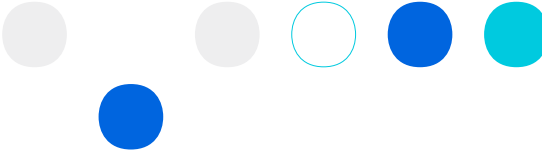


# إرشادات لإعداد دراسة استقصائية عن الملكية الفكرية



# لماذا نجرى دراسات استقصائية عن الملكية الفكرية؟

يمكن للدراسات الاستقصائية أن تكون مفيدة لفهم  
مسببات الإحصاءات المجمعّة وتبعاتها. ومن ثم،  
يمكن للدراسات الاستقصائية عن الملكية الفكرية  
أن تكون أداة قيّمة لتوجيه سياسات الابتكار والملكية  
الفكرية. ويعرض هذا الدليل المختصر أفضل  
الممارسات في إعداد الدراسات الاستقصائية عن  
الملكية الفكرية بغية تشجيع الحكومات والباحثين  
الحريصين على فهم السلوكيات الاقتصادية للجهات  
المعنية بنظام الملكية الفكرية على اعتماد تلك  
الممارسات ورسم سياسات تساعد على تطوير نظام  
الملكية الفكرية.



# خطوات إعداد دراسة استقصائية عن الملكية الفكرية

## ألف تخطيط الدراسة الاستقصائية

نبدأ بتكوين فكرة واضحة لمخرجاتنا النهائية وتحديد سؤال أو أسئلة البحث الرئيسية التي نحتاج إلى الإجابة عنها.

## باء إعداد الدراسة الاستقصائية

نجري تحليلاً إحصائياً وصفيّاً للمجموعة السكانية المستهدفة بغية فهمها فهماً أفضل، ثم نستخدم ذلك التحليل لمساعدتنا في إعداد الدراسة الاستقصائية.

## جيم جمع البيانات

نضع خطوات مجدولة زمنياً لمرحلة تنفيذ الدراسة الاستقصائية وجمع البيانات.

## دال فحص البيانات وتحليلها

نقيّم البيانات التي جمعناها ونحللها ونتحقق من دقتها.

## ألف تخطيط الدراسة الاستقصائية

نبدأ بالتفكير في المخرج النهائي أولاً. وهذه أهم خطوة لأنها ستساعدنا على التخطيط للمراحل اللاحقة - أي الإعداد والتثبيت والجمع.

ولفهم المخرج، ننظر في ما يلي:

- ما الغرض من الدراسة الاستقصائية؟
- ما سؤال أو أسئلة البحث الرئيسية؟
- يمكن للدراسات الاستقصائية أن تستغرق وقتاً طويلاً وتستخدم موارد كثيرة. فهل الدراسة الاستقصائية أفضل طريقة للإجابة عن سؤال أو أسئلة البحث؟
- بناءً على سؤال أو أسئلة البحث المحددة، قد نحتاج إلى فهم كل من مستخدم وغير مستخدم نظام الملكية الفكرية. فمن المستجيبون المستهدفون في الدراسة الاستقصائية؟ قد يختلف المستجيبون المستهدفون بحسب البلد أو نوع الشركة أو المؤسسة. فعلى سبيل المثال، يمكن للدراسات الاستقصائية الموجهة إلى مستخدمي نظام الملكية الفكرية أن تستهدف الجهات التالية:
  - المودعون (الأفراد والشركات والجامعات وما إلى ذلك)
  - الطلبات (البراءات والتصاميم الصناعية وما إلى ذلك)
  - المخترعون والمبدعون والمصممون وما إلى ذلك.

### معلومة مفيدة

عند التعامل مع مودعين أو مخترعين أو مصممين متعددين في طلب واحد، يُنصح باستخدام المودع الأول فقط لغرض التبسيط.

- ما طريقة الاستقصاء المثلى للإجابة عن سؤال أو أسئلة البحث؟  
أمثلة:
  - الاستقصاء الفئوي الدوري - سلسلة من نقاط البيانات تُجمع على فترات، وهي طريقة مناسبة لتتبع التغييرات بمرور الوقت.
  - الاستقصاء المستعرض - تُجمع البيانات بملاحظة العديد من الجهات. (مثل الأفراد أو الشركات أو الأقاليم أو المناطق) في وقت واحد أو على مدى فترة أطول.
  - التصميم المختلط - دمج البيانات الكمية والنوعية في تحقيق واحد.
- ستؤثر الطريقة المختارة في البيانات التي يمكن جمعها فضلاً عن الموارد والوقت المطلوبين.
- ما أفضل إطار زمني للدراسة الاستقصائية، وفقاً لطريقة الاستقصاء المختارة؟
  - مثال: طلبات البراءات المودعة بين عامي 2017 و2019.
  - قد يعني اختيار إطار زمني قريب جداً أن بعض البيانات غير جاهزة للتسجيل. وفي المقابل، قد يؤدي اختيار إطار زمني بعيد إلى جمع ردود غير دقيقة.
- ما أفضل طريقة جمع (توزيع) وفقاً للمستجيبين المستهدفين؟
  - مثال: عبر الإنترنت أو البريد الإلكتروني أو البريد العادي أو وجهاً لوجه أو غير ذلك.
- نحدد ما إذا كانت لدينا بيانات اتصال كافية للمستجيبين المستهدفين، مثل البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف أو العنوان البريدي. وتختلف طرائق الاتصال من حيث استخدامها للموارد ومعدلات الاستجابة.

