

## اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

### الدورة الثانية عشرة

جنيف، من 4 إلى 6 سبتمبر 2017

### أداة الويبو لتقييم احترام المستهلك للملكية الفكرية – تقييم السلوكيات وفعالية حملات التوعية

وثيقة من إعداد السيد مايك كلوب، خبير استشاري مستقل في بحوث المستهلك والرئيس التنفيذي لشركة *Actualise Research Services*، توكينهام، المملكة المتحدة\*

### الملخص

طلبت الويبو إعداد أداة تقييم لمساعدة الدول الأعضاء فيها على تقييم سلوكيات المستهلكين تجاه التعدي على الملكية الفكرية وتقييم فعالية حملات التوعية من أجل إدكاء الاحترام للملكية الفكرية. وتُقدّم المشروع بفضل مساهمة مالية قدمتها وزارة الثقافة والرياضة والسياحة بجمهورية كوريا. والأداة عبارة عن نموذج استبيان مشفوع بإرشادات وافية تمكّن المستخدمين من إعداد استبيان شامل بسرعة وبساطة لأغراض بحوث المستهلكين، وتيسّر مقارنة البيانات المستخرجة من الاستبيانات. ومن النتائج الرئيسية للأداة تقدير نسبة السكان الذين يستهلكون أنواعا معينة من السلع المتعدية، وتحديد سلوكياتهم ودوافعهم، ومتابعة التغيرات على مر الزمن، وتقييم فعالية الحملات الإعلامية في إدكاء الاحترام للملكية الفكرية.

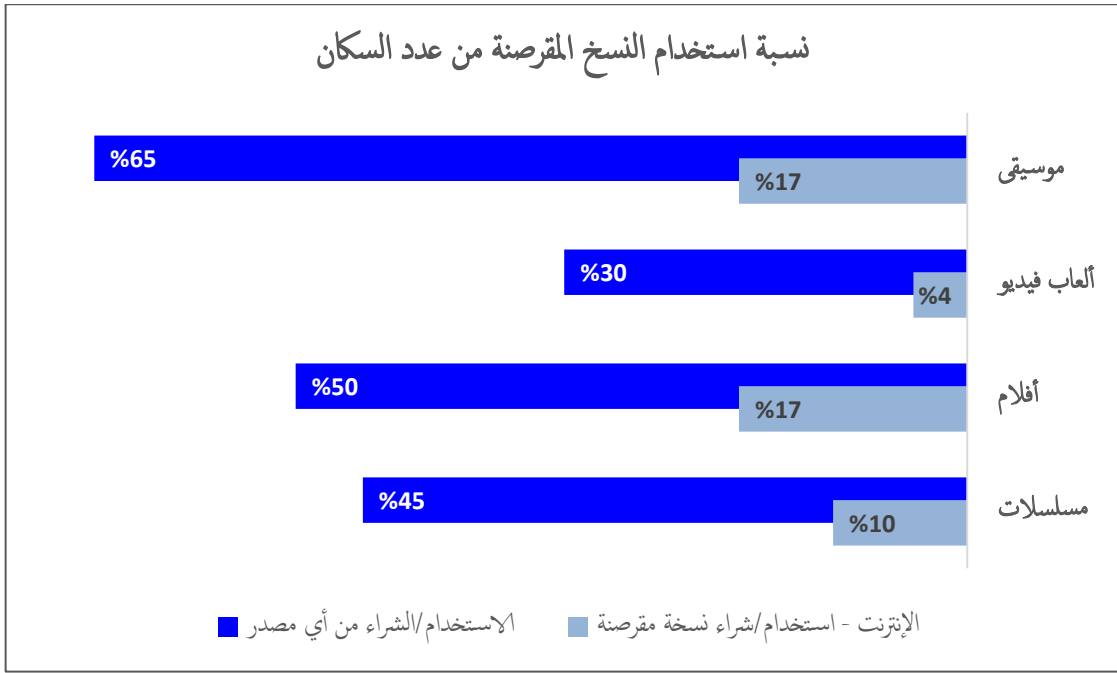
\* الآراء المعرب عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف، ولا تعبر بالضرورة عن آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

