

Консультативный комитет по защите прав

Двенадцатая сессия

Женева, 4-6 сентября 2017 г.

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ВОИС ДЛЯ ОПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ТЕМАТИКЕ УВАЖЕНИЯ ИС – ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ

*Документ подготовлен г-ном Майком Клаббом, независимым консультантом по вопросам изучения потребителей и руководителем компании «Акчуалайз рисерч сервисиз», Туикенем, Соединенное Королевство**

РЕЗЮМЕ

ВОИС поручила разработать инструментарий для проведения опросов, который должен стать для государств-членов подспорьем при проведении работы по анализу отношения потребителей к нарушению прав интеллектуальной собственности и оценке эффективности коммуникационных кампаний в плане обеспечения уважения ИС. Данный проект осуществляется с привлечением средств, выделенных Министерством культуры, спорта и туризма Республики Корея. Инструментарий для опроса содержит примерные опросные листы с подробными инструкциями, с помощью которых пользователи могут без затруднений составить полноценную опросную анкету для изучения предпочтений потребителей с возможностью непосредственного сопоставления наборов данных, полученных в ходе различных обследований. Инструментарий для опроса обычно будет использоваться с целью определения доли населения, потребляющего те или иные контрафактные товары, выявления предпочтений и мотивов, отслеживания изменений с течением времени и оценки эффективности кампаний, организуемых в средствах массовой информации в интересах поощрения уважения ИС.

* Мнения, выраженные в настоящем документе, являются точкой зрения автора и необязательно отражают мнения Секретариата или государств-членов ВОИС.

I. ВВЕДЕНИЕ

1. *Инструментарий ВОИС для опроса потребителей по тематике уважения ИС* представляет собой набор шаблонов анкет, с помощью которых пользователи могут без затруднений составить полноценную опросную анкету для изучения предпочтений потребителей в разрезе нарушения прав интеллектуальной собственности (ИС). Проект осуществляется с привлечением средств, выделенных Министерством культуры, спорта и туризма Республики Корея, в тесном взаимодействии с ВОИС.

2. Инструментарий предназначен для использования учреждениями и организациями государственного и частного секторов, желающими оценить отношение потребителей к пиратским и контрафактным товарам. Он разработан в стандартном модульном формате, чтобы при соблюдении общих рекомендаций, изложенных в этом документе, можно было сопоставлять данные опросов, проводимых независимо друг от друга.

II. ЦЕЛЬ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ДЛЯ ОПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ТЕМАТИКЕ УВАЖЕНИЯ ИС

3. Инструментарий для опроса потребителей по тематике уважения ИС позволяет проводить сопоставительный анализ отношения к пиратской и контрафактной продукции. Изменение отношения можно отслеживать за определенные промежутки времени, что позволяет выявлять ключевые тенденции в потреблении товаров и услуг, произведенных с нарушением прав ИС. Эти данные могут использоваться при определении приоритетных направлений выделения ресурсов для принятия превентивных мер и в процессе оценки стратегий обеспечения уважения ИС. Кроме того, он дает возможность оценивать эффективность коммуникационных кампаний и может использоваться для определения мер в интересах сопоставления положения между отдельными территориями и в их пределах.

4. Основные данные, полученные по результатам использования шаблонов опросных анкет, позволят рассчитать долю населения той или иной территории, в случае которого существует риск использования контрафактных или пиратских товаров и услуг и которое использует такие товары и услуги, а также оценить их отношение к использованию такой продукции, произведенной с нарушением прав ИС. Материалы опроса не только дают возможность оценить масштабы использования товаров, произведенных с нарушением прав ИС, но и могут использоваться как источник подробных данных об основных формах нарушения прав, каналах реализации товаров и факторах, которые потенциально способны уменьшить масштабы нарушений.

5. В идеальном варианте опрос должен использоваться как инструмент мониторинга, с периодическим – скажем, один раз в год – повторением работы на местах для отслеживания происходящих со временем изменений масштабов потребления контрафактных товаров и услуг и отношения к ним.

6. Результаты опроса, позволяющие получить набор сопоставимых количественных показателей, могут использоваться для целей информационно-разъяснительной работы. Отслеживая изменение отношения к нарушениям прав ИС и к контрафактному производству, можно анализировать эффективность стратегий обеспечения уважения ИС. Такие данные могут служить ориентиром при распределении ресурсов. В опросных шаблонах есть факультативный модуль, посвященный кампаниям в СМИ. С его помощью можно также оценивать эффективности той или иной кампании, проводившейся в СМИ в пределах соответствующей территории в последнее время.

7. Реальные результаты опроса будут зависеть от характера включаемых в анкеты вопросов, однако ниже в порядке иллюстрации возможного формата представления данных, полученных в ходе опроса, проведенного с использованием разработанного инструментария, приводится несколько примеров диаграмм, составленных на основании ответов респондентов.



