

Комитет по развитию и интеллектуальной собственности (КРИС)

Тринадцатая сессия
Женева, 19-23 мая 2014 г.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА О РЕЗУЛЬТАТАХ ОЦЕНКИ ПРОЕКТА ПО
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И БРЕНДИНГУ ПРОДУКТОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
БИЗНЕСА В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ И НАИМЕНЕЕ РАЗВИТЫХ СТРАНАХ (НРС)

*подготовлено г-ном Гленном О'Нилом, основателем консультационно-аналитической
компании "Owl RE" (Женева)*

1. В Приложении к настоящему документу содержится резюме Отчета о независимой оценке проекта по интеллектуальной собственности и брендингу продуктов для развития бизнеса в развивающихся странах и НРС, подготовленного г-ном Гленном О'Нилом, основателем консультационно-аналитической компании "Owl RE" (Женева).

2. *КРИС предлагается принять к сведению информацию, содержащуюся в Приложении к настоящему документу.*

[Приложение следует]

РЕЗЮМЕ

1. Настоящий Отчет содержит независимую оценку реализуемого в рамках Повестки дня в области развития (DA_4_10_01) проекта по интеллектуальной собственности (ИС) и брендингу продуктов для развития бизнеса в развивающихся странах и наименее развитых странах (НРС). Проект был утвержден на пятой сессии Комитета по развитию и интеллектуальной собственности (КРИС) в апреле 2010 г. В основу проекта легло предложение, вынесенное Республикой Корея на третьей сессии КРИС. Реализация проекта началась в июле 2010 г и завершилась в декабре 2013 г.
2. В рамках проекта были поставлены три задачи: содействовать развитию предпринимательской деятельности местных сообществ, малых и средних предприятий и государственных учреждений путем создания брендов продуктов на основе стратегического использования прав ИС; расширять возможности национальных учреждений, включая ведомства ИС, по проведению процедур регистрации товарных знаков и географических указаний; и информировать местные сообщества и малые и средние предприятия о важности создания брендов для развития предпринимательской деятельности. В рамках проекта было выделено три компонента: проведение исследований и разработка стратегии в области ИС; укрепление потенциала; и повышение осведомленности. Проект осуществлялся в Панаме, Таиланде и Уганде и включал в себя по три подпроекта на каждую из стран, а также проведение международной конференции в Республике Корея.
3. Целью настоящей оценки было извлечение уроков из опыта, накопленного в ходе осуществления проекта. В ее рамках был проведен анализ эффективности управления проектом и его структуры, в том числе механизмов контроля и отчетности, достигнутых результатов и отчетности по ним, а также оценка вероятности устойчивости. При проведении оценки использовалось сочетание нескольких методов, включая изучение документации и организацию собеседований с одиннадцатью сотрудниками Секретариата ВОИС и тремя экспертами/партнерами из трех стран.

Заключения

Структура и принципы управления проектом

4. **Заключение 1:** Изложенная в проектной документации деятельность оказалась скорее ориентиром, поскольку в ходе реализации проекта пришлось скорректировать первоначальные планы с учетом особенностей и обстоятельств подпроектов и стран, в которых они осуществлялись. Кроме того, проектная документация не включала предварительный список рисков, связанных с проектом, а также недостаточно подробно прописывала распределение ролей и ответственности между партнерами и экспертами, участвовавшими в его реализации.
5. **Заключение 2:** Механизмы контроля за ходом реализации проекта, в частности, Отчеты о ходе реализации проекта, позволяли государствам-членам КРИС надлежащим образом контролировать ход реализации проекта. В отношении механизмов отчетности и анализа был сделан ряд замечаний, в частности, относительно выработки единых механизмов оценки для упрощения выбора, о проблемах, возникших при подготовке отчетности в связи с масштабом проекта, а также отсутствия окончательного отчета (окончательных отчетов) по подпроектам, в котором (в которых) перечислялись бы достигнутые положительные результаты и предлагались бы варианты последующих действий со стороны сообществ.
6. **Заключение 3:** Деятельность в рамках проекта осуществлялась под руководством руководителя проекта из Сектора развития (который впоследствии перешел в Отдел

специальных проектов) при поддержке других подразделений Секретариата. Региональные бюро также участвовали в работе, оказывая содействие в реализации подпроектов. На уровне ВОИС необходимым для целей проекта опытом в технических вопросах обладает Сектор брендов и образцов, однако его участие в проекте ограничилось проведением оценки по одной из стран (Таиланду) и подготовке международной конференции. Более того, для решения технических вопросов Отдел специальных проектов использовал собственные ноу-хау, а также наработки международных и национальных экспертов.

