

розничной торговле. Бесперебойная и ритмичная работа складского хозяйства способствует достижению финансовой результативности в хозяйственной деятельности каждого предприятия.

В Беларуси сегодня немного таких автоматизированных высотных складов. Представляется, что решению проблемы создания современных логистических систем следует обратить более пристальное внимание, поскольку данный подход является решением проблемы по сокращению времени всех складских операций, и соответственно повышением эффективности всего складского хозяйства.

#### *Литература*

1. Автоматизация склада с использованием штрихкодирования [Электронный ресурс]. –[http://www.bar-code.ru/state\\_avtomatizaciya\\_sklada\\_s\\_ispolzovaniem\\_shtrih\\_kodirovaniya.html](http://www.bar-code.ru/state_avtomatizaciya_sklada_s_ispolzovaniem_shtrih_kodirovaniya.html) - 04.04.2013.

2. Автоматизация склада с использованием штрихкодирования [Электронный ресурс]. –[http://www.data.perm.ru/sysbez/utobiz/sc\\_uchet.html](http://www.data.perm.ru/sysbez/utobiz/sc_uchet.html).– 04.04.2013.

### **КОММЕРЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В «МИЛАВИЦЕ»**

**Скурат Д.В.**

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

Почти 50 лет компания «Милавица» создает женское белье не только в нашей стране, но более чем в 25 странах мира. На сегодняшний день в компании 48 магазинов и 6 оптовых складов. И еще 358 оптовых партнеров пользуются услугами «Милавицы».

Продукция этой компании отличается качеством, оригинальным дизайном и отделкой, а так же интересными конструктивными решениями.

Обычно промышленная коллекция «Милавицы», которая ежегодно обновляется, состоит из 300 моделей. Дизайнеры компании становились неоднократными лауреатами международных конкурсов бельевой моды: «Белая амфора», призы журнала Фигаро (Франция), выставок «Lingerie», «Интим-мода», «Белье-2002» (Россия) и пр.

С 1 января 1999 года решением апелляционного совета при Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь товарный знак MILAVITSA признан Общеизвестным в стране. К сожалению, товарный знак – это единственная интеллектуальная собственность торговой марки «Милавицы».

Популярность этого бренда нужно поддерживать с каждым выходом коллекции. Для этого тратятся большие деньги на закупку качественного материала.

В последнее время мы стали замечать, что приходит популярность к бельевым изделиям, продаваемых через «магазин на диване». Здесь продают изделия, которые больше устраивают женщин, так как они наиболее комфортны, удобнее и дешевле.

А вот дизайнеры «Милавицы» не занимаются новыми разработками в конструировании своих бельевых изделий. Не покидает ощущение, что на предприятии «почивают на лаврах», забыв о том, что конкуренты не спят, разрабатывая новые модели, дизайн и общую идеологию женского белья, не забывая и о снижении цен на него.

При этом количество патентов в данной области растёт, но среди них практически отсутствует интеллектуальная собственность нашей «Милавицы» .

На мой взгляд, чтобы оставаться конкурентоспособным и обеспечить себе и в дальнейшем процветание и популярность, на фабрике необходимо заняться проблемой создания своей интеллектуальной собственности, идти не следом, а впереди своих конкурентов – ведь все возможности для этого есть.

С этой целью на фабрике необходимо создать исследовательскую группу, которая будет заниматься поиском новых решений в создании продукта компании. Хотелось бы, чтобы такая группа начала изучать потребности современного рынка, учитывать изменяющиеся традиции в одежде, в том числе и нижнем белье, задумываться о перспективах использования своих прежних моделей и беспокоиться о создании новых брендов за приемлемые цены.

Кроме того, в этом случае, компания могла бы обеспечить коммерциализацию не только своего материального продукта, но создаваемой интеллектуальной собственности, наполняя свой и государственной «карманы» дополнительными средствами. Ведь известно, что сегодня наибольшей ценностью обладает именно информация и результаты интеллектуальной деятельности.