

АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ ПРАВАМИ В ГЛОБАЛЬНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ СЕТЯХ

УДК 339.13

Анатолий Петрович Якимахо,
к.т.н., уч. секретарь Минского филиала
Московского государственного университета
экономики, статистики и информатики
Тел.: (8029) 197-07-92
Эл. почта: aryakimaho@tut.by

Виктория Викторовна Бессарабова,
ст. преподаватель каф. Гуманитарных наук
Минского филиала Московского государ-
ственного университета экономики, статисти-
ки и информатики
Тел.: (8029) 771-17-74
Эл. почта: vbessarabova@mfmesi.ru

В статье излагаются актуальные проблемы использования объектов интеллектуальной собственности в глобальных компьютерных сетях. Основное внимание сосредоточено на способах решения проблем, возникающих у пользователей при работе в компьютерных сетях. Рассматриваются правовые проблемы информационного общества. Проводится анализ глобальных компьютерных сетей как места для организации коллективного управления авторскими правами во всемирном масштабе. Освещаются вопросы создания системы автоматического управления имущественными правами авторов и правообладателей в глобальных компьютерных сетях.

Ключевые слова: интеллектуальные права, объекты интеллектуальной собственности, авторские права, глобальные компьютерные сети, информационное общество.

Anatoly P. Yakimaho,
PhD in Technological Sciences, Scientific
Secretary, Minsk branch of Moscow State Uni-
versity of Economy, Statistics and Informatics
Tel.: (8029) 197-07-92
E-mail: aryakimaho@tut.by

Victoriya V. Bessarabova,
Senior Lecturer, the Department of Humanities,
Minsk branch of Moscow State University of
Economy, Statistics and Informatics
Tel.: (495) 442-72-55
E-mail: vbessarabova@mfmesi.ru

AUTOMATIC CONTROL OF INTELLECTUAL RIGHTS IN THE GLOBAL COMPUTER NETWORKS

The problems of use of subjects of intellectual property in the global computer networks are stated. The main attention is focused on the ways of problems solutions arising during the work in computer networks. Legal problems of information society are considered. The analysis of global computer networks as places for the organization of collective management by copyrights in the world scale is carried out. Issues of creation of a system of automatic control of property rights of authors and owners in the global computer networks are taken up.

Keywords: intellectual rights, objects of intellectual property, copyright, global computer networks, information society.

1. Введение

Термин «конкурентоспособность предприятия» очень широко распространен в СМИ, среди специалистов по финансам и маркетингу, а также в литературе и нормативных документах. Однако, несмотря на его распространенность, отсутствует даже однозначность в трактовке содержания данного термина, а также методика оценки уровня конкурентоспособности предприятия. Практика, как это часто бывает, несколько опередила теорию. Задача оценки конкурентоспособности усложняется тем, что в наиболее совершенном виде требуется сопоставление предприятий из различных отраслей, регионов и даже стран.

Сложилась ситуация, когда требуется совершенствование методических и концептуальных основ исследования конкурентоспособности предприятия с тем, чтобы практика получила достойную теоретическую базу. Формирование методического обеспечения оценки конкурентоспособности предприятий (фирм) в России находится на начальной стадии разработки концептуальных основ, что дословно отражено в п. 5.7 паспорта специальности ВАК: 08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит.

Конкуренция и конкурентный анализ являются категориями экономической теории, поэтому их содержание должно быть единым – и в сфере товарного обмена и в сфере финансов независимо от того, рассматривается конкуренция продуктов или предприятий. Готовых рекомендаций по исследованию конкуренции предприятий в экономической теории нет. Общепринятой является конкуренция продуктов. Имеется определенный опыт в маркетинге, когда рассматривается конкуренция продуктов с учетом факторов предприятия.

В соответствии с экономической теорией, конкуренция – это состязательность, соперничество на каком-либо поприще между отдельными лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели каждый для себя лично. Здесь конкуренция рассматривается как вид деятельности. Применение данного термина в сфере финансов предполагает понимание содержания состязательности и его уточнение для решения конкретной задачи.

