

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

الدورة السابعة عشرة
جنيف، من 4 إلى 6 فبراير 2025

التجارب الوطنية في مجال إذكاء الوعي

مساهمات من إعداد اليابان والفلبين والهند

في الدورة السادسة عشرة للجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ (لجنة الإنفاذ)، المعقودة في الفترة من 31 يناير إلى 2 فبراير 2024، وافقت اللجنة على أن تنظر في دورتها السابعة عشرة، من بين مواضيع أخرى، في "تبادل المعلومات حول التجارب الوطنية الخاصة بأنشطة التوعية والحملات الاستراتيجية بوصفها وسيلة لإذكاء الاحترام للملكية الفكرية بين الجمهور عموماً والشباب خصوصاً، طبقاً لأولويات الدول الأعضاء التعليمية وغيرها من الأولويات". وفي هذا الإطار، تقدم هذه الوثيقة مساهمات ثلاث دول أعضاء، وتروي خبراتها في وضع وتنفيذ مبادرات إذكاء الوعي التي تركز على معالجة الأضرار الناجمة عن التعدي على الملكية الفكرية والثغرات القائمة في الوعي بالملكية الفكرية.

1. وتصف مساهمة اليابان دور مكتب اليابان للبراءات في معالجة مسألة سلوك المستهلكين في شراء السلع المقلدة، ولا سيما استجابة لصعود التجارة الإلكترونية، بما في ذلك معاملات المستهلك - المستهلك. وعلى الرغم من حملات توعية المستهلكين الأخرى، فإن الاستهلاك المحلي للسلع المقلدة لا يزال في ارتفاع. وللتصدي لذلك، أدرج المكتب إذكاء الوعي بأضرار التقليد في المناهج الدراسية للمدارس الثانوية. ومنذ إطلاقها، أظهرت المبادرة تحولات إيجابية في مواقف الطلاب تجاه المنتجات المقلدة. وتسلط المساهمة الضوء أيضاً على الهدف طويل الأجل للمبادرة، وهو غرس احترام الملكية الفكرية في الأجيال الشابة والحد من الأضرار الناجمة عن المنتجات المقلدة على المدى الطويل.

2. وتسلط مساهمة الفلبين الضوء على تجاربها في إدارة حملات اتصالات متعددة لسد الثغرات في الوعي بالملكية الفكرية بين الجمهور على النحو الذي تم تحديده خلال المرحلة التجريبية لمشروع مجموعة أدوات الويبو لاستقصاء المستهلكين في البلد. وتصف المساهمة مبادرات مثل مشروع الملكية الفكرية وصحافة المواطن من أجل المدارس ومشروع توعية المستهلك من ثلاث مراحل بالتعاون مع الويبو، وإشراك شخصية عامة بوصفها "سفيرة لمكافحة القرصنة"، والحملات الرقمية لمكافحة القرصنة والتزوير. كما يحدد خططا لإجراء استطلاع بعد الحملة لقياس تأثير هذه الجهود.

3. وتسلط مساهمة الهند الضوء على الدور الحيوي للشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في اقتصاد البلاد، لا سيما في توليد فرص العمل وتعزيز الابتكار والتنمية. ويشرح التقرير التحديات التي تواجهها الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في حماية حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها وإنفاذها، كما يحدد المبادرات الحكومية الحالية لتعزيز ودعم حماية الملكية الفكرية والإنفاذ الفعال لحقوق الملكية الفكرية. ويشمل ذلك حملات توعية على الصعيد الوطني تهدف إلى تعزيز الوعي بالملكية الفكرية بين الشركات

متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ومراكز دعم الملكية الفكرية المتخصصة لمساعدة الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في حماية الملكية الفكرية وإنفاذها. ويحدد الاتفاق العوائق التي لا تزال تعوق الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة عن الاضطلاع بالإنفاذ الفعال للملكية الفكرية ويوصي بمزيد من التعاون بين القطاعين العام والخاص، إلى جانب الحلول القائمة على التكنولوجيا، لدعم الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في حماية الملكية الفكرية وإنفاذها.

4. وترد المساهمات بالترتيب التالي:

الوضع الراهن لمبادرات التوعية المحلية بشأن السلع المقلدة.....3

أنشطة التوعية لمكافحة التقليد والقرصنة: نهج استراتيجي لتعزيز الوعي بالملكية الفكرية في الفلبين وتشجيع احترام حقوق الملكية الفكرية.....7

مبادرات إذكاء الوعي بالملكية الفكرية المقدمة من وزارة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الهند.....16

[تلي ذلك المساهمات]

الوضع الراهن لمبادرات التوعية المحلية بشأن السلع المقلدة

مساهمة من إعداد السيد شينيشيرو هارا، مدير مكتب دعم الأعمال التجارية في الخارج، شعبة التعاون الدولي، مكتب اليابان للبراءات، طوكيو، اليابان*

ملخص

يعمل مكتب اليابان للبراءات على المسائل المتعلقة بالسلع المقلدة، بالتعاون مع القطاع الصناعي والوزارات المعنية. واستجابة لتوسع سوق التجارة الإلكترونية، بما في ذلك المعاملات بين المستهلكين، تنفذ باستمرار حملات توعية تستهدف المستهلكين لتعزيز الوعي بالسلع المقلدة. ومع ذلك، ووفقاً لدراسة استقصائية للشركات، لا يوجد اتجاه ملحوظ لانخفاض استهلاك السلع المقلدة محلياً؛ بل على العكس من ذلك، يبدو أن هذا الاستهلاك أخذ في الازدياد.

واستجابة لذلك، بدءاً من السنة المالية 2023، بذلت الجهود لدمج قضية السلع المقلدة في فصول الدراسات الاجتماعية في المدارس الثانوية. وتهدف هذه المبادرة إلى مساعدة الشباب على إدراك قضية السلع المقلدة كمسألة كبيرة ذات صلة بحياتهم ومرتبطة بالتحديات العالمية المعاصرة. ومن خلال توسيع نطاق هذه المبادرة في العديد من مناهج المدارس الثانوية، يتمثل الهدف في غرس احترام الملكية الفكرية في الجيل القادم والحد من الأضرار الناجمة عن السلع المقلدة في اليابان على المدى الطويل.

أولاً. الوضع الحالي لسوق التجارة الإلكترونية المحلي

نظرة عامة

1. في عام 2023، كان من المتوقع أن يتوسع حجم سوق التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين (B2C) في اليابان إلى 24.8 تريليون ين (156.7 مليار دولار أمريكي)، وهو ما يمثل زيادة سنوية بنسبة 9.23 في المائة. بالإضافة إلى ذلك، من المتوقع أن يبلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية بين الشركات (B2B) في اليابان للسنة المالية 2023 مبلغ 465.2 تريليون ين (2.9 تريليون دولار أمريكي)، بزيادة سنوية قدرها 10.7 في المائة. كما أن معدل انتشار التجارة الإلكترونية أخذ في الارتفاع، حيث بلغت التجارة الإلكترونية B2C 9.38 في المائة (زيادة قدرها 0.25 نقطة مئوية عن العام السابق) والتجارة الإلكترونية B2B بنسبة 40.0 في المائة (زيادة قدرها 2.5 نقطة مئوية)، مما يشير إلى استمرار التقدم في رقمنة المعاملات التجارية.

2. سلوك المستهلك: أدت جائحة فيروس كورونا (COVID-19) إلى تسريع التحول نحو التسوق عبر الإنترنت، حيث اعتاد العديد من المستهلكين على شراء السلع والخدمات عبر الإنترنت. استمر هذا الاتجاه حتى مع إعادة فتح المتاجر الفعلية.

سوق التجارة الإلكترونية B2C (شركة - مستهلك) في قطاع البيع بالتجزئة

3. زاد حجم سوق التجارة الإلكترونية B2C في قطاع التجزئة بمقدار 676.3 مليار ين (4.3 مليار دولار أمريكي) عن العام السابق، ليصل إلى 14.676 تريليون ين (92.7 مليار دولار أمريكي)، بزيادة سنوية قدرها 4.83 في المائة، وهو ما يمثل حوالي 59 في المائة من إجمالي السوق. ويبلغ معدل انتشار التجارة الإلكترونية في هذا القطاع 9.38 في المائة (زيادة قدرها 0.25 نقطة مئوية عن العام السابق).

