

جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في

ظل الاقتصاديات الحديثة يومي 14/13 ديسمبر 2011

المحور الثاني: نظريات رأس المال الفكري وحقوق الملكية الفكرية

عنوان المداخلة:

**تحديات حقوق الملكية الفكرية بشأن المعاملات الدولية
في ظل التجارة الالكترونية**

أ.معزوز لقمان

ماجستير علوم اقتصادية بجامعة الشلف

رقم المحمول: 0791205844

البريد الالكتروني:

loqmanma02@hotmail.fr

أ.بودري شريف

أستاذ الاقتصاد بجامعة الشلف

رقم المحمول: 0779054001

البريد الالكتروني:

Boudri.chrif@yahoo.fr

الملخص:

مع تحول العالم إلى قرية إلكترونية تتمحور حول تقنياتها أجهزة المعلوماتية وشبكات الاتصال، أطلق على مجمل التقنيات والأساليب التي تسهل وتسرع التبادل التجاري من خلال تطبيق الوسائط المعلوماتية والاتصالية الحديثة اسم "التجارة الإلكترونية" والتي ينتج عند استخدامها تحسين في أداء مؤسسات الأعمال وفتح الأسواق العالمية أمامها وبالتالي أصبحت التجارة الإلكترونية إحدى أهم الوسائل الابتكارية التي تستفيد منها الدول والمنظمات في تسويق منتجاتها. كما نمت نمواً هائلاً ومنتساراً في دول العالم، انعكس على حجم المبادلات التجارية التي تجاوزت مليارات الدولارات، أما عدم قبول الكثير من الشركات التجارية الدولية التعامل مع أعضاء جدد إلا إذا استطاعوا أن يبرهنوا على أن لديهم القدرة على التبادل الإلكتروني للبيانات.

رغم هذا النمو والتطور التي تعرفه التجارة الإلكترونية في العالم، إلا أن التحكم في جميع المبادلات التي تجرى بها خاصة المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية يبقى من أهم المشاكل التي تواجهها هذا النوع من التجارة، واعتماداً على ما سبق ووعياً بأهمية الموضوع في هذا العالم المتغير ارتأينا القيام بهذه الدراسة حيث اعتمدنا على الإشكالية التالية: ما هي أبرز التحديات التي تواجه حقوق الملكية الفكرية في مجال التجارة الإلكترونية؟.

للإجابة على الإشكالية المطروحة ارتأينا التطرق إلى المحاور التالية:

المحور الأول: التجارة الإلكترونية مفهومها خصائصها وأنواعها

المحور الثاني: حقوق الملكية الفكرية وموقعها من التجارة الإلكترونية

المحور الثالث: معوقات الملكية الفكرية بشأن المعاملات الدولية في التجارة الإلكترونية

المقدمة:

لقد غيرت الانترنت وجه عالم التجارة والأعمال وساهمت هذه الشبكة العالمية في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية والتي تمثل واحدة من التعابير الجديدة التي دخلت حياتنا بقوة وأصبحت تتداول في الاستخدام العادي لتعبر عن العديد من الأنشطة الأساسية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ولعل أبرز ظواهر الثورة المعلوماتية التي يعيشها العالم اليوم ما أصبح يعرف باقتصاد المعلومات أو الاقتصاد الرقمي أو اقتصاد الشبكات، حيث يتكون هذا الأخير من مجموعة من

المؤسسات الالكترونية التي تتشابه مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية والأخرى الدولية.

لقد نمت التجارة الالكترونية نمواً هائلاً ومنتسارِعاً في دول العالم، انعكس على حجم المبادلات التجارية التي تجاوزت مليارات الدولارات، أما عدم قبول الكثير من الشركات التجارية الدولية التعامل مع أعضاء جدد إلا إذا استطاعوا أن يبرهنوا على أن لديهم القدرة على التبادل الإلكتروني للبيانات. رغم هذا النمو والتطور التي تعرفه التجارة الالكترونية في العالم، إلا أن التحكم في جميع المبادلات التي تجرى بها خاصة المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية يبقى من أهم المشاكل التي تواجهها هذا النوع من التجارة، واعتماداً على ما سبق ووعياً بأهمية الموضوع في هذا العالم المتغير ارتأينا القيام بهذه الدراسة حيث اعتمدنا على الإشكالية التالية: ما هي أبرز التحديات التي تواجه حقوق الملكية الفكرية في مجال التجارة الالكترونية؟.

للإجابة على الإشكالية المطروحة ارتأينا التطرق إلى المحاور التالية:

المحور الأول: التجارة الالكترونية مفهومها خصائصها وأنواعها

المحور الثاني: حقوق الملكية الفكرية وموقعها من التجارة الالكترونية

المحور الثالث: معوقات الملكية الفكرية بشأن المعاملات الدولية في التجارة الإلكترونية

المحور الأول: التجارة الالكترونية مفهومها خصائصها وأنواعها

في الوقت الذي ينتشر فيه الانترنت انتشاراً هائلاً، شاع مفهوم التجارة الالكترونية وتوسعت لتشمل عمليات أوسع من البيع والشراء، إذ أن الآفاق التي تفتحها التجارة الالكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تقف عند حد.

وعلى هذا، وحتى يتسنى لنا تحديد مفهوم التجارة الالكترونية ارتأينا من خلال هذا المبحث أن نتعرض إلى تعريف التجارة الالكترونية، أنواعها ومستوياتها.

أولاً- تعريف التجارة الالكترونية وخصائصها:

1- تعريف التجارة الالكترونية:

ليس هناك تعريفاً دقيقاً ومحددًا للتجارة الالكترونية حتى الآن، وذلك بسبب تعدد الجهات والمحافل التي أوردت هذه التعريفات، وأيضاً نظراً لنوع التقنية المستخدمة في هذا النوع من التجارة.

وعلى هذا يمكن القول أن صياغة تعريف دقيق لمفهوم التجارة الالكترونية تبدو مسألة شاقة،
فرغم رواج هذا المصطلح بشكل واسع، إلا أنه لا يوجد إجماع حول تعريف دقيق لهذا المفهوم.
ولكن يمكن طرح أهم التعريفات التي وردت للتجارة الالكترونية محاولا الإلمام أو تعميق مختلف
الأبعاد لهذا المفهوم والتي تكون على النحو التالي:

حسب لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي ¹Unictral التجارة الالكترونية هي "النقل
الإلكتروني بين جهازين للكمبيوتر للبيانات باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات".
إن هذه اللجنة رغم إصدارها لمشروع قانون موحد للتجارة الالكترونية، ولكن هذا المشروع
ورغم تعلقه بالتجارة الالكترونية إلا أنه لم يتضمن تعريفا لها، واكتف بتعريف التبادل الإلكتروني
للمعلومات EDI- Electronic Data Interchange ².

