

УДК 658.5.011

ЖИРНОВ Александр Дмитриевич, студент факультета
«Менеджмент» ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»,
Москва (E-mail: Alex5231000@gmail.com)

Научный руководитель – Гавель Ольга Юрьевна, PhD, доцент
Департамента учета, анализа и аудита ФГОБУ ВО «Финансовый
университет при Правительстве Российской Федерации»

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ И BIGDATA В ЭКОНОМИКЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Аннотация:

Предметом работы является рассмотрение использования Bigdata и машинное обучение в разрезе, применимым к интеллектуальной собственности, ее экономически и общего тренда в целом.

Целью данной работы является анализ возможности применения данных технологий в основных вопросах интеллектуальной собственности и их реальное применение на примере существующих компаний.

Методология, которая была применена в данной работе, включает в себя индуктивный и дедуктивный анализ, практическое сравнение разных объектов рассмотрения и прогностическая деятельность основных трендов.

Выводом данной работы может послужить описание уже существующих направлений использования новых методов в экономики интеллектуальной собственности и прогнозы дальнейшего развития.

Ключевые слова: BidData, Блокчейн, нейронные сети, машинное обучение, интеллектуальная собственность, стартап, бизнес, компания, развитие

JEL classification: M21

Alexander D. Zhirnov, 3-rd year undergraduate student, Faculty of Management, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (E-mail: Alex5231000@gmail.com)

Scientific adviser: Olga Y. Gavel, PhD, Associate Professor, Department of Accounting, Analysis and Audit, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (E-mail: olga-gavel@mail.ru)

PROSPECTS FOR MACHINE LEARNING AND BIGDATA USAGE IN THE ECONOMY OF INTELLECTUAL PROPERTY

Abstract

Rationale The consideration of Bigdata and machine learning usage from a perspective that applies to intellectual property, its economic and general trend in general.

Objectives The main goal of this research was to analyze the possibilities of using these technologies in the main areas of intellectual property and their actual application through the example of individual companies.

Methodology The research methods applied in this work include inductive and deductive analysis, practical comparison of various objects and prognostic activity of the main trends.

Conclusion The conclusion of this work can serve as a basis for further use of new methods in the economy.

Keywords: *BigData, BlockChain, neural net, Machine learning intellectual property, Start-up, business, company, development*

Интеллектуальная собственность является мощным рыночным механизмом, способным стать причиной создания и развития компаний [1]. Наглядно это можно увидеть на существующих корпорациях, которые были построены либо вокруг технологии, патента или рецепта как это было с Coca-Cola company. Рассматривая сегодняшнюю бутылку этого напитка, можно утверждать, что все, начиная от рецепта, логотипа и цвета до формы бутылки и крышки является интеллектуальной собственностью компании. Итак, если интеллектуальная собственность является таким катализатором уникальности компании и, как следствие, его развития, то логично, что подобное влияние она оказывает и на экономику в целом.

Рассматривая интеллектуальную собственность как рыночный субъект и субъект правоотношений, следуют заметить, что интеллектуальная собственность обладает своей экономикой и своими особенностями, наиболее важные из которых – первенство создания и закрепления факта. Также важны особенности и уникальность запатентованного явления, что и обеспечивает факт наличия интеллектуальной собственности. Сегодня существует множество наработок и технологий, позволяющих более корректно и точно закреплять право интеллектуальной собственности современными методами [2,3].

Популярный сегодня тренд BigData включает в себя определенные требования к обрабатываемой информации [4] - *volume, velocity, variety, value*.¹ Вся информация должна не просто нести ценность, но и отвечать основным требованиям. Интеллектуальная собственность – это информация о созданном объекте, которая закрепляется юридически правами владения. Значит, к ней может быть применены методы обработки и хранения.

Продвижение BigData можно увидеть во всех областях, от рекламы до исследовательских центров. BigData и применимое на ее основе машинное обучение позволяют создавать новые подходы в разных областях [5-8]. Эти инструменты могут использоваться для создания новой интеллектуальной

¹ Объем, скорость, разнообразие, значение.

собственности. Исследования здесь играют на самую важную роль, большая часть сопоставлений компонентов и вверения закономерностей, которые ложатся в основу интеллектуальной собственности, выполняется алгоритмами. Это означает, что использование BigData и машинного обучения является ускорителем создания открытий и патентов.