سوق التجارة الإلكترونية C2C (مستهلك - مستهلك)

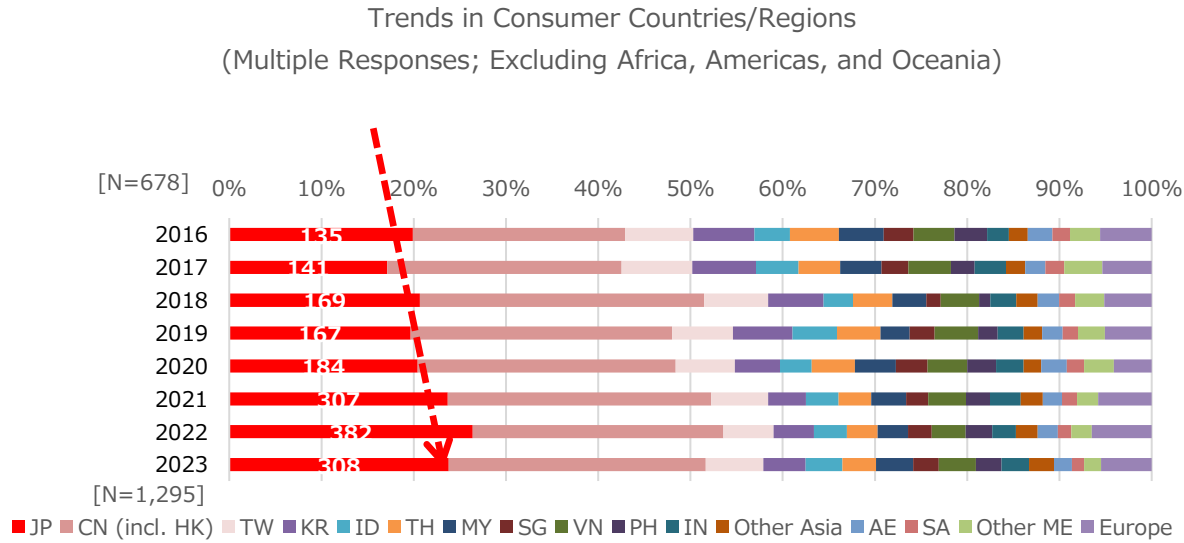
4. في السنوات الأخيرة، توسعت التجارة الإلكترونية C2C بسرعة كواحدة من قنوات التجارة الإلكترونية. يقدر حجم سوق التجارة الإلكترونية C2C للسنة المالية 2023 بمبلغ 2.4817 تريليون ين (15.7 مليار دولار أمريكي)، بزيادة سنوية قدرها 5 في المائة. منذ أواخر عام 2010، كان نمو سوق C2C مدفوعاً بشكل أساسي بتطبيقات سوق السلع المستعملة.

5. وأدى التوسع في سوق التجارة الإلكترونية إلى تحسين راحة المعاملات الاستهلاكية بشكل كبير. بالإضافة إلى ذلك، ساهم النمو السريع لتطبيقات سوق السلع المستعملة في توسيع هذا السوق، مما ساعد في معالجة القضايا الاجتماعية مثل تحقيق الاقتصاد الدائري. ومع ذلك، هناك جوانب سلبية لهذا التطور. وقد لوحظ أن هناك مشكلة مستمرة تتمثل في البائعين الخفيين الذين يتظاهرون بأنهم مستهلكون حسنو النية، وأن المستهلكين، ولا سيما الأفراد الأصغر سناً، لا يصبحون مشتريين فحسب، بل يتحولون أيضاً إلى بائعين للسلع المقلدة، مما قد يورطهم في جرائم التعدي على حقوق الغير.

ثانياً. الوضع الحالي لتوزيع السلع المقلدة في اليابان

6. يجري مكتب اليابان للبراءات دراسات استقصائية سنوية لجمع البيانات التأسيسية لتخطيط سياسات الملكية الفكرية في البلد وصياغتها، بهدف فهم الحالة الفعلية لأنشطة الملكية الفكرية بين الأفراد والشركات والجامعات ومؤسسات البحث العامة في اليابان. ويشمل ذلك التحقيق في مدى الضرر الناجم عن التقليد والتدابير التي تتخذها الشركات الحائزة للحقوق لمواجهة المشكلة. واستهدفت أحدث دراسة استقصائية¹ أكثر من 7000 كيان.

7. ويبين الشكل التالي أهداف الدراسة الاستقصائية: المودعون في اليابان، بما في ذلك الشركات والأفراد والجامعات ومؤسسات البحث العامة، الذين أودعوا خمس طلبات أو أكثر لأي من حقوق الملكية الصناعية التالية (البراءات ونماذج المنفعة والتصاميم والعلامات التجارية) في السنتين السابقتين لسنة الدراسة الاستقصائية.



8. ووفقاً للردود الواردة من الشركات التي شملها الاستطلاع، فإنه على الرغم من وجود أضرار كبيرة مستمرة من السلع المقلدة في الخارج، إلا أن هناك اتجاهاً متزايداً طويل الأجل في نسبة السلع المقلدة التي يتم استهلاكها في السوق المحلية.

ثالثاً. حملات محلية لإذكاء الوعي بمكافحة التقليد

9. يقوم مكتب اليابان للبراءات بحملات منذ عام 2017 لإذكاء الوعي بين المستهلكين المحليين بالقضايا المتعلقة بالسلع المقلدة.

10. وركزت الحملة في البداية على تنبيه عامة الناس إلى الأضرار الاجتماعية المرتبطة بالمعاملات المقلدة. وبمرور الوقت، تطورت الرسائل لاستهداف المستهلكين الأصغر سناً الذين يتسوقون عبر الإنترنت، مع التأكيد على أن التعامل في السلع المقلدة "غير محبب". واستجابة للتغيرات في أساليب الاتصال، تحولت الحملة من وسائل الإعلام التقليدية مثل الملصقات إلى استخدام موقع ويب مخصص والتفاعل مع منصات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك استخدام المؤثرين للتوعية.

11. ومنذ أواخر عام 2010، كانت هناك زيادة ملحوظة في معاملات C2C، لا سيما بين التركيبة السكانية الأصغر سناً التي تستخدم تطبيقات سوق السلع المستعملة. في الوقت نفسه، أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى زيادة تعرض المستهلكين للمنتجات المقلدة. كما عززت رقمنة أدوات التصنيع، مثل الطابعات ثلاثية الأبعاد، الدقة التي يمكن بها تصنيع السلع المقلدة. بالإضافة إلى ذلك، كان هناك ارتفاع في عدد البائعين المخفيين الذين يتظاهرون بأنهم مشاركون في C2C لبيع سلع مقلدة. ونتيجة لذلك، تعاونت الحملة مع مشغلي تطبيقات سوق السلع المستعملة سريعة النمو لزيادة الوعي ليس فقط بمخاطر شراء السلع المقلدة ولكن أيضاً حول عواقب بيعها، بما في ذلك العقوبات الجنائية المحتملة.

Evolution of Anti-Counterfeit Awareness Raising Campaigns

	Late 2000s-	Late 2010s-	2020s
Target	General consumers→ [People knowingly buying counterfeit goods]	20s and teens→ [People buying counterfeit goods without knowing it]	Teens and High School Students
Message	Focusing on social issues such as the sources of funding for organized crime, and appealing to feelings of guilt	How to distinguish counterfeit products. Peer pressure, egocentric and heteronomous perspectives	Developing lessons that encourage students to think by themselves about the issue of counterfeit goods
Media	Poster distribution → Special website →	Social media use, including influencer →	Introduction into school education and creation of mascot character

12. ومع ذلك، وكما لوحظ في القسم الثاني أعلاه، لا يوجد اتجاه ملحوظ لتقليل الأضرار المزيفة في السوق المحلية؛ بل يبدو أنها آخذة في الارتفاع. وبناء على ذلك، هناك حاجة ملحة إلى إعادة تقييم أساسي لأساليب التوعية نفسها.

رابعاً. إدماج قضايا السلع المقلدة في التعليم

13. في السابق، كان التعليم المتعلق بالملكية الفكرية يشمل جوانب من إنشاء الملكية الفكرية حتى في مرحلتي المدارس الابتدائية والإعدادية، ولكن لم يكن الوعي بأضرار السلع المقلدة مشمولاً. وفي ضوء الحالة المبينة في القسم الثاني، أدخلت مبادرة جديدة بالإضافة إلى الحملات المذكورة في القسم الثالث: إدماج قضايا السلع المقلدة في فصول الدراسات الاجتماعية في المدارس الثانوية. يهدف هذا إلى إنشاء أساس للشباب، لا سيما أولئك الذين بدأوا في الشراء والبيع على تطبيقات سوق السلع المستعملة، للتعرف على قضية السلع المقلدة كمسألة مهمة ذات صلة بحياتهم ومرتبطة بالتحديات العالمية المعاصرة. وعند تخطيط هذه المبادرة وتنفيذها، تم النظر في جانبين رئيسيين:

المحتويات

14. باستخدام التدابير المضادة للسلع المقلدة (التثقيف بشأن منع انتهاك حقوق الملكية الفكرية) كموضوع للتعليم، تتماشى المبادرة مع البنود التالية المنصوص عليها في المبادئ التوجيهية التعليمية للحكومة. الهدف هو تعميق فهم قضية السلع المقلدة بطريقة تتفق مع سياسة الحكومة. والجدير بالذكر أنه على عكس الأساليب التعليمية اليابانية التقليدية، يؤكد هذا النهج على أنه يجب على الطلاب "التفكير بشكل مستقل" بدلاً من مجرد "تدريسهم". تشجع هذه الخاصية على المشاركة النشطة والتفكير النقدي بين الطلاب.