وتعريف Unictral ينصرف إلى كل استعمالات المعلومات الالكترونية في التجارة وهو ما يطلق
عليه التجارة الالكترونية، ولذلك فمن وسائل الاتصال التي تتم عن طريقها هذه التجارة نقل المعطيات
التجارية (بيانات وعروض) من كمبيوتر إلى كمبيوتر آخر، وفقا لنظام عرض موحد(شكل موحد)،
وكذلك نقل الرسائل الالكترونية باستعمال قواعد عامة أو قواعد قياسية، وكذلك النقل بالطريق
الإلكتروني للنصوص كاستخدام الانترنت، بل تتم التجارة الالكترونية عن طريق استخدام تقنيات أخرى
كالتلكس والفاكس.

وبالتالي ومما سبق فإن الانترنت ليس الوسيلة الوحيدة لتتمام عمليات التجارة الالكترونية، بل
تشاركها وسائل أخرى مثل جهازي التلكس والفاكس، ويجوز تداول المعلومات ما بين جهازي كمبيوتر
على شبكة موحدة شرط أن تكون هذه المعلومات ذات صبغة تجارية وبالتالي تتم عملية التجارة
الإلكترونية.

2- خصائص التجارة الالكترونية:

ومن أبرز هذه الخصائص المميزة للتجارة الالكترونية ما يلي:³

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الكتاب الأول نظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدينا، دار الفكر
الجامعي، الإسكندرية 2002، ص 24-26.

² - EDI: يقصد به تبادل البيانات المتعلقة بصفقات الأعمال في صورة نمطية بين الحاسبات الآلية الخاصة بمنشآت الأعمال من خلال شبكة
اتصالات الكترونية دون حاجة لاستخدام مستندات ورقية.

³ - إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، ط1، مرجع سبق ذكره، ص 31-34.

Ã الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الإلكترونية:

إنّ التجارة الإلكترونية، أو بالأحرى الوسائط الإلكترونية التي تجري من خلالها أنشطة التجارة الإلكترونية ولا سيما الإنترنت، لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، ومن ثم فإن أي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الإنترنت لا يحتاج إلى التوجه إلى منطقة جغرافية بعينها. فإنشاء موقع تجاري على الإنترنت يزود الشركة صاحبة الموقع، حتى ولو كانت شركة صغيرة، بإمكانية الوصول إلى أسواق ومستخدمي شبكة الإنترنت عبر العالم كله. من جهة أخرى يمكن إدارة المعاملات التجارية بكفاءة لأي شركة من خلال موقعها على الإنترنت من أي موقع جغرافي، وهذه السمة لها تبعات مختلفة خاصة في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط، مثل صعوبة فرض الضرائب الجمركية عليها.

Ã الطابع المتداخل للتجارة الإلكترونية:

فالشركات كبيرها وصغيرها على السواء تجد أن الفواصل التقليدية بين القطاعات والتي تأسست أصلا على الفوارق في المظاهر المادية للسلع والخدمات وكذلك على الفوارق في الوسائل المادية لتوزيعها أصبحت أقل حدة أو أقل وضوحا. وهذا أمر واضح في السلع والخدمات التي يمكن توصيلها للمستهلك بالطرق التقليدية كما يمكن توصيلها على الخط مباشرة، مثل الموسيقى وأفلام الفيديو، والأقراص المدمجة التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو معلومات أو إحصاءات وغير ذلك.

Ã غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الإلكترونية:

حيث يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة، بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونيا (في حالة السلع القابلة للترقيم) دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق. وتثور هنا مشكلات جديدة في إثبات المعاملات والعقود وتوثيق الحقوق والالتزامات، وإثبات صحة التوقيعات والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، ومن هنا شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية يسبغ الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية والعقود الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية والوفاء بالنقود الإلكترونية.

Ã التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين أو دون التيقن منها مع احتمال تعرض معلومات العملاء للإفشاء أو إساءة الاستخدام عند تقديمها.

فمن الممكن أن تجرى عملية تجارية على الإنترنت بين طرفين لا يعرف أحدهما الآخر، حيث لا يرى أي منهما الآخر، وقد لا يملك أي منهما معلومات كافية عن الآخر، بما في ذلك موطنه أو

المكان الذي يجري منه الاتصال، كذلك قد يقدم طرف آخر معلومات زائفة أو خادعة دون أن تكون هناك دائماً طريقة ميسورة للاستيثاق من هذه المعلومات، ومن ذلك التعامل ببطاقة إئتمان مسروقة، أو الوعد بتقديم ضمانات أو خدمات ما بعد البيع دون ضمان حقيقي بأن يلتزم البائع بذلك أو إعاره صفة "بنك" وتجميع الأموال تحت إغراء الوعد بعائد كبير ودون وجود وسائل سهلة أو غير مكلفة يمكن أن يلجأ إليها المشتري للحصول على حقه.

Ã سرعة تغيير المفهوم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد:

فكما سبقت الإشارة، ثمة تغيرات متسارعة في نوعية الأنشطة التي تدرج تحت مفهوم التجارة الالكترونية، وثمة احتمالات كبيرة لاتساع نطاق هذه التجارة.

فارتباط التجارة الالكترونية بوسائط الاتصال الالكتروني بصفة خاصة ومجالات الاتصال والمعلومات بصفة عامة، وهي جميعاً تتعرض لتغيرات تكنولوجية متسارعة، يجعل النظم والترتيبات التي تخضع لها التجارة الالكترونية عرضة هي الأخرى للتغير السريع.

ثانياً - أنواع التجارة الالكترونية:

تأخذ التجارة الالكترونية عدة أشكال، كما أننا نجدها تعمل على ثلاثة مستويات.

يمكن توضيح أنواع التجارة الالكترونية باستعمال المصفوفة التي استعملها كوبل (Coppel) وذلك في الشكل التالي:

شكل رقم (1-1) : تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات

مستهلك	شركة	حكومة	
حكومة لمستهلك G2C	حكومة لشركة G2B	حكومة لحكومة G2G	حكومة
شركة لمستهلك B2C	شركة لشركة B2B	شركة لحكومة B2G	شركة
مستهلك لمستهلك C2C	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك

المصدر: إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، ط1، مرجع سبق ذكره، ص 15.

وطبقاً لهذه المصفوفة، هناك تسعة أنواع من التطبيقات الانترنت على الأنشطة التجارية وعلى أنشطة تبادل المعلومات¹:

¹ - نفس المرجع أعلاه، ص ص 14-17.

التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها البعض (G2G)، ويمكن أن تشمل هذه التعاملات تبادل المعلومات والتنسيق بين الأجهزة الحكومية، ولكنها يمكن أن تشمل أعمالاً ذات طابع تجاري كأن تؤجر هيئة الأوقاف أراضٍ أو شقق لوزارة أخرى من وزارات الدولة.

التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والشركات (G2B)، حيث تستخدم الحكومة الإنترنت في إرسال المعلومات إلى الشركات واستقبالها، كالمعلومات الخاصة بالضرائب والجمارك والأوضاع النقدية وما إليها.

التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين (G2C)، وذلك لتبادل المعلومات الخاصة بحماية المستهلك مثلاً، أو لتقديم خدمات تعليمية أو ثقافية من الحكومة إلى المستهلكين أو لبيع الإحصاءات للباحثين، وللإعلان عن الوظائف.

التعاملات فيما بين الشركات والأجهزة الحكومية (B2G)، مثلاً عندما تطلب الشركات من الأجهزة الحكومية معلومات عن شروط الترخيص بإقامة مشروعات في مناطق معينة، أو عندما تقدم الشركات عروضها في المناقصات الحكومية.

التعاملات فيما بين الشركات وبعض (B2B)، مثلاً عن طريق قيام شركة ما باستخدام الشبكة للحصول على طلباتها من الموردين واستلام الفواتير وتسويتها، ويعتبر هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أساليب التعامل الراسخة منذ عدة سنوات، خصوصاً تلك التي تستخدم التبادل الإلكتروني للبيانات من خلال الشبكات الخاصة أو شبكات القيمة المضافة (Value added net works)

وتبلغ حجم التجارة الإلكترونية بين الشركات حوالي 85% من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالية.¹ التعاملات فيما بين الشركات والمستهلكين (B2C)، فهي تتساوى مع التجارة الإلكترونية بالتجزئة (Electronic retailing)، حيث شهد هذا النوع من التجارة الإلكترونية نمواً واتساعاً متسارعين منذ ظهور الويب، وتوجد اليوم عبر الإنترنت المئات من مراكز التسويق التي تعرض كافة أنواع وهذا النوع من التجارة الإلكترونية يشير سواء إلى الشراء بواسطة بيع بالمزاد العلني عبر الإنترنت، التسويق في مخزن على الويب، اختيار الشراء بفضل الإعلان الإلكتروني وغيرها من الأمور التي تدخل في هذا المجال.

¹ - بشير عباس العلاق، تطبيقات الإنترنت في التسويق، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص153.

وحجم التجارة الالكترونية بين الشركات والمستهلك لا يتجاوز 15% من حجم التجارة الإجمالي وتلقى اهتمام 95% من تغطية وسائل الإعلام المختلفة لموضوع التجارة الالكترونية.¹

التعاملات من المستهلك إلى الحكومة (C2G)، مثل قيام الأفراد بسداد الضرائب أو رسوم تجديد رخص السيارات للحكومة عن طريق الانترنت، والتقدم لشغل الوظائف المعلن عنها في مواقع الحكومة وغيرها من المواقع على الانترنت.

التعاملات فيما بين المستهلكين والشركات (C2B)، كالبحت عن أفضل المنتجات والمقارنة بين أسعار منتجات المختلفة من خلال تصفح مواقع هذه الشركات، أو مواقع الأسواق الحكيمة أو الافتراضية أو الظاهرية على الانترنت وكذلك بالدخول في مزادات على "الخط مباشرة".

التعاملات فيما بين المستهلكين أنفسهم (C2C)، ومن الأمثلة الشهيرة على ذلك إنشاء شركة E Bay.com مواقع يمكن للمستهلكين من خلالها تبادل عدد ضخم من السلع والخدمات فيما بينهم مباشرة، أي دون أي تدخل من الوسطاء.

إن هناك نوعيات متعددة من الأنشطة التجارية وأنشطة تبادل المعلومات التي يمكن ممارستها عن طريق الانترنت، وبالرغم من أنه قد يصعب إصباح الصفة التجارية على بعض المعاملات مثلا سداد الضرائب من جانب الأفراد للحكومة، ومثل التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والتي يمكن إدراجها ضمن مفهوم الحكومة الالكترونية، إذ أن أهمية الإطار المقدم في شكل رقم (1-1) تكمن في أنه يشير إلى إمكانيات واحتمالات واسعة لشمول التجارة الالكترونية أنشطة وممارسات كثيرة ومتزايدة عبر الزمن.

وإذا كان معظم الاهتمام في الدول المتقدمة التي نشأت فيما التجارة الالكترونية وكذلك على صعيد المنظمات الدولية يرتكز على نوعين من الأنشطة المرتبطة بهذا النوع من التجارة هما² فبخصوص النوع الأول والتعاملات فيما بين الشركات والأفراد (B2C) قدرت Boston Consulting "Groupe" حجم تجارة التجزئة عن بعد (B2C) ب 34.2 مليون دولار سنة 1999. ومن جهة أخرى قدرت "Forrester Research" حجمها 20 مليار دولار سنة 1999؛ ويتوقع أن تصل إلى 184 مليار دولار سنة 2004.

¹ - نفس المرجع السابق، ص154.

² - Gary Gereffi, l'évolution de chaînes de valeur mondiales à l'ère d'Internet, commerce électronique et développement, séminaires du centre de développement, OCDE, p28.

والجدول التالي يبين لنا تطور رقم أعمال العالمي للتجارة (B2C)

الجدول رقم (1-1): تطور رقم أعمال العالمي للتجارة B2C الوحدة مليار

دولار

السنة	رقم الأعمال العالمي	التطور من سنة إلى أخرى
1999	150.05	%201
2000	433.33	%189
2001	919.00	%112
2002	1.929	%110
2003	3.632	%88
2004	5.950	%64
2005	8.530	%43

Source: www.e-commerce.fr

أما بخصوص النوع الثاني فيعتبر أكثر حجما فقد وصل إلى ما يزيد عن 145 مليار دولار سنة 1999، ويتوقع أن تصل إلى 401 مليار دولار سنة 2000 و7300 مليار دولار سنة 2004 أي 7% من معدل المتوقع للتعاملات التجارية العالمية الذي قدر ب 105 ألف مليار دولار.

