

вие на данном рынке позволяет говорить о высоком научно-техническом и экономическом развитии страны. Около 60 % рынка научно-технической продукции приходится на лицензионную и патентную торговлю ОПС.

В торговле ОПС заинтересованы оба контрагента, участвующих в сделке. С одной стороны, организация создавшая ОПС путем продажи компенсирует затраты на его создание и получает, как правило, значительную прибыль. С другой стороны, покупатели ОПС экономят время, а зачастую и финансовые средства на покупке по сравнению с созданием ОПС собственными силами, при этом не имея гарантии на успех и значительную экономическую эффективность.

Торговля ОПС, активно развивающаяся во всем мире, пока не получила должного развития в Республике Беларусь. Так, в Государственном реестре зарегистрировано только 206 договоров. И хотя в 2000 г. наблюдалась активизация деятельности предприятий по купле-продаже лицензий (заключено 15 договоров) можно говорить, что даже внутренняя торговля ОПС в Республике Беларусь находится практически в зачаточном состоянии.

Несмотря на самостоятельную ценность торговли ОПС и ее высокий торгово-экономический потенциал, она несет и другую не менее важную функцию получения прямой экономической выгоды — через интенсивный технологический обмен способствует развитию общества. Отсутствие же динамического развития в торговле ОПС приводит не только к прямым экономическим потерям в виде упущенных выгод, но и тормозит технологическое, экономическое развитие общества.

Основной проблемой в области торговли ОПС является низкий уровень их коммерческой ценности, что может быть обусловлено двумя основными причинами: завершением большинства НИОКР является создание ОПС, при этом не предусматриваются направления его коммерциализации; огромное количество ОПС было создано в Республике Беларусь с большим технологическим отрывом от текущего технического уровня предприятий, что требует необходимости коренного пересмотра технологического уклада производства и значительных финансовых затрат для того, чтобы ОПС можно было использовать и получать экономическую выгоду.

Вместе с тем ведущие постиндустриальные страны обладают относительно дешевыми ОПС в силу их распространенности с отработанными механизмами эффективной коммерческой реализации и заинтересованы в их продаже и приобретении действительно новых, пусть и не доведенных до коммерческого уровня ОПС. В связи с чем возникает возможность эффективного обмена ОПС путем торговли как на внутреннем, так и на внешнем рынке, в том числе с другими государствами. Попытки же сохранения потенциально высокоэффективных, но не имеющих возможности реализации в РБ ОПС приведет к тому, что через 2—3 года их никто не захочет приобрести в силу их технологической отсталости и неактуальности.

*Г.К. Козлова  
БГЭУ (Минск)*

## **ПРЕДПРИЯТИЯ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ — КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ**

Конкурентоспособность — это способность продавать товар и услуги и конкурировать, а также постоянно увеличивать свою долю на рынке.

В условиях рынка борьба ведется за потребителя, за более полное удовлетворение его потребностей, что обеспечивает производителю реализацию товаров и услуг. Наиболее успешно в такую "борьбу" вступила торгово-производственная единица ПБО, удовлетворяющая потребностям населения в дополнительном питании, позволяющая сократить до минимума затраты времени на получение пищи и специализирующаяся на изготовлении и реализации на месте для потребителя постоянного ассортимента блюд, напитков и кулинарных изделий. Время обслуживания — 5—15 минут в зависимости от наценочной категории.

Оценить конкурентоспособность ПБО по сравнению с предприятиями питания традиционного типа в условиях трансформации экономики позволяет так называемая теория эффективной конкуренции. Ее сущность заключается в использовании большого количества показателей, характеризующих различные направления деятельности предприятия. Их оценка в совокупности отражает производственный потенциал предприятия и его место и долю на рынке.

В соответствии с этой теорией ПБО и ПП традиционного типа оцениваются по следующим основным направлениям.

1. Анализ финансового положения (платежеспособность предприятия, финансовая устойчивость, уровень коммерческой активности, уровень рентабельности и др.);

2. Оценка соответствия используемого производственного (торгово-технологического) процесса современным технологиям (объем выпуска и реализации продукции, услуг; производственная мощность предприятия; состояние производственных мощностей; обеспеченность ресурсами; организация технологического процесса и др.);

3. Анализ организации и управления (рациональность оргструктуры управления; профессионализм руководства и управления; действующая система планирования и др.);

4. Анализ эффективности стимулирования труда (производительность и эффективность труда; обеспеченность рабочей силой; уровень заработной платы и социальных выплат; стабильность кадрового состава; уровень квалификационного состава и т.д.);

5. Оценка эффективности применяемого маркетинга (ассортиментная и товарная политика; ценовая политика и тактика; методы и каналы товародвижения; организация хозяйственных связей, их стабильность и эффективность).

Благодаря стабильному финансовому положению, организации быстрого и качественного обслуживания потребителей на уровне среднемировых стандартов, закупке высококачественной продукции, удобному расположению ПБО (административные районы городов, аэро- и автовокзалы, железнодорожные, автомобильные магистрали, зоны отдыха, рынки, места работы и учебы населения и другие массовые места), внедрению и использованию лучших зарубежных и отечественных технологий, разработке и внедрению нового продукта в более короткие сроки, обеспечению потребителям дополнительных услуг, прежде всего навынос в термоупаковке, эффективной мотивации и стимулированию труда. ПБО составили конкуренцию предприятиям питания традиционного типа в современных рыночных условиях.