A

WIPO
المنظمة العالمية
للملكية الفكرية

CDIP/13/INF/4
الأصل: بالإنكليزية
التاريخ: 26 فبراير 2014

اللجنة المعنية بالتنمية والملكية الفكرية

الدورة الثالثة عشرة
جنيف، من 19 إلى 23 مايو 2014

موجز الدراسة القطرية المتعلقة بالابتكار والملكية الفكرية والاقتصاد غير الرسمي: الشركات غير الرسمية المصنعة لمنتجات العناية الشخصية والمنزلية في جنوب أفريقيا

من إعداد إريكا كريمر- مبولا، محاضرة أولى وزميلة أبحاث بمعهد البحوث الاقتصادية في مجال الابتكار (IERI) التابع لجامعة تسواني للتكنولوجيا في جنوب أفريقيا، وفنسنت تاو، مدير محطة التكنولوجيا للمواد الكيميائية التابعة لجامعة تسواني للتكنولوجيا في جنوب أفريقيا

1. يحتوي مرفق هذه الوثيقة على ملخص الدراسة المعنية بالابتكار والملكية الفكرية والاقتصاد غير الرسمي في جنوب أفريقيا، المُضطلع بها في إطار المشروع الخاص بالملكية الفكرية والاقتصاد غير الرسمي (CDIP/8/3) والذي أقرَّته اللجنة المعنية بالتنمية والملكية الفكرية في دورتها الثامنة المنعقدة في نوفمبر 2011.

2. إن اللجنة مدعوة إلى الإحاطة علما بالمعلومات الواردة في مرفق هذه الوثيقة.

[يلي ذلك المرفق]

ملخص عملي

رغم أن جنوب أفريقيا تساهم مساهمة كبيرة في إجمالي الناتج المحلي في أفريقيا، فإن التقدم الاقتصادي لهذا البلد يقيده العجز عن تقليص آثار الفصل العنصري والقضاء على المظاهر الباقية لعدم المساواة. ويعتبر توزيع الدخل في جنوب أفريقيا من أشد توزيعات الدخل تفاوتا على مستوى العالم، وخلال العقود الأخيرة تفاقمت حالة التفاوت بين الأغنياء والفقراء. وفي بيئة اقتصادية تتسم بارتفاع معدلات البطالة الرسمية واستمرارها، ولا سيما بين الشباب، يواصل الاقتصاد غير الرسمي تقديم فرص اكتساب الدخل لشريحة عريضة من سكان جنوب أفريقيا. وقد حُددت معالم تحول البلد في المستقبل بقدرته على الربط بين النمو الاقتصادي الأسرع نسبيا في الاقتصاد 'الأول' (الرسمي) وتنمية الاقتصاد 'الثاني' (الذي يتسم إلى حد بعيد بأنه غير رسمي).

ويركز هذا التقرير على التصنيع غير الرسمي لمنتجات العناية الشخصية والمنزلية، مستخدما إياه كعدسة لاستكشاف أنشطة الابتكار في الاقتصاد غير الرسمي، وكذلك دور الملكية الفكرية في هذا الإطار. وتقع المنتجات المصنعة موضوع هذه الدراسة ضمن نطاق الفئة 2424 من التصنيف الصناعي الدولي الموحد "تصنيع الصابون والمنظفات، ومستحضرات التنظيف والتلميع، والعطور، ومستحضرات التجميل"[1]، وتشمل منتجات كمستحضرات التجميل والعطور والمواد المرطبة ومنتجات العناية بالشعر والمنظفات ومنتجات التنظيف وما إلى ذلك.

ويقر هذا التقرير بأن وجود الاقتصاد غير الرسمي في جنوب أفريقيا ونموه المتواصل هو أمر يجب فهمه في إطار التاريخ السياسي الخاص لجنوب أفريقيا، والذي شكل الظروف التي أدت إلى الاقتصاد غير الرسمي كما هو اليوم.

