

اللجنة المعنية بالتنمية والملكية الفكرية

الدورة الحادية والعشرون

جنيف، من 14 إلى 18 مايو 2018

ملخص الدراسة بشأن استخدام الملكية الفكرية في شيلي

من إعداد الأمانة

1. يتضمّن مرفق هذه الوثيقة ملخصاً عن الدراسة التي أجريت بشأن استخدام الملكية الفكرية في شيلي، في إطار مشروع الملكية الفكرية والتنمية الاجتماعية والاقتصادية - المرحلة الثانية (CDIP/14/7).

2. وقد أعدت أمانة الويبو هذه الدراسة بالتعاون مع السيدة براونن هال، أستاذة التكنولوجيا والاقتصاد، شعبة علوم الاقتصاد، جامعة كاليفورنيا، بيركلي، الولايات المتحدة الأمريكية، والسيد كريستيان هيلميرس، أستاذ مساعد، شعبة علوم الاقتصاد، جامعة سانتا كلارا، الولايات المتحدة الأمريكية. وراجعها السيد روبرتو ألفاريز إسبينوزا، أستاذ بشعبة الاقتصاد، جامعة شيلي، سانتياغو دي شيلي. وتتاح هذه الدراسة كورقة عمل رقم 43 من ضمن ورقات عمل الويبو عن البحوث الاقتصادية (على http://www.wipo.int/econ_stat/en/economics).

3. إن لجنة التنمية مدعوة إلى الإحاطة علماً بالمعلومات الواردة في مرفق هذه الوثيقة.

[يلي ذلك المرفق]

مقدمة

كانت شيلي واحدة من البلدان المتضمنة في المرحلة الأولى من مشروع لجنة التنمية بشأن الملكية الفكرية والتنمية الاجتماعية والاقتصادية (CDIP/5/7). وتضمنت المرحلة الأولى من المشروع، كما هو مفصل في تقريره النهائي (CDIP/11/INF/4)، مجهودات كل من معهد شيلي الوطني للملكية الصناعية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويو) لبناء قاعدة بيانات شاملة بشأن استخدام الملكية الفكرية في شيلي. وتشمل هذه القاعدة جميع الإيداعات البراءات والعلامات التجارية ونماذج المنفعة والتصاميم الصناعية الخاصة بشيلي على مدى الفترة الممتدة بين 1991 و2010. ومن المساهمات الأساسية التي أتت بها أعمال تأسيس القاعدة مواءمة أساء مودعي الطلبات وتحديد شكل مميز فيما يخص جميع أشكال الملكية الفكرية الأربعة. ومكنت قاعدة البيانات هذه من إجراء البحوث المتعلقة بوقوع السطو على العلامات التجارية ونتائج في شيلي وكذلك البحوث المتعلقة بالبراءات الصيدلانية في شيلي، والتي أجريت أيضا في إطار المرحلة الأولى من المشروع (CDIP/14/INF/3 و CDIP/15/INF/2، على التوالي). وتتمثل النتيجة الأخرى للمشروع في مرحلته الأولى في ربط البيانات المتعلقة باستخدام الملكية الفكرية ببيانات سجل الشركات الذي يملكه المعهد الوطني للإحصاءات - ومنها تحديدا بيانات الإحصاء الخاص بالتصنيع (ENIA) والبيانات المتأتية من خمس حملات استطلاعية (1997-2008) بشأن الابتكار في شيلي (INNOVACION).

