

информационной поддержки и обучающих программ по вопросам франчайзинга;

- недоступность кредитных ресурсов для франчайзинга;
- особенности белорусского менталитета: в Беларуси предпочтение отдается товарам, имеющим материальное выражение, а франчайзинг представляет собой передачу и оплату «неосязаемой» интеллектуальной собственности.

Для Беларуси франчайзинг – резерв для количественного роста предпринимательского сектора, повышения качества бизнеса, возможностей интеграции его субъектов в систему международных экономических связей

УДК 338.1(045)

## О ПАТЕНТНОЙ АКТИВНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ

*Юницкий А.Э., ген. конструктор, Климков А.Г., нач. научно-исследовательского  
отдела, Гончаров В.В., нач. патентно-лицензионной службы  
ЗАО «Струнные технологии», г. Минск, Республика Беларусь*

Управление интеллектуальной собственностью занимает важнейшее место в функционировании экономической системы (микро-, мезо-, макроуровни). В свою очередь, патентная активность наряду с рядом иных показателей является одним из индикаторов эффективности деятельности и уровня научно-технологического развития [1].

В данной работе проведён сравнительный количественный анализ патентной активности за более чем 20-летний период среди ведущих отечественных промышленных предприятий, аккредитованных в качестве научных организаций, в транспортной отрасли – одной из важнейших сфер национальной экономики. Соответствующая информация приведена в таблице 1 [2, 3].

Таблица 1 – Патентная активность белорусских промышленных предприятий в 2000–2022 г.г.

Наименование юридического лица-правообладателя	Количество опубликованных патентов по годам, ед.							
	Всего 2000- 2022	в том числе по годам			из них на изобретения			
		2000- 2009	2010- 2019	2020- 2022	2000- 2022	в том числе по годам		
						2000- 2009	2010- 2019	2020- 2022
ОАО «МТЗ»	189	136	50	3	41	32	9	0
ОАО «МАЗ»	182	146	30	6	64	62	2	0
ОАО «Гомсельмаш»	119	26	74	19	80	26	52	2
ОАО «БЕЛАЗ»	35	15	18	2	17	13	4	0
ОАО «Минский моторный завод»	23	11	12	0	7	7	0	0

Имеющаяся место тенденция по снижению уровня патентной (изобретательской) активности отечественных предприятий в транспортной отрасли, инновационности и

патентной защиты производимой продукции обусловлена рядом факторов, связанных с: недостаточной вовлечённостью сотрудников в научную и патентную деятельность, проблемами преемственности кадров, экономическими и внешнеполитическими обстоятельствами и т. д. При этом наблюдается снижение и качества (инновационной значимости) запатентованных решений, следовательно, почти полностью отсутствует их «зонтичное» распространение на зарубежные рынки с использованием систем международного патентования.

Для решения задач устойчивого развития и обеспечения экономической безопасности в национальной транспортной отрасли, её выхода на международные рынки необходимо внедрение «прорывных» патентоспособных решений, способных выдерживать конкуренцию на мировой арене. Одним из таких может выступать запатентованная в ряде стран на основе инженерных разработок и ноу-хау белорусского учёного, инженера-изобретателя А. Э. Юницкого и реализуемая ЗАО «Струнные технологии» в настоящее время технология струнного транспорта [4] (количество базовых патентов за период деятельности компании – 31 (начиная с 2015 г., без учёта числа зарубежных патентов) [2, 3]). Реализация мер, направленных на повышение патентной активности предприятий, и их внедрение позволят повысить уровень экономической безопасности национальной экономики.

#### Список использованных источников

1. Сысоенко, А. Н. Патентная активность как интегральный показатель деятельности технологических платформ / А. Н. Сысоенко // Наука, техника и образование. – 2016. – № 8 – С. 63–68.
2. Базы данных НЦИС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://search.ncip.by/database/index.php?pref=inv&lng=ru&page=1>. – Дата доступа: 10.03.2023.
3. Реестр евразийских патентов на изобретения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eapo.org/ru/?patents=reestr>. – Дата доступа: 10.03.2023.
4. Юницкий, А. Э. Струнные транспортные системы: на Земле и в Космосе / А. Э. Юницкий. – Силакросс: «ПНБ принт», 2019. – 576 с.

УДК 347.779.1

## ПРАВОВАЯ ОХРАНА ТОВАРНОГО ЗНАКА КАК ЧАСТЬ СТРАТЕГИИ БРЕНДИНГА КОМПАНИИ

*Запаненок И.А., студ., Карпушенко И. С., ст. преп.  
Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Основное назначение товарного знака состоит в том, чтобы с его помощью дать потребителям возможность индивидуализировать товары какой-либо организации или физического лица и отличить их от идентичных или однородных товаров, предлагаемых конкурентами. Однако только государственная регистрация товарного знака гарантирует обладателю исключительное право на него и возможность запрещать его использование другими лицами, а также возможность распоряжаться (заключать лицензионные соглашения, договора франчайзинга).