Другая технология, связанная с хранением информации может быть рассмотрена в качестве подтверждения и закрепления прав. Blockchain как способ распределенного хранения данных и представляющий собой единую цепочку событий, которую невозможно изменить, полностью подходит для гаранта интеллектуальной собственности. Сегодня существует множество стартапов, специализирующихся именно на создании такого сервиса в разных областях – Ascribe^[1], Ujo Music^[2] и другие. Основная тенденция в этой области – защитить правообладателя и создать условия белого рынка интеллектуальной собственности.

Распределенное хранение данных позволяет заверить в истинности создания правообладателя и подтвердить его первичность. Сегодня это получило широкое распространение в музыке – как было отмечено выше. Также существуют возможности закрепить свою интеллектуальную собственность в других областях. В целом, BlockChain дает широкий спектр возможностей использования интеллектуальной собственности.

Развитие использования машинного обучения ставит вопросы первенства создания интеллектуальной собственности и его причастности. Сегодняшние алгоритмы способны выстраивать системы, производящие результаты, близкие к человеческому творчеству. Такие тенденции могут стать интересным развитием творчества, и весьма спорным будет авторство в этом случае.

Сегодня уже можно приближенно прогнозировать появление искусственного интеллекта (AI)^[3], что может в кроне изменить суть правообладания интеллектуальной собственностью [8]. Появление AI не просто изменит основу интеллектуальной собственности, но и действительно может стать его основой, что может быть рассмотрено в дальнейшем.

Список источников:

1. Гавель О.Ю. Перспективы использования контроллинговых систем в стратегическом управлении // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2017. Т. 10. № 1 (331). С. 4-19
2. Lam, C., & McKercher, B. (2013). The tourism data gap: The utility of official tourism information for the hospitality and tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 6, 82-94.
3. Liebowitz, J. (Ed.). (2013). *Big data and business analytics*. Boca Raton, FL: CRC Press.

¹ <https://www.ascribe.io/>

² <https://ujomusic.com/>

³ https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence

4. Mariani, M. M., Di Felice, M., & Mura, M. (2016). Facebook as a destination marketing tool: Evidence from Italian regional Destination Management Organizations. *Tourism Management*, 54, 321-343.

5. Marine-Roig, E., & Clavé, S. A. (2015). Tourism analytics with massive user-generated content: A case study of Barcelona. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 162-172.

6. Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. New York: Houghton Mifflin Harcourt.

7. McAfee, A., Brynjolfsson, E., Davenport, T. H., Patil, D. J., & Barton, D. (2012). Big Data. The management revolution. *Harvard Business Review*, 90(10), 61-67.

8. Wang, X. L., Yoonjong Heo, C., Schwartz, Z., Legohérel, P., & Specklin, F. (2015). Revenue management: progress, challenges, and research prospects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(7), 797-811.

References:

Gavel O. Yu. (2017) *Gavel' O. Yu.* Prospects of using controlling system in the strategic management [Perspektivy ispol'zovaniya kontrollingovyh sistem v strategicheskoy upravlenii] *Financial Analytics: problems and solutions [Finansovaya analitika: problemy i resheniya]*. 2017. T. 10. no 1 (331). P. 4-19 [in Russian]

Lam, C., & McKercher, B. (2013). The tourism data gap: The utility of official tourism information for the hospitality and tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 6, 82-94.

Liebowitz, J. (Ed.). (2013). *Big data and business analytics*. Boca Raton, FL: CRC Press.

Mariani, M. M., Di Felice, M., & Mura, M. (2016). Facebook as a destination marketing tool: Evidence from Italian regional Destination Management Organizations. *Tourism Management*, 54, 321-343.

Marine-Roig, E., & Clavé, S. A. (2015). Tourism analytics with massive user-generated content: A case study of Barcelona. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 162-172.

Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. New York: Houghton Mifflin Harcourt.

McAfee, A., Brynjolfsson, E., Davenport, T. H., Patil, D. J., & Barton, D. (2012). Big Data. The management revolution. *Harvard Business Review*, 90(10), 61-67.

Wang, X. L., Yoonjong Heo, C., Schwartz, Z., Legohérel, P., & Specklin, F. (2015). Revenue management: progress, challenges, and research prospects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(7), 797-811.