وبناءً على إنجازات المرحلة الأولى، تضمنت المرحلة الثانية من المشروع دراسة متابعة بشأن محددات استخدام نظام الملكية الفكرية في شيلي ومدى إسهام ذلك الاستخدام في إحداث فارق في أداء الشركات. وقد أجريت دراسات مماثلة بشأن البلدان المرتفعة الدخل، لا سيما بخصوص الولايات المتحدة والمملكة المتحدة.¹ وباختصار، خلصت الدراسات أن أقل من عشرة في المائة من الشركات في تلك البلدان تودع براءات، وأن معدلات استخدام تلك الشركات للعلامات التجارية أعلى إلى حد ما. وتشير الأدلة المستخدمة من الاقتصادات المرتفعة الدخل إلى أن الشركات التي تستخدم البراءات والعلامات التجارية تبدو أكثر إنتاجية وأكثر قيمة من غيرها. وكان الهدف الرئيسي من البحث الجديد في شيلي - الأول من نوعه في بلد متوسط الدخل - هو استكشاف الطرق التي قد تكون بها النتائج مختلفة. واعتمد التحقيق على مجموعة البيانات المطابقة بشأن استخدام الملكية الفكرية وبيانات أداء الشركات التي استُحدثت خلال المرحلة الأولى من المشروع.

ويقدم هذا الملخص لمحة موجزة عن البحوث التي أجريت خلال المرحلة الثانية. ويصف السمات المميزة لقاعدة البيانات المصغرة التي أنشئت في شيلي، ويوضح النهج التجريبي المعتمد، ويلخص النتائج الرئيسية، ويشير إلى بعض الدروس المستفادة.

قاعدة البيانات المصغرة بشأن استخدام الملكية الفكرية وأداء الشركات

تجمع قاعدة البيانات المصغرة التي أنشئت خلال المرحلة الأولى بين ثلاثة مصادر مختلفة من البيانات:

- **معهد شيلي الوطني للملكية الصناعية.** تحتوي بيانات هذا المعهد المتعلقة بالبراءات ونماذج المنفعة والتصاميم الصناعية والعلامات التجارية على معلومات بليوغرافية بالإضافة إلى معلومات حول السجل التاريخي للمعالجة والوضع القانوني لحقوق الملكية الفكرية. وقد تمت مواءمة أساء مودعي الطلبات بالاعتماد على خوارزميات مطابقة الأساء، والمعرف الضريبي المحلي في شيلي، والفحوص اليدوية.

¹ انظر ناتاراجان بالاسوبرامانيان، وجاجاديش سيفاداسان (2011): ما الذي يحدث عندما تستخدم الشركات البراءات؟ دليل جديد من بيانات الإحصاء الاقتصادي الأمريكي، مجلة إيكونوميكس أند ستاتستيكس (مجلد 93، العدد 1): الصفحات 126-146؛ وبراون هال، وكريستيان هيلميرس، ومارك روجرز، وفانيا سينا (2013): أهمية (أو عدم أهمية) البراءات للشركات البريطانية، مجلة أوكسفورد إيكونوميكس بايبرز (المجلد 65، العدد 3): الصفحات 603-629.

• الإحصاء الخاص بالتصنيع (ENIA). يستقصي الإحصاء الشيلي الخاص بالتصنيع (ENIA) سنويًا كل الشركات المصنعة التي تضم 10 موظفين على الأقل. وتحتوي بيانات الإحصاء الخاص بالتصنيع على معلومات مفصلة على مستوى المصنع فيما يخص المدخلات والمخرجات وكذلك خصائص المصنع المعني، بما في ذلك الانتماء الصناعي والموقع الجغرافي.

• الاستقصاء الخاص بالابتكار (INNOVACION). يطرح الاستقصاء الشيلي الخاص بالابتكار في - الذي صُمم على غرار نموذج استقصاء الجماعة الأوروبية الخاص بالابتكار - على الشركات الشيلية مجموعة كبيرة من الأسئلة حول أنشطتها الابتكارية. وقد انطلق هذا الاستقصاء عام 1995 وظلَّ يُجرى كل 3 إلى 4 سنوات. وجمعت الجولات الثلاث الأولى البيانات على مستوى المصنع، وجمعت الجولتان 4 و5 البيانات على مستوى كل من الشركة والمصنع. كما وسَّع هذا الاستقصاء بشكل كبير من نطاق تغطيته بمرور الوقت. فقد شملت الجولتان الأوليان الصناعة التحويلية فقط، واتسعت الجولتان 3 و4 لتشمل التعدين والمرافق، وغطت الجولات اللاحقة الشركات في جميع الصناعات.