На рынке товаров и услуг имеет место рыночная конкуренция, когда предприятия состязаются с другими предприятиями за право продать свой товар потребителю или, также – за право купить товар в виде сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих. Причем конкурирующими могут быть даже продукты одного предприятия. Наиболее корректно говорить о конкуренции предприятий на одном и том же товарном рынке, когда конкурирующие продукты удовлетворяют одну и ту же потребность. При этом допускается рассмотрение конкуренции продуктов, удовлетворяющих не только одну и ту же потребность, но также и желание (запрос) или даже нужду, например, в отдыхе или в получении образования.

В конкурентном анализе следует различать конкурентный потенциал и конкурентоспособность. Конкурентный потенциал представляет собой способность к состязательности. Оценка конкурентного потенциала абсолютная – это соответствующий рейтинг. Конкурентоспособность означает преимущество по сравнению с другими, конкурирующими продуктами или предприятиями. Такое понимание конкурентоспособности является практически общепринятым. Следовательно, для оценки конкурентоспособности и продукта и предприятия необходимо применять сравнительную, а чаще всего относительную характеристику. Соответственно, показатель конкурентоспособности предприятия – сравнительная характеристика преимущества (отставания) конкретного предприятия по сравнению с другим или другими предприятиями по принципу «лучше-хуже». Таким образом, имеет место следующее определение.

Конкурентоспособность – результат сопоставления конкурентных потенциалов конкурентов.

Показателем конкурентоспособности также может быть также ранг, как сравнительная характеристика конкурирующих объектов на фоне всей их совокупности.

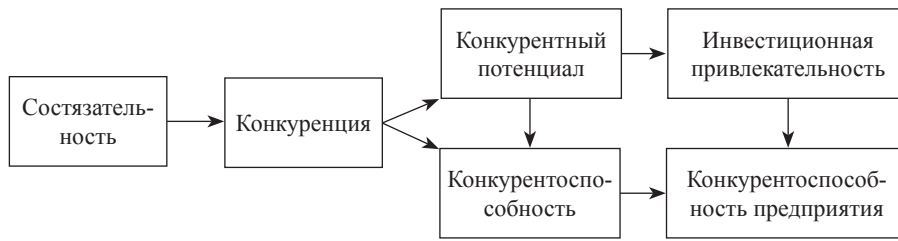


Рис. 1. Схема взаимосвязи базовых категорий

Дальнейшая характеристика содержания категории конкурентоспособности предприятия основана на следующей схеме взаимосвязи базовых категорий (рис. 1), служащей основой для дефиниций.

2. Принципиальный подход к оценке конкурентоспособности предприятия: инвестиционная привлекательность, отношение

Если товарная конкуренция предполагает продуктовый подход – состязательность за право продать или купить продукт, в зависимости от того, какой рынок – продавца или покупателя – имеет место, то для характеристики конкуренции предприятий предлагается «монетарный, финансовый подход», когда рассматривается состязательность между предприятиями за право получения инвестиций и кредитов. Далее акцент делается на инвестициях, поскольку кредитоспособность заемщика может рассматриваться как одно из условий инвестиционной привлекательности. Но не каждое предприятие намерено проводить размещение акций или получать кредит. Поэтому имеется в виду виртуальная финансовая конкуренция – конкуренция за «виртуальные деньги» и за место (за ранг) в системе инвестиционной привлекательности и кредитоспособности, что также не лишено смысла аналогично спортивным состязаниям. Конкурентоспособность предприятия, конечно же, означает, что оно имеет лучшие достижения и способности к развитию.

В основе дальнейших рассуждений лежит категория инвестиционной привлекательности как системы экономических отношений между субъектами хозяйствования по поводу эффективного развития бизнеса и поддержания его конкурентоспособности. Инвестиционная привлекательность предприятия – это его возможность вызвать коммерческий или иной интерес у реального инвестора, включая

способность самого предприятия умело распорядиться инвестициями так, чтобы после реализации инвестиционного проекта выйти на новую ступень развития, увеличить прибыль, рыночную долю и достичь иных целей. Все сказанное позволяет утверждать, что:

Инвестиционная привлекательность – конкурентный потенциал предприятия.