إلا أنه ينبغي تذكر أن الأنشطة التي يمكن إدراجها ضمن مفهوم التجارة الالكترونية ليست أنشطة ثابتة ومعروفة مسبقا، بل أنها أنشطة متنوعة وأخذة في التزايد باستمرار، بعبارة أخرى، فإن التجارة الالكترونية مفهوم مفتوح إلى حد كبير في الوقت الحاضر¹.

ونشير في نهاية هذا الفرع أن جميع أنواع التجارة الالكترونية تتضمن²:

المتجارة الالكترونية بالسلع والخدمات والتي تتمثل في أساليب المتجارة القائمة، مستثمرة الإمكانيات الجديدة التي أتاحتها التكنولوجيا لتحسين الكفاءة من حيث تقليص التكاليف، وتحسين الفعالية من حيث توسيع، القدرات المحتملة للسوق وذلك لتلبية حاجات العملاء بشكل أفضل بالإضافة إلى توفير وسيلة للإنتاج سلع محسنة وخدمات ابتكاريه وذلك من خلال التفاعل بين العميل والمورد،

¹ - إبراهيم العيسوي، مرجع سبق ذكره، ص 17

² - بشير عباس العلق، تطبيقات الانترنت في التسويق، مرجع سبق ذكره، ص 159-161.

ويتوقع أن يكون لهذا النوع من التجارة الالكترونية وقعا كبيرا على التنافسية (Competitiveness) ووقعا محددًا على التوظيف (Employment).

التجارة الالكترونية بالمعلومات المستندة للمحتوى (البرمجيات، الفيديو، الموسيقى، الصور، أعمال، وسائل الاتصال المختلفة، الألعاب... الخ) التي تعتبر طريقة أو أسلوب مبتكرا جديدا للمتاجرة، حيث أن كامل دورة التعاملات التجارية تعمل في نفس اللحظة من خلال نفس الشبكة (بما في ذلك التسليم)، الأمر الذي يقتضي توافر متطلبات محددة تتعلق بالتكامل السليم للدفع والوقاية... الخ.

المحور الثاني: حقوق الملكية الفكرية وموقعها من التجارة الالكترونية

أولاً- حقوق الملكية الفكرية مفهومها أهميتها وأنواعها:

1- مفهوم حقوق الملكية الفكرية:

تشير الملكية الفكرية إلى أعمال الفكر الإبداعي أي الاختراعات، المصنفات الأدبية، الفنية، الرموز، الأسماء، الصور، النماذج و الرسوم الصناعية.

ويمكننا التطرق إلى تعريف الملكية الفكرية من خلال زاويتين:¹

أ- التعريف القانوني:

وهو الذي يركز على القوانين الأساسية التي تحمي الملكية الفكرية التي يمكن تعريفها بأنها: الملكية غير الملموسة التي تنشأها الأفراد أو الشركات والتي تكون خاضعة لحماية قوانين الأسرار التجارية، حق المؤلف، وبراءة الاختراع، العلامات التجارية... الخ وهذا التعريف يمكن أن يستكمل بالاتفاقيات الدولية التي لها تأثير القانون الوطني في كل دولة على الصفقات والتعاملات التجارية الدولية.

ب- التعريف الالكتروني أو الرقمي:

وهذا التعريف يمثل امتداداً وتطوراً لمفهوم الملكية الفكرية ليغطي المجالات التي جاءت مع الاقتصاد الجديد كما هو الحال في صفحة الويب (Website) الذي تقوم شركة (المؤلف) بإنشائه أو تحميله لصالح شركة أخرى. فهذا الموقع يستخدم على نطاق واسع عبر العالم ويمكن استنساخه مما

¹ - نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية: الاستراتيجيات والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2004، ص 450.

يصطدم بالطبيعة الوطنية لقوانين حماية الملكية الفكرية التي لم تعد ملائمة، أو تقوم الشركة المستفيدة نفسها بتطويره بما يحد من استمرار خدمات الشركة المصممة له.

كما أن بعض مواقع الويب تتداخل من خلال الصلات الفائقة مع مواقع أخرى لا ترتبط مع مصمم موقع الويب نفسه بأية علاقة.

وهذه حالات قليلة من كثير غيرها مما يتطلب ليس فقط مراعاة المكونات الجديدة للملكية الفكرية كقواعد البيانات وبرمجيات التطبيق وموقع الويب وشبكات الأعمال الخاصة، وإنما أيضا الخصائص المميزة لهذه المكونات وتداخلاتها الشبكية الفائقة وعلاقات الفائدة المشتركة منها. كما أن الشركات القائمة على الانترنت وشركات البرمجيات لديها القليل من الموارد الأخرى عدا معرفتها خبرات أفرادها الرقمية، وهذا ما يجب مراعاته في تعريف الملكية الفكرية الرقمية.

وفي ضوء ذلك يمكن تعريف الملكية الفكرية بأنها مجموعة معلومات ومعارف وعلاقات وخبرات الشركة الخاصة بما في ذلك مكونات نشاطها وحضورها الرقمي (كما هو الحال في قواعد بياناتها، شبكات أعمالها، سلاسل القيمة القائمة على المعلومات، موقع الويب، برمجيات التطبيق... الخ) التي تساهم في قدرة الشركة الداخلية والخارجية والتي يمكن تحويلها إلى رأس المال الفكري.

2- أهمية حقوق الملكية الفكرية:

لما كانت الحقوق الملكية الفكرية تشكل الدراية العلمية بالإنتاج والتوزيع والتسويق فهي إذن تشكل حيز الزاوية في التطور الاقتصادي (زراعيًا، تجاريًا، صناعيًا وخدماتيًا) كونها تقود عجلة التطور والتقدم المستمر في المجتمعات هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد غدت حقوق الملكية الفكرية - خاصة براءات الاختراع - المقياس الذي يحدد ثراء الدول من عدمه. فقد كان الغنى يقاس بما تملكه الدولة من معادن نفيسة، أما اليوم فقد أصبح يقاس غنى الدول بمقدار ما تملكه من الملكية الفكرية¹، وذلك لأن الثروات الطبيعية تتناقص في الدول النامية نتيجة لنقص الكفاءات الفكرية² حيث يمكنها أن تستكشف هذه الثروات وان تستخدمها.

1 - أحمد علي عمر، الملكية الصناعية وبراءات الاختراع، مطبعة الحليلة، الإسكندرية، 1993، ص 23.

2 - فحول الخليج مثلا يتناقص كل ساعة رصيدها من الثروة الطبيعية (البتترول). ولا تزيد من امتلاك الحقوق الفكرية السيء الكثير إلى رصيدها. فلا تعوض نقص ثروتها الطبيعية بامتلاكها جانبًا مهمًا من الحقوق الفكرية ولقد ازداد الحديث في أيامنا هذه، عن تراجع عوائد النفط وانخفاض الأسعار الأمر الذي يتطلب من ولاة الأمر في الوطن العربي حسن التصرف بتحويل الثروات الطبيعية فيه إلى ثروات متجددة تتمثل في العلم والمعلومات وما ينتج عنهما من حقوق فكرية على اتساع نطاقها.