وُدِّجَت مصادر البيانات الثلاثة المختلفة في قاعدة بيانات واحدة باستخدام المعرف الضريبي المميّز المتاح في كل مجموعات البيانات الثلاثة. وتولى المعهد الوطني للإحصاء مطابقة البيانات وحرص في قاعدة البيانات الصادرة للباحثين على كتم هوية كل شركة لحماية السرية الإحصائية. ويمثّل الاعتماد على معرف ضريبي مميّز ميزة كبرى مقارنة بمجموعات البيانات المئات المُستحدثة في البلدان المرتفعة الدخل والتي تستند إلى تقنيات أقل موثوقية لمطابقة الأسماء.

ويقدم الجدول 1 نظرة عامة عن البيانات المتاحة. ويظهر وجود حوالي 5000 شركة في المتوسط في بيانات الإحصاء الخاص بالتصنيع (ENIA) بين عامي 1995 و2005، لما مجموعه 9279 شركة مميّزة. ويختلف عدد الشركات المشمولة ببيانات الاستقصاء الخاص بالابتكار بشكل أكبر بكثير مع مرور الوقت، إذ تصاعد من 443 شركة في الجولة 2 إلى 4243 شركة في الجولة 6. ويوجد ما يقارب 2000 شركة في مجموعتي البيانات كليهما، وهو عدد كبير مع الأخذ في الاعتبار أن الإحصاء الخاص بالتصنيع (ENIA) يقتصر على قطاع التصنيع في حين يغطي الاستقصاء الخاص بالابتكار (INNOVACION) نطاقًا أوسع من القطاعات بدءًا من الجولة 3 فصاعدًا.

الجدول 1: نظرة عامة عن التغطية بالبيانات

الإحصاء الخاص بالصنوع (ENIA) والاستقصاء الخاص بالابتكار (INNOVACION) كلاهما					الاستقصاء الخاص بالابتكار (INNOVACION)					الإحصاء الخاص بالصنوع (ENIA)					السنة
بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	بيانات العلامات التجارية	
															1995
															1996
120	3	5	11	418	128	4	5	11	443	551	4	11	22	5044	1997
114	3	7	15	401	120	3	7	15	443	508	7	12	29	4785	1998
															1999
112	1	7	8	560	118	1	7	8	631	444	3	12	21	4544	2000
118	4	9	9	527	130	5	10	10	631	434	5	17	20	4464	2001
															2002
168	1	9	14	1082	337	1	10	20	2602	438	2	16	27	4766	2003
165	1	7	19	1067	356	1	7	27	2602	461	4	13	31	4993	2004
194	2	13	18	1247	378	2	14	30	3194	507	3	21	33	5034	2005
															2006
															2007
															2008
991	15	57	94	5302	2718	25	85	181	22226	5394	47	165	274	53318	# العدد الإجمالي للشركات المشمولة سنوياً.
480	11	34	52	1995	1524	16	45	100	8017	2502	36	70	141	9279	* العدد المميز للشركات

العدد الإجمالي للشركات المشمولة سنوياً.

* العدد المميز للشركات

النهج التجريبي

ينقسم التحقيق التجريبي للدراسة إلى ثلاثة أجزاء. ويقدم الجزء الأول مجموعة من الإحصائيات الوصفية لرسم صورة شاملة لاستخدام الملكية الفكرية من قبل الشركات المصنعة الشيلية. ويستكشف الجزء الثاني محددات استخدام الملكية الفكرية من قبل الشركات الشيلية على أساس تحليل الانحدار الوصفي. ويقدر على وجه الخصوص إلى أي درجة تبيّن الخصائص المختلفة للشركات والصناعات ما إذا كانت الشركات تستخدم أشكالاً مختلفة من الملكية الفكرية وبأي وتيرة تقوم بذلك. وتشمل الخصائص المذكورة حجم الشركات، ومدى كثافة رأس مالها، وما إذا كانت تملكها جهات محلية أو أجنبية، وما إذا كانت من الشركات المصدرة، وموقعها في شيلي، ونوع الصناعة التي تختص فيها.

