

Среди лучших мировых поставщиков аутсорсинговых услуг есть компания с белорусскими офисами разработки – EPAM Systems – крупнейший разработчик программного обеспечения в Центральной и Восточной Европе, резидент Парка высоких технологий. Компания получила международную награду CEE Shared Services and Outsourcing Awards за сотрудничество с университетами. Корпоративные обучающие курсы кроме Беларуси открыты в Казахстане, России и Украине.

Формирование имиджа – это длительный процесс, требующий постоянного поддержания положительного мнения о компании со стороны потребителей. В условиях высокой конкуренции на мировом рынке технологических услуг EPAM Systems удерживает лидирующие позиции, выступая в качестве партнера для крупных компаний, помогая им реализовывать проекты по цифровой трансформации бизнес-процессов, что способствует распространению положительного имиджа компании среди потребителей.

Изучение опыта формирования внутреннего и внешнего имиджа компании, предоставляющей качественные услуги, может стать теоретической и практической базой для дальнейшего исследования понятия имиджа IT-компаний и построения внутренних коммуникаций в компаниях.

Ли Сюэ

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКО-РОССИЙСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМ РЕГИОНЕ

Развитие китайско-российских внешнеторговых отношений связано с освоением и развитием Дальнего Востока, Забайкалья и Восточной Сибири в сотрудничестве с Китаем, что имеет принципиально важное значение для реализации экономической стратегии России, модернизации российской экономики, придания ей инновационного характера и интеграции в экономическое пространство Азиатско-Тихоокеанского региона. Предложенный Китаем проект «Экономический пояс Шелкового пути» (ЭПШП) – одно из проявлений современных тенденций экономической регионализации и глобализации.

К перспективному направлению экономического взаимодействия следует отнести приграничную торговлю: ежегодный прирост торговли в Дальневосточном регионе составляет около 30 %, что обеспечивает около 20 % общего двустороннего торгового оборота, или более 40 % общей приграничной торговли Китая.

Имеются предпосылки к созданию совместных предприятий на основе взаимной дополняемости производственных ресурсов двух стран: российский Дальний Восток испытывает недостаток рабочей силы в сельском и лесном хозяйстве, в рыболовстве и добыче полезных ископаемых, в то время как в китайской приграничной провинции Цзилинь ежегодно насчитывается более 100 тысяч желающих трудоустроиться.

Расширение транспортной инфраструктуры между Китаем и Россией является неотъемлемой частью производственно-экономического сотрудни-

чества в создании транспортно-логистического коридора в Северо-Восточной Азии: ускоренное строительство первого железнодорожного моста через реку Амур позволит соединить Транссиб и Байкало-Амурскую магистрали с портами Ванино, Советская Гавань и Находка, с городом Харбин и впоследствии увеличить грузооборот в регионе.

Специалистам из России и Китая целесообразно изучить возможности развития регионального сотрудничества в электронной торговле между двумя странами, странами Северо-Восточной Азии, Азии и Европы: это позволит расширить границы китайско-российской торговли, снизить стоимость товаров, увеличить эффективность торговли и логистики, сократив цепочку «производитель – потребитель», снизив издержки на хранение товаров.

Необходимо расширение сотрудничества в сфере китайско-российского туризма (а именно беспроцентной торговли, коммерческого туризма) путем увеличения количества ночных рейсов, международных и туристических чартерных рейсов, развития сотрудничества авиакомпаний, аэропортов, турфирм, а также создание приграничных зон свободной торговли, промышленных зон научно-технического сотрудничества, которые могли бы стать кластерами для отработки новых форм двустороннего торгово-экономического взаимодействия.

Лю Кайли

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Переход к рыночным отношениям обуславливает необходимость разработки предприятием маркетинговой стратегии развития, позволяющей приспособиться к изменению условий ее функционирования.

Проведенный анализ внешнеторговой деятельности китайских компаний в Беларуси показал, что Беларусь не является для Китая значимым импортером: доля белорусской продукции в импортных закупках Китая в 2016 г. составляла всего 0,06 %. Белорусский экспорт в Китай имеет преимущественно сырьевой характер. В 2016 г. китайские товары в импорте Беларуси составили 8 %. Китайский импорт в Беларуси – инвестиционный и потребительский. В рамках инвестиционных проектов осуществляются поставки комплексного оборудования, финансируемые за счет китайских кредитов. Потребительский китайский импорт во многом зависит от платежеспособности населения и склонности к потреблению.

Систематизировав особенности развития белорусско-китайского сотрудничества в сфере телекоммуникаций, мы выявили, что основными стратегиями ведущих ТНК на белорусском рынке телекоммуникационного оборудования являются: экспорт, представительство и производство оборудования. Для работы СЗАО «БелДжи» характерно развитие широкой сервисной сети во всех областных городах Беларуси, производство наиболее популярных моделей автомобилей «Geely» в среднем ценовом сегменте, ориентация на экспорт автомобилей в страны СНГ, разработка программы стимулирования