7. **Заключение 4:** В ходе оценки был выявлен ряд рисков и проблем, а именно: обеспечение надлежащего руководства и ответственности на уровне страны; руководство проектом и координация на уровне подпроектов; ожидания заинтересованных сообществ относительно положительных результатов, которые могут быть достигнуты путем использования прав ИС для брендинга продукции; недостаточность людских ресурсов, выделенных для реализации проекта, с учетом масштабности поставленных задач; а также увеличение сроков реализации проекта на шесть месяцев, в основном в связи с вышеупомянутыми рисками и проблемами.

8. **Заключение 5:** На проект также оказывали влияние внешние факторы; в результате проведенного ВОИС анализа были установлены два наиболее существенных внешних фактора, в отношении которых были приняты меры; в качестве основных условий успешной реализации проекта были определены: своевременное реагирование, личная заинтересованность и ответственность участников проекта, а также другие факторы, не связанные с правами ИС, как-то: маркетинговые стратегии и финансовая устойчивость. Эти факторы были определены на раннем этапе реализации проекта, после чего были приняты соответствующие меры. Однако учет и управление этими факторами не входили в число задач данного проекта.

Эффективность

9. **Заключения 6-9:** ВОИС успешно провела необходимую подготовку, разработала стратегии в области ИС и укрепила потенциал всех девяти подпроектов. Реализация трех из девяти подпроектов шла успешно, учитывая, что для выхода брендов на рынок необходимо было обеспечить и другие условия. Что касается проектов, реализация которых шла более медленными темпами, проблемы были связаны с тем, что не были назначены руководители проектов на национальном уровне и уровне подпроектов, а также с тем, что соответствующие партнеры не осознали свою ответственность за реализацию проекта и не понимали надлежащим образом роль ВОИС. Несмотря на то, что были собраны некоторые базовые данные, проводить углубленный анализ воздействия этих факторов было бы преждевременно, кроме того такая задача в рамках проекта не ставилась.

10. **Заключения 10-13:** Обработка электронных заявок на регистрацию ИС, осуществлявшаяся в рамках данного проекта, стала ценным опытом для национальных ведомств ИС, некоторые из которых проводили регистрацию впервые. Однако полученные навыки будут закрепляться со временем по мере обработки новых электронных заявок. На разных этапах проекта проводились консультации с национальными Ведомствами ИС, в ходе которых выяснилось, что у них отсутствуют структурные подразделения и персонал, необходимые для руководства проектами по усовершенствованию процедуры брендинга продукции на уровне сообществ, вследствие чего эти Ведомства не могут оказать существенную поддержку при возникновении сложностей подобного рода при осуществлении проектов. На уровне национальных Ведомств ИС в ходе обзора, проводившегося в рамках проекта, были достигнуты и другие результаты, в частности, были выявлены недостатки в национальном законодательстве. В реализации проекта также принимали участие другие национальные учреждения и

можно предположить, что они стали лучше понимать, какую роль ИС может сыграть в брендинге продуктов.

11. Заключение 14-16: Международная конференция по ИС и брендингу продуктов для развития бизнеса и местных сообществ, которая была проведена в Республике Корея в апреле 2013 г., стала основным мероприятием по повышению информированности. В конференции приняли участие около 200 человек из 18 стран, и, по словам участников, мероприятие было весьма полезным, поскольку оно предоставило возможность для обмена знаниями и опытом в области брендинга продуктов а также потому, что это была первая международная встреча такого рода. Ожидается, что составление документа «Основные принципы работы в сфере ИС и географического брендинга: обеспечение поддержки местного бизнеса в развивающихся странах и НРС», а также производство серии документальных фильмов, рассказывающих об опыте сообществ, принимавших участие в проекте, будет способствовать дальнейшему повышению осведомленности.

