

технологий; специальности оператор ЭВМ, техник-программист, бухгалтер, инспектор по кадрам.

В условиях жесткого бюджетного ограничения большое значение в профессионально-техническом образовании придается производственной деятельности. Внебюджетные средства дают возможность обеспечивать учебные заведения необходимым инструментом, оборудованием для практических занятий, решать многие хозяйственные проблемы.

Так, на сегодняшний день, Лужеснянский колледж — успешное учебное заведение. Имеет четыре общежития, столовую, кафе. Есть магазин, здравпункт баня, стадион, спортзал, дискозал, сад-ясли. Колледж получает денежные средства "в результате реализации произведенной учащимися продукции, за счет дополнительных услуг: от сдачи в аренду футбольным командам Витебска своего стадиона. В колледже искусств г. Витебска производственная деятельность студентов также позволяет получать деньги. "Большим спросом пользуются оконные рамы, двери, половые доски и многое другое для обустройства домов и квартир. А вот Городокский профессионально-технический колледж предлагает на коммерческой основе получить права водителя категории «В».

Следует также сказать, что если в недавнее время работа профессионально-технических учебных заведений была направлена на удовлетворение спроса учащихся, то теперь их работа будет определяться и заказчиком кадров — отраслью, а то и конкретным предприятием. основополагающий принцип маркетинга един для всех отраслей — во главу угла ставятся нужды потребителей, путем удовлетворения которых фирма-производитель получает прибыль. В сфере образования это предполагает удовлетворение потребностей: личности — в образовании, учебного заведения — в его развитии и благосостоянии, производства — в воспроизводстве интеллектуального потенциала.

УДК 339.924

## **АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА РОССИИ И БЕЛАРУСИ**

***В.П. Чёрный, М.А. Лопатенкова***

Достоинства или недостатки любого Сообщества, Содружества или более интегрированной формы объединения — Союза — нельзя выявить вне реальных условий их возникновения, то есть без учета важнейших факторов, предопределивших их создание и перспективы дальнейшего развития. В этой связи представляет несомненный интерес анализ конкретной общественно-исторической среды, в которой возник союз России и Беларуси, а также важнейших факторов, дающих представление о том, как он отвечает их жизненным интересам.

Значение союза России и Беларуси выходит за пределы обоих государств. Он может рассматриваться не только как ядро нового международного объединения, а будучи открыт для любой третьей страны, которая разделяет цели и принципы союза, представляет из себя одну из возможных моделей углубления интеграции между всеми странами СНГ, а также за его пределами [1].

Нормативно-правовая база Союзного государства базируется на следующих основных документах:

- 1) Договор «О создании Союзного государства». Подписан 8 декабря 1999 г., вступил в силу 26 января 2000 г.
- 2) Договор «О равных правах граждан».
- 3) Договор «О сотрудничестве в области социального обеспечения».
- 4) Постановление «Об обеспечении равных прав на приобретение в собственность, владение, пользование и распоряжение имуществом».
- 5) Решение Высшего Совета «О беспрепятственном обмене жилых помещений».
- 6) Решение Высшего Совета «О равных правах на трудоустройство, оплату труда и предоставление других социально-трудовых гарантий».
- 7) Постановление «О взаимном предоставлении равных прав в получении все-сторонней медицинской помощи».

Среди основных направлений внешнеполитической деятельности Союзного государства можно выделить: координацию действий в сфере внешней политики; взаимодействие в международной сфере по военным и пограничным вопросам. Кроме того, важнейшими направлениями внешнеполитической деятельности являются обеспечение признания Союзного государства всем мировым сообществом, активное участие в деятельности и мероприятиях международных организаций, развитие всесторонних связей с бывшими республиками СССР в рамках СНГ, участие в обеспечении стабильности и безопасности на евразийском континенте и в мире.

Главный акцент в интеграционном сотрудничестве России и Беларуси ставится на создание единого экономического пространства. В этой плоскости ведется работа по проведению структурных преобразований в области налогово-бюджетной, денежно-кредитной политики, внешнеэкономической деятельности, страхования, валютного регулирования.

