

УДК 338.45

## **О НЕОБХОДИМОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Сергиевич Т. В., к. э. н.,  
доцент каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Республика Беларусь

Тенденцией в современной легкой промышленности является смещение центров капитализации прибыли в цепочках создания добавленной стоимости. Если во второй половине XX в. наблюдалось их движение от непосредственно материального производства к дизайну, маркетингу и логистике, то сегодня можно говорить об их смещении в сферу создания и обслуживания компьютерных систем управления бизнес-процессами и систем управления технологическими процессами использования больших данных. В современной легкой промышленности большая часть добавленной стоимости формируется за счет труда интеллектуального и творческого характера. Исходя из этого, актуализируется необходимость совершенствования технологий управления интеллектуальной собственностью в данной сфере.

В продвижении товаров легкой промышленности все большую роль играют технологии управления неценовыми факторами потребительского выбора. Высокая дифференциация потребителей и зависимость экономических показателей предприятия от слабо прогнозируемого спроса свидетельствует о возрастающей роли маркетинговой составляющей и неценовых факторов в достижении его эффективности. Основными объектами интеллектуальной собственности в легкой промышленности, нуждающимися в охране, являются товарный знак и промышленный образец. Сегодня покупательский выбор во многом формируется в зависимости от узнаваемости товарного знака, трансформирующегося в бренд, и информации, которую он предоставляет покупателю – о качестве товара, соответствии моде, ценностях производителя. Вместе с тем порождаемая данными

процессами зависимость доходности предприятий от бренда, оцениваемая не только классическими показателями прибыли, но и ростом капитализации активов, обуславливает возникновение рисков нарушения прав интеллектуальной собственности – в первую очередь, производство контрафактной продукции. Чем более узнаваем бренд и выше его рыночная стоимость, тем больший риск таких нарушений. Низкие барьеры вхождения в отрасль, относительно низкая экономическая эффективность борьбы с нелегальным производством и импортом товаров легкой промышленности формируют благоприятную среду для теневого сегмента.

Необходимость совершенствования управления механизмами защиты интеллектуальной собственности в легкой промышленности обусловлена и развитием инновационных форм горизонтального взаимодействия – коллабораций, кумулятивный эффект при реализации которых достигается за счет распределения и экономически значимого присвоения знаний, компетенций, функций, репутации, бренда с целью взаимного получения партнерами экономических, статусных, социальных и иных выгод и повышения конкурентных преимуществ на этой основе.

Реализация коллаборации должна сопровождаться активным использованием механизмов защиты прав интеллектуальной собственности, поскольку сопряжена с извлечением выгоды от использования товарного знака обеими сторонами такого сотрудничества. Помимо защиты результатов творческого труда работников и расширения возможностей получения прибыли за счет передачи лицензии на изготовление товаров, управление интеллектуальной собственностью предполагает и легитимное использование чужих объектов интеллектуальной собственности.

В последнее время в легкой промышленности снижается действие ценовых факторов. Вследствие интенсификации потребления качество этих товаров также перестает играть определяющую роль при покупке. Все большее влияние на покупательский выбор оказывают общественно-функциональные технологии (реклама, брендинг, формирование имиджа предприятия, создание собственной системы ценности, разделяемой лидерами мнений (от англ. Influencer)). Создание такого продукта требует аккумуляирования и наращивания интеллектуального и креативного трудового потенциала, обеспечивающее интеллектуальное производство.