## أولاً. المقدمة

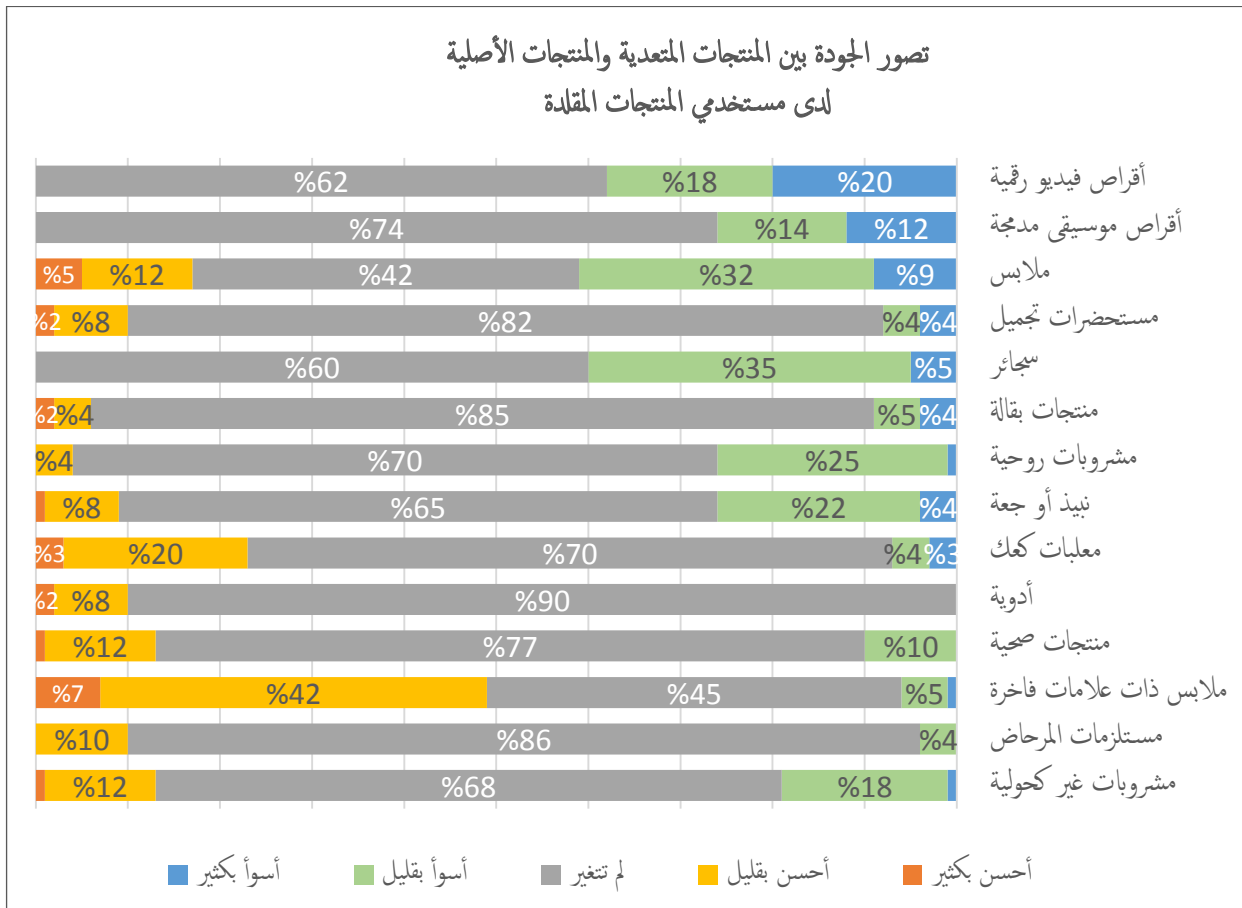
1. إن أداة الويبو لتقييم احترام المستهلك للملكية الفكرية هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة وُضعت لتمكين المستخدمين من إعداد استبيان بسرعة وبساطة بشأن احترام المستهلك للملكية الفكرية. وُقِّد المشروع بفضل مساهمة مالية قدمتها وزارة الثقافة والرياضة والسياحة بجمهورية كوريا، وبالتعاون الوثيق مع الويبو.
2. والأداة موجهة إلى هيئات القطاعين العام والخاص الراغبة في تقييم سلوك المستهلك تجاه السلع المقرصنة والمقلدة. وقد وُضعت بنسق عام ومقسّم إلى وحدات كي يتسنى مقارنة نتائج الاستبيانات المنفصلة على أن تُتبع الإرشادات العامة المحددة في هذه الوثيقة.

