

вые, технические, организационные, человеческие ресурсы, а также применяемые технологии социокультурной деятельности.

Определение сводного индекса эффективности можно осуществлять в три этапа.

Первый этап – это определение индекса социальной эффективности; индекса экономической эффективности; индекса организационной эффективности; индекса технологической эффективности при помощи «индекса по элементам».

Принцип расчета каждой составляющей сводного индекса заключается в оценке относительного расстояния между ее фактическим значением и максимальным. Результат по каждому показателю будет выражаться величиной от нуля до единицы, при этом, чем ближе к единице, тем выше эффект.

Второй этап – сравнение индексов социальной, экономической, организационной и технологической эффективности с целью определения, какое направление развивается более эффективно.

Если выше индекс организационной эффективности, то в деятельности учреждения культуры быстрыми темпами развивается процесс организации труда и трудовых процессов, если выше индекс экономической эффективности, значит в организации больше внимание уделяется эффективному использованию ресурсов и т. д.

Третий этап – непосредственный расчет сводного индекса эффективности как обобщающего показателя с помощью средней арифметической индексов социальной, экономической, организационной и технологической эффективности, который будет фиксировать уровень эффективности деятельности учреждения культуры.

Четвёртый этап – определение уровня эффективности. Нужно рассчитать сводные индексы по всем учреждениям культуры страны. После чего среди сводных индексов аналогичных учреждений культуры (театр-театр) необходимо выбрать максимальный и взять его за 100%. После чего данное значение нужно разделить на три части, что позволит узнать низкий средний или высокий уровень эффективности у учреждения.

Таким образом, оценка четырех видов эффективности – социальной, экономической, организационной и технологической позволяет представить полную картину деятельности организации за рассматриваемый период.

Список цитированных источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 01.04.2020.

2. Алексеева, М. М. Планирование деятельности фирмы. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 220с.

УДК 330

Звягинцева Е. С.

Научный руководитель: к. э. н., доцент Зазерская В. В.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ ИНЖИНИРИНГОВЫМИ УСЛУГАМИ, ЛИЦЕНЗИЯМИ И «НОУ-ХАУ»

На данном этапе развитию международной торговли инжиниринговыми услугами уделяется значительное внимание.

Международная торговля – это система международных товарно-денежных отношений, которая осуществляет международный обмен продуктами труда всех государств мира.

Инжиниринг – это услуги, которые направлены на основе предприятий и объектов, а инжиниринговые услуги являются лишь способом передачи новых технологических знаний. В инжиниринге услуги представляют собой товар, который отличен от технологий [1].

Задачи инжиниринга: системный подход при разработке различных проектов; широкий выбор вариантов проработок оптимального варианта для заказчика проекта; использование новых технологий при разработке проектов; применение на практике новых методов организации и управления.

Виды инжиниринговых услуг: услуги по подготовке производственного процесса и услуги по нормализации процесса производства и реализации товаров.

В основу международной торговли инжиниринговыми услугами заложен заказной метод осуществления работ, который основывается на контракте, заключённом между заказчиком и зарубежной инжиниринговой организацией.

Выбор организации-исполнителя в инжиниринге осуществляется либо в ходе прямых переговоров, либо в ходе подрядных торгов (тендеров).

Международная торговля лицензиями играет огромную роль в развитии экономики. Лицензия – это право на использование чего-либо при заданных условиях. Объектами международной торговли лицензиями являются лицензиар (собственник изобретения или патента) и лицензиат (приобретает у лицензиата лицензию).

Лицензии бывают патентными и беспатентными. Патентные дают право собственности на использование патента, а беспатентные на использование ноу-хау.

Существует следующие виды лицензий в международной торговле:

1. Простая (существует возможность многократных продаж одной и той же лицензии).

2. Исключительная (лицензиат получает монопольное право на определенном рынке).

3. Полная лицензия (передача лицензиату всех прав, кроме права собственности, на использование изобретения или патента).

Тенденции развития лицензий:

1. Рост торговли беспатентными лицензиями.

2. Создание сопутствующих лицензий.

3. Рост перекрестного лицензирования.

4. Появление бесплатной передачи прав на использование патента (открытая лицензия).

5. Появление принудительных лицензий.

Мировой рынок лицензий представляет собой систему международных экономических отношений между продавцами лицензий и их покупателями.

На основе программирования и шифрования были созданы международные банки лицензий. Создание международных банков лицензий значительно увеличило действие рыночного механизма путем предоставления технических средств для объединения и достаточно быстрого взаимодействия партнеров на рынке.

На состояние и динамику развития международного рынка лицензий оказывают влияние следующие факторы:

1. Общие – это постоянно действующие или временные, циклические или нециклические факторы, которые проявляются на основных показателях состояния рынка лицензий в целом.

