

навчання, який буде ефективним у даному підприємстві.

Список використаних джерел

1. Партика І. В. Теоретичні аспекти розвитку персоналу та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності працівників та підприємства : Науковий вісник Херсонського державного університету : 2014. Вип. 8. Ч. 4. 75 с.
2. Плугіна Ю.А. Розвиток персоналу підприємства: підходи, сутність, моделі : Вісник економіки транспорту і промисловості : 2014. № 42. 325 с.
3. Ткаченко А.М., Ткаченко К. А. Професійний розвиток персоналу – нагальне завдання сьогодення : Економічний вісник : 2014. № 1. 195 с.
4. Vedernikov M., Zelena M., Volianska-Savchuk L., Litinska V., Boiko J. Management of the social package structure at industrial enterprises on the basis of cluster analysis. TEM Journal. 2020. № 9(1). 249-260.

К.е.н., доценти Вострякова В.Ю., Махова Г.В.
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Характерною властивістю сучасних економічних відносин є високий рівень діджиталізації, що знаходить відповідне відображення у різних секторах економіки та поширенні підприємницьких проєктів з використанням Інтернет-технологій. Пандемія COVID-19 суттєво прискорила процеси діджиталізації і змусила багато компаній та підприємств перейти в он-лайн формат як в сфері продажів, так і в інших сферах діяльності та мотивувала підприємців започатковувати або більш активно розвивати діяльність саме в он-лайн форматі [1]. В умовах все зростаючого використання Інтернет, динамічного розвитку e-commerce та інформаційних технологій підприємці все більше уваги звертають на питання забезпечення впізнаваності торгових марок та сайтів, репутації компаній в Інтернет, правомірного використання контенту тощо. Відповідно, все більшої актуальності набувають питання захисту інтелектуальної власності в діджитал-середовищі. Серед причин цього:

- ✓ компанії, пов'язані із e-commerce, та так звані дотком-компанії (компанії, бізнес-модель яких базується на роботі в Інтернет) більше інших залучені в продаж продуктів та послуг, які базуються на інтелектуальній власності. В сучасних умовах музика, фотографії, картинки, програмне забезпечення, дизайни, навчальні модулі та інше можуть бути продані з використанням новітніх цифрових технологій. В таких випадках інтелектуальна власність є основною складовою транзакцій і має бути захищена відповідним чином, щоб запобігти крадіжці або піратству, що може зруйнувати бізнес;
- ✓ інтелектуальна власність є компонентною нових цифрових технологій – програмне забезпечення, мережі, дизайни, мікросхеми,

маршрутизатори, інтерфейс користувача тощо – є продуктами інтелектуальної діяльності та захищаються правами інтелектуальної власності;

✓ для e-commerce компаній брендінг набуває надзвичайно важливого значення, адже в умовах відсутності фізичного контакту з клієнтами необхідно створити відповідний імідж, переконати клієнтів у якості, надійності та безпечності. Товарні знаки стають невід'ємною частиною e-commerce, але ідентичність в Інтернет не обмежується лише ними. Важливу роль відіграють доменні імена, які дозволяють користувачам знаходити сайти, виконуючи функції ідентифікатора бізнесу/компанії в схожій із товарними знаками спосіб;

✓ розробка сучасних цифрових технологій вимагає в багатьох випадках спільної роботи декількох компаній, передачу завдань на аутсоринг, що, в свою чергу, актуалізує питання володіння інтелектуальною власністю та патентного ліцензування;

✓ вартість компаній значною мірою залежить від портфелю патентів, товарних знаків, інших об'єктів інтелектуальної власності та від того чи захищені вони відповідним чином.

Говорячи про інтелектуальну власність в діджитал-економіці, варто звернути увагу на захист прав інтелектуальної власності, в першу чергу, для програмного забезпечення, сайтів та контенту.

Так, різні компоненти програмного забезпечення (software) захищаються різними типами прав інтелектуальної власності. Найчастіше для захисту програмного забезпечення використовуються авторські права. Програмне забезпечення не є об'єктом патентного захисту, хоча в деяких країнах винаходи, пов'язані із програмним забезпеченням можуть захищатися патентами. Також певні компанії захищають елементи програмного забезпечення (вихідний код) як комерційну таємницю. Зовнішні атрибути програмного забезпечення, такі як інтерфейс, ярлики на робочому столі («іконки») можуть бути захищені як промислові зразки.

В діджитал-економіці веб-сайти виконують декілька функцій одночасно – формують імідж компанії, надають інформацію про неї – не тільки продукцію, команду, але й про її цінності, філософію тощо, забезпечують зв'язок із клієнтами та безпосередньо забезпечують збут продукції. З позиції захисту інтелектуальної власності треба звернути увагу на такі елементи сайту - доменне ім'я, програмне забезпечення, що використовується для забезпечення роботи сайту, наповнення сайту, право власності на сайт тощо. Доменне ім'я (назва сайту) зазвичай тотожне із комерційним найменуванням, знаком для товарів або послуг або ж ім'ям фізичної особи. Відповідно доменне ім'я може охоронятися як знак для товарів та послуг (торговельна марка). В Україні відносини в даній царині регулюються, зокрема, Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг». Одночасно із розвитком Інтернет-технологій поширився такий вид правопорушень як кіберсквотинг – незаконна діяльність, пов'язана із реєстрацією доменних імен (схожих до змішання або тотожних відомим маркам) з метою подальшого отримання прибутку. Кіберсквотинг може набувати різних видів – реєстрація доменів дуже схожих з оригіналом, але з певною помилкою в назві (так званий

тайпсквотинг), реєстрація і продаж доменних імен, які містять точні або схожі назви компаній, торгових марок, магазинів (брендів кіберсквотинг) та інші види – географічний, галузевий, захисний кіберсквотинг [2]. В Україні відсутні специфічні нормативно-правові акти, які б регулювали ці питання, в той час як в міжнародній практиці такі спори вирішуються в межах процедури UDRP – єдиної політики вирішення спорів щодо доменних імен, що затверджена ICANN – організацією, яка на міжнародному рівні регулює питання функціонування Інтернет, зокрема, питання доменів.

