



softconsulting

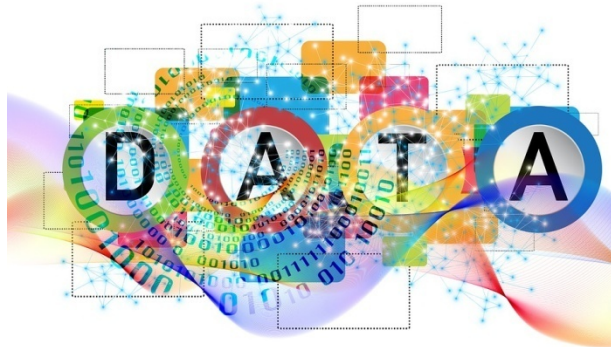
Autor: Lejla Softić, dipl.oec.¹

Da li su podaci nematerijalna imovina preduzeća?

Upravljanje nematerijalnom imovinom preduzeća, na žalost, u većini domicilnih preduzeća još uvijek nema istovjetan tretman kao i upravljanje materijalnom imovinom, kojoj se posvećuje značajna pažnja, kako u procesu sticanja, tako i u procesu njene zaštite. Sa druge strane, nematerijalna imovina u preduzeću obično se tretira kao 'svačija' nadležnost, što za konačan rezultat ima i finansijske gubitke koji se u preduzeću ne mogu mjeriti, jer se neadekvatno upravlja sa neopipljivom imovinom. Takav pristup upravljanju nematerijalnom imovinom, naročito kada su u pitanju podaci kao oblik nematerijalne imovine, preduzeće ne treba da primjenjuje. Racionalno upravljanje [resursima preduzeća](#) podrazumijeva blagovremenu zaštitu podataka, kao oblik nematerijalne imovine preduzeća.

Šta je nematerijalna imovina?

Nematerijalna imovina je imovina preduzeća u neopipljivom obliku koja ima rok trajanja duži od godinu dana. Nalazi se u aktivi bilansa u sklopu dugotrajne imovine. Nematerijalna imovina se priznaje kada postoji vjerojatnost da će buduće ekonomske koristi koje proizlaze iz te imovine priteći subjektu i trošak nabave se može pouzdano utvrditi, a prestaje se priznavati u trenutku otuđenja ili kada se ne očekuju buduće ekonomske koristi od te imovine. Obuhvata: patente, koncesije, licence, goodwill, autorska i ostala slična prava kao najkarakterističnije oblike nematerijalne imovine.



Digitalna transformacija i upravljanje podacima

Digitalna transformacija poslovanja potaknula je primjenu naprednih tehnologija poput umjetne inteligencije (AI) koja se zasniva na korištenju tzv. [Big data](#) koncepta. U suvremenim uvjetima poslovanja, neophodno je definirati i odgovarajuće, legitimne, prakse u pogledu prikupljanja, pohrane i upotrebe podataka. Naime, suvremeni uvjeti poslovanja pružaju brojne mogućnosti za prikupljanje svih vrsta podataka (npr. broj, tekst, slika, glas itd.), stoga je potrebno utvrditi koja su ograničenja prikladna za prikupljanje i naknadnu upotrebu podataka, te zašto su ta ograničenja potrebna.

Sve je teže u digitalnom okruženju sačuvati privatnost. Koliko je prikupljanje korisničkih podataka u suvremenim uvjetima poslovanja važno najviše govori činjenica da je donesena i Opća uredba o zaštiti podataka Europske unije ([GDPR](#)). Pri tome je logično i pitanje: Da li su podaci nematerijalna imovina preduzeća? odnosno Da li se svi podaci (npr. o klijentima) mogu istovremeno smatrati i nematerijalnom imovinom preduzeća?

¹ SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 (BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: lejla.softic@savjetnik.ba
Izvor za sliku: <https://pixabay.com/illustrations/concept-network-web-digital-cloud-5131525/>



softconsulting

Podaci – novo 'gorivo' u digitalnoj ekonomiji

Ukoliko su podaci novo 'gorivo' u digitalnoj ekonomiji i predstavljaju osnovni input tržišne snage i konkurentske prednosti preduzeća, to ima i veliki uticaj na način upravljanja nematerijalnom imovinom odnosno procesom prikupljanja, pohrane i korištenja podataka pri kreiranju profitabilnosti preduzeća.

