

В связи с этим необходимо максимально использовать возможности Интернета для предоставления информации о товаре (подробное описание, фотографии, видеоматериалы). Весьма эффективным является предоставление информации о товаре из внешних источников: гиперссылки на сайты производителей, рецензии, статьи по теме покупателям.

Проведение покупки состоит из ряда этапов: просмотр каталога, выбор товара, оформление заказа, оплата и получение заказа, гарантийный сервис.

Послепродажная поддержка. Потенциальный клиент должен иметь возможность получить ответ на любой вопрос, сопутствующий покупке. Это условия послепродажного сервиса, консультации по особенностям схем оплаты, доставки, возврата товара. Наибольшее опасение у покупателей электронных магазинов вызывают вопросы, связанные с гарантийным обслуживанием. В Республике Беларусь в соответствии с национальным законодательством обеспечены гарантии возврата и послепродажного сервиса.

Построение отношений с покупателями предполагает развитие у клиента приверженности к марке и стремления вернуться за новыми покупками.

Таким образом, представленный механизм функционирования электронного магазина раскрывает содержание работ по организации электронной торговли и направления ее совершенствования.

*С.Н. Ситдикова, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ИННОВАЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Необходимость перевода Республики Беларусь на инновационный путь развития является одной из приоритетных задач социально-экономического развития страны. Данный перевод позволит:

- за счет внедрения научных и технических достижений обеспечить, прочно удерживать и повышать конкурентоспособность продукции белорусских предприятий на мировом рынке;
- ускорить темпы экономического развития общества и обеспечить повышение качества и уровня жизни населения;
- укрепить национальную безопасность страны.

Как свидетельствует мировой опыт, основой инновационной экономики является интеллектуальная деятельность человека. Ее роль становится все более значимой, поскольку продукты интеллектуального труда — наиболее ценные активы в современном обществе. Однако недостаточно только создавать их — нужен эффективный ме-

ханизм коммерциализации объектов интеллектуальной собственности (ОИС).

Процессы коммерциализации и включения ОИС в хозяйственный оборот напрямую связаны с конкурентоспособностью продукции (услуги) на мировых и национальных рынках. Стоимость отдельных ОИС на мировых рынках научно-технической, технологической продукции достигает сотен миллионов долларов США. При этом стоимостная доля ОИС во многих промышленных фирмах и корпорациях составляет более половины их капитала. ОИС стали не просто товаром в коммерческих сделках купли-продажи или предметом лицензионных сделок, но во многих странах их активно сдают в лизинг, залогу, вносят в качестве пая в уставный фонд и т.д. Другими словами, спектр их коммерциализации достаточно широк. Процесс коммерциализации в научно-инновационной сфере можно разделить на три стадии.

Первая стадия — оценка рыночной стоимости ОИС. Однако в настоящее время предприятия либо ее не выполняют, либо делают это непрофессионально. Поэтому необходима централизованная разработка базовых методик для квалифицированной оценки и аудита интеллектуальной собственности.

Вторая стадия — включение стоимости этих объектов в состав имущества предприятий.

Третья стадия — коммерциализация ОИС, заключающаяся в активном выходе предприятий на рынок научно-технической продукции. Хозяйствующему субъекту любой формы собственности надо уметь грамотно анализировать ситуации на рынке продукции (услуг), вести учет тенденций спроса на свои разработки или продукцию (услуги), закреплять за собой рыночную нишу и т.д., а главное — знать правовые и юридические аспекты отношений с партнерами. Игнорирование всех этих действий в перспективе может обернуться для предприятий явной потерей конкурентоспособности их продукции не только на внешних, но и на внутренних рынках.

Таким образом, коммерциализация ОИС превращает их в конкретный механизм для коммерческой оценки результатов интеллектуального труда, что дает предприятию следующие преимущества:

- предприятие может изменить структуру производственного капитала за счет увеличения доли нематериальных активов в стоимости новой продукции и услуг, увеличив их наукоемкость, что будет способствовать повышению конкурентоспособности продукции и услуг;
- использование нематериальных активов сможет перевести промышленность в плоскость интенсификации производства;
- предприятие сможет экономически эффективно и рационально использовать незадействованные пока ОИС, которыми располагает практически каждое производство.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.