Активно развиваются российско-белорусские торгово-экономические связи. За время «союзного строительства» товарооборот между Россией и Беларусью вырос в несколько раз, и если в 1999 году он составлял 7 миллиардов долларов, то к 2008 году его показатели выросли до рекордного показателя в 35 миллиардов, что в структуре СНГ составляет 50% товарооборота России.

Беларусь занимает около 5% в товарообороте России, а Россия почти половину в белорусском товарообороте. Россия поставляет 85% комплектующих в Беларусь для ее заводов, 95% энергоносителей, также именно через Беларусь проходит 85% товаропотока из России в Европу [2].

Одним из важных направлений интеграции является реализация около 40 межгосударственных экономических, оборонных, социальных программ и проектов. Их финансирование осуществляется из бюджета Союзного государства.

Большую роль в российско-белорусских отношениях играет быстро развивающееся межрегиональное сотрудничество. В настоящее время все 6 белорусских областей и Минск связаны соглашениями о сотрудничестве с 80 субъектами Российской Федерации. В Минске действуют представительства 6 российских регионов. В десяти регионах России открыты отделения посольства Беларуси.

В настоящее время в рамках СНГ сформировался феномен разноскоростного интеграционного процесса, в результате которого на территории СНГ сложился ряд субрегиональных объединений с различными принципами взаимодействия. В связи с этим перед русскими и белорусами сегодня стоит сложная задача, во-первых, преодоления угрозы разобщения внутри союза и, во-вторых, использова-

ния преимуществ появления небольших группировок, которые могут ускорить решение практических вопросов взаимодействия.

При этом главный приоритет должен отдаваться расширению и углублению рыночных основ интеграции, повышению роли предпринимательских структур в хозяйственном взаимодействии стран. Локомотивом и катализатором интеграционного процесса должны стать транснациональные корпорации, которые способствуют развитию межгосударственной торговли, расширению сбыта продукции на всей территории России и Беларуси путем создания дочерних предприятий, производственных и торговых филиалов.

#### Список использованных источников

1. Азар, И. Перспективы создания союза России и Беларуси / И. Азар // Электронная газета. — 29.05. — 2007
2. Информационно-аналитический портал Союзного государства. [Электрон. ресурс]. — Режим доступа : [www.soyuz.by](http://www.soyuz.by).

УДК 659 : 658 (476)

### РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ОАО «КИМ»

**М.А. Шевяко, Е.Н. Муха**

Легкая промышленность Республики Беларусь является одной из наиболее благополучных отраслей производства. Однако за последние несколько лет на рынке Республики Беларусь наблюдается снижение объемов производства чулочно-носочных и трикотажных изделий крупных отечественных производителей из-за увеличения доли рынка импортной продукции, а также появления небольших производителей с продукцией высокого качества за счет использования высокотехнологического оборудования. На рынке чулочно-носочных изделий действуют такие основные предприятия, как ОАО «БЧК», ОАО «КИМ», «8 Марта», СП «Сопте», «Василина». При этом каждая фирма занимает следующую долю рынка: ОАО «БЧК»-27,5%, ОАО «КИМ»-9,7%, «8 Марта»-2%, СП «Сопте» - 4,9%, «Василина»-0,5%, другие-55,4%.

ОАО «КИМ» является крупнейшим предприятием в Беларуси по производству и реализации чулочно-носочных, бельевых и верхних трикотажных изделий. Продукция ОАО «КИМ» соответствует лучшим отечественным и зарубежным аналогам по качеству и внешнему виду. Трикотажные и чулочно-носочные изделия с маркой «КИМ» популярны и пользуются стабильным спросом в Беларуси, стран СНГ и Западной Европы. Исходя из позиционирования торговой марки по таким показателям, как использование натуральных материалов, размерная шкала, цветовая гамма, стойкость цвета при стирке, удобство при носке, модельный ряд, растяжимость в процессе носки, качество швов ОАО «КИМ» не является лидером на рынке. Основным его конкурентом является ОАО «БЧК», который занимает лидирующее положение на рынке практически по всем перечисленным показателям. «КИМ» занимает лидирующее положение только по такому показателю, как «удобство при носке».

Чтобы улучшить свою ситуацию на рынке, предприятию необходимо разработать эффективную систему маркетинговых коммуникаций. Каждое предприятие-