ويتعمق الجزء الثالث في استخدام الشركات للملكية الفكرية ويتساءل عما إذا كان ذلك الاستخدام يحدث فارقاً في أداء تلك الشركات. ويعتبر تحديد أي علاقة سببية لهذا التأثير تحدياً من الناحية التجريبية. وعلى وجه الخصوص، فإن مجرد وجود علاقة إحصائية بين استخدام الشركات للملكية الفكرية وأداء تلك الشركات قد يشير ببساطة إلى أن الشركات الناجحة في مجال الابتكار تحقق نجاحاً أكبر في السوق. ولا يعني ذلك أن الحق القانوني في حد ذاته هو الذي يحدث الفارق. وسعيًا لمعالجة هذا الشأن واتباعاً لنهج الأدبيات السابقة، تركّز الدراسة على بيان ما إذا كان استخدام أدوات الملكية الفكرية المختلفة لأول مرة قد أحدث فارقاً في أداء الشركة. والتركيز على الاستخدام لأول مرة يُسهّل عزل أي مساهمة مباشرة لنظام الملكية الفكرية في أداء الشركات لاحقاً.

النتائج الرئيسية

يمكن تلخيص النتائج الرئيسية للدراسة على النحو التالي:

- 2.4 في المائة فقط من الشركات المصنعة أودعت طلب براءة واحد أو أكثر في الفترة الزمنية قيد النظر. وبالمثل، تُلاحظ نسبة منخفضة فيما يخص استخدام نماذج المنفعة والتصاميم الصناعية. وعلى النقيض من ذلك، أودعت 51.9 في المائة من الشركات المصنعة طلب علامة تجارية واحدة على الأقل.
- تعكس محددات استخدام الملكية الفكرية في شيلي، إلى حد كبير، المحددات الخاصة بالبلدان المرتفعة الدخل. فعلى وجه الخصوص، من الأرجح أن تستخدم الشركات الكبرى وشركات التصدير وتلك الموجودة في منطقة سانتياغو الحضرية شكلاً من أشكال حماية الملكية الفكرية. ويزداد استخدام الحقوق المرتبطة بالعلامات التجارية والتصاميم بازدياد كثافة رأس المال، ويعتمد على الحجم ونوع الصناعة. ويفوق احتمال إيداع الشركات التي يملكها أجانب لطلبات البراءات، بكثير، احتمال إيداع الشركات المحلية لتلك الطلبات، ولكن احتمال استخدامها للعلامات التجارية أقل مقارنة بالبراءات.
- يُلاحظ استخدام البراءات بصورة أكبر في مجالات المواد الكيميائية، والمعادن والآلات، والسيارات. وانعدامه في قطاع الكهرباء والإلكترونيات، الذي يشهد استخداماً مكثفاً للبراءات في البلدان المرتفعة الدخل. وتُستخدم العلامات التجارية بشكل أكثر اتساقاً عبر القطاعات، ويُسجل أكبر معدل لذلك الاستخدام في قطاع المواد الكيميائية الذي يشمل المستحضرات الصيدلانية.
- هناك دليل واضح على أن الشركات تزداد حجماً بعد الإيداع الأول للعلامة التجارية أو البراءة. غير أن ذلك يبيّن إلى حد كبير أن الشركات التي تستخدم نظام الملكية الفكرية خلال فترة التحليل هي الشركات الأسرع نمواً، فهي تبدي فعلاً نمواً أسرع قبل استخدام الملكية الفكرية للمرة الأولى، وذلك الاستخدام لا يغيّر مسار نموها. وبعبارة بسيطة، يبدو أن نجاح الأعمال هو الدافع لاستخدام الملكية الفكرية للمرة الأولى، وليس العكس.
- أخيراً، يرتبط استخدام العلامة التجارية بابتكار المنتجات الجديدة، مما يوحي بأن الشركات الشيلية تستخدم استراتيجيات التوسيم لجلب العائدات لاستثماراتها في ابتكار المنتجات. وتتسق هذه النتيجة مع الأدلة بشأن الصلة الموجودة بين التوسيم والابتكار في البلدان المتقدمة.