По мнению авторов, инвестиционная привлекательность – одна из разновидностей категории «отношения», как всесторонняя характеристика степени одобрения объекта субъектом, проводящем оценивание. Решение задачи оценки отношения основано на следующих методах: экспертная оценка характеристик инвестиционной привлекательности по порядковой шкале, оцифровка порядковых шкал, абсолютные статистические показатели, многофакторные модели оценки отношения.

Следует также отметить, что отождествление конкурентоспособности с инвестиционной привлекательностью предприятия или отношением к нему некорректно в силу принципиальных отличий между этими категориями. Инвестиционная привлекательность и отношение представляют собой абсолютную, а конкурентоспособность – сравнительную оценку. Далее предлагается выделить два подхода к оценке конкурентного потенциала и далее конкурентоспособности предприятия – факторный аддитивный и рейтинговый мультипликативный. Основное внимание далее уделено аддитивному подходу как более оригинальному, реалистичному и позволяющему использовать готовые страновые, региональные, отраслевые и иные рейтинги.

3. Факторный подход к оценке конкурентоспособности предприятия

Очевидно, что на конкурентоспособность предприятия влияют факторы как непосредственно предприятия

(внутренние), так и внешние по отношению к предприятию факторы, относящиеся к отрасли, к региону и к стране в целом. Соответственно на конкурентоспособность отрасли и региона оказывают влияние факторы конкурентоспособности страны. Фактически имеет место классификация факторов конкурентоспособности по так называемому принципу вложения, когда одна группа факторов является составной частью другой группы, что проиллюстрировано на рис. 2.

Факторы, непосредственно относящиеся к стране, отрасли, региону, предприятию, назовем частными или специфическими, а все факторы, действующие на рассматриваемый объект – предприятие, отрасль, регион, страна – общими. Так для предприятия общие факторы представляют собой совокупность специфических факторов предприятия, отрасли, региона, страны.

Примем, что совокупность воздействующих на конкурентоспособность предприятия внешних по отношению к нему факторов составляет содержание инвестиционного климата предприятия. Аналогично для характеристики региона, отрасли, страны. Таким образом, инвестиционный климат – это внешних совокупность условий для ведения инвестиционной деятельности.

Инвестиционный климат предприятия – внешние факторы инвестиционной привлекательности на уровне отрасли, региона, страны

Инвестиционная привлекательность обеспечивается собственными усилиями и формируется в условиях инвестиционного климата.

Предлагается различать интегральный (общий) и дифференциальный (частный) конкурентный потенциал предприятия, отрасли и региона. Под дифференциальным следует понимать такой потенциал, к расчету уровня которого привлекаются частные факторы



Рис. 2. Классификация факторов конкурентоспособности по принципу вложения

только по данному объекту – предприятию, отрасли, региону, стране. Под интегральным понимается такой потенциал, который рассчитывается с учетом более общих факторов – отрасли, региона, страны – по принципу вложения (рис. 2).

Наиболее часто для оценки инвестиционной привлекательности предприятия в качестве частных факторов используется следующие финансовые показатели: P/E (price/earnings или Price/Net Income – цена/чистая прибыль), P/S (price/sales – цена/выручка) – соотношение рыночной капитализации компании к ее валовой выручке, P/BV (price/book value) – соотношение капитализации банка к стоимости, EV/EBITDA (enterprise value/ebitda) – соотношение рыночной стоимости компании к прибыли до уплаты налогов, P/CF (price/cash-flow) – соотношение капитализации компании к ее денежному потоку, EPS (earnings per share) – соотношение чистой прибыли за вычетом дивидендов по привилегированным акциям компании за год к количеству обыкновенных акций в обращении, Дивидендная доходность – отношение величины годового дивиденда на акцию к рыночной цене акции.

