

4. Роялти – размер роялти определяется эмпирическим путем на основе анализа мировой практики заключения лицензионных сделок в различных отраслях промышленности;

5. Стоимость предоставления инжиниринговых услуг – зависит от объема и сложности передаваемых прав, состава и квалификации персонала лицензиата, наличия у него соответствующего оборудования.

В Республике Беларусь официально установлены два способа определения цены лицензии:

- исходя из планируемого объема выпуска в приведенном стоимостном выражении (исходя из продажной цены продукции);
- исходя из прироста прибыли за счет использования объекта интеллектуальной собственности.

Что же касается международной практики лицензионной торговли, то наиболее распространенными являются следующие способы установления цены лицензии:

1. Определение цены лицензии на основе оценки размера прибыли;
2. Определение цены лицензии на базе роялти.

Все методы расчета цены лицензии должны быть основаны на определении ожидаемой прибыли лицензиата за срок лицензионного соглашения и ее обоснованном распределении между лицензиатом и лицензиаром.

Лабков С.С.
МГТИ (Могилев)

МАРКЕТИНГ В ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рыночная экономика, постоянно меняющаяся конкурентная среда предъявляет жесткие требования к организации службы закупок на предприятии. Традиционное построение данной службы не способствует повышению конкурентоспособности и привлекательности предприятия для покупателей. Для повышения эффективности деятельности закупочных служб целесообразно в организационных структурах коммерческих служб предприятия выделить группу или подраздел маркетинга, занимающийся рассмотренными проблемами. Подраздел должен состоять из специалистов в области маркетинга и коммерческой деятельности. Данное подразделение должно находиться в тесной взаимосвязи с отделом маркетинга и снабжения на предприятии.

Левкович А.П.
БГЭУ (Минск)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ЭКСПОРТА

Условия торговли выступают одним из важнейших показателей анализа и оценки эффективности внешней торговли. Они связаны с конкурентоспособностью национальных товаров на внеш-

них рынках, которая, в свою очередь, определяется (наряду с другими факторами) и направлением и темпами динамики валютного курса.

Основной взаимосвязи валютного курса, конкурентоспособности национального экспорта и условий торговли выступают внешнеторговые цены. Однако результаты анализа и оценки эффективности внешней торговли на базе данных показателей могут носить противоречивый характер. В результате девальвации национальной валюты конкурентоспособность экспортных товаров может возрасти или остаться неизменной, что определяется гибкостью экспортных цен, а увеличение доходности внешней торговли предполагает также и гибкость импортных цен. В свою очередь, улучшение чистых условий торговли, - рост соотношения индексов экспортных и импортных цен, - скорее будет свидетельствовать о снижении конкурентоспособности национального экспорта, и явится результатом роста реального курса национальной валюты. Ухудшение условий торговли приведет к росту конкурентоспособности экспорта и может быть результатом ослабления национальной валюты.

Таким образом, девальвация национальной валюты не всегда обеспечивает рост конкурентоспособности товаров национального экспорта, ухудшение условий торговли не всегда может оцениваться негативно, и их улучшение – положительно.

Использование взаимосвязи валютного курса, конкурентоспособности национального экспорта и условий торговли в целях регулирования внешней торговли предполагает учет гибкости внешнеторговых цен по валютному курсу и эластичности экспортного и импортного спроса по ценам.

Обеспечение конкурентоспособности национального экспорта и роста доходов от внешней торговли предусматривает наличие следующих условий:

- девальвация национальной валюты должна сопровождаться снижением ее реального курса;
- внешнеторговые цены должны быть гибкими, т.е. экспортные цены снижаться в соответствии с темпами падения валютного курса, а импортные – расти в той же пропорции;
- спрос на национальный экспорт со стороны зарубежных потребителей должен быть эластичным и возрастать в темпах больших, чем снижение экспортных цен; спрос на импорт со стороны национальных покупателей также должен быть эластичным, что приведет к сокращению импорта.

В таком случае условия торговли должны ухудшиться или остаться неизменными, что означает, что каждая единица экспорта будет обеспечивать приобретение того же или меньшего количества импорта. Однако при росте его физического объема это приведет к росту валютных поступлений страны. В результате конкурентоспособность экспорта вырастет, одновременно вырастет и эффективность внешней торговли.