## ثانياً. الغرض من أداة الويبو لتقييم احترام المستهلك للملكية الفكرية

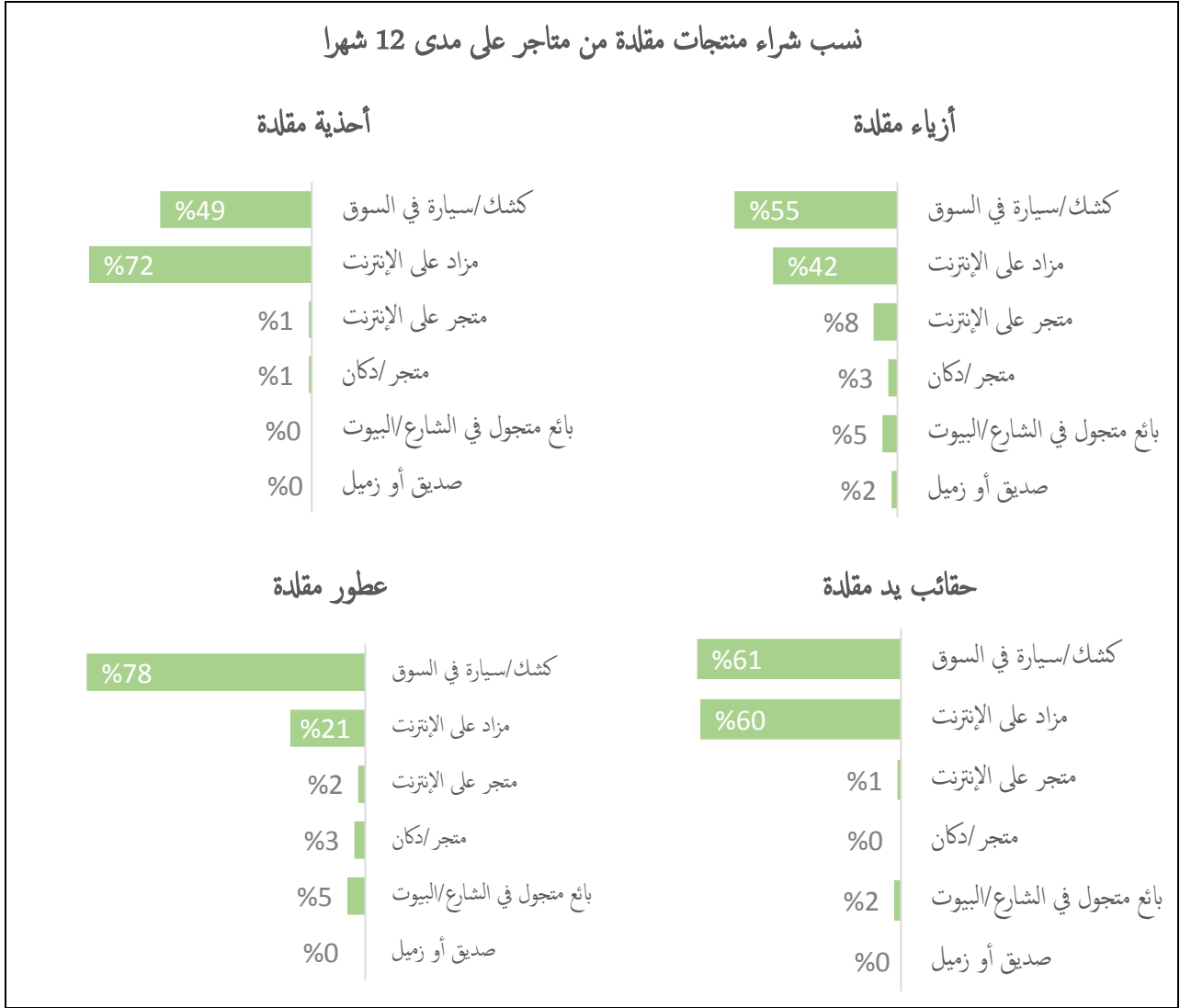
3. تتيح أداة الويبو لتقييم احترام المستهلك للملكية الفكرية تقييم سلوك المستهلك تجاه السلع المقرصنة والمقلدة. ويمكن متابعة تغير السلوكيات على مر الزمن ومن ثم استنباط التوجهات الرئيسية في استهلاك السلع والخدمات المتعدية. ثم يمكن استخدام تلك البيانات لإرشاد تخصيص الموارد للتدابير الوقائية وتقييم استراتيجيات إدكاء الاحترام للملكية الفكرية. وفضلاً عن ذلك، تتيح الأداة تقييم فعالية حملات التوعية واستخراج مؤشرات لمقارنة النتائج بين الأقاليم وداخلها.
4. ومن النتائج الرئيسية للاستبيانات تقدير نسبة السكان المعرضين للسلع والخدمات المقلدة أو المقرصنة واستخدامهم لها وسلوكهم تجاهها. ولا يكفي الاستبيان بتقييم عواقب استخدام السلع المتعدية وإنما يبيّن أكثر أنواع التعديات شيوعاً وسبل ولوج تلك السلع والخدمات إلى السوق والعوامل التي قد تحد من النزعة إلى استخدامها.
5. ومن المحبذ أن يكون الاستبيان عبارة عن دراسة ميدانية دورية، تُجرى كل 12 شهراً مثلاً، لمراقبة التغير في استهلاك السلع والخدمات المتعدية والسلوكيات تجاهها على مر الزمن.
6. ويمكن استخدام نتائج الاستبيان لأغراض التوعية عن طريق نشر بيانات كمية وقابلة للمقارنة. وتتيح متابعة السلوكيات تجاه المخالفات والأنشطة المتعدية على مر الزمن تقييم فعالية استراتيجيات إدكاء الاحترام للملكية الفكرية. ويمكن استخدام تلك البيانات لإرشاد تخصيص الموارد. وأُرفقت بنموذج الاستبيان وحدة اختيارية عن الحملات الإعلامية. ويمكن استخدام تلك الوحدة لتقييم فعالية حملة إعلامية حديثة على المستوى الوطني.
7. ولا شك في أن نتائج الاستبيان الفعلية ترتب في نهاية المطاف بالأسئلة المطروحة، ولذلك فإن الرسوم البيانية المعروضة فيما يلي ما هي إلا أمثلة إرشادية لعرض بيانات الاستبيان القائم على هذه الأداة.



