

УДК 338.314:001.895

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ РЕНТА: ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ПРИРАЩЕНИЯ

К.В. СИНКЕВИЧ¹, Т.И. СЕРЧЕНЯ²

¹ студент учебной группы 10302223

² ст. преподаватель кафедры «Инженерная экономика»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Аннотация. В статье приводятся различные подходы к определению экономической сущности интеллектуальной ренты. Отмечено, что интеллектуальная рента, как и любой другой вид ренты, имеет ресурсное происхождение и возникает тогда, когда владелец интеллектуальной собственности получает выгоды от практической реализации своего новшества. Интеллектуальная рента обладает способностью к приращению и основными направлениями здесь выступают постоянное развитие, стремление к инновациям и создание личного бренда. Определены преимущества личного бренда и сформулированы шаги по формированию эффективного личного бренда.

Ключевые слова: интеллектуальный труд, интеллектуальная рента, интеллектуальная собственность, конкурентные отношения, личный бренд, уникальная идентичность.

INTELLECTUAL RENT: SOURCES OF FORMATION AND DIRECTIONS OF INCREASE

K. SINKEVICH¹, T. SERTCHENIA²

¹ group student 10302223

² senior Lecturer of the Department «Engineering Economics»
Belarusian National Technical University
Minsk, Republic of Belarus

Annotation. The article presents various approaches to determining the economic essence of intellectual rent. It is noted that intellectual rent, like any other type of rent, has a resource origin and arises when the

owner of intellectual property receives benefits from the practical implementation of his innovation. Intellectual rent has the ability to increase and the main directions here are constant development, the desire for innovation and the creation of a personal brand. The advantages of a personal brand are identified and steps for forming an effective personal brand are formulated.

Key words: intellectual labor, intellectual rent, intellectual property, competitive relations, personal brand, unique identity.

ВВЕДЕНИЕ.

Формирование «экономики знаний» требует новых подходов к определению базисных факторов экономического развития. Увеличение числа высокотехнологичных производств, для которых характерно преобладание интеллектуального труда, интеллектуальных технологий, выводит в число определяющих факторов устойчивого экономического развития именно знания. При этом знания выступают не только в качестве фактора производства, определяющего величину добавленной стоимости, но и в качестве рентообразующего ресурса. Экономический эффект от практического использования знаний отражается в интеллектуальной ренте. Объективно интеллектуальную ренту нельзя рассматривать без привязки к конкретному индивидууму, являющемуся носителем интеллектуального труда.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.

Каждому этапу экономического развития общества соответствует свой вид ренты, но объединяющим все виды ренты является такой признак, как «ресурсное происхождение». Экономическая природа интеллектуальной ренты исходит из ее содержания. В отечественных и зарубежных исследованиях сущность интеллектуальной ренты трактуется как:

- компенсация за накопленный и реализованный человеческий капитал, в том числе предпринимательский талант и инновационный риск – определяется как квази-рента;
- сверхприбыль, которая образуется за счет использования только интеллектуальных факторов производства;
- факторный доход на объекты интеллектуальной собственности. [1]

Интеллектуальная рента возникает тогда, когда новатор или владелец интеллектуальной собственности получает экономическую выгоду от практического использования своего нововведения. Принципиальным отличием, лежащим в основе интеллектуальной ренты, является способность создать что-то уникальное и/или востребованное на рынке. Предоставление эксклюзивных прав на использование этого уникального продукта или знания может привести к получению дохода, который превышает изначальные затраты на его разработку или приобретение. Также использование инноваций может значительно увеличить спрос на продукт из-за снижения его стоимости или значительно увеличения положительных качественных характеристик

Интеллектуальная рента играет важную роль в стимулировании инноваций и развитии экономики, так как мотивирует инвестировать в исследования и разработки, создавая новые продукты и услуги, которые могут приносить прибыль на протяжении длительного времени. Факторы развития интеллектуальной ренты представлены на рисунке 1.



Рисунок 12 – Факторы развития интеллектуальной ренты

Отдельно следует разграничить покупателей и владельцев интеллектуальной ренты (рисунок 2).

На рынке интеллектуальной ренты, как и на любых других рынках с получением дохода, существует конкуренция – отчего эта рента не

является постоянной величиной. Выделяют следующие виды конкуренции, присущие рынку интеллектуальной ренты:

1. Конкуренция за ресурсы. Главные ресурсы в интеллектуальной ренте – человеческие таланты. Конкуренция возникает в основном в сфере привлечения высококвалифицированных специалистов, исследователей и разработчиков. Данный вид конкуренции характерен для производств 5-го и 6-го технологических укладов.