المنهجية

تتبع الدراسة نهجا عاما لفحص الأنشطة الاقتصادية غير الرسمية المتولدة حول تصنيع منتجات العناية الشخصية والمنزلية، واستكشاف هذه الأنشطة باعتبارها جزءا من نظام اقتصادي واجتماعي ومؤسسي أوسع نطاقا يعمل فيه المصنعون غير الرسميين. وعن طريق رسم خريطة منظومة الابتكار المحيطة، تحدد الدراسة الأطراف الفاعلة الرئيسية التي تتألف منها السلسلة الإنتاجية لمنتجات العناية الشخصية والمنزلية (بمن فيهم من الموردين الرسميين وغير الرسميين، والمصنعين غير الرسميين، والموزعين أو تجار التجزئة)، وكذلك مجموعة من منظمات التعليم والتدريب، ومنظمات التمويل، والهيئات الحكومية والتنظيمية، ومنظمات نقل المعارف والتكنولوجيا، والهيئات الممثلة للصناعة. وقد أجريت مقابلات غير هيكلية مع مبلغين رئيسيين في هذه المنظمات.

وبالإضافة إلى ذلك، أجريت مقابلات هيكلية مع عينة مكونة من 25 من المصنعين غير الرسميين العاملين بشكل مباشر في إنتاج منتجات العناية الشخصية والمنزلية في اثنتين من مقاطعات جنوب أفريقيا (غواتنغ والكيب الشرقية). وقد كان الإطار التحليلي واحدا في الدراسات الإفرادية الثلاث التي أجريت في غانا وكينيا وجنوب أفريقيا، وفقا لما اتُّفق عليه في حلقة عمل أقيمت في بريتوريا داخل معهد البحوث الاقتصادية في مجال الابتكار في نوفمبر 2012، وجاء بشكل موجز في الدراسة التنظيرية (دي بير وآخرون، 2013)[2].

---

[1] الشعبة الإحصائية التابعة للأمم المتحدة، الملاحظة التوضيحية متاحة على الموقع:
https://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcs.asp?Cl=17&Co=2424&Lg=1.

[2] الدراسة التنظيرية متاحة على الموقع: http://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=232525.

النتائج الرئيسية

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن العمل الرسمي والعمل غير الرسمي يشكلان جزءا من نفس النسيج الاجتماعي الاقتصادي، وغالبا لا يمكن الفصل بينهما، حيث تتفاعل في هذا النسيج أطراف فاعلة متفاوتة في طابعها الرسمي، وتتنافس وتتبادل المعارف والمهارات والمنتجات والخدمات.

ملامح الصناعة: يهيمن على مجال العناية الشخصية والمنزلية في جنوب أفريقيا عدد قليل من الشركات الكبيرة الرسمية (سواء من الشركات الأجنبية المتعددة الجنسيات أو من الشركات المحلية الكبيرة). إلا أن القطاع يضم أيضا عددا كبيرا من الشركات المتناهية الصغر التي يعمل كثير منها بشكل غير رسمي وتتخصص في إنتاج الغسول والعطور ومستحضرات التجميل والصابون والمنظفات وغيرها، وهي تستهدف قطاعات شديدة الخصوصية في السوق – وبوجه خاص المستهلكين ذوي الدخل المنخفض الذين يبحثون عن منتجات منخفضة التكلفة ووحدات صغيرة الحجم. وقد أدى تفتت الطلب بدرجة كبيرة والتحول السريع إلى الحياة المدنية والانكماش الاقتصادي الحالي إلى زيادة الطلب على منتجات العناية الشخصية والمنزلية المنخفضة التكلفة في جنوب أفريقيا، وهو ما يخلق فرصا للشركات المصنعة المتناهية الصغر غير الرسمية.