Implementation of Educational Guidelines focused on Counterfeiting Issues

Counterfeiting Issues	Educational Guidelines for High School Teachers
Understanding the need for intellectual property protection	“Based on real-world issues and problems related to consumer rights and responsibilities, students will understand how rights and freedoms are guaranteed and realized, and social order is formed and maintained, through the fair and impartial adjustment of opinions and interests of individuals and based on laws and norms, and through the mediation and resolution of personal and social conflicts, in accordance with the Constitution, in accordance with due process, and based on laws and norms.”
Understanding the problem of counterfeit goods that arises when companies expand overseas	“Based on real-world issues and problems related to Japan's role in the international community, including its international contributions, students will understand that a better society can be built through individuals participating in discussions under the Constitution, adjusting conflicts of opinion and interests, and reaching consensus.”
Understanding the socio-economic background of the production and sale of counterfeit goods	“To understand that efficient allocation of resources is achieved through fair and free economic activities based on real-world issues and challenges related to economic globalization and deepening interdependence (including issues of poverty and inequality in the international community).”

العملية

15. أولاً، خلال مرحلة الإعداد، تم الاتصال بالمعلمين المؤثرين في مجال الدراسات الاجتماعية. بالتعاون معهم، تم إنشاء مواد تعليمية، بما في ذلك أمثلة على خطط الدروس.

16. بعد ذلك، تم إجراء دروس تجريبية باستخدام المواد المطورة في فصولهم. بناء على ردود فعل الطلاب ونتائج الاستطلاع أثناء الدروس، تمت مراجعة المواد والأمثلة وفقاً لذلك.

17. ولم يقتصر تحميل المواد التعليمية والدروس الناتجة عن ذلك كمقاطع فيديو على موقع مكتب اليابان للبراءات فحسب، بل تمت مشاركتها أيضاً في مؤتمرات أكاديمية لتعزيز نشرها بين معلمي الدراسات الاجتماعية الآخرين، وتشجيع اعتمادها في مدارس أخرى.

مخرجات المشروع

18. تم إجراء مسح بين الطلاب الذين شاركوا في الدروس النموذجية. أشارت النتائج الرئيسية إلى أنه بعد الدروس، صنف أكثر من ثلاثة أرباع الطلاب الفصل على أنه "سهل الفهم"، وقدم أكثر من 95 في المائة ملاحظات إيجابية.

19. بالإضافة إلى ذلك، في حين كانت هناك آراء متساهلة نسبياً تجاه السلع المقلدة قبل الدروس، كان هناك تحول كبير في الوعي بعد ذلك، مع وجود تصور سلبي أقوى للمنتجات المقلدة.

20. ومن ثم، فإن مبادرات إنتاج وتنفيذ إعلانات منع التعدي على حقوق الملكية الفكرية في السنة المالية 2023 تشير إلى جهد مهم لتعميق فهم حقوق الملكية الفكرية بين طلاب المدارس الثانوية والحد من شراء السلع المقلدة.

خامساً. استنتاج

21. للتصدي بفعالية لمسألة السلع المقلدة، لا سيما في ضوء الاتجاهات السائدة في سوق التجارة الإلكترونية، من الضروري الاستجابة الطويلة الأجل. من الضروري إعادة تقييم مبادراتنا باستمرار مع التكيف بسرعة مع التطورات التكنولوجية والتغيرات المجتمعية، بما في ذلك التطبيقات الجديدة وطرق الاتصال. وللمضي قدماً، نهدف إلى التعلم من أفضل الممارسات في البلدان الأخرى وتنفيذ استراتيجيات فعالة لزيادة الوعي للحد من الأضرار الناجمة عن التقليد محلياً ودولياً.

[نهاية المساهمة]

أنشطة التوعية لمكافحة التقليد والقرصنة: نهج استراتيجي لتعزيز الوعي بالملكية الفكرية في الفلبين وتشجيع احترام حقوق الملكية الفكرية

مساهمة من إعداد السيدة كريستين بانجيليان-كانلابان، المديرية المشرفة، والسيدة مارليتا داغسا، رئيسة شعبة مكتب إنفاذ حقوق الملكية الفكرية، مكتب الملكية الفكرية في الفلبين (IPOPHL)، مدينة تاغويغ، الفلبين*

ملخص

اختيرت الفلبين كبلد لاستخدام مجموعة أدوات استقصاء المستهلكين التي أعدتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، والتي تقيس أثر حملات التوعية العامة بشأن الملكية الفكرية التي نفذها مكتب الملكية الفكرية في الفلبين في عام 2021. وكشفت هذه الدراسة الاستقصائية أن إحدى الثغرات الرئيسية في البلد هي أن المعلومات المتعلقة بالملكية الفكرية لا تزال غير منشورة وغير محل نقاش على نطاق واسع. وأظهرت أيضًا أنه لا يكفي تثقيف الجمهور بشأن فوائد حماية الملكية الفكرية الخاصة بهم؛ بل يجب أيضًا توعيتهم بفوائد الملكية الفكرية للبلد وضرورة احترام الناس لها. ومن التوصيات الأخرى التي خرجت بها الدراسة الاستقصائية أشارت إلى الحاجة إلى حملة توعية أكثر قوة وانتشاراً لإعلام الجمهور بمخاطر شراء واستخدام المنتجات المقلدة والمقرصنة. يمكن أن يدرج مالكو العلامات التجارية في إعلاناتهم شعارات تدعم الملكية الفكرية أو تحذيرات للجمهور بعدم شراء منتجات مقلدة.²

واستناداً إلى هذه الرؤى، قام مكتب الملكية الفكرية في الفلبين بحملات اتصال مختلفة للحد من طلب المستهلكين على المنتجات المخالفة وتشجيع احترام حقوق الملكية الفكرية.

وتسلط هذه المساهمة الضوء على مختلف مبادرات مكتب الملكية الفكرية في الفلبين المصممة لمعالجة الثغرات في الوعي بالملكية الفكرية في الفلبين وتشجيع احترام حقوق الملكية الفكرية.

أولاً. مشاريع زيادة الوعي بالشراكة مع الويبو

ألف. مشروع الملكية الفكرية وصحافة المواطن للمدارس

1. بعد التنفيذ الناجح لمشروع الملكية الفكرية وصحافة المواطن للمدارس في كل من مدارس سويتو بجنوب أفريقيا في عام 2019 وداكار بالسنگال في عام 2022، اختارت الويبو الفلبين لتنفيذ مشروع مماثل. وأدار مكتب الملكية الفكرية في الفلبين، بالشراكة مع الويبو وبتمويل من وزارة الثقافة والرياضة والسياحة في جمهورية كوريا، مشروع الملكية الفكرية وصحافة المواطن للمدارس في الفترة من 9 إلى 23 أكتوبر 2023.

2. وأجري هذا النشاط في مدرستين من المدارس الأعضاء في منظمة المدافعين الشباب عن الملكية الفكرية (YIPA): مدرسة الفلبين العليا للعلوم والمدرسة العليا المختبر بجامعة العلوم التطبيقية في الفلبين. وشارك ما مجموعه ثمانية وأربعين طالباً من كلتا المدرستين.

3. وركزت المناقشات على فهم الملكية الفكرية، بما في ذلك أساسيات حق المؤلف والعلامات التجارية، وعلى إنفاذ الملكية الفكرية. وتم التأكيد خلال المناقشات على أهمية احترام هذه الحقوق أثناء إنشاء المحتوى ونشره. وشملت المواضيع الأخرى مخاطر التقليد والقرصنة وتأثيرها على المجتمعات المحلية وعلى التنمية الاقتصادية في البلاد. واستكمالاً للمناقشات، عُقدت جلسة للتعرف على المنتجات، حيث تلقى الطلاب تدريباً عملياً على كيفية التمييز بين السلع الأصلية والمقلدة (المزيفة).

4. وقام أحد الصحفيين بتعليم الطلاب كيفية إجراء المقابلات وإعداد مقاطع فيديو احترافية استعداداً لمسابقة الفيديو القصير، وهو من أبرز الأنشطة. ومنحت الميداليات الذهبية والفضية والبرونزية في الجلسة العامة لأفضل مشاركات الفيديو المقدمة من كل مدرسة. وقدمنا فنانا البوب كلارا بينين وإيس بانزويو عرضاً في الجلسة العامة، وشجعا الطلاب على شراء الأعمال الأصلية وقول "لا" للقرصنة.

* الآراء الواردة في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف وليس بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

² انظر (ي) نلسون ب. لالوسيس (12 أغسطس 2022)، سلوكيات المستهلكين ووعيهم في الفلبين – النتائج والدروس المستفادة من تطوير أداة الويبو لاستقصاء المستهلك، الوثيقة WIPO/ACE/15/9، www.wipo.int/edocs/mdocs/enforcement/en/wipo_ace_15/wipo_ace_15_9.pdf

باء. حملة توعية المستهلكين

5. في عام 2020، أطلق قسم بناء الاحترام للملكية الفكرية (BRIP) مشروعًا للتوعية على ثلاث مراحل بالتعاون مع مكتب الفلبين. تضمنت المرحلة الأولى استخدام مجموعة أدوات الويبو لاستقصاء آراء المستهلكين لإجراء استقصاء للمستهلكين حول المواقف من القرصنة والتقليد. واستُكملت الدراسة الاستقصائية في نوفمبر 2021، وعُرضت النتائج في الدورة الخامسة عشرة للجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ (لجنة الإنفاذ). وتضمنت المرحلة الثانية حملة التوعية "أوقفوا القرصنة" التي استندت إلى الرؤى المكتسبة من نتائج الدراسة الاستقصائية. استمرت الحملة من أغسطس 2023 إلى أغسطس 2024. وتتضمن المرحلة الثالثة الحالية إجراء دراسة استقصائية لتقييم فعالية الحملة: ستقارن نتائجها مع المستوى الأساسي للوعي بالملكية الفكرية الذي تم تحديده قبل الحملة، بهدف قياس أي تحولات في الإدراك العام فيما يتعلق بتأثير السلع المقلدة والمقرصنة على أصحاب الحقوق والمستهلكين والصناعة المحلية.

ثانياً. سفير مكافحة القرصنة

6. بدعم من الويبو، استعان مكتب الفلبين بماتيو غيديتشيلي، وهو ممثل ومغني وجندي احتياطي معروف وله العديد من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي، ليكون سفيرًا لمكافحة القرصنة في مكتب الفلبين. وعمل السيد غيديتشيلي مع مكتب الفلبين لإنشاء محتوى فيديو عن الموضوعات التالية:

- أ. لماذا يجب أن نتوقف عن رعاية المواد المقرصنة؛
- ب. وتغيير التصورات عن فعل القرصنة؛
- ج. وكيفية إيقاف القرصنة.



No To Piracy!



Hello, everyone! Meet the Philippines' Anti-Piracy...



Have you considered the influence of your decisions during family...



Piracy is a CRIME - Matteo Guidicelli, Philippines' Anti-Piracy...

7. حققت مقاطع الفيديو الأربعة الرئيسية التي تم إنتاجها ونشرها لتشجيع الجمهور على فهم القرصنة واتخاذ إجراءات ضدها 1.617 مليون مشاهدة.

8. وبمبادرة شخصية منه، نشر السيد غيديتشيلي أيضًا على حساباته على وسائل التواصل الاجتماعي مقاطع فيديو وصورًا للتوعية بقرصنة حق المؤلف.

ثالثاً. الكتاب المصوّر "الجحيم المقرصن"

9. قام مكتب الفلبين، بالتعاون مع المجلس الوطني لتطوير الكتاب، بتكليف مانيكس أبريرا، رسام ومؤلف الكتب المصورة الشهير، بإعداد كتاب مصور عن مخاطر القرصنة. كتب السيد أبريرا رواية "الجحيم المقرصن" المستوحاة من جحيم دانتي، والتي تصور آثار القرصنة على المؤلفين والمبدعين. وتم الإطلاق التجريبي لأول قصة من الكتاب في مهرجان الكتاب الفلبيني في يونيو 2023، وبعد ذلك تم إصدار قصتين أسبوعيًا. وأطلقت النسخة المطبوعة من الكتاب في 13 يونيو 2024، في فعالية وقّع فيها المؤلف نسخًا للمعجبين من مكتب الفلبين والمركز الوطني للملكية الفكرية. تتمثل الأهداف الرئيسية لهذا المشروع في:

أ. التوعية: تسليط الضوء على قضية القرصنة وأثرها على المبدعين والصناعة الإبداعية من خلال استخدام الكتاب المصوّر كأداة لتثقيف الجمهور بشأن أهمية احترام حقوق الملكية الفكرية.

ب. الترويج للكتاب المصوّر: التعريف بالكتاب المصوّر "الجحيم المقرصن" لجمهور واسع، يضم عشاق القصص المصورة والمعلمين والطلاب والمهنيين في هذا المجال، وإثارة الاهتمام بالكتاب المصوّر من خلال أنشطة ترويجية مختلفة.

ج. المشاركة المجتمعية: لإعطاء فرصة للمعجبين والقراء الجدد للتفاعل مع المؤلف، السيد أبريرا.

د. الشراكات: إقامة وتعزيز العلاقات مع المنظمات والمدارس والمكتبات التي يمكنها دعم وتعزيز حملة مكافحة القرصنة؛ واستكشاف فرص التعاون في المشاريع المستقبلية.

هـ. التعقيبات: جمع الملاحظات من الحضور والقراء حول الكتاب المصور ورسالته، واستخدام تلك المعلومات لتحسين الإصدارات المستقبلية وفي المشاريع ذات الصلة.

و. الوصول الموسع: وضع الأساس لفعاليات ومبادرات ترويجية مستقبلية لكتاب "الجحيم المقرصن" ورسالتها المناهضة للقرصنة والتخطيط لأنشطة المتابعة.

ز. الاحتفاء بالإبداع: الاعتراف والاحتفاء بإبداع السيد أبريرا وعمله الدؤوب ومساهمته في صناعة القصص المصورة، والتأكيد على قيمة المحتوى الأصلي وضرورة حمايته.

ح. المناصرة: إلهام الحاضرين ليصبحوا مناصرين لمكافحة القرصنة وتزويدهم بالموارد والمعلومات لنشر رسالة مكافحة القرصنة في وكالاتهم ومجتمعاتهم.



10. عُرض الكتاب المصور في معرض رابطة آسيان على هامش اجتماعات جمعيات الدول الأعضاء في الويبو في يوليو 2024 تحت شعار: "آسيان مستدامة ومبدعة".

11. يواصل السيد أبريرا الترويج لكتاب "الجحيم المقرصن"، الذي يحظى بإقبال كبير بين معجبيه، والدعوة لمكافحة القرصنة في معارض الكتب ومعارض كومي-كون. وقد وزع مكتب الفلبين نسخًا من الكتاب المصور على الطلاب والجمهور خلال الفعاليات والمشاركة مع المدارس.

رابعاً. حملة ضد البث غير المشروع

12. تؤدي خدمات البث غير المشروعة دورًا متزايدًا في توفير الوصول إلى المحتوى غير المصرح به أو المقرصن مثل الأفلام والبرامج التلفزيونية. ولتعزيز الحملة ضد القرصنة على الإنترنت، تعاون مكتب الفلبين مع شبكة GMA Network Inc، إحدى أكبر الشركات الإعلامية في الفلبين، في حملة "البث بمسؤولية: حملة إيقاف القرصنة". أنتجت شبكة GMA مقاطع فيديو لمشاهير وممثلين سينمائيين لتشجيع الفلبينيين في الداخل والخارج على مشاهدة الأفلام والبرامج التلفزيونية من خلال الاشتراك في خدمات البث القانونية. وجاء المشروع نتيجة لمذكرة التفاهم الموقعة بين مكتب الفلبين وشبكة GMA في سبتمبر 2023. وعقد المكتب حلقة عمل خاصة بالملكية الفكرية لفناني وموظفي GMA من أجل تعزيز وعيهم بحقوقهم ومسؤولياتهم كمبدعين. واختارت الشبكة أيضاً مشاهير لهم شعبية كبيرة كسفراء لمكافحة القرصنة.



13. في يناير 2024، انضم مكتب الفلبين إلى شبكة GMA في مدينة سيبو لإطلاق النسخة الصوتية من مقاطع الفيديو الخاصة بمكافحة القرصنة بلغة فيسايان على محطة الإذاعة التابعة للشبكة. وفي محاولة لتوسيع نطاق انتشارها الإقليمي، أنتجت GMA أيضاً إعلانات إذاعية بلهجات مختلفة في البلاد. وتواصل GMA إشراك المشاهير كسفراء لمكافحة القرصنة لزيادة الوعي بضرورة مكافحة القرصنة.



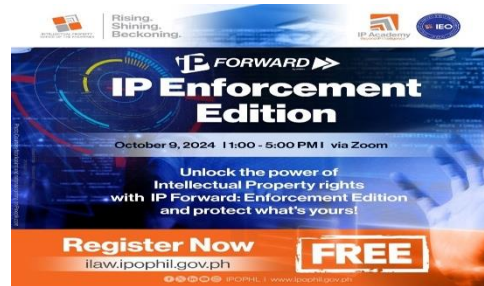
خامساً. الظهور الإذاعي والتلفزيوني للضيوف ولقاءاتهم

14. بغية نشر الوعي بالملكية الفكرية وتعزيز ثقافة احترام حقوق الملكية الفكرية، يظهر مسؤولو مكتب الفلبين على التلفزيون والإذاعة لشرح الملكية الفكرية ومبادرات المكتب المختلفة للحد من انتهاكات حقوق الملكية الفكرية. ويغتنم المكتب هذه الفرص لشرح مفاهيم الملكية الفكرية المعقدة بطريقة يمكن للجميع فهمها، ولتوسيع نطاق الوصول على الصعيد الوطني ودعوة الجمهور للانضمام إلى جلسات المعلومات ومعرفة المزيد عن الملكية الفكرية.



سادساً. حملات رقمية لمكافحة القرصنة ومكافحة التقليد

15. طور مكتب الفلبين أيضاً حملات رقمية لمكافحة القرصنة ومكافحة التقليد بهدف نشر رسائله: الإبلاغ. الاشتراك. الحشد.
16. يقوم المكتب بتوجيه هذه الحملات من خلال حساباته على وسائل التواصل الاجتماعي من أجل الوصول إلى جمهور أوسع وإشراك الناس في رسائل الدعوة إلى اتخاذ إجراء. الهدف الرئيسي هو تمكين الجمهور من فهم أهمية الملكية الفكرية والأسباب التي تدفعنا للعمل جميعاً لمكافحة القرصنة والتقليد. نهدف من خلال رفع مستوى الوعي وتشجيع المشاركة المجتمعية وتعزيز العمل إلى تثقيف الجمهور بشأن الآثار الضارة للتقليد والقرصنة، وتبسيط الضوء على الشراكات الرئيسية التي تعالج هذه القضايا وتحفيز الناس على دعم المحتوى والسلع المشروعة والإبلاغ عن الانتهاكات.
17. أنواع المحتوى الرقمي حول إنفاذ الملكية الفكرية (بنسق الفيديو والصور)
 - مواد تعليمية
 - محتوى يسلط الضوء على الجهود التعاونية
 - محتوى إبداعي وفكاهي
 - مبادرات تقود للعمل
 - إطار الحملة
18. بناء المعرفة عن طريق:
 - أ. الترويج لجلسات التعلم المجانية عبر الإنترنت عن كيفية إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وتثقيف المتابعين عن إنفاذ الملكية الفكرية من خلال الدروس أو الندوات الإلكترونية أو الدورات التدريبية عبر الإنترنت.



- ب. استخدام منتجات حقيقية لنشر معلومات على وسائل التواصل الاجتماعي عن كيفية التفريق بين السلع المقلدة والأصلية. من خلال الانخراط في أقسام التعليقات على وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن لمكتب الفلبين تحديد مدى قدرة الناس على تحديد المنتجات المقلدة.



19. التفاعل وقابلية المشاركة: استخدام محتوى جذاب وقابل للمشاركة مثل الميمات والفكاهة لزيادة الوعي مع جذب جمهور واسع.

أ. حملات مكافحة القرصنة ومكافحة التقليد لزيادة الوعي بالتأثير السلبي للقرصنة والتزييف على الشركات والمستهلكين.



ب. الاحتفال بشهر مكافحة القرصنة (أكتوبر) لزيادة المشاركة العامة والمناصرة إلى أقصى حد من خلال تضخيم المحتوى بشأن أهمية حماية الملكية الفكرية.



20. الإعلانات لبناء الثقة: مقالات ونشرات صحفية وتحديثات على وسائل التواصل الاجتماعي تعرض الشركات والإجراءات المؤسسية والجهود المشتركة التي يبذلها مكتب الفلبين والكيانات الخاصة والشركاء الدوليين لمكافحة القرصنة وتسهيل الضوء على النجاحات الملموسة، مثل عمليات الضبط وإغلاق المواقع المخالفة ومذكرات التفاهم الناجحة.



IPOPHL intensifies work with Greenhills and stakeholders to cleanse mall of counterfeits

© IPOPHL | www.ipophl.gov.ph



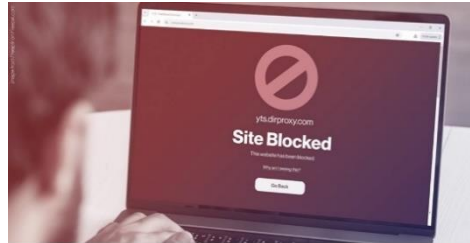
Counterfeits seized in 2023 reach record-high at near P27 billion mark

© IPOPHL | www.ipophl.gov.ph



GUESS Group and Trimark join E-Commerce MOU to combat online counterfeit trade

© IPOPHL | www.ipophl.gov.ph



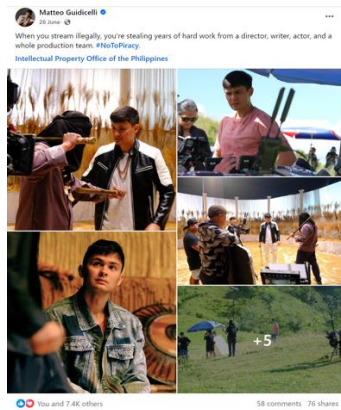
IPOPHL issues first site-blocking request on one of the world's biggest piracy sites

© IPOPHL | www.ipophl.gov.ph

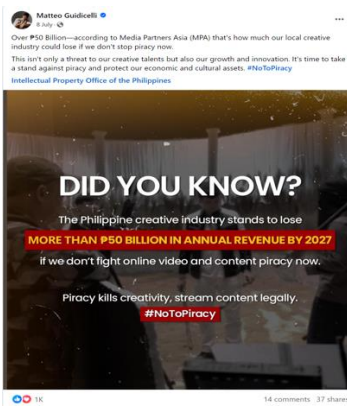


21. العمل والتمكين: بشجيع جمهور وسائل التواصل الاجتماعي على الإبلاغ عن المنتجات المقلدة.

أ. منشورات سفير مكافحة القرصنة على منصات التواصل الاجتماعي لتشجيع متابعيه على تجنب القرصنة.



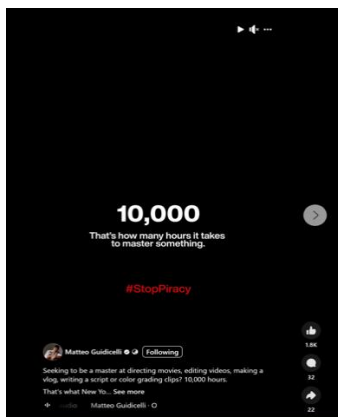
© You and 7.4K others 58 comments 76 shares



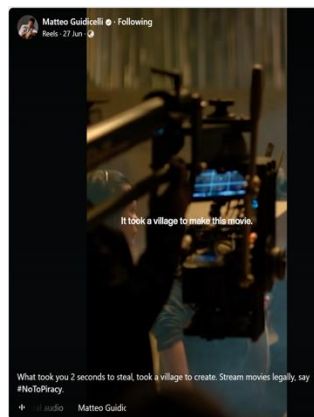
© TK 14 comments 37 shares



© 327 6 comments 5 shares



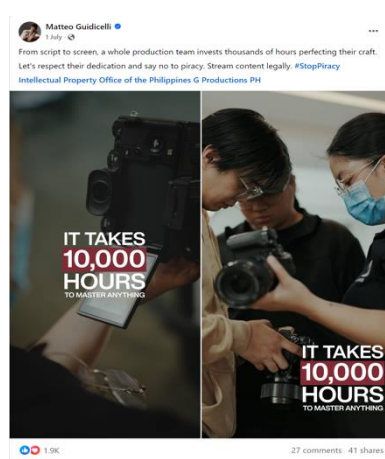
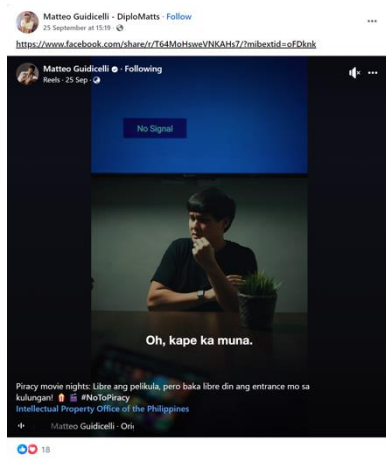
© Matteo Guidicelli 1.8K 31 22



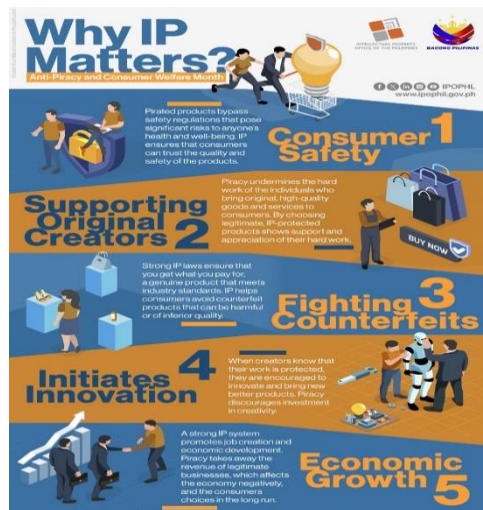
© Matteo Guidicelli 2.2K 41 40



© Matteo Guidicelli 3.1K 200 85



ب. حملات "الإبلاغ عن انتهاكات الملكية الفكرية": توفير أدوات للجمهور للإبلاغ عن انتهاكات الملكية الفكرية ودعم المحتوى المشروع.



