

СЕКЦІЯ II. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ

ВПЛИВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ВЕДЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Вальковець Алла Степанівна

викладач кафедри економіки та управління бізнесом
Рівненський державний гуманітарний університет, Україна

Застосування сучасних інформаційних технологій в бізнесі формує нові тенденції в системі світової економіки. Закони організації і розвитку економічних систем обумовлені правилами циркулювання інформації.

Дослідженням особливостей формування людського капіталу світова економічна наука почала займатися ще у середині 60-х рр. XX ст. Належне місце в цих дослідженнях посіли праці Г. Беккера та Т. Шульца. Згодом за популяризацію своїх ідей вони отримали Нобелівську премію. В Україні ж лише з середини 90-х рр. почали з'являтися публікації, присвячені цій проблемі. Серед них слід зазначити дослідження О. А. Грішнєвої [1]. Акумуляування різноманітних підходів до визначення людського капіталу дозволяє трактувати його як "здатність людини до участі в процесі виробництва, сукупність втілених у неї потенційних можливостей приносити дохід (індивідуальний та суспільний)" [2]

Інтелектуальний капітал багато в чому визначає можливості та напрями застосування фінансового і матеріально-речовинного капіталу й відповідно виступає першоосновою і рушійною силою становлення нової економіки. Зростання інтелектуального капіталу й ефективність його використання визначають перспективи розвитку економіки тієї чи іншої країни.

Оскільки інформація та інформаційні ресурси належать до об'єктів інтелектуальної власності, їх слід розглядати з позицій товару. Сучасні інтернет-технології дають можливість і фізичним і юридичним особам займатись електронною комерцією. Споживачі шукають прості і зручні web-послуги, покупки, інформацію, інтелектуальні продукти і т.п.

Електронна комерція є одним з основних елементів електронного бізнесу, що охоплює всі сфери телекомунікаційних технологій.

Важко переоцінити роль інтелектуального капіталу у впливі на ведення бізнесу. Понад 80 % ринкової вартості таких компаній як Walt Disney, Microsoft та P&G пов'язано з інтелектуальною власністю і нематеріальними активами: знаки для товарів і послуг, патенти, секрети виробництва та ноу-хау. Саме ці та ряд інших об'єктів інтелектуальної власності і стають все популярнішими на ринку як традиційному, так і електронному.

Протягом останніх 5 років український ринок електронної комерції показував щорічне зростання на рівні 50% -60% незалежно від перманентних економічних коливань. При цьому ринок має серйозний потенціал. Наприклад, у Німеччині ємність ринку електронної комерції складає близько \$ 36 млрд. В Україні аналогічний

показник складає не більше \$ 400 - \$ 500 млн.

Електронна торгівля пов'язана з продажем продуктів і послуг, заснованих на інтелектуальній власності, і її ліцензуванні. Музика, картини, фотографії, програмне забезпечення, дизайни, навчальні модулі, інформаційні системи тощо можуть бути об'єктом електронної торгівлі. У всіх цих випадках інтелектуальна власність є основним компонентом вартості.

Як свідчать результати досліджень Harris Interactive, Goldman Sachs і Nielsen / NetRatings, найбільш продаваними товарами у Всесвітній мережі в минулому році були одяг, комп'ютери, програмне забезпечення, музика, книги і подорожі. Далі слідували іграшки, відеоігри і споживча електроніка.

Створення будь-якого сайту пов'язане з розробкою нового інтелектуального продукту і з можливістю його подальшого продажу.

Можливості Інтернету для ведення електронної комерції дуже різноманітні - від використання методів, аналогічних традиційним до інтернет-магазинів, провайдерських служб, служб інтерактивних новин та порад.

Розвиток електронної комерції є не лише позитивним явищем, він створює й низку проблем, пов'язаних з використанням інтелектуальної капіталу. Комерційні операції в Інтернеті, пов'язані з захистом авторського і патентного права, у загальній структурі становлять 25%. Сьогодні спостерігається поширення неконтрольованої електронної торгівлі об'єктами інтелектуальної власності, зростання масштабів піратства щодо об'єктів авторського права, розповсюдження контрафактної продукції, поширення плагіату тощо.

Практика свідчить, що найчастіше в Інтернеті порушуються права інтелектуальної капіталу на торговельні марки, рідше зустрічається незаконне використання чужих комерційних найменувань та географічних зазначень.

Можна захищати свій інтелектуальний капітал в Інтернеті за допомогою запису інформації з Web-сторінок на лазерний диск і подальшому його депонування в сховище - Web-депозитарій. Для цього особа подає заяву про авторство із зазначенням твору, його опису, фіксується дата прийому, оформляється свідоцтво про прийняття об'єкта. Дата депонування буде доказом, що в зазначений час заявник володів копією об'єкта.

Список використаних джерел:

1. Бриль І. В. Стратегічні напрями сучасного розвитку інтелектуального капіталу підприємств: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/24_NNP_2012/Economics/10_115639.doc.htm.
2. Кендюхов О.В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом: монографія / О.В. Кендюхов / НАН України. Інститут економіки промисловості; ДонУЕП. – Донецьк: ДонУЕП, 2008. – 359 с.