

From the said above we can see that branding is a major issue in product strategy. On the one hand, developing a branded product requires a great deal of long-term investment, especially for advertising, promotion and packaging. On the other hand, manufactures eventually learn market power lies with building their own brands.

<http://edoc.bseu.by>

*Т.Н. Колодич
ПолесГУ (Пинск)*

BELARUS – DEUTSCHLAND: PERSPECTIVE ZUSAMMENARBEIT БЕЛАРУСЬ – ГЕРМАНИЯ: ПЕРСПЕКТИВНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

In статье приводятся основные направления сотрудничества между Республикой Беларусь и Германией. Рассматривается роль внешней торговли. Определены условия инвестирования в экономику Республики Беларусь.

Die Republik Belarus liegt im Herzen Europas. Dank ihrer geopolitischen Lage kann die Republik eine echte Brücke zwischen dem europäischen und dem russischen Markt werden. Doch aus verschiedenen politischen und wirtschaftlichen Gründen, ist Belarus noch nicht bereit, ein Eldorado für ausländische Investoren zu werden.

Trotzdem gibt es folgende Gründe für Investitionen in Belarus:

Belarus verfügt über hochqualifizierte und relativ preiswerte Arbeitskräfte.

Stabile makroökonomische Lage.

Aktivierung der Beziehungen zu internationalen Finanzorganisationen.

Wachstum des Exportpotentials.

In der Republik Belarus sind 6 freie Wirtschaftszonen mit liberalen Bedingungen.

Also, das Land hat das Potential, ein wichtiger Testmarkt für die Erschließung neuer aussichtsreicher Märkte der GUS-Staaten zu werden.

Eine große Rolle für unsere Wirtschaft spielt heute Außenhandel. Jeder dritte Arbeitsplatz ist heute direkt oder indirekt vom Außenhandel abhängig. Schon allein dieser Tatbestand zeigt die hohe Bedeutung des Außenhandels.

Der wichtigste Handelspartner für Belarus hinter Russland ist Deutschland.

Eine überaus erfolgreiche Kooperation zwischen deutschen und belorussischen Unternehmen ist während der letzten Jahre in Form der so genannten Lohnveredelung entstanden. Hier sind die Unternehmen ELIS, Nadex, KIM sowie Switanok zu nennen. Weitere Branchen, wo dieses Kooperationsschema erfolgreich verwendet wird, sind Holzverarbeitung, Gerätebau und chemische Industrie. Das widerspiegelt sich in der Exportstruktur der Republik Belarus in die BRD.

Der weltberühmte Betrieb ist «Pinskdrv». Hier produziert man verschiedene Möbeltypen: Wandschränke, Vorzimmer, Küchen, Schlafzimmerngarnituren, Office- und Polstermöbel, Streichhölzer, Stühle, Tische und andere Waren aus Holz. Die Qualität dieser Produktion entspricht den besten Weltstandarts. Der Betrieb liefert seine Produktion nach GUS-Ländern und Ausland. Traditionell ist Deutschland Hauptpartner im Ausland.

Weltbekannt ist auch belorussische Flachsproduktion. Nach Berechnungen ausländischer Marketingspezialisten bringt ein in den Flachsbaub investierter Dollar stolze vier Dollar bereits nach sechs Monaten. Ein solch schneller Return of investment ist in keiner anderen Branche bekannt.

Die meisten deutschen Unternehmen wickeln ihren Absatz in der Republik Belarus über Direktlieferungen oder über ortsansässige Vertriebspartner ab. Die größeren Unternehmen haben eigene Repräsentanzen eröffnet, die den Markt vor Ort analysieren, Kundennetze sowie eigene Vertriebsketten aufbauen. Dieses Vorgehen wird unter anderem von der Bayer AG, BASF AG, Bosch AG und Siemens AG praktiziert. Die belorussischen Partnerunternehmen erledigen alle Formalitäten im Zusammenhang mit den Lieferungen, besorgen die erforderlichen Zertifikate, Genehmigungen und Lizenzen und übernehmen die technische Garantie sowie Wartungsarbeiten.

Also, als strategisch günstig gelegenes Transitland zwischen der EU und Russland dürfte die Republik Belarus vor allem von den Beitrittsländern tendenziell steigende Lohnkosten profitieren. Nach der EU-Erweiterung könnte Belarus die Rolle Polens, der Tschechischen Republik und Ungarns als verlängerte «Werkbank» Westeuropas übernehmen. Hinzu kommt die günstige geopolitische Lage des Landes als Ost- West- Drehscheibe für die gesamte GUS-Region und den «Megazukunftsmarkt» Russland im Rahmen der Zweieunion, sowie des jungst vereindrateten gemeinsamen Wirtschaftsraums.

*А.В. Кордик
БТЭУ ПК (Гомель)*

CONSUMER COOPERATIVES AS AN ELEMENT OF GLOBAL ECONOMY ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ КООПЕРАТИВЫ КАК ЭЛЕМЕНТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Международный кооперативный альянс является одной из крупнейших организаций, объединяющих около 250 национальных кооперативных организаций более 100 стран мира с общим количеством членов свыше 800 млн человек. Сами кооперативные организации мира приобретают все большую социальную и экономическую значимость, им уделяется все больше внимания со стороны правительственных структур, а кооперативное движение в целом становится более эффективным в решении проблем современного мира.

Consumer cooperatives are generally recognized to be the subject of market relations in Belarus and in the world practice of industrial activities division and cooperation.

Cooperatives exist in the same competitive environment as other companies. That is why they have to work efficiently and gain profit. The main principle and feature of cooperative movement is believed to be permanent care about its members. Management of cooperatives has to take constant care of the members' rights observance: