحقيق اختراق سوقي على حساب منافسيها.
- أنها تكون قاعدة انجازات لاحقة كما هو الحال في البحوث المنهجية التي تغطي مجالات واسعة مترابطة فالابتكار في مجال يسمح بان يكون قاعدة لابتكارات أخرى في المجالات المرتبطة الأخرى.
- إن الترخيص يمثل خبرة إضافية للشركة صاحبة الترخيص تتعلق بأسواق وبيئات جديدة لم تدخلها من قبل يمكن استخدامها في تحسينات لاحقة أو دخول أسواق جديدة.
- إن استخدام حقوق الملكية الفكرية يمكن أن يحقق عوائد مالية كبيرة بمخاطرة اقل من خلال منح التراخيص والامتيازات لحقوق الملكية الفكرية.



# مزايا الشركة الحاصلة على الترخيص او الامتياز

- إن الترخيص يتطلب استثمارا رأسماليا اقل مقارنة بتطوير منتج جديد أو طريقة جديدة.
- الترخيص طريقة سريعة للحصول على القدرات الداخلية أو تحديثها ودخول أسواق جديدة أو تخطى فجوات معينة مع شركات أخرى.
- في حالات معينة الشركات التي تحصل على ترخيص يمكن أن تستفيد من قدرات وخبرات الشركة المانحة للترخيص في تطوير أنظمتها وسياساتها الإدارية والمالية والمحاسبية خبرات إضافية كما في تدريب الأفراد.





# مأخذ الشركة المالكة لحقوق الملكية الفكرية

- إن الترخيص وسيلة لتسرب الأسرار التجارية وعناصر القوة في مكونات الملكية الفكرية التجارية إلى الآخرين بما فيها المنافسين.
- إن الشركة التي تمنح الترخيص تكون ذات درجة اقل في الرقابة على تكنولوجياتها وأساليبها الخبيرة.
- إن الترخيص قد يتعرض لإساءة الاستخدام وعدم الكفاءة في التطبيق من قبل الشركة التي تحصل عليه مما يؤدي إلى الإضرار بسمعة الشركة المانحة للترخيص.



# مأخذ الشركة الحاصلة على الترخيص

- الترخيص يمثل سببا في عدم قدرة الشركة الحاصلة على الترخيص على تطوير قدراتها الداخلية ومنتجاتها وأسرارها التجارية وأساليبها الخاصة.
- في حالات كثيرة تكون الترخيص شروطه الكثيرة التي تجعل الشركة الحاصلة عليه مقيدة ولا تمتلك المرونة الكافية في التعامل مع متغيرات السوق.
- إن الترخيص قد يستلزم تكاليف الصفقة ومفاوضات مطولة تجرى داخل البلد أو خارجه مع شروط عقد تتطلب تكاليف عالية كما هو الحال في تحديد الموقع أو حجم البناية ومواصفات المكان وحملات تسويقية.



# الملكية الفكرية والاستراتيجية

➤ يمكن تعريف إستراتيجية الملكية الفكرية بأنها التصور طويل الأمد لبناء القدرات الجوهرية الداخلية والخارجية للشركة بالاعتماد على مصادر ومكونات الملكية الفكرية بما يحقق ميزتها التنافسية واستدامتها.

➤ الشركات تتباين في تعاملها مع الملكية الفكرية فالشركات الإبتكارية يكون تركيزها بالدرجة الأولى على الابتكارات والتحسينات الديناميكية بينما الشركات المحافظة عادة ما يكون تركيزها على حماية الملكية الفكرية الحالية أو التي تحققت في الماضي.



# استراتيجيات الملكية الفكرية

## أولاً: الإستراتيجية القانونية

وهى التي تعتمد بشكل اساسي على مكونات الملكية الفكرية ومن ثم التركيز على الحماية القانونية لهذه الملكية وبالتالي فان ميزة الشركة وقدراتها الجوهرية تكمن في هذه الملكية وما تتخذ من سياسات الحماية والدعاوى القضائية التي تحد من كل تجاوز على هذه الملكية.



## ثانيا الإستراتيجية القائمة على أنشطة سوق المنتج:

تركز الشركة فيها على حماية ملكيتها من المنافسين وعدم تأكل مركزها التنافسي جراء لجوء هؤلاء المنافسين إلى التقليد فتضع عقبات أمام التقليد من خلال إجراءات حصر الترخيص وعقبات خاصة بالمعايير القياسية والمعمارية التكنولوجية التي تمنع التقليد لأسباب تكنولوجية وفنية



## ثالثا الإستراتيجية القائمة على الابتكار والتحسينات المستمرة

وهذه الإستراتيجية تقوم على تعزيز قدرة الشركة على الابتكار أو في إدخال التحسينات المستمرة على منتجاتها وخدماتها أو في تدعيم علامتها التجارية ونشرها في أسواق ودول أخرى بما يعيق التقدم أو التقليد وبما يحقق للشركة خطوة متقدمة على منافسيها في مكونات الملكية التجارية وتطبيقاتها يوضح هذه الاستراتيجيات.



# استراتيجيات الملكية الفكرية

## استراتيجيات الملكية الفكرية

استراتيجية الابتكار المستمر

الابتكار الجذري

التحسينات المستمرة

استراتيجية أنشطة سوق المنتج

عقبات التقليد

المعايير القياسية

الترتيبات التشاركية

الإستراتيجية القانونية

البراءات

حق النشر

الأسرار التجارية

العلامة التجارية



# مع تمنياتي للجميع بالنجاح والتوفيق







مكتبة  
بجهد الله