Кроме объективных параметров состояния предприятия могут применяться и субъективные, в том числе: исследовательская и инновационная деятельность, способность привлекать и удерживать кадры, сотрудничество с другими компаниями, качество менеджмента, качество продуктов предприятия, воздействие на окружающую среду, создание и развитие бренда компании, совершенство производственных технологий, степень удовлетворения потребности клиентов, политика компании по отношению к своим инвесторам, стратегические цели и успешность их достижения.

Для регионов можно указать на следующие группы факторов: политические, социальные, экологические, криминальные, законодательные и юридические, ресурсно-сырьевые, производственные, потребительские (как покупательная способность населения), инфраструктурные, финансовые, инновационные. Конкретные показатели, используемые для характеристики инвестиционного климата региона на каждом этапе развития российской экономики, могут изменяться.

Для отраслей и секторов экономики также возможно перечисление

специфических факторов и их групп. Следует отметить, что в некоторых случаях целесообразно рассматривать стратегические группы предприятий, как правило, внутри отрасли – относительно однородные группы предприятий, которые обладают близкими значениями специфических факторов внутри группы и различными между групп. Выявление стратегических групп предприятий позволяет выявить ближайших конкурентов. Эти предприятия входят в одну и ту же группу. В каждой группе может быть выявлен сильнейший конкурент. Далее, возможно сопоставление групп по конкурентному потенциалу. Выявление стратегических групп предприятий – одна из задач маркетинга.

Укажем и на некоторые страновые факторы. К ключевым макроэкономическим факторам можно отнести валовой внутренний продукт, уровни фондовых индексов, уровни процентных ставок, валютный курс, величину инфляции, торговый баланс, бюджетный баланс, уровень безработицы, индекс потребительских цен и другие показатели.

В соответствии с факторным (аддитивным) подходом для интегральной (см. выше) оценки конкурентного потенциала может быть использована мультиатрибутивная модель вида:

$$U = \sum_{i=1}^n K_i x_i + \sum_{j=1}^m K_j w_j + \sum_{k=1}^l K_k v_k + \sum_{p=1}^s K_p z_p = (1) \\ = X + W + V + Z,$$

где X , W , V и Z – дифференциальные (см. выше) оценки конкурентного потенциала предприятия, региона, отрасли и страны соответственно; параметры x , w , v , z – балльные оценки выраженности присутствия частных (специфических) факторов предприятия, отрасли (региона), страны соответственно. Весовые коэффициенты K представляют собой оценки важности соответствующего фактора. Затем получается оценка конкурентоспособности как отношение оценок конкурентного потенциала для двух сравниваемых предприятий.

4. Рейтинговый подход к оценке конкурентоспособности предприятия

По мнению авторов наиболее реалистичной является рейтинговая мультипликативная модель конкурентоспособности предприятия с учетом инвестиционного климата в стране,

отрасли и регионе. Авторы исходят из следующей логической схемы – оценка общего конкурентного потенциала предприятия на страновом уровне будет нулевой, если будет нулевым или частный конкурентный потенциал самого предприятия или отрасли или региона или страны. Оценка конкурентного потенциала международном уровне будет нулевой, если нулевой является конкурентоспособность или страны или отрасли или региона или, естественно, предприятия. Получается, что инвестиционная привлекательность предприятия на страновом уровне ненулевая, если ненулевые инвестиционные привлекательности страны, отрасли, региона.

В соответствии с логической алгеброй данная схема соответствует логическому умножению событий «конкурентный потенциал имеется». Соответствующие модели интегрального конкурентного потенциала предприятия на различных уровнях обобщения представлены на рис. 3.

Таким образом, для оценки конкурентоспособности предприятия на основе рейтингового мультипликативного подхода рейтинги (субъективные оценки) дифференциальной (частной) привлекательности предприятия, региона, отрасли и страны перемножаются. При этом оценки региона, отрасли и страны, по сути, являются весовыми коэффициентами для рейтинга инвестиционной привлекательности предприятия.