Устойчивость

12. Заключение 17-19: Вышеупомянутые девять подпроектов могут способствовать долгосрочной устойчивости ИС и брендинга продуктов для принимавших участие сообществ. Однако, ввиду того, что реализация шести из девяти подпроектов еще не завершена, их устойчивость под вопросом. Она будет зависеть от того, удастся ли мобилизовать поддержку для их продолжения и полной реализации, а затем включить в национальные стратегии в области ИС. Упомянутые выше «Основные принципы» станут важным документом, которым ВОИС и другие заинтересованные стороны смогут руководствоваться в своей работе в сфере ИС и брендинга продуктов. За последние годы государства-члены неоднократно указывали на возросшую необходимость оказания содействия в реализации проектов в сфере ИС и брендинга продуктов. Поэтому в 2014 г. в составе ВОИС была создана межведомственная рабочая группа для оценки эффективности содействия, оказываемого ВОИС таким проектам.

Выполнение рекомендаций Повестки дня в области развития (ПДР)

13. Заключение 20-21: Основной задачей проекта было оказание содействия малым и средним предприятиям в реализации стратегий в области ИС и брендинга продуктов на уровне местных сообществ в соответствии с рекомендацией 4. Таким образом, проект способствовал выполнению данной рекомендации, хотя лишь в некоторой степени, поскольку в рамках проекта основное внимание уделялось не столько стратегиям в области ИС, сколько содействию на уровне сообществ и работе с отдельными малыми и средними предприятиями. Особое внимание в рамках проекта уделялось наращиванию потенциала национальных Ведомств ИС в соответствии с рекомендацией 10. Благодаря проекту Ведомства приобрели навыки по обработке электронных заявок на регистрацию прав ИС, однако, как уже говорилось, для их закрепления необходимо будет продолжать практиковаться в обработке таких заявок.

Выводы и рекомендации

14. Вывод 1 (см: заключения 1-5). Управление проектом оказалось непростой задачей, учитывая его широкую сферу охвата и амбициозные цели, а также ограниченность ресурсов ВОИС. При осуществлении проекта выяснилось, что международным организациям, таким как ВОИС, проблематично координировать реализацию проектов на уровне местных сообществ без участия национальных партнеров, способных осуществлять эту задачу. ВОИС успешно помогала в решении вопросов, связанных с ИС, в ходе реализации подпроектов на уровне сообществ. Однако успех использования ИС при выводе продуктов на рынок во многом будет зависеть от внешних факторов, которые ВОИС не может контролировать. В конечном счете, благодаря настойчивости и искреннему желанию сотрудников и партнеров ВОИС

преодолевать трудности и оказывать поддержку в решении широкого круга вопросов помимо ИС, проект был успешно реализован. Этот факт заслуживает высокой оценки, но также означает, что для успешной реализации подобных проектов необходимо также решать задачи, которые, по большей части, лежат вне компетенции ВОИС и национальных Ведомств ИС.

15. **Вывод 2 (см: заключения 6-9).** В ходе реализации проекта были успешно разработаны стратегии в области ИС для подпроектов и перевыполнены целевые показатели по регистрации заявок (восемь при намеченных шести). В процессе реализации проекта ВОИС удалось продемонстрировать важность прав ИС для развития предпринимательской деятельности местных сообществ. Однако всего трем из девяти сообществ удалось использовать полученный опыт и вывести на рынок новые бренды в ходе реализации проекта. Учитывая проблемы, перечисленные в выводе 1, даже такой результат можно считать успешным. При реализации проекта возникла проблема определения рамок оказываемого сообществам содействия, учитывая, что помимо ИС существовали и другие факторы, в равной или большей степени определявшие успех реализации проекта.