ومن المفارقات أن عدد سكان الدول النامية يشكل ثلاثة أرباع المعمورة في حين أن عدد سكان الدول المتقدمة يشكل الربع الباقي وأن نصيب الدول المتقدمة من الدخل العالمي يمثل 80% في حين أن نصيب الدول المتخلفة من الدخل العالمي يمثل النسبة الباقية¹، كما أن الإنتاج الصناعي لسبب الحقوق الفكرية قد تضاعف 40 مرة خلال النصف الثاني من هذا القرن وهذا يمثل ما نسبته 90% من الدخل العالمي².

وعليه فإن التفاوت بين الدول في مضمار التقدم لا يمكن إرجاعه إلا إلى ذلك التفاوت في امتلاك الحقوق الفكرية وهو ما أدى إلى تقسيم دول العالم إلى مجموعات ذات مستويات مختلفة من التطور والنمو: دول المتقدمة ودول التي تحت التطور ودول المتخلفة.

3- أنواع حقوق الملكية الفكرية:

يمكن القول أن مصطلح "الملكية الفكرية" هو كل ما ينتجه العقل الإنساني من أعمال، تتضمن صفة الجدية، الابتكار والحداثة. وعليه يمكن تقسيمها إلى قسمين رئيسيين هما:

أ- الملكية الصناعية:

من أبرز هذا النوع نجد:

آ براءة الاختراع:

ويقصد بها الشهادة التي تمنحها الدولة لصاحب الاختراع، وعادة ما تمنح الدولة براءة اختراع عن أي فكرة إبداعية يتوصل إليها المخترع في مجال تقني، وتتعلق بمنتج أو طريقة صنع تؤدي إلى حل مشكلة معينة كما هو الحال في اختراع الآلات أو الأجهزة وما إلى ذلك³.

وفي الواقع، فقد تسربت الاختراعات المشمولة بالبراءات إلى كل نواحي الحياة البشرية وامتدت من الإضاءة الكهربائية (مالك البراءات شركة إديسون) والبلاستيك (بيكلاند)، إلى أجهزة الحاسوب (شركة إنتل).

ويلتزم جميع مالكي البراءات بالكشف عن المعلومات المتعلقة باختراعاتهم للجمهور من أجل إثراء مجموعة المعارف التقنية في العالم مقابل الحماية الممنوحة بموجب البراءة، وتؤدي تلك

¹ - محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971، ص ط.

² - أحمد علي عمر، الملكية الصناعية وبراءات الاختراع، مرجع سابق، ص 23.

³ - محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، ص 3.

المجموعة من المعارف العامة المتزايدة بدون انقطاع إلى تشجيع المزيد من الإبداع والابتكار في مجالات أخرى.

وتتضمن شهادة براءة الاختراع على كل ما يتعلق بالاختراع من الأوصاف أو البيانات، مثل رقم البراءة، اسم المخترع، مالك الاختراع، عنوانه، تسميته ومدة الحماية¹.

Ã العلامة التجارية:

العلامات التجارية هي عبارة عن إشارات خاصة تستعمل للتمييز بين السلع والخدمات التي يقدمها مختلف المنتجين والموردين خاصة التي تنشط في نفس ميدان أو قطاع النشاط، وتتألف عادة من كلمات، حروف أو أرقام.

Ã البيانات الجغرافية:

هي إشارات توضع على السلع ذات منشأ جغرافي محدد وصفات أو شهرة أو خصائص يمكن تعزيتها أساساً إلى ذلك المنشأ. أما تسمية المنشأ فهو نوع خاص من البيان الجغرافي.

والبيانات الجغرافية محمية وفقاً للمعاهدات الدولية والقوانين الوطنية في ظل طائفة كبيرة من المفاهيم، من بينها القوانين المحددة لحماية البيانات الجغرافية أو تسميات المنشأ أو قوانين العلامات التجارية في شكل علامة جماعية أو علامات تصديق أو قوانين مكافحة المنافسة الغير مشروعة أو قوانين حماية المستهلك والعديد من القوانين الأخرى.

وتضم منظمة الويبو اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية إلى جانب اتفاق لشبونة لحماية تسميات المنشأ وتسجيلها الدولي.

ب - الملكية الأدبية:

وتشمل كلا من المصنفات والحقوق المجاورة:

Ã المصنفات (الأعمال):

يقصد بالمصنفات الإنتاج الفكري الذي يتوصل إليه الشخص، وبالتالي يصبح له حقوق تأليف على ذلك المصنف "العمل". وتشمل حقوق التأليف هذه جميع صور الإبداع الفكري الأصيل في المجالات العلمية والأدبية والفنية الناتجة من العقل والتي يمكن التعبير عنها صور خلق مادي.

¹ - صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، 1983، ص 18.

ولا يخفى أن هذا النوع من الحقوق يعتبر من أشهر أنواع الملكية الفكرية¹، كونه تشمل أي عمل علمي أو أدبي أو فني مبتكر، أيا كانت أهميته أو الغرض من إنتاجه، وأيا كان مظهر التعبير عن ذلك العمل، علما إن التعبير عن العمل المبتكر قد يأخذ مظاهر متنوعة فقد يأخذ مظهر الكتاب أو الصوت أو النحت أو الرسم أو التصوير أو الحركة² وما إلى ذلك.

آ الحقوق المجاورة:

هناك مجموعة من الحقوق تمنح لأشخاص ليس بصفتهم مؤلفين بل على أساس دورهم في نشر هذه الأعمال وتوصيلها إلى أكبر عدد من الناس (الجمهور) ويمكن تصنيفهم إلى: المؤدين: كالممثل أو المغني أو الموسيقي أو أي شخص آخر يقوم بتمثيل أو تلاوة أو أداء مصنفات أدبية أو فنية.

منتجو التسجيلات الصوتية: أي الأشخاص الذين يأخذون على عاتقهم عملية تثبيت الأصوات في شكل مادي كأشرطة الكاسيت والاسطوانات.

هيئات الإذاعة والتلفزيون: هي الهيئات التي تقوم ببث المصنفات وإرسالها لاسلكيا إلى الجمهور.

