

2. Об итогах внешней и взаимной торговли товарами Таможенного союза и Единого экономического пространства в 2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://world-logistics.net/wp-content/uploads/2013/01/01_2013_stat.pdf. – Дата доступа : 28.05.2014.

3. Точицкая, И. Э. Оценка потенциальных эффектов вступления Беларуси в Таможенный Союз в рамках ЕврАзЭС / И. Э. Точицкая // Белорусский экономический журнал. – 2010. – № 4. – С. 111–123.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ ЛИЦЕНЗИЯМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Дудко Е.Н., ассистент кафедры международного бизнеса БГЭУ, аспирант

Международная торговля лицензиями на объекты интеллектуальной собственности является важнейшей составляющей международных экономических отношений, которая приобрела статус наиболее динамично развивающегося сектора мировой экономики, определяющего степень интеграции национальных экономик в международный рынок лицензионной торговли.

В условиях вхождения Республики Беларусь в интеграционные объединения, развития отношений в рамках Таможенного союза Беларуси, Казахстана и России, углубления экономической интеграции с зарубежными партнёрами, происходит усиление конкуренции, основанной на технологическом превосходстве, что невозможно без развития лицензионной торговли, модернизации национальных производств, привлечения иностранных инвестиций.

Под воздействием развития международных экономических отношений, усиления международной интеграции и глобальной конкуренции, особенностями развития международной лицензионной торговли в Республике Беларусь, являются:

1. национальное законодательство Республики Беларусь соответствует международным стандартам;

2. ежегодное увеличение количества заключенных лицензионных соглашений в республике: за период 1993–2011 г. Национальным центром интеллектуальной собственности Республики Беларусь зарегистрировано 2964 лицензионных договора, 2518 из которых составляют неисключительные лицензии и 446 исключительные лицензии. В 2012 г. было зарегистрировано 539 лицензионных договоров. В 2013 г. общее количество лицензионных соглашений составило 561 договор, таким образом, доля лицензионных соглашений в общем объеме зарегистрированных НЦИС договоров составила 69,3 % [3];

3. большинство договоров заключено между национальными субъектами хозяйствования;

4. активизация деятельности по заключению договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга): так, если в 1993–2005 гг. данные о заключенных договорах франчайзинга отсутствуют, то за период с 2006 по 2013 г. их было заключено 142 договора соответственно [3];

5. увеличение количества ВУЗов республики и НИИ, выступающих лицензиаром: динамика заключенных лицензионных соглашений [3] на рынке лицензионной торговли Республики Беларусь в период 1994 г. по 2014 г. свидетельствует об изменении в процентном соотношении структуры участников. Так, если в первое десятилетие становления национального рынка ЛТ (1994г. – 2002 г), физические лица выступали лицензиарами в 1,5-2 раза чаще чем НИИ, то с 2003г. по 2007 г. количество соглашений практически сравнялось соответственно. В 2008 число соглашений, когда лицензиаром выступали республиканские НИИ превысило количество соглашений, где лицензиаром являлись физические лица.

6. расширение географической структуры стран принадлежности как национальных субъектов, выступающих лицензиаром, так и лицензиатом: если в 1994 г. и 1995 г. лицензиаром выступали субъекты России, в 2005 г. России, США и Франции, то в 2011г. – Австрии, Великобритании, Венгрии, Германии, Италии, Китая, России, Словакии, Швейцарии; в 2012 г. – Германии, Индии, Италии, Латвии, Литвы, Республики Кореи, России, Польши, Украины, Хорватии, Швейцарии соответственно.

В 1994 г. лицензиатом выступали субъекты Украины, в 2005 г. Казахстана и Японии, то в 2011г. – Египта, Казахстана, Литвы, России, Украины, а в 2012 г. – Гонконга, Казахстана, Китая, Латвии, Литвы, России, США, Турции, Узбекистана, Украины, Чехии соответственно [1; 2].

Изменение географической структуры национальных субъектов, выступающих лицензиаром на рынке лицензионной торговли Республики Беларусь, свидетельствует о ежегодном расширении географии внешнеторговых и внешнеэкономических связей национальных субъектов хозяйствования, а также об усилении интеграции национальной экономики в мировое хозяйство благодаря развитию экономических аспектов охраны прав на ОИС национальных субъектов.