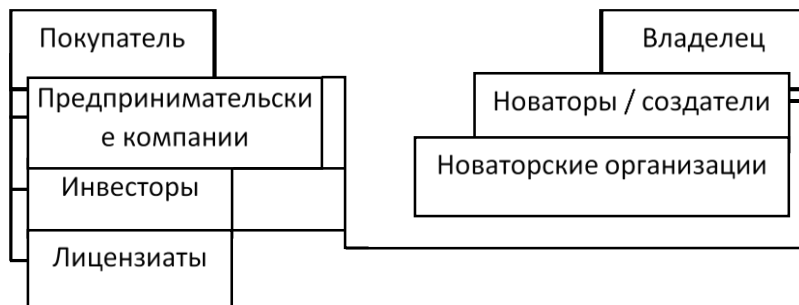


Рисунок 13 – Покупатели и владельцы интеллектуальной ренты

2. Конкуренция за рыночную долю. Как и на любом другом рынке, на рынке интеллектуальной ренты нередки случаи, когда несколько организаций заняты в родственной сфере – разрабатывают схожие технологии или продукты. В таком случае они соревнуются за покупателей и клиентов. Чаще всего это приводит к интенсивной маркетинговой борьбе, снижению цен и поиску новых способов дифференциации продуктов.

3. Конкуренция за новаторские идеи. В инновационных отраслях конкуренция может быть связана с гонкой за новыми идеями и технологиями. Компании стремятся быть первыми на рынке, а для этого им нужно разработать, освоить и презентовать первыми свой инновационный продукт или решение. Конкуренция за новаторские идеи может привести к активному поиску и приобретению объектов интеллектуальной собственности.

4. Конкуренция за клиентское внимание. На рынке интеллектуальной ренты ведётся конкуренция за внимание клиентов и инвесто-

ров. Владельцы интеллектуальной собственности используют различные стратегии маркетинга и продвижения, чтобы привлечь внимание к своим продуктам или технологиям.

Наличие конкуренции подчеркивает важность стратегического планирования и эффективного управления интеллектуальной собственностью.

После обозначения сущности интеллектуальной ренты, потребителей и владельцев интеллектуальной ренты, видов конкурентных отношений в процессе формирования интеллектуальной собственности, перейдем к определению направлений роста (увеличения) интеллектуальной ренты применительно к конкретному индивидууму.

1. Саморазвитие и самообразование, самоинвестиции. Этот подход включает в себя: повышение квалификации и расширение компетенций (для этого нужно инвестировать своё время и деньги в образование, желательно прикладное в конкретной сфере). Также следует помнить про отдых и здоровье, так как без отдыха нельзя будет эффективно продолжать работу, а слабое здоровье не позволит сконцентрироваться на поставленных задачах. Новатор должен отслеживать тренды, как мировые в целом, так и в более конкретной области. Например, можно стать экспертом в определенной области, с помощью чего получать повышенную ренту за консультации по конкретной теме.

2. Развитие креативности. Креативность – это одно из важнейших качеств новатора, без него невозможно создание чего-то нового и инновационного. Развитие креативности помогает в поиске новаторских решений и может привести к созданию уникальных продуктов, услуг или идей.

3. Получение патентов, авторских прав, регистрация торговых марок на уникальные идеи и продукты, что создает правовые барьеры на пути незаконного копирования и использования третьими лицами и позволяет получать дополнительный доход от передачи объектов интеллектуальной собственности. Передача объектов интеллектуальной собственности оформляется лицензионным соглашением, где прописываются коммерческие условия, включающие виды, размер, способы и сроки уплаты лицензионных платежей.

4. Развитие партнерских отношений как на рынке ресурсов, так и на рынке готового продукта. Позволяет создавать стратегические

альянсы для достижения общих целей и развития профессиональных компетенций.

5. Создание и развитие личного бренда.

Для того, чтобы личный бренд был успешным и способствовал получению интеллектуальной ренты, он должен обладать следующими признаками:

– Узнаваемость. Данный признак способствует увеличению числа успешных предложений за счет снижения уровня неопределенности при принятии решений.

– Авторитетность. Сильный личный бренд позволяет получать более высокую интеллектуальную ренту за счет сформировавшегося мнения о том, что знания и навыки носителя данного бренда обладают большей ценностью, нежели другого специалиста, менее известного в данной области знаний.