سابعاً. خلاصة

22. يأمل مكتب الملكية الفكرية في الفلبين أن يكون إطلاق مبادراته وبرامجه للتوعية بالملكية الفكرية قد ساعد في تعزيز المعرفة والوعي بالملكية الفكرية في الفلبين، ويتوقع أن تتضح النتائج في الدراسة الاستقصائية التي ستجري بعد الحملة وستنشر قريباً بدعم من الويبو ووزارة الثقافة والرياضة والسياحة في جمهورية كوريا.

[نهاية المساهمة]

مبادرات إذكاء الوعي بالملكية الفكرية المُقدمة من وزارة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الهند

مساهمة من إعداد السيد فينمارا كومار ميسرا، مدير الشؤون الفنية والمشاريع بالوزارة، والسيد ساتيش كومار، مدير مساعد بالوزارة، وزارة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، حكومة الهند، نيودلهي، الهند*

ملخص

تؤدي المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة دورًا لا غنى عنه في اقتصاد الهند من خلال النهوض بالابتكار والإبداع، وزيادة فرص العمل، والمساهمة في التنمية الاقتصادية على الصعيدين الإقليمي والوطني. ومع تحول الهند إلى اقتصاد قائم على المعرفة، أصبحت كفاءة حقوق الملكية الفكرية وإنفاذها بفعالية مسألة حيوية بشكل متزايد لهذه المشاريع. ورغم أهمية حماية الملكية الفكرية، تواجه المشاريع المذكورة في الهند معوقات عديدة تحول دون إنفاذ الملكية الفكرية الخاصة بها بفعالية، مثل تدني الوعي والقيود المالية والعقبات البيروقراطية، التي تعمل مجتمعة على إعاقة قدرتها على حماية ابتكاراتها ومخرجاتها الإبداعية وتعظيم الاستفادة منها. من ثم، تعد مواجهة هذه التحديات أمرًا ضروريًا لتمكين هذه المشاريع من المنافسة بفعالية أكبر في السوق العالمية، وتعزيز قدرتها على الصمود، ودفع النمو الاقتصادي في الهند.

وتستكشف هذه المساهمة الحوافز الحكومية القائمة ومبادرات دعم المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لحماية ابتكاراتها ونواتجها الإبداعية، بهدف تمكينها من حماية حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها وإنفاذها بشكل أكثر فعالية. كما أنها تُسلط الضوء على بعض التحديات التي تواجهها هذه المشاريع في الهند فيما يتعلق بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها، والفرص المتاحة أمام الحكومة لمعالجة هذه التحديات، وتوطيد التعاون المحتمل بين الكيانات العامة والخاصة من أجل تعزيز إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وتعظيم الدعوة إلى تبسيط السياسات.

أولاً المقدمة

1. تشكل المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة أهمية بالغة للبنية الاجتماعية والاقتصادية في الهند، حيث تُسهم بحصة كبيرة في العمالة والابتكار والتنمية الإقليمية. فوفقًا لتقرير أصدره مكتب الإعلام الصحفي مؤخرًا،³ يساهم قطاع المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الهند بنحو 30 في المئة من الناتج المحلي الإجمالي للبلاد، وهو المسؤول عما يقرب من 45 في المئة من الصادرات، مما يؤكد أهميته للاستقرار الاقتصادي في الهند. وفي عصر تقوده التكنولوجيا ورأس المال الفكري على نحو متزايد، تعد حقوق الملكية الفكرية عنصرًا ضروريًا للأنشطة التي تسعى إلى الحفاظ على ميزة تنافسية وصون جهودها الابتكارية والإبداعية.

2. تغطي حقوق الملكية الفكرية مجموعة واسعة من الأصول الفكرية، تشمل البراءات والعلامات التجارية وحقوق المؤلف والتصاميم الصناعية والمؤشرات الجغرافية، وتوفر مجتمعة للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة إطارًا قانونيًا لحماية ابتكاراتها ومخرجاتها الإبداعية. مع ذلك، لا يزال إنفاذ حقوق الملكية الفكرية مجالًا معقدًا محفوفًا بالتحديات، في كثير من الأحيان، بالنسبة للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الهند. ويرجع ذلك أساسًا إلى الموارد المحدودة لهذه المشاريع ونقص الوعي بها، فضلًا عما يشوب المشهد القانوني للملكية الفكرية من تعقيدات في الهند.

3. فتعزيز إنفاذ الملكية الفكرية في قطاع المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة يُمكن هذه الأنشطة من حماية ابتكاراتها بشكل أفضل، ويُعزز ثقافة الأعمال الواعية بالملكية الفكرية، ويُمكن المشاريع المعنية في الهند باختلاف أحجامها من الازدهار في سوق عالمية شديدة التنافسية.

ثانيًا المبادرات الحكومية وبرامج الدعم والتعاون الحكومي في مجال إذكاء الوعي بالملكية الفكرية وحمايتها

4. هناك العديد من المبادرات والبرامج الحكومية التي تهدف إلى إذكاء الوعي بالملكية الفكرية والتحفيز على حمايتها، مع تعزيز إنفاذ الملكية الفكرية كأحد الأهداف المنشودة. فقد اشتركت إدارة النهوض بالصناعة والتجارة الداخلية مع وزارة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في تنظيم عدة فعاليات لدعم الصناعة، بهدف تمكين أصحاب المشاريع والشركات الناشئة من فهم أهمية صون الملكية الفكرية الخاصة بهم، وبالتالي تقليل قابلية التعرض لعمليات تعدٍ على الملكية الفكرية.⁴

* الآراء الواردة في هذه الوثيقة تعبر عن رأي المؤلف ولا تعكس بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

³ بيان صحفي، وزارة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، متاح على الرابط <https://pib.gov.in/PressReleaseFramePage.aspx?PRID=2035073>

⁴ <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2085346>

ألف. مبادرات وحوافز الدعم الحكومي

5. من منطلق إدراك حكومة الهند بأهمية حماية الملكية الفكرية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، قدمت الحكومة برامج حوافز ومساعدة عديدة للمبتكرين والمبدعين بغية تمكينهم من حماية حقوق الملكية الفكرية الخاصة بهم وإنفاذها. وتشمل المبادرات الرئيسية ما يلي:

أ) برنامج تيسير حماية الملكية الفكرية للشركات الناشئة: يدعم هذا البرنامج الرائد، الذي⁵ قدمته إدارة النهوض بالصناعة والتجارة الداخلية، الشركات الناشئة من خلال توفير المساعدة المالية لتسجيل الملكية الفكرية، وإذكاء الوعي بحقوق الملكية الفكرية، وتبسيط عملية تقديم الطلبات. كما يتعاون البرنامج مع مراكز دعم التكنولوجيا والابتكار التابعة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، مما⁶ يوفر للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة إمكانية الوصول إلى التوجيه المتخصص والموارد اللازمة.

ب) وبموجب هذه المبادرة، يمكن أن تحصل الشركات الناشئة على خدمات حماية البراءات والعلامات التجارية والتصاميم بدفع الرسوم القانونية المطلوبة فقط، نظرًا لقيام الحكومة بتغطية الرسوم المهنية للميسرين بالكامل. إذ يقدم الميسرون، المدرجون بمعرفة المراقب العام للبراءات والتصاميم والعلامات التجارية، مجموعة شاملة من الخدمات، تشمل الدعم الاستشاري، وصياغة الطلبات، والرد على تقارير الفحص، والطعن على المعارضات، وضمان الحصول على حل نهائي لطلبات الملكية الفكرية المقدمة. ونظرًا لحصول الميسرين على تعويض مباشر من الحكومة، تحصل الشركات الناشئة على هذه الخدمات دون أي تكلفة إضافية، مما يُبَسِّط حماية الملكية الفكرية ويُمكِّن الشركات الناشئة من صون الملكية الفكرية الخاصة بها بشكلٍ فعال.

ج) الرسوم المخفضة لتسجيل الملكية الفكرية الخاصة بالمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة: يُقدم المراقب العام للبراءات والتصاميم والعلامات التجارية تخفيضًا يصل إلى 80 في المئة على رسوم إيداع براءات المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، وما يصل إلى 75 في المئة على طلبات إيداع التصاميم الصناعية، وما يصل إلى 50 في المئة على طلبات إيداع العلامات التجارية. بذلك، تعمل هذه الحوافز المالية على خفض حواجز التكلفة المرتبطة بحماية الملكية الفكرية، مما يسمح للمزيد من هذه المشاريع المختلفة الأحجام بكفالة حقوق الملكية الفكرية بتكلفة أقل، الأمر الذي يضمن قدرة عدد أكبر منها على حماية حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها وتمكينها من التماس سبل الانتصاف القانونية في حالات التعدي، لا سيما في حالات حقوق الملكية الفكرية، مثل البراءات التي لا يمكن إنفاذها دون تسجيل.