الدروس المستفادة

تتضمن نتائج الدراسة درسين لفائدة سياسة الملكية الفكرية. ففي المقام الأول، يوحي المفهوم الذي يقضي بأن نجاح الأعمال هو ما يدفع استخدام الملكية الفكرية للمرة الأولى بأنه يُفضّل أن تستهدف حملات التوعية بالملكية الفكرية الشركات التي تجعلها حافطة أصولها غير الملموسة المتنامية من المستخدمين المحتملين لأدوات الملكية الفكرية المختلفة، وليس عموم الشركات. وفي المقام الثاني، توحي النتيجة التي تشير إلى أن استخدام العلامات التجارية يرتبط بابتكار منتجات جديدة – بالاقتران مع الاستخدام الضئيل نسبياً للبراءات من قبل الشركات الشيلية - بأن التوسيم قد يكون طريقة أكثر أهمية بالنسبة إلى الشركات في شيلي وغيرها من الاقتصادات المتوسطة الدخل لجلب العائدات للابتكار. ويشير هذا الاستنتاج إلى وجود تسلسل في سياسات الملكية الفكرية، مع تركيز نسبي على نظام العلامات التجارية في المراحل الأولى للتنمية.

ومن المنظور المنهجي، هناك منافع واعدة في دراسة أداء استخدام الملكية الفكرية من خلال الاعتماد على مطابقة بيانات استخدام الملكية الفكرية وبيانات أداء الشركات. وبالفعل، تتيح قاعدة البيانات المُستحدثة في شيلي إمكانية إجراء البحوث بشأن أسئلة إضافية حول كيفية ارتباط الأنشطة الابتكارية واستخدام الملكية الفكرية والنتائج التجارية ببعضها البعض. وفي الوقت نفسه، تواجه دراسات من هذا النوع أيضًا قيودًا كبيرة. فهناك عدد قليل فقط من الشركات الشيلية التي تستخدم البراءات ومعظمها لا يفعل ذلك إلا بصورة متقطعة. وعلى نفس المنوال، ينتشر النمط نفسه في العديد من البلدان الأخرى المتوسطة الدخل. وهذا يضعف موثوقية العلاقات الإحصائية وبالتالي قدرة الباحثين على استخلاص استنتاجات قاطعة. أما التنبيه المهم الثاني فهو اعتماد النهج التجريبي للدراسة على مقارنة الشركات التي تستخدم الملكية الفكرية مع تلك التي لا تفعل ذلك. وبالتالي، لا تقدم النتائج أية معلومات عن مدى تحفيز قوانين الملكية الفكرية للابتكار في جميع الشركات.

وأخيرًا، أظهرت الدراسة في شيلي أن الشركات النامية تجد أنه من المفيد حماية أصولها غير الملموسة من خلال الملكية الفكرية. وبالنظر إلى البيانات المستخدمة، لم تتمكن من تقديم معلومات مفصلة عن كيفية تناسب استراتيجيات الملكية الفكرية المتطورة مع نماذج الأعمال الخاصة بالشركات وكيفية اعتماد تلك الاستراتيجيات على خصائص المنتجات والتكنولوجيا والصناعة. ويمكن أن يساهم المزيد من البحث حول هذه الأسئلة في تحسين فهم أسباب ونتائج استخدام الملكية الفكرية من قبل الشركات في البلدان المتوسطة الدخل.

[نهاية المرفق والوثيقة]