Щодо технологій, які забезпечують функціонування сайту, доступ до нього – комп'ютерні програми захищаються як об'єкти авторського права. Комп'ютерна програма також може бути частиною винаходу, корисної моделі. Нові технологічні системи, пошукові системи та інші технічні інструменти захищаються патентами на винаходи або корисні моделі.

Наповнення сайту включає різні елементи, починаючи від зовнішнього вигляду сайту до текстів, малюнків, музичних елементів тощо, відповідно, різні елементи захищаються як різні об'єкти інтелектуальної власності:

- дизайн сайту та його контент, такий як текстові матеріали, фотографії, рисунки, музика та відео, бази даних захищаються авторськими правами;
- назви компанії, продуктів, логотипи, доменні імена та інші позначення, розміщені на сайті, можуть бути захищені як торгові марки;
- комп'ютерні графічні символи, інтерфейси та навіть веб-сторінки можуть бути захищені як промислові зразки;
- неявні (сховані) аспекти веб-сайтів (конфіденційна графіка, вихідний код, алгоритми програми, логічні схеми, структури даних, зміст бази даних) можуть бути захищені як комерційні таємниці.

Для нагадування користувачам про те, що матеріали сайту захищені, рекомендується використання позначки зареєстрованих торгових знаків (ТМ), авторських прав (©), водяні знаки, вказання номерів патентів, а також надання доступу лише зареєстрованим користувачам, на певних умовах (зокрема, плата). Несанкціоноване використання контенту (музики, фільмів, текстів, фото тощо) порушує законодавство в сфері авторських та суміжних прав та приводить до суттєвих втрат доходів власників цих прав.

Важливим питанням в контексті управління інтелектуальною власністю є розробка сайту. У разі розробки сайту персоналом компанії, зазвичай власником сайту є саме компанія (якщо інше не зазначається в контрактах із працівниками). Але малий та середній бізнес залучає сторонні організації для розробки та підтримки сайтів (використовує аутсорсинг), в таких випадках потребує особливої уваги укладання відповідних договорів, в яких чітко прописуються положення щодо володіння об'єктами інтелектуальної власності, їх передачі. Зокрема, мають бути визначені такі аспекти:

- ✓ масштаб робіт та відповідальності розробника, зокрема, чи відповідає розробник за дизайн, інтерфейс, реєструє доменне ім'я, чи забезпечує підтримку та оновлення сайту;
- ✓ хто володіє правами інтелектуальної власності на різні компоненти

сайту (наприклад, коди, текст, дизайн), матеріали, використані для створення сайту (торгові марки, логотипи, інформація про компанію, продукти, тощо), програмне забезпечення, а також на яких умовах власник сайту може використовувати програмне забезпечення розробника (ліцензійні умови);

✓ обслуговування та оновлення сайту – що саме включають ці роботи та на яких умовах будуть здійснюватися (частота, вартість, тривалість);

✓ конфіденційність – мають бути визначені умови про нерозголошення інформації;

✓ відповідальність – хто відповідальний за зміст сайту, посилання на інші сайти, метатегі; хто несе відповідальність у разі претензій щодо товарних знаків або інших об'єктів;

✓ умови співпраці – умови оплати, графік виконання робіт, компенсація, відповідальність, юрисдикція тощо.

Розглянуті аспекти є досить узагальненими, але дозволяють виявити ключові моменти, на які необхідно звернути увагу в разі здійснення підприємницької діяльності з використанням Інтернет-технологій. В кожному окремому випадку підприємець має опрацювати широкий спектр питань, пов'язаних із інтелектуальною власністю аби забезпечити ефективність і прозорість бізнесу та захиститися від неправомірних дій третіх осіб.

Список використаних джерел:

1. Maddy Osman (2021, January 28) Ecommerce Statistics for 2021 Chatbots, Voice, Omni-Channel Marketing. URL:<https://kinsta.com/blog/ecommerce-statistics/>

2. Кордунова Ю., Кухарська Н. Кіберсквотинг – доменне рейдерство. URL:http://sci.ldubgd.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4554/1/%D0%9A_9.pdf

К.е.н., доцент Гевлич Л. Л, к.т.н., доцент Гевлич І. Г.
Донецький національний університет імені Василя Стуса

ЗВІТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У МАЛИЙ БІЗНЕС

Суб'єкти малого підприємництва займають найбільшу питому вагу у загальній кількості суб'єктів господарювання в усьому світі. За даними Державної служби статистики України у 2019 р. 362 328 вітчизняних малих підприємств (95,2% загальної кількості суб'єктів господарювання) забезпечували робочі місця 1 746,6 тисячам осіб та виробляли продукції (робіт, послуг) на 1 839 875,9 млн. грн. [1]. Разом з тим підприємства малого бізнесу стикаються із проблемою недостатньої інвестиційної привабливості і зазнають труднощів у реалізації свого потенціалу з цієї причини. Тож дослідження напрямів підвищення інвестиційної привабливості підприємств малого бізнесу є важливим науковим та практичним завданням.

Проблеми функціонування малих підприємств досліджувалися у роботах