د) برنامج دعم الملكية الفكرية التابع لوزارة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة: يقدم هذا البرنامج مجموعة من الخدمات الخاصة بالملكية الفكرية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، تشمل المشورة والاستشارات في مجال الملكية الفكرية، وعمليات البحث عن حالة التقنية الصناعية السابقة، وعمليات تقييم الجودة، وتحليل حرية التشغيل. كما يقدم البرنامج مساعدة مالية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لتسجيل البراءات والعلامات التجارية والتصاميم ومؤشرات الجغرافية. ومع ذلك، فثمة مجال لزيادة إذكاء الوعي ببرنامج الدعم هذا في أوساط المشاريع المذكورة، الأمر الذي ترتب عليه وجود وعي واسع النطاق بفوائده. لذلك، تُشجّع هذه المشاريع على الاستفادة من الدعم الحكومي المتاح، حيث تتوفر المساعدة المالية للمشاريع المسجلة منها لدى الوزارة المعنية، ولكنها تختلف تبعًا لحق الملكية الفكرية وتخضع لحدود قصوى معينة، على النحو الموضح أدناه.

باء. مبادرات إذكاء الوعي

6. يعد بناء الوعي أمرًا بالغ الأهمية في تمكين المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة من فهم أصول الملكية الفكرية الخاصة بها وحمايتها وإدارتها وإنفاذها بشكل استباقي وفعال. لذلك، فمن المهم أن تعمل الوكالات الحكومية والرابطات الصناعية والمؤسسات التعليمية معًا من أجل إذكاء الوعي وتوفير برامج تدريبية مصممة خصيصًا لتلبية احتياجات المشاريع المذكورة في مجال الملكية الفكرية.

7. ومن الأمثلة الناجحة على هذا التعاون الحملة الرائدة ياترا للملكية الفكرية ("حملة رحلة الملكية الفكرية")، التي أطلقتها وزارة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في 2023، حيث تتعاون فيها الوزارة مع القطاع الخاص من أجل تنظيم حلقات عمل تُعقد في جميع أنحاء البلاد لبناء الوعي بالملكية الفكرية بين المشاريع المعنية، ومعالجة قضايا الملكية الفكرية الخاصة بها، وتوفير الإرشاد الفردي وربطه بمراكز تسهيل الملكية الفكرية.

8. إذ تساعد هذه البرامج المشاريع المعنية على فهم قيمة حماية الملكية الفكرية وتزودها بالمعرفة اللازمة لاجتياز إجراءات تسجيل الملكية الفكرية وفهم إجراءات إنفاذ الملكية الفكرية الخاصة بها وأهميتها. وقد أدى التركيز على تثقيف هذه المشاريع بحقوق الملكية الفكرية وإجراءات الإيداع واستراتيجيات الإنفاذ إلى تعزيز ثقافة الابتكار والإدارة الاستباقية لحقوق الملكية الفكرية بين المشاريع المذكورة.

9. وقد أسهمت حملة ياترا للملكية الفكرية إسهامًا كبيرًا في إذكاء الوعي بالملكية الفكرية في أوساط المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التي لم تدرك أهميتها في السابق. والآن انتقلت المبادرة بالفعل، بعد أن بلغت عامها الثاني، إلى مناطق مختلفة من البلاد، شملت البلديات والمدن الصغيرة التي لا يزال الوعي بالملكية الفكرية فيها غير منتشر. لذلك، تعاني العديد من المشاريع المعنية من خطر التعدي على الملكية الفكرية الخاصة بها بسبب الافتقار إلى المعرفة، وبالتالي عدم اتخاذ الخطوات اللازمة لحماية حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها وإنفاذها. ومع ذلك، نجح برنامج التوعية هذا في ضمان إذكاء الوعي على نطاق واسع لتثقيف هذه المشاريع بالدور الحاسم الذي تقوم به الملكية الفكرية في صون ابتكاراتها ونواتجها الإبداعية.

10. فمنذ 2023، عقّدت ياترا للملكية الفكرية 40 جلسة، شملت أكثر من 6,000 مشروع من المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. وقد شهدت الجلسات حلقات نقاش وعروض تقديمية عن مواضيع رئيسية تهم المشاريع المذكورة، تضمنت تسجيل حقوق الملكية الفكرية وإنفاذها وقصص نجاح أصحاب المشاريع والمشاريع المعنية التي عكفت على حماية الملكية الفكرية الخاصة بها والاستفادة منها حرصًا على نمو أعمالها. وقد تبادل متحدثون بارزون من الصناعة وحكومة الهند والبعثات الدبلوماسية وممارسي الملكية الفكرية والأكاديميين رؤاهم المتخصصة مع المشاركين.

11. وكان من أبرز ما تميزت به الحملة جلسات الإرشاد الفردية، التي قدمت إرشادات شخصية إلى المشاريع المعنية بشأن عمليات تسجيل الملكية الفكرية وإنفاذها. إذ تعمل هذه الجلسات على إزالة الغموض الذي يكتنف الإجراءات المعقدة، مما يمكن الأنشطة من اتخاذ خطوات ملموسة نحو حماية حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها. كما أنها تقدم المشورة والحلول العملية المصممة خصيصًا لتمكين العديد من المشاريع المعنية من دمج استراتيجيات الملكية الفكرية في نماذج أعمالها وتعزيز قدرتها على المنافسة والابتكار في الأسواق المحلية والدولية واتخاذ التدابير لإنفاذ حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها.



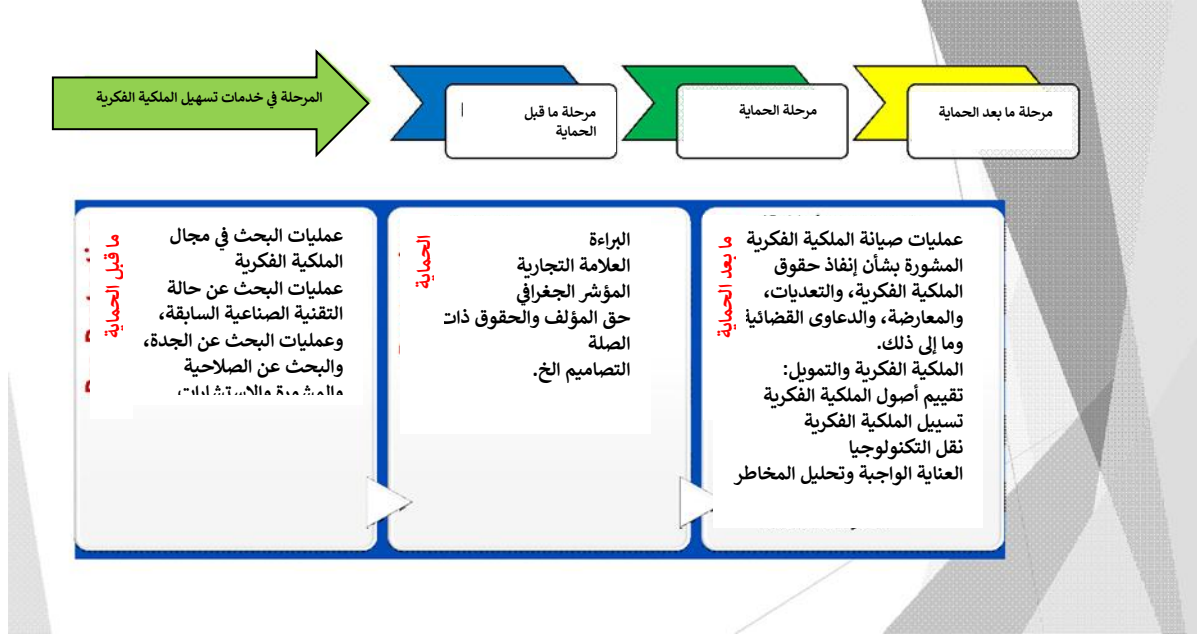
صورة: جلسة إرشاد فردية خلال فعالية ياترا للملكية الفكرية

جيم. مراكز دعم الملكية الفكرية المتخصصة للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة

12. تضطلع المراكز المخصصة لدعم الملكية الفكرية المصممة خصيصًا للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بتقديم مساعدة وموارد لا تقدر بثمن للمشاريع المذكورة. فقد أنشأت وزارة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بالفعل أكثر من 75 مركزًا من مراكز تسهيل الملكية الفكرية في إطار البرنامج الابتكاري للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، تضطلع فيه المراكز بتقديم خدمات مجانية تتعلق بالملكية الفكرية، مثل عمليات البحث عن حالة التقنية الصناعية السابقة، والمشورة في مجال إدارة الملكية الفكرية، والمساعدة في تقديم الطلب. وبذلك، كانت تعمل بنشاط على دعم المشاريع المعنية في حماية حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها وإدارتها. ويوضح الشكل الوارد أدناه كيف تدعم هذه المراكز المشاريع المعنية في مراحل حماية الملكية الفكرية المختلفة، بدءًا من الحماية السابقة (عمليات البحث عن الجودة، والاستشارات، وعمليات البحث عن الصلاحية) إلى الحماية اللاحقة (الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، وعمليات التقييم، ونقل التكنولوجيا). ويضمن ذلك وصول هذه المشاريع إلى منصة شاملة

لتلقي الدعم الشامل بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها وتسويقها وإنفاذها. هذا إلى جانب الدعم المالي المقدم من الحكومة لها من أجل حماية ابتكاراتها وإبداعاتها، المشار إليها أعلاه.