- تحديد الجدول الزمني المثالي لكل مرحلة من مراحل الدراسة الاستقصائية وتحديد معالم واضحة. وقد يكون التسرع في المراحل محفوفاً بالمخاطر، ولكن أخذ وقت طويل في عملية الجمع والتحليل قد يعني أن نتائج الدراسة الاستقصائية قد تفقد وجاهتها. فينبغي ترك وقتٍ كافٍ لكل مرحلة، مع هامش لحالات الطوارئ. فقد يتعين إرسال رسائل تذكيرية مثلاً.
- تحديد المخرج النهائي المثالي. مثالان:
  - مجموعة بيانات للباحثين
  - تقرير لواقعي السياسات.
- نضع خطط للطوارئ. مثالان:
  - ثاني أفضل مستجيبين
  - ثاني أفضل طريقة توزيع.

#### معلومة مفيدة

تؤثر البنى التحتية والتفضيلات الثقافية المختلفة في معدل نجاح الدراسة الاستقصائية. فينبغي تحديد أفضل أساليب الجمع وفقاً للظروف المحلية.

## باء إعداد الدراسة الاستقصائية

### اختيار العينة

- إجراء تحليل إحصائي وصفي للمجموعة السكانية المستهدفة بغية فهم خصائصها الدقيقة وتركيبها السكانية باستخدام معلومات سجل الوحدة (مجموعة شاملة من البيانات متعلقة بأفراد). وسيساعد ذلك على تحديد المستجيبين المثاليين والتحيزات المحتملة في النتائج.
- إذا كان حجم المجموعة السكانية كبيراً لدرجة أنه لا يمكن استقصاؤها بالكامل، فسيتعين استقصاء عينة تمثيلية، ويُقصد بذلك مجموعة فرعية من المجموعة السكانية تنطوي بدقة على خصائص المجموعة الأكبر.
  - مثال: يمكن لمجموعة سكانية تتكون من 1000 شخص (300 غير مقيم و700 مقيم) توليد عينة تمثيلية من 200 شخص (60 غير مقيم و140 مقيماً).
- قد يكون من الصعب تحقيق ذلك، ولكن الهدف هو استهداف عينة تحاكي اتساق المجموعة السكانية الأكبر وتنوعها.
- توجد العديد من العوائق المحتملة أمام الحصول على عينة تمثيلية. وفي هذه الحالة، ينبغي الإفصاح بشفافية عن القيود المواجهة في اختيار العينة، إذ ستؤدي العينة غير التمثيلية إلى نتائج متحيزة ومن ثم إلى استنتاجات متحيزة.

## إعداد الاستبيان

- تقديم تعريفات واضحة لأدوات الملكية الفكرية وأي مصطلحات تقنية أخرى مقدماً.
- تعريف المصطلحات مثل «البراءة» و«تاريخ الإبداع» وما إلى ذلك.
- إعداد الاستبيان وفقاً لسؤال أو أسئلة البحث والتحليل الإحصائي الوصفي.
- إدراج أسئلة تتيح التحقق من صحة النتائج (مثل التحيز الناتج عن عدم الاستجابة).
- التأكد من أن الصياغة المستخدمة واضحة ومتسقة.
- ترتيب الأسئلة ترتيباً منطقياً.
- تجميع الأسئلة بحسب الموضوع.
- البدء بأهم الأسئلة والموضوعات.
- البدء، في كل موضوع، بأسئلة عامة تليها أسئلة محددة أكثر فأكثر.
- تنظيم الاستبيان بطريقة لا تستدعي من المستجيبين تذكُّر أسئلة سابقة.
- تجنب الاستبيانات المطولة لأنها تقلل من معدل الاستجابة.



## صياغة الأسئلة

من المستحيل التأكد من أن كل سؤال يعني الشيء نفسه تماماً لجميع المستجيبين، فينبغي السعي إلى الحد من احتمالات إساءة الفهم كما يلي:

- توخي البساطة والاتساق والبُعد العملي.
- تجنب الأسئلة المجردة والعامّة والغامضة.
- تجنب طلب أكثر من معلومة واحدة في السؤال الواحد.
- الحد من التحيزات بتجنب ما يلي:
  - الأسئلة الإيحائية
  - الردود المرغوبة اجتماعياً
  - المصطلحات التقنية المعقدة وإقحام الأسماء المشهورة.
- السماح بجميع الردود الممكنة، ولكن التأكد من أنها لا تتعارض فيما بينها.
- إجازة الردود القائمة على تقييم كمي.
  - مثال: مقياس ليكرت مع خمسة إلى سبعة ردود محتملة.

