

Таким образом, можно сделать вывод о том, что качество продукции относится к числу важнейших критериев функционирования предприятия в условиях относительно насыщенного рынка и преобладающей неценовой конкуренции. Оно формируется на всех стадиях жизненного цикла продукции и является результатом эффективной деятельности по планированию, координации, контролю и анализу процессов, обеспечивающих надлежащее качество изделий.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Стандарты в области административного управления качеством и обеспечения качества: Международный стандарт ИСО 8402-86. 1991.
2. Сеница, Л.М. Организация производства: учебник для студентов высших учебных заведений по специальности «Экономика и управление на предприятии». – Минск: ИВЦ Минфина, 2008. – 321 с.
3. Новицкий, Н.И. Управление качеством продукции. – М, 2002. – 425 с.

УДК 338.2

Коваленко Ев.А., Коваленко Ел.А.

Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.

ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР БЕЛАРУСИ И УКРАИНЫ

Украина является одним из основных торговых партнеров Республики Беларусь. В 2010 году по объему товарооборота с Республикой Беларусь Украина заняла второе место среди всех стран – торговых партнеров. В свою очередь, Республика Беларусь традиционно входит в первую десятку (пятая) внешнеторговых партнеров Украины.

Что касается динамики внешней торговли с Украиной, то товарооборот в 2008 и 2009 годах составлял 4893,0 и 2982,5 млн. долларов соответственно. Несмотря на снижение экспорта, сальдо оставалось положительным как в 2008 г. (662,8), так и в 2009 г. (403,7). В 2010 г. товарооборот с Украиной составил 4439,9 млн. долларов США. При этом объемом белорусского экспорта – 2562,3 млн. долларов, импорт – 1877,6 млн. долларов, при положительном сальдо 684,7 млн. долларов.

Товарооборот между Беларусью и Украиной по итогам 2011 г. возрос на 40% в сравнении с аналогичным периодом 2010 г. и достиг рекордных показателей – \$6,2 млрд. [1].

Между Беларусью и Украиной заключено более 160 двусторонних международных договоров. Основные среди них:

- "Договор о дружбе, добрососедстве и сотрудничестве" (1995)
- "Соглашение о свободной торговле" (1992, изменения – 2006)
- "Договор о государственной границе между Украиной и РБ" (подписан – май 1997, ратифицирован Украиной – июль 1997, ратифицирован РБ – апрель 2010) [2].

Двустороннее экономическое сотрудничество развивается прежде всего благодаря географической близости двух государств и взаимной заинтересованности в производимой продукции. Основу белорусского экспорта составляли холодильники и морозильники, тракторы и седельные тягачи, полимеры этилена, сахар, масло сливочное, шины, тара пластмассовая, металлопродукция, минеральные удобрения, нефтепродукты, комбайны, кокс и битум, чулочно-носочные изделия, части и оборудование для автомобилей и тракторов, растворители и разбавители органические, волокна синтетические, автомобили грузовые, рыбопродукты.

Основу импорта из Украины составляют металлопродукция, жмыхи, электроэнергия, масло подсолнечное, вагоны, кукуруза, лекарства, части подвижного состава, табак, шо-

клад, части и оборудование для автомобилей и тракторов, оборудование для термической обработки материалов, пиво, карбонаты, аккумуляторы, плиты ДСП, бумага, картон, кондитерские изделия.

На территории Брестской, Гомельской, Гродненской и Минской областей РБ действует Программа трансграничного сотрудничества «Польша-Беларусь-Украина 2007-2013». Основной целью Программы является поддержка процесса развития трансграничных территорий. Цели Программы будут реализованы при помощи некоммерческих проектов, осуществляемых в рамках следующих приоритетов и мероприятий:

Приоритет 1. Повышение конкурентоспособности приграничной территории

1.1. Улучшение условий для развития предпринимательства

1.2. Развитие туризма

1.3. Улучшение доступа в регионы

Приоритет 2. Повышение качества жизни

2.1. Защита окружающей среды на приграничной территории

2.2. Эффективные и безопасные границы

Приоритет 3. Институциональное сотрудничество и поддержка местных инициатив

3.1. Повышение возможностей трансграничного сотрудничества на региональном и местном уровне

3.2. Инициативы местной общественности

Территория поддержки Программы состоит из партнёрских территорий и прилегающих к ним регионов:

- в Беларуси: Гродненская область, Брестская область, семь западных районов Минской области: Мядельский, Вилейский, Молодечненский, Воложинский, Столбцовский, Несвижский и Клецкий, а также прилегающие регионы: восточная часть Минской области (15 районов и город Минск) и Гомельская область;

- на Украине: Львовская, Волынская и Закарпатская области, а также прилегающие регионы: Ровенская, Тернопольская и Ивано-Франковская области.