Tržišni akteri (regulator, preduzeća, klijenti...) još uvijek nedovoljno razumiju kompleksnost uvjeta poslovanja u digitalnoj ekonomiji odnosno način funkcioniranja digitalnog tržišta. Stoga ne iznenađuje činjenica da domicilna preduzeća ne prepoznaju značaj upravljanja podacima, kao vlastitom nematerijalnom imovinom. U digitalnoj ekonomiji podaci su poslovna tajna i postaju dominantno sredstvo za zaštitu, npr. ukoliko preduzeće ili pojedinac dostavi podatke proizvođaču ili pružaocu usluga za određenu svrhu, proizvođač odnosno pružalac usluga ih ne smije koristiti na bilo koji drugi način. Iako ova situacija može biti veoma izazovna, naročito kada je u pitanju razvoj novih proizvoda i usluga, preduzeće ne treba izgubiti iz vida potrebu za zaštitom podataka odnosno ne smije se dozvoliti neovlašteni pristup ili korištenje povjerljivih podataka i informacija, bez obzira da li su podaci definirani kao vlasništvo preduzeća ili predstavljaju nematerijalnu imovinu klijenta (npr. u slučaju pružanja usluga treće strane i sl).

Zašto je kompleksno upravljanje podacima kao nematerijalnom imovinom?

Pojedina suvremena zanimanja kao što su to tzv. podatkovni znanstvenici i drugi analitičari baza podataka nisu postojala prije digitalne ekonomije. Iz perspektive ovih eksperata za podatke veoma je važno posmatrati vlasništvo nad podacima. Općenito, autorska prava se primjenjuju i na podatke, ali se podaci kao nematerijalna imovina razlikuju od npr. softvera ili drugih kreativnih oblika nematerijalne imovine.

Zaštita autorskih prava podrazumijeva i opipljivost kreativne imovine, kao što su to npr. baze podataka. Autorska prava za bazu podataka različit su pojam u odnosu na autorska prava za sadržaj baze tj. same podatke. Iako većina podataka obično nije zaštićena autorskim pravima, način na koji su podaci prikupljeni i organizirani predstavlja kreativnu aktivnost koja je kao takva predmet autorskih prava koja se moraju zaštititi i poštovati.

Zaštita autorskih prava je kompleksna sama po sebi i bez problematike (ne)adekvatnog upravljanja podacima. Nažalost, ne postoje unificirani odgovori na pitanje koje vrste podataka spadaju u nematerijalnu imovinu koja je predmet zaštite, te se ova pitanja rješavaju od slučaja do slučaja, i sukladno važećim zakonskim odredbama i sudskoj praksi svake od država.

Zaključak

Primjena tzv. Big data koncepta ključna je za razumjevanje u kojoj mjeri se podaci mogu smatrati nematerijalnom imovinom preduzeća i kao takvi zaštititi autorskim pravima. Većina podataka koji su prikupljeni i obrađeni primjenom Big data koncepta neće se smatrati izvornima i neće biti predmet zaštite autorskih prava. Pri tome ne treba zanemariti činjenicu da pojedini podaci mogu dobiti originalnost nakon što se povežu sa drugim informacijama ili prikažu na originalan način, te kao takvi postaju i predmet zaštite autorskih prava odnosno nematerijalna imovina preduzeća.

U određenim situacijama može se relativno 'teže' dokazati da pojedinačni podaci imaju komercijalnu vrijednost, jer predstavljaju poslovnu tajnu preduzeća. Suprotno tome, mnogi podaci će se smatrati vrijednima samo ako su dio većeg skupa (baze) podataka. Bez obzira da li se radi o pojedinačnim podacima ili skupovima podataka, u preduzeću je potrebno svakom podatku pristupiti na istovjetan način kada je u pitanju zaštita podataka od neracionalne ili neovlaštene upotrebe. Na istovjetan način na koji se vrši zaštita materijalne i finansijske imovine preduzeća potrebno je vršiti i zaštitu podataka kao nematerijalne imovine preduzeća.