ونجدا أيضا "الدوائر المتكاملة" التي تعد نوعا من حقوق المؤلف ويقصد بها، منتجات معينة الغرض منها أداء الوظيفة الالكترونية وتشمل أي منتج يؤدي وظيفة الكترونية وتتكون من مجموعة من العناصر المتصلة ببعضها، أحدها على الأقل عنصر نشط، بحيث تشكل هذه العناصر مع ما بينها من وصلات ضمن جسم مادي معين أو عليه سواء كان المنتج مكتملا أو في أي مرحلة إنتاجه.

ثانياً - مكانة حقوق الملكية الفكرية في التجارة الالكترونية:

بحكم أن التعامل في البيانات والمعلومات التجارية بين الأطراف المختلفة يتم الكترونيا، فقد طرح هذا النوع من التعاملات التجارية الالكترونية عدة تحديات قانونية والتي واجهت المتعاملين في التجارة الالكترونية منها آليات حماية الملكية الفكرية وكيفية الموازنة بين وجود ذلك وبين حق المعرفة الذي يتمتع به الأفراد، وكيفية حماية خصوصية المعلومات والأنشطة الشخصية المتعلقة بالتجارة الالكترونية ومقبولية التوقيعات الرقمية، والقوانين الواجب تطبيقها، والصعوبات التي تواجهها في التطبيق وغيرها من الإجراءات المستخدمة في الصفقات التجارية.

1 - محمد حسام محمود لطفي، المرجع العلمي في الملكية الأدبية و الفنية في ضوء أحكام الفقه، ط1، القاهرة 1992، ص 20.

2 - خاطر لطفي، الموسوعة الشاملة في قوانين حماية حق المؤلف والرقابة على المصنفات الفنية، بدون ناشر، 1994، ص 31.

1- جريمة التعدي على الملكية الفكرية في مجال التجارة الالكترونية وأركانها:

إن الجريمة المعلوماتية هي سلوك إجرامي، من شأنه الاعتداء على الشخص المعنوي أو الاعتباري بفعل يلحق به الضرر أو يعرضه لضرر محتمل أو يحصل على كسب بدون وجهة حق كنتيجة هذا الفعل، أو من شأنه الاعتداء بأي صورة من الصور على المعلومات أو البيانات المخزنة داخل الحاسب أو وسائط أخرى يتم تخزين المعلومات فيها من خلاله على نحو يلحق ضرراً فعلياً أو مفترضا بالجهة التي تم تخزين المعلومات لمصلحتها.

2- القوانين الدولية لحماية الملكية الفكرية في مجال التجارة الالكترونية:

لقد نتج عن التقدم العلمي والتطور التكنولوجي ظهور الانترنت وانتشار استعمالها في كافة مجالات الحياة وذلك لما يتمتع به من قدرات فائقة على اكتساب المعلومات وسهولة تداولها. وقد شمل هذا الاستعمال جميع النطاقات منها الاقتصادي، العلمي، الاجتماعي، السياسي والعسكري وغيرها من المجالات المتنوعة وكنتيجة حتمية أدى هذا التنوع في الاستخدام إلى زيادة فرص الاعتداء من حيث السرقة، التزوير والإتلاف. وبناء على هذا اقتضى الأمر توفير أقصى قدر من الحماية المدنية والجنائية لما يتداول من معلومات عبر الانترنت وكذلك الحد من هذه الظاهرة الإجرامية.

وقد سارع فقهاء القانون لمعالجة هذه الظاهرة الإجرامية الجديدة المتجددة بدراسة وضع وسن قوانين تكفل الحماية المدنية والجنائية الكافية للحد من التعدي على برامج الحاسوب وانتشار الجرائم المرتكبة عبر استخدام شبكة الانترنت.

3- تحديات حقوق الملكية الفكرية في العصر الرقمي:

لا شك في أن الانترنت كانت شاملة التأثير لم تقتصر على التعبير الواسع والكبير في ظهور قطاع الأعمال الالكترونية الذي أخذ يتقاسم مع قطاع الأعمال المادي الاهتمامات والاستثمارات والعوائد، وإنما أيضا امتد تأثيرها إلى حقوق الملكية الفكرية، وإن الحقوق الرقمية للملكية الفكرية تمثل تحدياً قانونياً واقتصادياً وإدارياً يلقي بضلاله على مجال الملكية الفكرية كله. وفي هذا السياق يكون من المناسب أن نطرح بعض التحديات التي تواجهها الملكية الفكرية في مجال الأعمال الالكترونية، ونحددها بالآتي:¹

¹ - نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية: الاستراتيجيات والوظائف والمشكلات، المرجع السابق، صص 482-484 .

أ. مشكلة الاحتكار:

إن الانترنت في جانبه الأهم قام على أساس الوصول الحر إلى المعلومات والخدمة المتاحة للجميع، وإن الكثير من خدماته كما هو الحال في البريد الإلكتروني وتصفح المواقع مجاني، وهذا ما قد يصطدم بشكل قوي مع حقوق الملكية الفكرية القائمة على الحق الحصري للمرخصين، ولعل مما يزيد من هذه المشكلة هو أن الحماية القانونية التي يتطلبها احتكار حقوق الملكية الفكرية تصبح صعبة جدا مع الانترنت وشبكات الأعمال جراء التشابك الفائق وطبيعة الاستنساخ الرقمي.

ب. مشكلة التموقع الجغرافي:

إن حقوق الملكية الفكرية هي ذات بعد محلي وطني أو في أحسن الأحوال إقليمي، في حين أن الانترنت قناة عرض وتوزيع وإرسال عالمية. فرغم أن الاتفاقات الدولية تقدم قواعد للتعامل بما يضمن هذه الحقوق، إلا أن خصائص الانترنت العالمية أقوى من كل القواعد. ويرى البعض أن البرمجية مادامت متاحة للاستنساخ غير المرخص فإنها سوف ستستنسخ، ولعل هذه المشكلة هي التي تفسر الانتشار الواسع لقرصنة البرمجيات حيث تصل في الصين إلى 98% وروسيا وأمريكا اللاتينية بحوالي 90%¹.

ت. مشكلة المحاسبة التقليدية:

إن محاسبة القيمة السوقية للمعرفة عموما وحقوق الملكية الفكرية في الاقتصاد الرقمي تتطلب الفهم الجديد لكيفية تدفق العوائد في هذا الاقتصاد، وأن المحاسبة بطرقها التقليدية موجهة نحو الأصول غير الملموسة، مما يجعل المحاسبة مصدر لسوء فهم وتقدير لقيمة حقوق الملكية الرقمية، وبالتالي حاجتها إلى تطوير مبادئها المتعارف عليها وقواعدها المحاسبية لغرض شمولها لهذه القيم الرقمية واندماجها في الهيكلة المحاسبية.