Личный бренд также способствует росту стоимости компании, позволяет получать более выгодные предложения, в том числе от инвесторов и кредиторов.

Созданию эффективного личного бренда предшествуют следующие действия:

1. **Позиционирование.** Помогает обозначить себя на рынке и подчеркнуть уникальные преимущества производимой продукции или услуг. Слоган должен быть кратким, запоминающимся и выразительным, его основная цель – подкреплять ценности компании и привлекать клиентов.

2. **Логотип и фирменный стиль.** Логотип должен быть, в первую очередь, запоминающимся и отражать основные характеристики либо носителя личного бренда, либо самой компании. Во всех маркетинговых материалах, связанных с одним брендом, должен использоваться единый, узнаваемый, стиль, включая цветовую схему, шрифты и дизайн элементы (значки, символы и т.д.).

3. **Определение аудитории.** Разработанные стратегии коммуникаций, построения каналов связей и их настройки будут сильно различаться в зависимости от целевой аудитории. Социальные сети, коммерческая почта, служба поддержки и т.д. помогут активно взаимодействовать с аудиторией.

4. **Создание контента.** Это может быть блог, короткие видео для формата тикток/ reels/ shorts, подкасты, социальные медиа и другие

формы контента. Это поможет укрепить брендовую идентичность и привлечь новых клиентов – в случае, если контент интересный и за ним следят.

5. Поддержка. После становления и достижения некоторой стабильности нужно продолжать проводить регулярные оценки эффективности брендовой стратегии и вносить необходимые изменения. Стоит поддерживать единство и целостность брендовой идентичности во всех аспектах бизнеса и коммуникации с клиентами, с самого начала создания компании и менять только в случае ребрендинга.

ВЫВОДЫ.

Таким образом, интеллектуальная рента имеет ресурсное происхождение и её можно увеличить. Существует множество направлений и способов для увеличения интеллектуальной ренты, но самый главный из них – это постоянное развитие и самообразование, эффективным также является создание эффективного личного бренда. Эффективный личный бренд способствует повышению лояльности клиентов, привлечению новых возможностей в виде контрактов и отношений с другими новаторами, расширению целевой и общей аудитории, созданию, в конечном итоге, уникальной идентичности для компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Геврасёва А. П. Инновационная и интеллектуальная рента: экономическая природа и подходы к измерению // Труды БГТУ. Сер. 5, Экономика и управление. – 2023. -- №1 (268). – С.41-47. DOI: 10.52065/2520-6877-2023-268-1-5
2. Russell L. Parr, Gordon V. Smith, Intellectual Property: Valuation, Exploitation, and Infringement Damages / Russell L. Parr, Gordon V. Smith // John Wiley & Sons, 2005
3. Cecilia Rikap, Intellectual monopolies as a new pattern of innovation and technological regime / Cecilia Rikap // Oxford Academic. – 2023.
4. Iona Yasnolob, Tetyana Chayka, Oleg Gorb, Pavel Shhvedko, Nadiia Protas. Intellectual Rent in the Context of the Ecological, Social, and Economic Development of the Agrarian Sector of Economics / Iona

Yasnolob, Tetyana Chayka, Oleg Gorb, Pavel Shhvedko, Nadiia Protas // ASERS. – 2018. – № 1.

REFERENCES

1. Gevraseva A. P. Innovatsionnaya i intellektualnaya renta: ekonomicheskaya priroda i podkhody k izmereniyu // Trudy BGTU. Ser. 5, Ekonomika i upravlenie. – 2023. -- №1 (268). – S.41-47. DOI: 10.52065/2520-6877-2023-268-1-5
2. Russell L. Parr, Gordon V. Smith, Intellectual Property: Valuation, Exploitation, and Infringement Damages / Russell L. Parr, Gordon V. Smith // John Wiley & Sons, 2005
3. Cecilia Rikap, Intellectual monopolies as a new pattern of innovation and technological regime / Cecilia Rikap // Oxford Academic. – 2023.
4. Iona Yasnolob, Tetyana Chayka, Oleg Gorb, Pavel Shhvedko, Nadiia Protas. Intellectual Rent in the Context of the Ecological, Social, and Economic Development of the Agrarian Sector of Economics / Iona Yasnolob, Tetyana Chayka, Oleg Gorb, Pavel Shhvedko, Nadiia Protas // ASERS. – 2018. – № 1.