16. **Вывод № 3 (см: заключения 10-13).** Благодаря проекту все три национальных Ведомства ИС приобрели полезный опыт. Вместе с тем, стало очевидным, что на данный момент эти национальные Ведомства обладают ограниченными возможностями для участия в подобных проектах и управления ими на уровне сообществ. Это вполне объяснимо, поскольку перед указанными национальными Ведомствами стоят безусловно более важные задачи, а проекты, осуществляемые на уровне сообществ, представляются не очень значимыми в контексте национальных стратегий в области ИС. Если в будущем национальные Ведомства планируют включать такие проекты в список своих первоочередных задач, им необходимо будет проанализировать свои возможности в плане управления такими проектами и содействия их реализации.

17. **Вывод 4 (см: заключения 14-16).** Проект был успешным с точки зрения повышения информированности сообществ о потенциальном значении ИС для брендинга. Отдельного упоминания заслуживают «Основные принципы», при разработке которых опыт, полученный в рамках проекта, был обобщен в виде практических и конкретных указаний, которые могут быть использованы для дальнейшей работы в этой области.

18. **Вывод 5 (см: заключения 17-21).** Пока сложно оценить значение проекта с точки зрения достижения целей ПДР и понять, насколько устойчивой в долгосрочной перспективе будет практика вывода местными сообществами на рынок брендов, зарегистрированных с соблюдением прав ИС, учитывая, что до окончания реализации большинства подпроектов еще предстоит проделать большую работу. Будет досадно, если не удастся мобилизовать поддержку для завершения подпроектов или, по крайней мере, обеспечить контроль за дальнейшим ходом их реализации. В целом в настоящее время ВОИС рассматривает вопрос об оказании содействия государствам-членам в реализации проектов в области ИС и брендинга продуктов, и факты, установленные в ходе настоящей оценки, вероятно, могут быть использованы для этой цели.

19. **Рекомендация 1 (см: вывод 1, заключения 1-5).** В будущем для проектов подобного рода (т.е. проектов, реализуемых на уровне сообществ) Секретариату ВОИС рекомендуется оценить, способен ли он осуществлять управления такими проектами, и, при необходимости, использовать иные методы управления проектами, например, заключение договоров субподряда на реализацию проекта с местными партнерами, или расширение полномочий руководителя проекта на страновом уровне при четко установленных задачах и обязанностях основных партнеров.

20. **Рекомендация 2 (см: вывод 2, заключения 6-9).** В будущем для проектов такого рода (т.е. для проектов, реализуемых на уровне сообществ) рекомендуется, чтобы

Секретариат ВОИС определял степень своего участия и масштабы содействия, оказываемого на стадии реализации.

21. **Рекомендация 3 (см: вывод 3, заключения 10-13).** Государствам-членам, заинтересованным в разработке проектов в сфере ИС и брендинга продуктов на уровне сообществ, рекомендуется наращивать потенциал национальных Ведомств ИС по оказанию содействия в осуществлении подобных проектов, что должно быть надлежащим образом отражено в национальных стратегиях в сфере ИС.

22. **Рекомендация 4 (см: вывод 4, заключения 14-16).** Секретариату ВОИС и государствам-членам рекомендуется поддерживать и развивать «Основные принципы в области ИС и брендинга продуктов» с целью обеспечения лучшего понимания и более широкого применения «Основных принципов».

23. **Рекомендация 5 (см: вывод 5, заключения 17-21).** В 2014 г. Секретариату ВОИС рекомендуется продолжать оказывать содействие девяти подпроектам, находящимся на этапе реализации, путем оказания целенаправленной поддержки и организации контрольных инспекций (силами сотрудников ВОИС или внешних экспертов), однако представляется целесообразным ограничить такую поддержку, выработав стратегию ухода и передачи полномочий государствам-членам (которая должна быть подробно прописана в окончательном отчете); кроме того, ВОИС следует рассмотреть возможность проведения углубленного исследования влияния проекта (возможно, с привлечением третьей стороны – исследовательского или научного учреждения); что касается межведомственной Рабочей группы по вопросам ИС и брендинга продуктов, ей рекомендуется принять к сведению заключения, сделанные в ходе оценки, и выводы, представленные в настоящем отчете.

[Конец Приложения и документа]