ث. خصائص المنتجات الرقمية:

إن المنتجات الرقمية هي تجميعات من ثنائيات (0-1) وإن عملية استنساخها لا تتطلب أشياء مادية كما هو الحال في الكتاب المادي الذي عند استنساخه يتطلب ورقا ووقتا، أما قواعد البيانات أو

¹ - نجم عبود نجم، المرجع السابق، ص 484.

الألعاب أو البرمجيات المتخصصة، فإن عملية استنساخها بقدر ما تتسم بالسهولة لا تترك ورائها شيء يذكر لغرض إثبات الانتهاك، ولعل هذا هو الذي يجعل التأكيد على الثقة في التعامل والأطراف الموثوقين كوسيلة في ضمان الاستخدام السليم للحقوق الرقمية الخاصة للملكية الفكرية.

ج. دورات الحياة أقصر:

في عصر الانترنت ليس فقط الأجهزة تكون سريعة التطور وإنما أيضا البرمجيات وقواعد البيانات وغيرها من المنتجات الرقمية القائمة على المعلومات والمعرفة سريعة التغيير وذات دورات حياة قصيرة، وهذا يعني أن الفترة الضرورية لاستكمال إجراءات التمتع بالحقوق قد تكون أقصر من فترة بقاء البرمجية أو المعرفة الخاصة بها نافذة الصلاحية. كما أن فترات الحماية القانونية الطويلة التي قد تمتد إلى عقد أو عقدين من السنين أصبحت غير عملية في حالات كثيرة بسبب التطورات السريعة.

ح. مشكلة الشخصية (Personnalisation):

هي الاستجابة المفصلة حسب حاجات كل زبون، وهي بهذا المعنى أكثر تنوعا وتميزا من العملاء الواسعة (Mass customization) ولأن الانترنت جراء التشبيك الواسع، فإنه يصبح من غير الممكن الحديث عن حقوق ملكية للكثير من الخدمات (كما هو الحال في الخدمات الاستثمارية) التي قد تعني كل شيء للشركة المتلقية للخدمات دون أن تعني أي شيء لشركة أخرى جراء الشخصية.

وهذا يعني أن تزايد متطلبات الشخصية جراء القدرة الفائقة للانترنت قد يؤدي إلى الحاجة إلى حقوق الملكية الفكرية ما دام نطاق الخدمة فرديا ولا يمكن أن يكون ذا فائدة للآخرين.

وفي حالة تراخي الدولة العضو عن اتخاذ مثل تلك الإجراءات أو لبدأ في تطبيق قوانينها الوطنية فإن المنظمة العالمية للتجارة تعلن أن تلك الدولة لا تقوم بما عليها في المعاهدة وبالتالي تكون عرضة لأن تتخذ ضدها العديد من الإجراءات العقابية من باقي الدول الأعضاء¹.

المحور الثالث: معوقات الملكية الفكرية بشأن المعاملات الدولية في التجارة الإلكترونية

أصبحت حركة الملكية الفكرية بجميع أجزائها ومسافاتها من سمات العصر ومن متطلبات التحديث والتطوير. ومصر تعتبر من الدول الرائدة في إصدار التشريعات التي تحمي الملكية الفكرية،

¹ - منير محمد الجنيهي وممدوح محمد الجنيهي، جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص ص 117-118.

فحماية الملكية الفكرية هو جزء أصيل في حماية الملكية وحق التملك ومن هنا اكتسب هذا الموضوع أهمية خاصة وانطلقت به مصر من حرصه على هذه الملكية وحمايتها، فهي أساس المبادرة الفردية وهي منطلق الابتكارات ومواكبة روح العصر.

أولاً - مشكلة قرصنة البرامج:

قرصنة البرامج هي الاعتداء بالنسخ أو الاستعمال غير المشروع لبرامج الكمبيوتر المحمية بموجب قوانين حق المؤلف، وطبقاً لإحصائية اتحاد منتجي البرامج لعام 2000 تصل نسبة القرصنة إلى 56 % بينما تقدر الخسائر بـ 12 مليون دولار¹ وتلحق قرصنة البرامج الضرر بكل الشركات المنتجة لبرامج الكمبيوتر بالإضافة إلى المستخدمين أنفسهم، وهي تؤدي إلى ارتفاع أسعار البرامج بالنسبة إلى المستخدمين وإلى انحدار مستوى الدعم الفني للبرامج كما أنها تتسبب في تأخر تمويل عمليات تطوير برامج جديدة مما يؤدي بالتالي إلى تدهور مستوى صناعة البرامج ككل. كذلك تلحق القرصنة أضراراً بكل من ناشري وموزعي برامج الكمبيوتر أياً كان حجمهم، فمطورو البرامج ينفقون أعواماً لتطوير برنامج، وهناك جزء من المقابل المالي الذي يحصل عليه مطورو البرنامج يوجه إلى تطوير برامج جديدة بحيث تستمر تلك البرامج في التطور والتقدم نحو الأفضل.

أما عندما تشتري نسخ البرامج المسروقة، تذهب أموالك مباشرة إلى جيوب قراصنة البرامج. وتسئ قرصنة البرامج إلى الاقتصاد المحلي، إذ أن انخفاض حجم مبيعات البرامج الأصلية ينتج عنه انخفاض في العائدات وازدياد في البطالة.

ثانياً - قضايا الملكية الفكرية في توزيع المواد على الإنترنت:

كثر الحديث خلال السنوات القليلة المنصرمة عن توزيع الموسيقى والأفلام والأعمال الفنية والصور ولغات برامج الحاسوب والبرامج الحاسوبية ("المواد") المحمية بموجب الملكية الفكرية على الإنترنت بطريقة غير قانونية. وهذه الأشكال من النقل أو التحميل غير المصرح بها غالباً ما تعدي على قوانين وطنية بشأن حق المؤلف. ونظراً إلى سهولة نقل الملفات الرقمية، أصبح الاستنساخ غير المصرح به مشكلة كبرى تتجم عليها خسائر مالية تقدر بملايين الدولارات في عائدات أصحاب تلك الحقوق.

¹ - هشام محمد الحرك، مقالة حول الملكية الفكرية والتجارة الإلكترونية، بدون ناشر، الإسكندرية، بدون سنة، ص1

ومن المهم جدا بالنسبة إلى مشروعات التجارة الإلكترونية أن تحمي حقوقها من الملكية الفكرية على الإنترنت. ويمكن تحقيق ذلك بعدد من الطرق. وينبغي دائما تعريف مواد الشركة إما بتحذير بشأن حق المؤلف أو ببيان آخر بشأن الملكية. وقد تفضل الشركة بيان ما يحق للمستخدم وما لا يحق له فعله. ويجب الامتناع عن توزيع مواد الغير التي لا تملكها الشركة وعن السماح لنقلها وينبغي وضع برامج للتأكد من أن موظفي الشركة قد فهموا السياسة العامة للشركة في ذلك الشأن.