7. изменения в отраслевой структуре: статистические данные, представленные НЦИС [1, 2] позволили проанализировать отраслевую структуру лицензионных соглашений, заключенных на национальном рынке в данный период. В период 2000 – 2005 гг. абсолютное большинство лицензионных соглашений в Республике Беларусь было заключено в отрасли машиностроения и металлообработки (2002 г. – 22 соглашения;

2003 г. – 10; 2005 г. – 11 соответственно), агропромышленной (2002 г. – 7 соглашений; 2003 – 6; 2005 г. – 5 соответственно), химической и нефтехимической (2002 г. – 4 соглашения; 2003г. – 6; 2005 г. – 8 соответственно). С 2006 г. увеличилось количество заключенных соглашений в таких отраслях, как фармацевтическая (2006 г. – 18 соглашений; 2007 г. – 7; 2008 – 7 соответственно), пищевая (2006 г. – 4 соглашения; 2007г. – 2 ; 2008 – 2 соответственно), строительство (2006 г. – 15 соглашений; 2007г. – 8 ; 2008 – 5 соответственно), транспорт и связь (2006 г. – 8 соглашений; 2008 – 2 соответственно).

В Республике Беларусь необходимо отметить победителей республиканских конкурсов на лучшую организацию изобретательской деятельности и управление интеллектуальной собственностью – РУП «Минский тракторный завод», ОАО «Пеленг», Институт порошковой металлургии НАН Беларуси, РУП «ГСКБ по зерноуборочной и кормоуборочной технике», Белорусский национальный технический университет, ОАО «Белкард», СП ОАО «Спартак», ОАО «Савушкин продукт» [4, с. 71].

Представляется необходимым отметить, что развитие международной лицензионной торговли в Республике Беларусь на современном этапе имеет ряд преимуществ: ориентация на расширение внешнеэкономических и политических связей; сохранение имеющихся отраслей и развитие новых, наукоёмких; развитие не только экспортоориентированных производств, но и удовлетворяющих национальные потребности; стремление к устойчивому, инновационному, экологическому, социально-экономическому развитию национальной экономики. Среди существенных недостатков, представляется необходимым отметить: недостаточное финансирование НИОКР и науки в целом; недостаточное участие инвестиционных компаний; отсутствие комплексной методики оценки международной лицензионной торговли.

Список источников

1. Афіцыйны бюлетэнь. Вынаходствы, карысныя мадэлі, прамысловыя узоры. 1994 – 2009. – Нац. центр интеллектуальной собственности. Архив.

2. Афіцыйны бюлетэнь. Вынаходствы, карысныя мадэлі, прамысловыя узоры. [Электронный ресурс] / Нац. центр интеллектуальной собственности. – Минск, 2014. – Режим доступа : <http://www.belgopatent.org.by/files/Bulletin/izob.pdf>. – Дата доступа : 02.09.2014.

3. Национальный центр интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] / Архив годовых отчетов Национального центра интеллектуальной собственности. – Минск, 2013. – Режим

доступа: http://www.belgopatent.org.by/index.php?option=com_content&view=article&id=674&Itemid=62. – Дата доступа : 16.01.2014.

4. Воронецкий, Л. И. Ключевой ресурс экономики / Л. И. Воронецкий // Экономика Беларуси. – 2011. – № 3. – С.70–73.

МОДЕЛИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Дурович Е.А., магистрант кафедры международного туризма БГУ

В условиях обострения конкуренции менеджмент предприятий индустрии гостеприимства, базис которой формирует гостиничный бизнес, объективно стоит перед необходимостью практического внедрения клиентоориентированного подхода к обеспечению качества обслуживания [1; 2]. При этом чрезвычайно важно учитывать особенности потребительской оценки качества услуг.

Потребительская оценка качества услуг предполагает сравнение ожидаемого их качества с воспринятым [3]. Так, например, восприятие потребителем гостиничного обслуживания представляет собой формирование в сознании гостя чувственного образа этого процесса. Поэтому потребительская оценка сводится к определению общего впечатления (положительного или отрицательного) от гостиничного предприятия, характеризующего степень соответствия уровня обслуживания ожиданиям потребителя. Данный оценочный процесс в теории маркетинга квалифицируется как «парадигма подтверждения – не подтверждения ожиданий» [4]. Целенаправленное воздействие со стороны предприятия на ожидания и восприятия потребителей ведет к возможности воздействия на результат оценки качества услуги. Дело в том, что не все характеристики услуги, а лишь наиболее существенные интересуют потребителей. Состав существенных характеристик может и должен варьироваться применительно к особенностям целевых сегментов рынка.

Потребительская оценка качества услуг не сводится только к конечному результату обслуживания, но объективно затрагивает и сам процесс обслуживания. Из этого можно сделать фундаментальный для обеспечения качества в индустрии гостеприимства вывод: восприятие качества обслуживания – величина переменная, динамично меняющая свое содержание по ходу восприятия качества отдельных элементов процесса обслуживания. Восприятие качества обслуживания становится окончательным по завершении процесса обслуживания, но формируется оно из восприятий качества отдельных элементов процесса обслуживания. Восприятие качества ранее исполненных элементов может влиять на восприятие качества последующих. Следовательно, для потребителя