سلسلة القيمة الإنتاجية: يعمل المصنعون غير الرسميين لمنتجات العناية الشخصية والمنزلية في إطار سلسلة إنتاج يتصلون فيها بكل من الموردين الرسميين وغير الرسميين لمواد التغليف والمواد الخام (كالشمع، والكحول، والزيوت الطبيعية والخلاصات، والغليسرين، وغيرها)، وكذلك قنوات التوزيع والبيع بالتجزئة الرسمية وغير الرسمية. ويسلط هذا التقرير الضوء على أنه من الأهمية بمكان فهم سلسلة القيمة هذه إن أردنا استكشاف آليات نشر المعارف وتملُّك المعارف في الاقتصاد غير الرسمي.

الابتكار: تشير نتائج الدراسة إلى أن المصنعين غير الرسميين يستحدثون غالبا ابتكارات إضافية في المنتجات بإدخال تحسينات مهمة في التركيبات والتغليف. وتبيَّن من الدراسة أن هذه الابتكارات تعتبر وسيلة مهمة لتمييز المنتج والوصول إلى قاعدة مستهلكين أكبر (مثلا، باستخدام تصاميم خاصة بقبائل معينة في التغليف لاجتذاب فئة معينة من المستهلكين، أو إضافة خصائص علاجية لمنتجات التجميل استنادا إلى وصفات طبيعية معروفة، أو استبدال المكونات لتلبية الطلب على منتجات "طبيعية" أكثر، وغير ذلك). كما ظهرت أدلة على وجود ابتكارات عملية إضافية، وإن كانت تحدث بمعدلات أقل، مثل استحداث آليات لمراقبة الجودة في عملية الإنتاج واقتناء معدات حديثة (كالخلاط الكهربائي وآلة التمليس والتجعيد وغيرها) – على نحو يسمح في بعض الحالات بإدخال تغييرات جوهرية في نموذج الأعمال – كما يحدث مثلا عند السماح بالإنتاج بالجملة وإعادة البيع، بدلا من الاعتماد على بيع الوحدات للأفراد.

مصادر المعارف: كان مستوى التعليم بين المصنعين غير الرسميين في العينة مرتفعا نسبيا، حيث كان ثلث المجيبين قد تلقوا نوعا من التعليم العالي. إلا أن التقرير أظهر أن عدم كفاية التعليم والمعارف يشكل عقبة أساسية أمام زيادة الابتكار. ويكتسب المصنعون غير الرسميين المعارف ويتعلمون من مصادر متعددة. ويعتبر الموردون وهيئات نقل التكنولوجيا الرسمية من المصادر الرئيسية للمعارف التي تفيد في الابتكار. إلا أن المصادر غير الرسمية للمعارف تبدو على نفس القدر من الأهمية، كالتعلم عن طريق العمل/التجربة، والتدريب الذاتي، وقيام الشركات المصنعة المتناهية الصغر بالتعلم من بعضها البعض. وعلاوة على ذلك، فإن التدريب غير الرسمي والتلمذة الصناعية ونقل المعارف إلى الآخرين في المجتمع ترتبط غالبا بالإحساس بالمسؤولية والواجب تجاه المجتمعات التي يعمل فيها المصنعون غير الرسميين.

منظومة الابتكار: تؤثر أنشطة الابتكار التي يقوم بها المصنعون غير الرسميين في مجموعة من الأطراف الفاعلة حولهم وتتأثر بهذه الأطراف. وبعبارة أخرى، يتسم الابتكار بطبيعة عامة، ولذلك فإنه من أهم ما يكون أن يتم فهم الوضع الاجتماعي الاقتصادي والاقتصاد السياسي الذي تجري فيه الأنشطة الإنتاجية والابتكارية. فالمنظومة المحيطة بالمصنعين غير الرسميين تحدد تشكيلة المهارات والقدرات المتاحة، وكذلك معدل نشر الابتكارات واستخدامها. ويحدد هذا التقرير بعض الجهات