С помощью рис. 3 можно проиллюстрировать различные уровни интегрального конкурентного потенциала предприятия – отраслевой, региональный, страновой. Отраслевой уровень конкурентного потенциала предприятия означает, что сопоставляются предприятия одной отрасли. При этом для сопоставления будут важны только различия в регионах и, конечно, различия самих предприятий (первая

1. Отраслевой уровень $\Rightarrow E = XW$
2. Региональный уровень $\Rightarrow E = XV$
3. Страновой уровень $\Rightarrow E = XWV$
4. Международный уровень $\Rightarrow E = XWVZ$

Обозначения показателей дифференциального конкурентного потенциала: X – предприятия, W – региона, V – отрасли, Z – страны

Рис. 3. Моделирование интегрального конкурентного потенциала

строка на рис. 3). Для сопоставления предприятий на региональном уровне будут важны только различия между самими предприятиями и между отраслями (вторая строка на рис. 3). При анализе конкурентоспособности предприятия на уровне страны необходимо учесть дифференциальный конкурентный потенциал каждого из сравниваемых предприятий, а также отраслей и регионов (третья строка в табл. 3). И, наконец, если анализ конкурентоспособности предприятий производится на международном уровне (четвертая строка в табл. 3), например, сопоставляются конкретные автомобильные предприятия Европы и Японии, то необходимо также учесть инвестиционную привлекательность стран нахождения предприятий.

Судя по имеющимся публикациям, в полном объеме, как это показано во всех четырех строках на рис. 3, исследования не ведутся. Встречаются объективные и субъективные оценки. Наиболее продвинутыми являются следующие два направления – объективная частная оценка конкурентного потенциала предприятия, субъективная оценка конкурентного потенциала страны (международные рейтинги). Исследования по инвестиционной привлекательности отраслей и регионов, как правило, ведутся на объективной основе. И практически везде, по сути, рассматривается конкурентный потенциал (абсолютная характеристика), а не конкурентоспособность (сравнительная характеристика).

Важно отметить, что в мировой практике обычно действует ограничение, не позволяющее присваивать отдельной корпорации, компании, субъекту федерации (региону), муниципальному образованию (городу) или банку рейтинг выше суверенного – для страны. И лишь для корпораций, имеющих гарантии от третьей стороны – первоклассного заемщика, например от авторитетного банка США, могут быть сделаны исключения. Рейтинг компании с такой гарантией может быть выше суверенного.

Соответственно, вышесказанное свидетельствует в пользу мультипликативной модели. Причем, для этого оценка (рейтинг) конкурентного потенциала каждого уровня должна быть нормирована так, чтобы иметь значения от нуля до единицы. Тогда произведение всегда будет меньше любого его сомножителя. Нормиро-

вание может производиться делением каждого рейтинга – X, W, V, Z – на его максимальное значение, которое рассчитывается по той же мультиатрибутивной модели, но с максимальными значениями важностей и выраженностей. Так, если для оценки параметров используется пятибалльная шкала со значениями 1, 2, 3, 4, 5, то для максимального значения используется пять баллов, если, конечно, важность рассчитывается по принципу «чем больше, тем важнее», а выраженность по принципу «чем больше, тем лучше».

Рассмотрим некоторые наиболее употребительные подходы к получению дифференциальных рейтингов на уровне регионов, отраслей, стран. Рейтинги отраслей существенно различаются – наиболее привлекательными для инвесторов по-прежнему остаются сырьевой сектор, сфера промышленного производства и транспорт. Наиболее известной является классификация отраслей промышленности, разработанная специалистами ЕЭС, где выделяют депрессивную, кризисную и стабильную отрасли. Известно более подробное деление отраслей на кризисную, депрессивную, стабильную, перспективную и наиболее рентабельную (растущую).