Площадь территориальных единиц Программы включает:

- Белорусскую часть площадью 138.5 тысяч км² (включая 68.9 тысяч км² прилегающих регионов)

- Украинскую часть площадью 102.5 тысяч км² (включая 47.8 тысяч км² прилегающих регионов) [3].

Плодотворно развивается сотрудничество Украины с Беларусью в рамках Еврорегиона "Буг", в состав которого входят Волынская область и два района Львовской области (Украина), Брестская область (Республика Беларусь) и Люблинское воеводство (Республика Польша), а также Еврорегиона "Днепр" в составе Черниговской (Украина), Гомельской (Беларусь) и Брянской (Россия) областей.

В настоящее время в Украине функционирует развитая товаропроводящая сеть предприятий Республики Беларусь, осуществляющих дилерские и дистрибьюторские функции, их число постоянно увеличивается. Созданы торговые дома РУП «МТЗ», ОАО «МАЗ», РУП «Белшина», ОАО «Керамин», дочерние и совместные предприятия РУП «БелАЗ», ОАО «Гомельстекло», СП «Санта-Бремор», ОАО «Моготекс», ЗАО «Милавица», «Конте Спа» СООО и многих других белорусских производителей.

На ежегодной основе организуются национальные выставки двух стран. В октябре 2010 года в г. Днепропетровске проведена Национальная экспозиция Республики Беларусь, в марте 2011 года состоялась Национальная выставка РБ в г. Львове.

Значительное влияние на результаты двустороннего товарооборота оказывают решения Межправительственной Белорусско-Украинской смешанной комиссии по вопро-

сам торгово-экономического сотрудничества. Двадцатое заседание Комиссии состоялось 15 декабря 2011 года в Киеве.

Для чего же нужно трансграничное сотрудничество? Существуют принципы трансграничного сотрудничества, безусловно, важные для решения социально-экономических проблем в фактически депрессивных приграничных регионах и в Беларуси, и на Украине. Среди них: поддержка проектов, связанных с развитием инфраструктуры, туризмом, культурой, охраной окружающей среды, развитием человеческого капитала и инициативами местных общин, децентрализация управления, обеспечение участия большего количества партнеров из Беларуси и Украины и т.д.

В данный момент развитие отношений проходит в различных направлениях.

Брестская область намерена расширять сотрудничество с Украиной в сфере логистики и машиностроения. По итогам состоявшейся 21 Февраля 2012 г. в Киеве встречи с главами госадминистраций украинской столицы и области, представителями деловых кругов Украины, дилерами ведущих белорусских предприятий Константин Сумар рассказал о наличии заинтересованности со стороны украинских партнеров к расширению двустороннего сотрудничества с Беларусью и с Брестской областью в частности. В то же время, по мнению губернатора, сегодня для дальнейшего развития внешнеэкономических отношений между Брестской областью и Украиной необходимо выстраивать логистику. Именно эта ниша, по словам Константина Сумара, пока еще не в полной мере развита. Губернатор отметил, в частности, что у региона есть прекрасные возможности для поставок на соседние рынки различных видов техники – почвообрабатывающей, для химзащиты и других, которые используются в Украине. Именно такую задачу – продолжать завоевывать украинский рынок и развивать пока еще слабо задействованную сферу сотрудничества в области логистики и машиностроения, как отметил Константин Сумар, ставит сегодня перед собой руководство Брестской области.