الشكل: مراحل الدعم المتاحة من خلال مراكز تسهيل الملكية الفكرية



ثالثًا التحديات التي تواجه المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الهند

13. ساهمت برامج الدعم والحوافز، التي تم تسليط الضوء عليها أعلاه، في إذكاء الوعي بأهمية حماية حقوق الملكية الفكرية وإنفاذها. مع ذلك، لا تزال هناك بعض التحديات. ويتمثل أحد التحديات الرئيسية، التي تواجهها المشاريع المعنية في الهند، في الافتقار إلى الوعي والفهم بحقوق الملكية الفكرية وفوائدها. ولا يزال العديد من أصحاب المشاريع المعنية يجهلون إجراءات حماية الملكية الفكرية الخاصة بهم وبمزاياها. ويؤدي هذا الوعي المحدود إلى إعاقة حماية الملكية الفكرية وإنفاذها بشكل استباقي.
14. تعمل المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، في كثير من الأحيان، بموارد مالية محدودة، مما يحد من قدرتها على الاستثمار في حماية الملكية الفكرية وإنفاذها. فقد تكون عمليات تسجيل الملكية الفكرية وإجراءات التقاضي والإنفاذ باهظة التكلفة بالنسبة للعديد من المشاريع الصغيرة، مما يثنيها عن متابعة مطالبات الملكية الفكرية أو الدفاع عن حقوقها في حالة التعدي عليها.
15. وباستثناء بعض الولايات التي أدخلت هيئات قضائية متخصصة في الملكية الفكرية في الأقسام التجارية لبعض المحاكم العليا بها بغية تعجيل البت في المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية، غالبًا ما يتسم إنفاذ الملكية الفكرية في الهند بإجراءات إدارية وقضائية طويلة ومعقدة. وبالنسبة للمشاريع المعنية ذات الخبرة القانونية المحدودة، يمكن أن يشكل لها التنقل في مشهد إنفاذ الملكية الفكرية تحديًا خاصًا. ويضاف إلى هذه التحديات عمليات التأخر في إصدار الأحكام والافتقار إلى وجود محاكم متخصصة في مجال الملكية الفكرية في معظم المناطق، مما يقلل من فعالية تدابير الإنفاذ.
16. كما تفتقر العديد من المشاريع المعنية إلى إمكانية الوصول إلى مهنين متخصصين في مجال الملكية الفكرية أو مستشارين قانونيين يمكن أن يرشدوها بشأن القضايا المتعلقة بإنفاذ الملكية الفكرية. وفي حالة غياب الدعم القانوني الكافي أو الافتقار إلى الوسائل المالية اللازمة للوصول إليه، قد تجد المشاريع المذكورة صعوبة في متابعة قضايا التعدي، مما يؤدي إلى زيادة التعرض لسرقة الملكية الفكرية والاستخدام غير المصرح به لابتكاراتها.

رابعًا التوصيات

17. وعليه، يمكن اعتماد التوصيات الواردة أدناه لمعالجة بعض هذه التحديات:
18. إن مواصلة التعاون القائم بين الحكومة والقطاع الخاص واستكشاف أوجه تعاون أخرى لإذكاء الوعي بالملكية الفكرية، يمكن أن يعالج الفجوة القائمة في المعارف والوعي بالملكية الفكرية بين المشاريع المعنية. وتعد مبادرة ياترا للملكية الفكرية بمثابة دراسة حالة

ناجحة حول مدى تأثير عمليات التعاون المشار إليها على تحقيق الهدف المتمثل في إذكاء الوعي بالملكية الفكرية على نطاق واسع. فالنهوض ببرامج الدعم والحوافز الحكومية على نحوٍ موسع، يمكن أن يعزز ثقافة الوعي بالملكية الفكرية ويُمكّن المشاريع المعنية من الاستفادة من الأدوات المتاحة لضمان الحصول على حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها.

19. كما أن إدماج التنقيف في مجال الملكية الفكرية في البرامج الإنمائية الأوسع نطاقاً سيضمن تجهيز المشاريع المعنية تجهيزاً جيداً لحماية أصولها الفكرية. والتدريب المتخصص، مثلاً بتنظيم حلقات عمل عن مراقبة الأسواق لأغراض الكشف عن السلع المُقلدة وسبل الانتصاف القانونية المتاحة، سيُمكّن هذه المشاريع من اتخاذ إجراء سريع وحاسم. وعلاوة على ذلك، يمكن للنُهُج التعاونية، مثل تشكيل تحالفات في مجال الصناعة، أن توفر موارد مشتركة للإنفاذ وتُعظّم الدعوة إلى تبسيط السياسات.

20. وبفضل الدعم المستمر والتدخلات الاستراتيجية من الحكومة، يمكن للمشاريع المعنية في الهند أن تُعظّم من إمكاناتها كمحركات رئيسية للنمو الاقتصادي والتقدم التكنولوجي، مما يمهّد الطريق للتنمية المستدامة والازدهار.

21. إن توسيع شبكة مراكز تسهيل الملكية الفكرية وإذكاء الوعي بالدعم المتاح، يمكن أن يكفل حصول المزيد من المشاريع المعنية على الموارد التي تحتاج إليها لحماية ابتكاراتها ونواتجها الإبداعية وإنفاذ حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها بفعالية. ويمكن أن تعمل مراكز الدعم المتخصصة في الملكية الفكرية كمركز محوري لهذه المشاريع من أجل الوصول إلى موارد الملكية الفكرية وتقديم المشورة بشأن إدارة حقوق الملكية الفكرية، بما فيها الإنفاذ، الأمر الذي سيمكن تلك المشاريع من التنقل في مشهد الملكية الفكرية بمزيد من الثقة.

22. تقدم التطورات التكنولوجية حلولاً واعدة لرصد حقوق الملكية الفكرية وحمايتها وإنفاذها، ويمكن الاستفادة منها لتوفير حلولٍ فعالة من حيث التكلفة للمشاريع المعنية من أجل إنفاذ الملكية الفكرية الخاصة بها. فأدوات الرصد الآلي للملكية الفكرية، مثلاً، يمكن أن تساعد هذه المشاريع في كشف التعديلات المحتملة بجزء بسيط من تكلفة أساليب الرصد التقليدية. وفضلاً عن ذلك، يمكن أن توفر لها آليات تسوية المنازعات عبر الإنترنت بديلاً فعالاً عن إجراءات المحاكم المطولة والمكلفة، مما يمكنها من حل منازعات الملكية الفكرية بسرعة. وبتيسير الوصول إلى حلولٍ لقضايا الملكية الفكرية بتكلفة ميسورة قائمة على التكنولوجيا، يمكن أن تساعد الحكومة المشاريع المعنية على حماية أصول الملكية الفكرية الخاصة بها بسهولة أكبر والتنافس بشكلٍ أكثر فعالية في مجال الملكية الفكرية.

خامساً الخاتمة

23. ينطوي تعزيز إنفاذ الملكية الفكرية الخاصة بالمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الهند على مواجهة تحديات كبيرة وتوجيه فرص فريدة على السواء. مع ذلك، فمن خلال المبادرات الحكومية المستهدفة وبرامج بناء القدرات والتقدم التكنولوجي، يمكن أن تتغلب المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة على هذه الحواجز. كما تؤدي مراكز دعم الملكية الفكرية المخصصة وحملات إذكاء الوعي دوراً محورياً في مساعدة المشاريع المذكورة على فهم الأهمية الاستراتيجية للملكية الفكرية، وتعزيز ثقافة الابتكار والتسجيل الاستباقي للملكية الفكرية.

24. وبتقديم المزيد من التدابير لدعم هذه المشاريع في مجال إنفاذ الملكية الفكرية، يمكن أن تُنشئ الهند نظاماً بيئياً أكثر دعماً للمشاريع المعنية، يُشجّع النمو ويرعى الابتكار ويدعم الاقتصاد الوطني. ونتطلع إلى استكشاف المزيد من أوجه التعاون والعمل سوياً مع الويبو والقطاع الخاص والوكالات الحكومية الأخرى من أجل دعم المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في مجال حماية الملكية الفكرية وإنفاذها.

[نهاية الوثيقة]