

похожие на глаза. Пустой тостер будто спит, а во время работы “просыпается”.

Подводя итог, можно сказать, что каждое из этих изобретений найдет своего покупателя. У 3D-принтера есть все шансы сформировать вокруг себя сообщество увлечённых IT-кулинаров, которые будут придумывать невероятные рецепты, описывать их в файлах и обмениваться посредством интернета. Обычные пищевые принтеры нашли широкое применение в кондитерском производстве. Ну а такой функционал тостеров является приятным дополнением, за небольшую цену.

## **КОММЕРЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ НА ПО «МИНСКИЙ ТРАКТОРНЫЙ ЗАВОД»**

**Новик К.А.**

*Научный руководитель – д-р техн. наук, профессор Чигринова Н.М.*

Производственное объединение «Минский тракторный завод» – одно из крупнейших предприятий по выпуску сельскохозяйственной техники и комплектующих к ним в мире. Завод входит в восьмерку предприятий-лидеров по обеспечению мирового рынка тракторами: преимущественно это Азия и страны ближнего зарубежья.

Данное объединение занимается разработкой, изготовлением и экспортом колесных тракторов, запасных частей, а также оказывает сервисные и ремонтные услуги. С момента основания 29 мая 1946 года МТЗ стало владельцем 202 патентов на объекты промышленной собственности, в том числе 66 патентов (из них 29 зарубежных) на изобретения, 59 (27 зарубежных) — на полезные модели и 77 (34 зарубежных) — на промышленные образцы. Сегодня завод активно развивается, разрабатывает новые модели и внедряет в производство новшества, разработанные совместно с различными институтами и учебными учреждениями. Одна из последних разработок прошла совместно с Белорусским национальным техническим университетом по теме «Исследование, разработка и внедрение технологии лазерного термоупрочнения внутренних контактных поверхностей механизмов трактора «Беларус» в рамках Государственной научно-технической программы «Технология и оборудование машиностроения», подпрограммы «Технология машиностроения».

В качестве коммерческой деятельности предприятие организует на лицензионной основе, т.е. на основе соглашения о передаче правобладателем – лицензиаром, права на использование объектов интеллектуальной собственности в объеме, предусмотренном договором, друго-

мулицу - лицензиату, причем последний принимает на себя обязанность вносить лицензиару обусловленные договором платежи и осуществлять другие действия, оговоренные в документе; производство своей техники в других странах и регионах планеты.

Так, МТЗ заключил ряд лицензионных договоров на технологию производства товарного знака с Сербией, Румынией, Украиной, Камбоджей. В 2002-м году открыл конвейер по сборке тракторов в Киеве, в 2008-м заработал сборочное производство в г. Бишкеке, в 2010 году – производство "Беларус-3022" в Татарстане и сборочная линия "Беларусов" в пг. Рegin, Румыния.

В рамках договора объединения получает лицензионное вознаграждение, платежи за предоставление прав на использование объектов интеллектуальной собственности, являющихся предметом лицензии-онного соглашения, вида «роялти», т.е. текущие (периодические) отчисления в виде фиксированных ставок от объема реализуемой по лицензионному договору продукции (услуг) через определенные промежутки времени, предусмотрено данным документом.

Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности ПОО «Минский тракторный завод» является долгосрочным. Законом установлены примерные сроки – от 5-ти до 20-ти лет. Примером такого сотрудничества является Киевское сборочное предприятие, которое работает уже более 10 лет, выпуская тракторы «Беларус» под товарным знаком МТЗ. Действие лицензионного договора с заводами и предприятиями МТЗ осуществляется по патентной правовой охране: права на объекты промышленной собственности, защищенные патентами или свидетельствами изобретений объединения.

ПОО «МТЗ» создает совместные предприятия с Российской Федерацией, Венесуэлой, Китаем и планирует их с Камбоджей и Кишиневским тракторным заводом. Специалистами МТЗ разработано и направлено для исполнения камбоджийской стороне плановое решение корпуса, конструкторская документация на фундамент сборочной линии, а также технические рекомендации по адаптации проектной документации строящегося корпуса на арендуемых площадях и по организации сборочного производства «Беларусов» упомянутых моделей тракторных комплектов. Разработан перечень оснастки и технологической документации, необходимой для сборки тракторов, их предпродажной подготовки, гарантийного обслуживания и ремонта.

При том, что компания динамично развивается и успешно осуществляет коммерческую деятельность на основе объектов интеллек-

туальной собственности в направлении Азии и стран-соседей, рынок Южной Америки, кроме Венесуэлы, остается неосвоенным.

Изучив производство стран данного континента и их потребность в подобной продукции, можно сделать вывод, что сотрудничество с такими странами как Бразилия, может принести хороший доход производственному объединению, а создание совместных предприятий поможет создать новые модели и внедрить их в производство, что повысит качество производимой продукции и поможет вывести ПО «Минский тракторный завод» на лидирующие мировые позиции на рынке сельскохозяйственной техники.

## **МАРКЕТИНГ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

**Сазонова К.Г., Петрович Е.В.**

*Научный руководитель – канд. техн. наук Заико А.Ф.*

Сегодня в мире появляется множество различных идей во всех сферах деятельности человека. Каждая из этих идей – это интеллектуальный продукт, который может выступать в качестве товара. И именно поэтому перед маркетологами стоит важная задача: адаптировать маркетинговую деятельность под данные товары. Отличительной особенностью интеллектуальной собственности как товара является необходимость специального оформления в виде патентов и лицензий, благодаря чему создается защита этого продукта и монопольное положение на рынке в течение достаточно длительного срока.

Интеллектуальная собственность охватывает огромный пласт человеческой деятельности, связанных с авторскими и смежными правами в области литературы, живописи, музыки, исполнительской деятельности певцов, музыкантов, артистов, радио- и телепередачам и т.п.

В сфере материального производства интеллектуальная собственность играет все возрастающую роль, что обусловлено ростом числа изобретений, приводящих к ускорению научно-технической революции[1].

Специфика маркетинговой деятельности при коммерческом использовании объектов интеллектуальной собственности проявляется в разных подходах к созданию и сбыту традиционных товаров. Если производство товаров с самого начала ориентировано на рынок, то необходимость продажи объектов интеллектуальной собственности не настолько очевидна. Сначала их создают не для продажи, а для использования в собственном производстве, то есть они тесно связаны с инновационным товаром. И только позже, когда это будет выгодно, их могут продать по лицензионному соглашению.