وقد سلّطت قضية شركة نابستير Napster في الولايات المتحدة الأضواء على نقل الملفات الموسيقية بدون تصريح. وكانت المحكمة قد أصدرت أمرا جزريا دائما يمنع شركة نابستير من تشغيل نظام المشاركة في الملفات. والقضية تخص "الاشتراك في التعدي" لأن الإدعاء هو أن شركة نابستير عملت على تسهيل نسخ الملفات بطريقة غير قانونية بالنسبة إلى مستخدمي النظام. وستكون هناك قضايا أخرى تمثل تحديا للقانون في هذا المجال، كما يمكن أن تبرز قضايا مختلفة وتؤدي إلى نتائج متباينة في أنظمة قضائية مختلفة. والدرس المستخلص من قضية شركة نابستير هو أن شركة تعمل في مجال التجارة الإلكترونية ينبغي أن تتأكد من اتباع سياسة واضحة ضد نسخ الملفات دون تصريح أو أية إجراءات من شأنها التشجيع على أعمال النسخ أو تسهيلها¹.

ثالثاً - العقود المهمة في التجارة الإلكترونية:

ينبغي التعامل مع العقود بحرص عند تطوير الملكية الفكرية وحمايتها في شركة التجارة الإلكترونية. فالعقود والملكية الفكرية أمران لا ينفصلان. وكل العقود التي تبرمها الشركة لها أهميتها ويجب استعراضها من أجل التأكد أن الشركة تنتفع بأصولها من الملكية الفكرية على أكمل وجه ولا تلحق أي ضرر بها. فمن خلال العقود يمكن بيع حقوق الملكية الفكرية أو ترخيصها أو حتى إعطاؤها. وقد تفضي العقود السيئة إلى إجراءات قضائية ونفقات لا داعي لها.

ويكمن الخطر بالتحديد في العقود المبرمة مع الموظفين والمتعاقدين واتفاقات التطوير واتفاقات تصميم المواقع على الويب واتفاقات ترخيص منتج الشركة أو ملكيتها الفكرية لشركة أخرى ("ترخيص إلى الخارج") واتفاقات ترخيص منتج شركة أخرى أو ملكيتها الفكرية ("ترخيص إلى الداخل") واتفاقات التوزيع واتفاقات أسماء الحقوق وترخيص العلامات التجارية وترخيص البراءات والترخيص المتبادلة ومجموعات البراءات. والقائمة طويلة.

¹ - هشام محمد الحرك، مقالة حول الملكية الفكرية والتجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص8

وعند الاستعانة بموظفين أو متعاقدين أو خبراء استشاريين أو شركات أخرى لتطوير أصول الملكية الفكرية (مثل، متعاقد يضع برنامجاً حاسوبياً)، لا بد من توقيع عقد مع ذلك الشخص أو تلك الشركة قبل البدء في العمل. وحتى المراحل الأولى من العمل قد تفضي إلى قيام حقوق لا يستهان بها وقد يصبح المتعاقد مؤلف المصنف أو مالكة أو مالكا مشتركا. ويجب أن تحدد العقود مالك الملكية الفكرية التي يتم إنشاؤها وطريقة التعامل مع الملكية الفكرية في المستقبل.

رابعاً- مشاكل الملكية الفكرية بشأن المعاملات الدولية في التجارة الإلكترونية:

من بين الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية أنها تمارس على الصعيد العالمي. ويمكن الانتفاع بالملكية الفكرية وترخيصها في العديد من البلدان في آن واحد. ويؤثر الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية في الملكية الفكرية بطرق عدة. فيصعب بالتالي العثور على المتعدي وإنفاذ حقوق الملكية الفكرية المعرضة للتعدي على الإنترنت. ولا تعرف المحاكم التي سيكون لها اختصاص النظر في المنازعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والملكية الفكرية. ثم إن القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية تتباين من بلد إلى آخر كما تتفاوت مستويات الحماية.

ويمكن أن ترفع الدعاوى ضد مشروعك في التجارة الإلكترونية كما يجوز لمشروعك أن يلجأ إلى محاكم وطنية لاسترجاع الحقوق، وهناك العديد من القضايا الخاصة بالإجراءات القانونية التي تؤثر في تلك الدعاوى. وإذا كان أطراف النزاع في بلدان مختلفة، يصعب تحديد المحاكم التي يمكن أو ينبغي اللجوء إليها. ويجوز للمحكمة أن تختص أو لا تختص في النظر في القضية (الإشراف القانوني) بناء على عدد من العوامل، لا سيما الارتباط بين أطراف النزاع والبلد. ولأسباب عملية، يتوقف نجاح القضية على إقامة المدعى عليه في البلد الذي ترفع فيه القضية. وهناك قضية صعبة أخرى وهي تحديد القانون الذي يجب تطبيقه، لا سيما في حال تباين القوانين بين بلدان الأطراف في النزاع. وحتى في حال نجاح القضية في نهاية المطاف، قد يكون من الصعب إنفاذ الحكم في بلد آخر.

خاتمة:

أدى التطور التكنولوجي السريع إلى تحقيق نسب كبيرة من الأرباح خلال السنوات الأخيرة، وخاصة مع ظهور الإنترنت والتجارة الإلكترونية التي ساهمت في إنجاز عدة صفقات وعقود عبر أنحاء العالم وذلك خفضاً من نسبة التكاليف الإدارية والتنقلات لالتقاء البائعين والمشتريين وما جعل التجارة الإلكترونية تتطور وتنمو لتصل إلى المستوى الذي هي عليه الآن، هو تقديمها للعديد من الامتيازات من اختصار كبير في التكاليف المرتبطة بالزمن والمسافة، زيادة على هذا فإنها تعد بفتح

أسواق جديدة، وإنشاء قطاعات نشاط تتوافق وهذا النوع من التجارة خاصة الخدمية منها وذلك في جميع الميادين، إلا أن هناك قطاع يشهد له بصعوبة التلائم والاندماج معه وهو الملكية الفكرية حيث يصعب حصرها وذلك لعدة أسباب أهمها أن الحداثة والتطور السريع الذي شهدته شبكة الانترنت تركت فراغا تشريعيا يترك المجرم دون متابعة، إضافة إلى أن الجرائم شديدة التعقيد يصعب التحقيق فيها وإثبات التهمة.