## الاختبار المسبق

- يُعدّ الاختبار المسبق للاستبيان على كل من الخبراء وغير الخبراء أمراً بالغ الأهمية لمساعدتنا على فهم مصادر اللبس في صياغة الأسئلة والخيارات، والقضاء على التكرار والأخطاء المطبعية.
- إجراء اختبار مسبق للاستبيان على الخبراء للحصول على تعليقاتهم التقنية.
  - مثال: المستجيبون المستهدفون وخبراء الملكية الفكرية والفاحصون.
- إجراء اختبار مسبق للاستبيان على غير الخبراء للحصول على تعليقاتهم على الوضوح وسهولة الاستخدام.
- إجراء مقابلات مع المستجيبين المحددين للاختبار المسبق بغية الحصول على تعليقاتهم.
  - مثال: يمكن سؤالهم عن طول الاستبيان ووضوح الأسئلة وعملية تفكيرهم للوصول إلى رد.
- مراجعة الاستبيان وتحديثه بناءً على التعليقات الواردة.
- إهمال وقتٍ كافٍ لجولات متعددة من المراجعة.

## جيم جمع البيانات

- وضع خطوات عملية التنفيذ، وتحديد جدول زمني لها.
- وضع خطط الطوارئ اللازمة، على سبيل المثال، تحديد المستجيبين البديلين المحتملين (ثاني أفضل مجموعة).
- مثال: الرئيس التنفيذي أو المصمم أو غيرهما.
- وضع استراتيجية لطمأنة المستجيبين من عدم الكشف عن هويتهم وسرية البيانات.
- صياغة خطاب تعريفي:
  - بيان الغرض من الدراسة الاستقصائية
  - بما في ذلك التأييدات أو الموافقات من السلطات والمؤسسات
  - ضمان عدم الكشف عن هوية المستجيبين وسرية البيانات.
- إعداد استراتيجية مركزية ومنسقة لتسجيل البيانات بغية التقليل من احتمالية حدوث خطأ بشري.
- تدريب الباحثين في الميدان على الحفاظ على نهج واضح لا لبس فيه وتقليل التحيزات.

- إجراء اختبار مسبق لاستراتيجية تسجيل البيانات للتأكد من أنها تفي بالغرض.
- توزيع الاستبيان مع الخطاب التعريفي.
- إرسال رسائل تذكير ومتابعة وفقاً للجدول الزمني والمعالم المتفق عليها.
- تتبع معدل الاستجابة والتحييزات المحتملة في كل مرحلة.
- تحديد شرائح المجموعة السكانية ذات معدلات الاستجابة المنخفض وتنفيذ خطط الطوارئ لتقليل التحييزات المحتملة.
  - النظر مثلاً في المستجيبين البديلين أو تغيير طريقة الجمع.
- توثيق أي تغيير في الاستراتيجية بسبب حدوث مشكلات غير متوقعة.
- تسجيل البيانات وجمعها.

## دال فحص البيانات وتحليلها

- تقييم ما إذا كانت البيانات المجمعة تمثل بدقة العينة المستهدفة والمجموعة السكانية الأكبر.
- معالجة البيانات المسجلة وتنقيتها إذا لزم الأمر من أجل إنشاء مجموعة بيانات متوافقة مع البرمجية الإحصائية:
  - حذف البيانات المتكررة
  - حذف الاستبيانات الفارغة أو غير المكتملة (استناداً إلى عتبة محددة مثلاً).
- حساب معدل الاستجابة.
- إجراء تحليل إحصائي وصفي للبيانات المجمعة.
- كثيراً ما يحدث تأخير في نشر طلبات الملكية الفكرية. فيجب مراعاة ذلك في تحليل البيانات.
  - مثال: يستغرق نشر البراءات نحو 18 شهراً.
- مقارنة النتائج مع الإحصاءات السكانية العامة.
- تحديد التحيزات (أخذ عينة مفرطة أو غير كافية) في فئات معينة.
  - مثال: عينة غير متناسبة لما يلي:
    - سنة
    - فئة تكنولوجية (رمز التصنيف الدولي للبراءات)
    - موقع جغرافي أو غير ذلك.
- النظر في صياغة تقرير يستند إلى إحصاءات وصفية أو تحليل اقتصادي قياسي أعمق والآثار المحتملة على السياسات.
- الإفصاح بشفافية عن القيود والتحيزات والصعوبات والدروس المستفادة فيما يتعلق بالدراسة الاستقصائية.



المنظمة العالمية للملكية الفكرية  
34, chemin des Colombettes  
P.O. Box 18  
CH-1211 Geneva 20  
Switzerland

© الويبو، 2023



نسب المصنف 4.0 دولي (CC BY 4.0)

لا ينطبق ترخيص المشاع الإبداعي على محتوى  
وضعته جهات أخرى غير الويبو في هذا الإصدار.

منشور الويبو رقم 1082AR  
DOI: 10.34667/tind.46732

هاتف: +41 22 338 91 11  
فاكس: +41 22 733 54 28

للاطلاع على تفاصيل الاتصال بمكاتب الويبو  
الخارجية، يُرجى زيارة الموقع التالي:  
[www.wipo.int/about-wipo/ar/offices](http://www.wipo.int/about-wipo/ar/offices)