22 марта 2012 г. город над Бугом посетила делегация из Ровенской области Украины с главой областной государственной администрации Ровенской области Василем Берташем. В Бресте гости пообщались с представителями власти, прошлись по красному асфальту цитадели, посетили СПК «Остромечево» и ОАО «Комаровка». Василий Михайлович уверен, что будущее двух государств – за предпринимательством. «Нам надо сегодня, чтобы больше работал и малый и средний бизнес. Это выгодно и для украинцев, и для белорусов. Главное, что есть взаимный интерес в этом направлении». В качестве примера Василий Берташ привел регулярное участие как белорусских, так и украинских предприятий в международных выставках, организуемых нашими странами. Один из важнейших вопросов, которые хотел обсудить глава делегации с руководством Брестчины, возможность создания совместных предприятий. Василий Михайлович уверен, что для этого у регионов есть все возможности: «Мы можем наладить обоюдovодное производство сельскохозяйственной техники и альтернативного топлива. Кроме того, около 40 процентов в торговом обороте между нашими странами занимает древесина. Почему бы нам не создать СП, чтобы не возить к вам заготовки, а непосредственно создавать качественную продукцию в Беларуси?». Глава Ровенской области добавил, что, помимо перечисленных, у наших регионов еще много вариантов для сотрудничества: «Для этого мы сегодня и приехали, чтобы всё обговорить и в будущем разработать уже конкретные концепции. Главное для нас: работать так, чтобы было выгодно и Беларуси, и для Украины».

Есть и не очень положительные моменты в отношениях, как, например, продуктовая война.

Украина 1 марта временно приостановила ввоз на свою территорию из Беларуси животных, а также мясной продукции из-за опасения распространения африканской чумы свиней. Также из-за систематических нарушений, по заявлению украинской стороны, ветеринарно-санитарных требований (превышение максимально допустимых уровней остатков ветеринарных препаратов в молочных продуктах) был временно приостановлен ввоз белорусского молока и молочных продуктов. Украинская сторона заявляет, что ограничения связаны не с качеством продукции, а с ее безопасностью [4].

Пока точно неизвестно, когда белорусские производители продовольствия вновь получат доступ на украинский рынок. По этому вопросу ведутся переговоры на уровне ветеринарных ведомств.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О торгово-экономическом сотрудничестве Республики Беларусь и Украины [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.ukraine.mfa.gov.by/rus/relations/trade/. – Дата доступа: 10.04.2012.
2. Беларусь и страны СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.mfa.gov.by/bilateral/cis/. – Дата доступа: 06.04.2012.
3. Общая информация о Программе трансграничного сотрудничества «Польша-Беларусь-Украина» 2007-2013гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.brest-region.by/topic.php?tid=10144. – Дата доступа: 10.04.2012.
4. Брестская область намерена расширить сотрудничество с Украиной в машиностроении и логистике [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/all_news/regions/. – Дата доступа: 10.04.2012.

УДК 228.24(072)

Хватик М.В., Дудич Ж.В.

Научный руководитель: ст. препод. Степанюк В.Л.

КРОСС-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ

Маркетинговые технологии не стоят на месте, и каждый год потребительскую аудиторию будоражат новые способы привлечения внимания к товарам и услугам. Вместе с тем, компании ищут менее затратные и более эффективные методы продвижения товара.

Однако по убеждению М. Мак-Дональда, те маркетинговые приемы, которые обеспечивали успех десять лет назад, сегодня уже перестали работать. Причина кроется в резком возросшей информированности потребителей, предпочитающих самостоятельно определять свой стиль жизни, а потому невосприимчивых к традиционным маркетинговым приемам.

Если, например, на автозаправочной станции предлагают застраховать машину, можно не удивляться – это нормальный рыночный ход. На языке маркетологов такие перестрелные продажи называются кросс-маркетингом (cross-marketing).

Рассмотрим определения кросс-маркетинга, данные различными авторами.

• **Кросс-маркетинг** – перекрестное продвижение, технология продвижения компании и товара, когда две или более компаний реализуют совместные программы, направленные на стимулирование сбыта или повышение осведомленности.

• **Кросс-маркетинг** – это программы мероприятий по продвижению и продажам, реализуемые совместно двумя (или несколькими) компаниями с не конкурирующими брендами.

• **Кросс-маркетинг** – это способ оптимизации продаж без увеличения штата компании, т.к. в данном случае условное увеличение штата происходит за счет сотрудников партнера, которые начинают продавать товар данной компании.