الفاعلة الرئيسية التي من بينها منظمات للتعليم والتدريب، ومنظمات للتمويل والدعم، وهيئات حكومية، ومنظمات لنقل التكنولوجيا، وهيئات ممثلة للصناعة – أي منظمات رسمية مرتبطة بمؤسسات رسمية (تشريعات وقواعد رسمية). وبالإضافة إلى ذلك، فإنه يجب مراعاة المجتمع ككل، الذي يلعب دورا مهما ليس فقط كمصدر للطلب، بل أيضا باعتباره يعد 'المؤسسات غير الرسمية' التي يسترشد بها أصحاب المشاريع غير الرسمية في اتخاذ كثير من القرارات. وتشير نتائج الدراسة إلى أن المصنعين غير الرسميين القادرين على الاتصال بمنظومة الابتكار ككل لديهم احتمال أكبر للنجاح في جهودهم الابتكارية.

آليات تملُّك المعارف: تنبع الشواغل المتصلة بتملُّك المصنعين غير الرسميين للمعارف غالبا من إدراكهم للمنافسة القوية، ولا سيما في المنطقة الجغرافية التي يعملون فيها. فقد تبيَّن أن معظم المجيبين يحمون أفكارهم بطريقة ما. ويعتبر التبادل الانتقائي للمعلومات والتكتم وتقسيم المهام وإدارة علاقات المستهلكين بعض الآليات المستخدمة الأكثر شيوعا، في حين يعتبر استخدام الآليات الرسمية لتملُّك المعارف كالبراءات أو العلامات التجارية نهجا ثانويا. ومن الجدير بالملاحظة أن الشركات غير الرسمية المصنعة لمنتجات العناية الشخصية والمنزلية تقدر منافع النقل المفتوح للأفكار، رغم أنها غالبا لا تعي آليات تملُّك المعارف التي يمكن أن تلائم احتياجاتها. وتشير بعض التجارب الأخرى (إسيغبي وآخرون، 2013؛ وبول وآخرون، 2013) إلى أن هذه المحاذير يمكن الاستعانة بها إلى حد كبير بوكلاء الوساطة أو وسطاء المعارف، كاتحادات الصناعة شبه الرسمية التي تشمل المصنعين غير الرسميين.

الأثر على السياسات: تعترف جنوب أفريقيا في رؤيتها السياسية الشاملة بأنشطة الاقتصاد غير الرسمي باعتبارها تساهم مساهمة رئيسية في إيجاد فرص العمل والتخفيف من وطأة الفقر والتنمية الشاملة. ويظهر هذا الاعتراف من خلال استراتيجيات سياسية متعددة تقود النمو الاقتصادي والتنمية على المستوى الوطني وعلى مستوى المقاطعات. وقد بُذلت جهود عديدة هادفة لتعزيز التوظيف عن طريق تسهيل تكوين الشركات المتناهية الصغر وتقديم مختلف أنواع الدعم لها – كالدعم المالي والتدريب ونقل التكنولوجيا. ورغم أن بعض هذه المبادرات لها آثار على أصحاب المشاريع غير الرسمية، فإن أوجه القصور ما زالت باقية فيما يتعلق بإنشاء برامج تلبي صراحة احتياجات المبتكرين في الاقتصاد غير الرسمي، أو تربط الابتكارات التي يتم التوصل إليها في الاقتصاد غير الرسمي بمنظومة الابتكار ككل. ويقول هذا التقرير إن معالجة عدم المساواة وتجنب المخاطر الاجتماعية والاقتصادية للبطالة المتوطنة يتطلبان تفعيل كل القدرات الإبداعية المحلية. ولا بد للنُّهج الشاملة المتعلقة بسياسة الابتكار وبالملكية الفكرية أن ترتبط ارتباطا واضحا بالابتكارات التي يتم التوصل إليها في الاقتصاد غير الرسمي.

[نهاية المرفق والوثيقة]