الشكل 1: رسم بياني لنسبة استهلاك السلع المقرصنة (كل المصادر مقابل الإنترنت)



الشكل 2: رسم بياني لتصور الجودة بين المنتجات المقلدة والمنتجات الأصلية



الشكل 3: رسم بياني للمتاجر الرئيسية التي تبيع منتجات مشهورة مقلدة

### ثالثا. هيكل الأداة

8. الأداة مكونة من أربعة نماذج استبيان رئيسية تغطي الأنواع الأربعة التالية من السلع المقرصنة أو المقلدة:

- السلع الرقمية - الموسيقى والأفلام وألعاب الفيديو والمسلسلات والكتب؛
- السلع الاستهلاكية - الأغذية والمشروبات ومستحضرات التجميل والأدوية والأدوات المنزلية؛
- السلع والملابس الفاخرة - حقائب اليد والأزياء الفاخرة؛
- الكتب والمقالات - كتب عامة وكتب صوتية ومقالات أكاديمية وكتب مدرسية.

وأُرفقت الوحدات الأربعة التالية التي يمكن إدراجها في نماذج الاستبيان الرئيسية الأربعة:

- وحدة البرمجيات؛
- وحدة تقييم الحملات الإعلامية؛
- وحدة الأسئلة الديمغرافية الختامية؛
- ملاحظات توضيحية لنموذج الاستبيان.

9. الوحدة الأولى هي وحدة إضافية تغطي السلوك المخالف المرتبط بالبرمجيات ويمكن إدراجها في أي من الاستبيانات الرئيسية الأربعة؛ والوحدة الثانية تتيح خيار طرح أسئلة لتقييم فعالية حملة إعلامية حديثة في السوق؛ والوحدة الثالثة تحتوي على أسئلة تصنيف ديمغرافية يمكن إدراجها في نهاية كل نموذج من نماذج الاستبيان.

10. وتغطي الملاحظات التوضيحية لنموذج الاستبيان تفاصيل النموذج بتقديم إرشادات لتكييف الاستبيان، وإبراز مساهمة مختلف وحدات النموذج في توفير نتائج موثوق بها.

11. وتهدف الأداة إلى توفير كل المواد اللازمة لإعداد استبيان عن استخدام السلع والخدمات المخالفة. ويُرْمَع نشرها على موقع الويبو الإلكتروني<sup>1</sup> للتحميل بنسق وورد، كي يتسنى للمستخدمين تكييفها بحسب احتياجاتهم الخاصة. ومن المتوقع أن يلجأ المستخدمون إلى هيئة ميدانية لإدارة العمل الميداني وإجرائه. ويوصى بالاستعانة بالهيئة ذاتها على الأقل في إعداد التحليل الأولي للبيانات المجمعة.

#### رابعاً. الخاتمة

12. تهدف أداة الويبو لتقييم احترام المستهلك للملكية الفكرية إلى إرشاد أنشطة توعية المستهلكين وتقييمها على أساس بيانات إحصائية سليمة. ويمكن مقارنة نتائج الاستبيانات المختلفة إما زمنياً وإما جغرافياً من أجل توضيح الصورة والرؤية ومن ثم إرشاد وضع استراتيجيات قائمة على الأدلة لإذكاء احترام المستهلك للملكية الفكرية.

[نهاية الوثيقة]