Что касается регионов России, то они сильно дифференцированы по инвестиционной привлекательности. Инвестиционную привлекательность регионов в России ежегодно оценивает рейтинговое агентство «Эксперт РА». Также рассчитывается кредитный рейтинг субъекта федерации (региона) или муниципального образования РФ – «Эксперт РА-АК&М». Именно на региональных органах управления лежит ответственность за формирование благоприятного инвестиционного климата на территории для привлечения частных отечественных и зарубежных инвестиций. Наибольшим инвестиционным потенциалом обладают Москва и Санкт-Петербург, а также регионы с мощным ресурсно-сырьевым потенциалом.

Мерой странового риска принято считать суверенный (sovereign) или кредитный рейтинг страны по оценке ведущих мировых рейтинговых агентств. Ведущими рейтинговыми агентствами являются Standard & Poor's (S&P's) и Moody's Investors Service (Moody's). По авторитетности к ним приближается агентство Fitch, поглотившее несколько средних рей-

тинговых агентств. Всемирный банк (ВБ) и Международная финансовая корпорация (IFC) ежегодно публикует исследование «Doing business» в рамках которого определяются рейтинги инвестиционной привлекательности стран мира.

5. Заключение

Кредитный рейтинг России по оценкам всех трех ведущих мировых рейтинговых агентств впервые достиг уровня инвестиционного класса в 2005 году. Fitch Ratings первым присвоило России низший инвестиционный рейтинг. Оно же первым и повысило рейтинг России уже на инвестиционном уровне (25.07.06), присвоив суверенный рейтинг уровня BВВ+. Как правило, вслед за Fitch с некоторой задержкой повышают свои рейтинги и два других ведущих мировых агентства Standard&Poog's и Moody's. Показатель инфляции в России сдерживает пересмотр рейтинга страны в сторону повышения, однако в начале года международное рейтинговое агентство Fitch Ratings заявляло, что может повысить кредитный рейтинг России в 2011 году в случае продолжения роста национальной экономики и контроля над инфляцией и бюджетным дефицитом. Повышение может произойти в сентябре.

Литература

1. Карманов М.В., Коротков А.В. Современные проблемы финансового обеспечения демографической безопасности России // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО МЭСИ: Научно-практический журнал. – М.: МЭСИ, №4/2011. – с.40–43.
2. Коротков А.В. Конкурентный анализ в формате «предприятие – группа предприятий» // Вопросы статистики, №3/ 2007, с. 34–36.
3. Коротков А.В. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2005.
4. Коротков А.В., Третьяков Н.В. Некоторые методические аспекты конкурентного анализа // Маркетинг, №1(92)/2007.
5. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993.
6. Сенчагов В.К., Захаров А.Н., Зокин А.А. Экономика России: конкурентоспособность и инвестиционный потенциал // Вопросы экономики переходного периода, №1/2005.

7. Krugman P. R., Obstfeld M. *International Economics: Theory and Policy*. – 1988; 8-е изд.: Prentice Hall, 2008.

References

1. Karmanov M.V., Korotkov A.V. Modern problems of financial support to Russia's security demographic // *Ekonomika, statistika i informatika. Vestnik UMO MESI: Nauchno-prak-*

ticheskiy jurnal. – М.: MESI, №4/2011. – p. 40–43.

2. Korotkov A.V. Competitive analysis in the format “company – a group of companies” // *Voprosy statistiki*, №3/2007, p. 34–36.

3. Korotkov A.V. *Market research: Ucheb. posobie dlya vuzov*. – М.: YUNITI, 2005.

4. Korotkov A.V., Tret'yakov N.V. Some methodological aspects of the

competitive analysis // *Marketing*, №1 (92)/2007.

5. Porter M. *International competition*. – М.: *Mejdunarodnye otnosheniya*, 1993.

6. Senchagov V.K., Zaharov A.N., Zokin A.A. *Russian Economy: Competitiveness and Investment Potential* // *Voprosy ekonomiki perekhodnogo perioda*, №1/2005.

7. Krugman P. R., Obstfeld M. *International Economics: Theory and Policy*. – 1988; 8-е изд.: Prentice Hall, 2008.