Рис. 1: Пример диаграммы, на которой показаны общие масштабы потребления пиратской продукции (с учетом всех источников или только интернет-ресурсов)

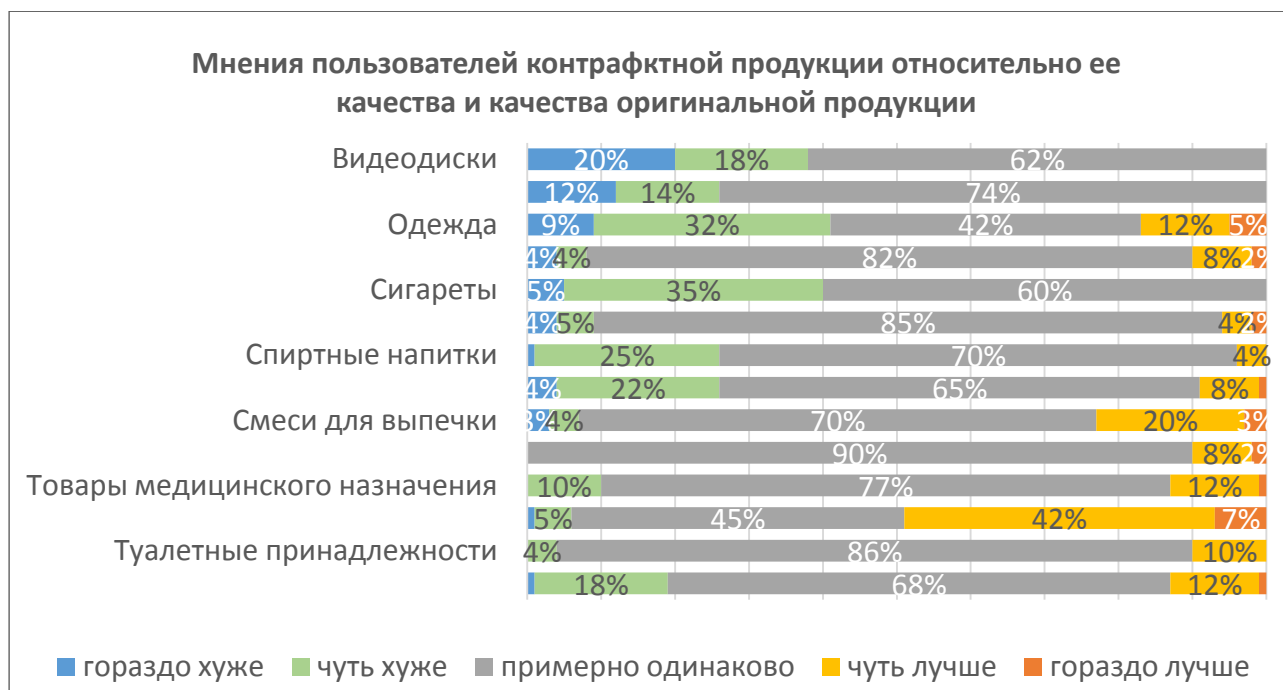


Рис. 2: Пример диаграммы, на которой отражены представления о качестве контрафактной и оригинальной продукции



Рис. 3: Пример диаграммы, на которой показаны основные каналы розничной продажи контрафактных товаров, относящихся к предметам роскоши.

III. СТРУКТУРА ИНСТРУМЕНТАРИЯ

8. В инструментарии для опроса имеется четыре шаблона опросных анкет для четырех категорий пиратской или контрафактной продукции:

- «цифровые товары» – музыка, кино, видеоигры, телевизионные сериалы и книги;
- потребительские товары – пищевые товары, напитки, косметика, лекарства, предметы домашнего обихода;
- товары и одежда, относящиеся к предметам роскоши – женские сумки, модельная одежда;
- книги и журналы – книги массового ассортимента, аудиокниги, научные журналы и учебники.

Кроме того, для всех четырех категорий шаблонов опросных анкет имеется четыре дополнительных документа:

- модуль программного обеспечения;
- раздел оценки медиакампаний;
- заключительный демографический раздел;
- примечания к шаблонам опросных анкет.

9. В первом случае речь идет о дополнительном модуле компьютерного программного обеспечения по вопросам контрафактной деятельности, который дополняет любую из четырех основных опросных анкет. Второй раздел предусматривает возможность включения вопросов об оценке эффективности любой медиакампании, проводившейся в последнее время на рынке, а в третьем разделе содержатся дополнительные вопросы демографической классификации, которые могут быть дополнительно включены в конце любого шаблона опросных анкет.

10. В примечаниях к шаблонам опросных анкет уточняются их отдельные элементы, а также содержатся рекомендации в отношении индивидуальной доработки анкет и разъясняется механизм комплексного использования различных разделов шаблонов опросных анкет для получения достоверных результатов опроса.

11. Инструментарий призван обеспечивать все необходимые материалы для организации опроса по тематике использования контрафактных товаров и услуг. Предполагается, что инструментарий будет доступен для загрузки в формате Word с соответствующей страницы веб-сайта ВОИС¹ с возможностью адаптации пользователями с учетом их потребностей. Ожидается, что для проведения оперативной работы пользователи будут привлекать учреждения на местах. Те же учреждения рекомендуется использовать и для проведения как минимум первоначального анализа собранных данных.

IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

12. Инструментарий ВОИС для опроса потребителей по тематике уважения ИС создан для разработки мероприятий по информированию потребителей и оценки их эффективности на основе надежных статистических данных. Сопоставление результатов различных опросов (либо за разные периоды времени, либо по разным территориям), по всей вероятности, обеспечит более глубокое понимание этих проблем в более широком контексте, помогая разрабатывать научно обоснованные стратегии для привлечения потребителей к усилиям по обеспечению уважения ИС.

[Конец документа]

¹ <http://www.wipo.int/enforcement/en/awareness-raising/>.