2. Специфические – это научно-технические, производственные, правовые, рыночные или торгово-политические факторы, которые оказывают влияние на условия реализации определенных научно-технических достижений на рынке.

Состояние международной торговли лицензиями и ноу-хау для различных стран состоит в создании механизма технологического обмена новыми научно-техническими достижениями между конкурирующими индивидуальными предпринимателями и организациями [2].

Неотъемлемой частью международной торговли являются ноу-хау.

Ноу-хау – секреты производства, представляющие собой оригинальные технологии, знания, умения, которые не приобрели еще всемирной огласки, а только начинают приобретать известность в отдельных странах мира. Также ноу-хау могут быть предметом купли-продажи и использоваться для достижения конкурентного преимущества над другими людьми.

Ноу-хау представляют собой определённый набор информационных подходов, который включает формулы, методы, схемы и наборы инструментов, необходимые для успешного ведения бизнеса в какой-либо области или профессии.

Беспатентные лицензии на ноу-хау, предполагают, что владелец обладает естественной монополией, что отличает владельца ноу-хау от владельца запатентованного изобретения.

Нововведения, применяемые отдельной фирмой и не разглашаемые иным лицам, также считаются ноу-хау. В отличие от изобретения, закрепленного патентом, ноу-хау не пользуется правовой защитой, поэтому наилучшей формой защиты данных знаний является коммерческая тайна. Т. е. режим неразглашения, почти на всех фирмах сотрудникам запрещается выдавать информацию о процессе производства и используемых технологиях, что является своего рода защитой от иных лиц и конкурентов.

В международной экономике наиболее часто встречаются патентные лицензии с параллельной передачей ноу-хау – секретных технологий производства с оказанием технической помощи в нормализации процессов производства. Реже встречаются лицензии на ноу-хау. И совсем редко встречаются полностью патентные лицензии, не предусматривающие передачи секретов производства. Ноу-хау являются основным объектом лицензий, потому что освоить новые технологии или оборудование, а затем включить их в производство без помощи разработчика практически не возможно, это требует дополнительных затрат и времени, именно поэтому полностью запатентованные лицензии встречаются крайне редко.

Можно отметить, что продажа лицензий и ноу-хау дает возможность ускорить процесс освоения нового рынка, а также является стимулом для сбыта собственной продукции. Для ускорения процесса секреты производства и лицензии продаются в совокупности, что требует меньших затрат, чем продажа лицензий без ноу-хау. Страны с преобладающими долями экспорта и импорта занимают лидирующее место в международной торговле. Ведущее место в экспорте лицензий занимает США.

На данном этапе для каждой экономически развитой страны оборот торговли лицензиями, ноу-хау и инжиниринговыми услугами увеличивается.

Список цитированных источников

1. Балабанов, И. Т. Внешнеэкономические связи / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – Издательство: Финансы и статистика, 2000. – 512с.
2. Евдокимов, А. И. Международные экономические отношения. – М.: Издательство «Велби», 2005. – 552 с.

УДК 334.021

Зданевич А. Е.

Научный руководитель: к. э. н., доцент Юрчик В. И.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Социальная ответственность бизнеса – ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или не определенных законодательством, влияющих на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом.

Экологическая составляющая ответственности представляет собой осознанное и мотивированное участие бизнеса в разнообразных мероприятиях, направленных на предупреждение и минимизацию негативных воздействий на окружающую среду, рациональное природопользование, экономию сырьевых и энергетических ресурсов в процессе хозяйственной деятельности [1].

Анализ эволюции развития концепции экологической ответственности, а также анализ этимологии существующих интерпретаций понятия «экологическая ответственность промышленного предприятия» позволили нам определить основные черты экологической ответственности, которые будут выступать базой настоящего исследования [2].

Экологическая ответственность промышленного предприятия:

- Условно-добровольный характер экологической ответственности;
- Учет интересов всех заинтересованных сторон;
- Принятие экологических обязательств и, как следствие, разработка мероприятий в сфере охраны ОС и их реальное осуществление;
- Соблюдение требований законодательства в области охраны ОС является лишь несколькими из множества инструментов реализации практики экологической ответственности;
- Результат – устойчивое развитие бизнеса и повышение уровня экологической безопасности [3].

Корпоративная социальная ответственность – концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на фирмы и прочие заинтересованные стороны общественной сферы [4].

Социальные активы – сумма средств, вложенных в развитие предприятия в части трудовых ресурсов (повышение квалификации, улучшение охраны труда, жилищных условий, профилактическое лечение) с целью получения будущего дохода, выгоды.

Социальный паспорт – это наиболее эффективный механизм раскрытия информации о корпоративной социальной политике организации [5].

В законодательстве отсутствуют утвержденные нормы и требования по разработке социального паспорта. Пример социального паспорта предприятия ОАО «СГЦ «Западный» можно видеть на рисунке 1.