

развитии и потому, что процесс слияний и приобретений на международном уровне долг, а их положительный результат не гарантирован.

Шаврук И.В.

Совет Республики Национального собрания Республики Беларусь (Минск)

ПРИСОЕДИНЕНИЕ КНР К ВТО И ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ

Наблюдатели назвали революционным для всей мировой экономики присоединение к ВТО Китая — государства, входящего в восьмерку ведущих стран по уровню производства и в последние годы демонстрирующего самые высокие темпы роста внутреннего валового продукта.

После получения членства в ВТО организации китайские официальные лица неоднократно заявляли о твердом желании выполнять взятые страной обязательства, соблюдать все правила ВТО.

Китайское общество вступило фактически в период беспрецедентных реформ и перемен: правительственные ведомства, предприятия и рядовые китайцы стремятся адаптироваться к новому статусу страны - члена ВТО.

Политическое руководство Китая ясно понимает, что в условиях экономической глобализации развитие китайской экономики невозможно в отрыве от внешнего мира, а развитие мира нуждается и в Китае.

Вступление в ВТО, предоставляет стране реальные огромные коммерческие возможности для торгово-инвестиционного сотрудничества с деловыми кругами всего мира, и их надо реализовать через совершение прорыва в освоении новых сфер зарубежных инвестиций.

После присоединения к ВТО Китай приступил к разработке законов и нормативных актов, скоординированных с подписанными с ВТО соглашениями и протоколами.

Она включает в себя аннулирование ряда законоположений и регламентаций, разработку и совершенствование соответствующих административно-нормативных актов и правил, интенсивную работу по упорядочению местных нормативных актов и правил, а также иных разработанных на местах директивных документов.

Эта сложная работа ведется во всех 25 министерствах и госкомитетах, подведомственных Госсовету КНР, провинциях, автономных районах и городах центрального подчинения и касается более чем 1150 действующих законов, законоположений, регламентаций и других документов.

Во исполнение этих обязательств Госсовет КНР уже подготовил 25 из 30 административных законодательных актов, часть которых была вновь разработана, часть пересмотрена, также аннулировал 12 актов и отказался от 34 политических документов.

Госкомитет по делам планирования и развития уже объявил об аннулировании 124 актов, касающихся цен на товары, и намерен внести коррективы в 51 подобный акт.

Пересмотр отечественных законоположений с внешней стороны можно рассматривать как выполнение страной юридических обязательств, взятых ею перед ВТО, но, по сути дела, Китай фактически перестраивает свою рыночную структуру и рыночные механизмы.

Вступление в ВТО дало стране возможность осуществлять изменения в экономике принципиального характера. На наш взгляд, эти изменения позволят китайской экономике в перспективе полностью интегрироваться в мировое хозяйство.

Шалковская Е.И
Латвийский университет (Рига)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЁЖИ

В условиях нестабильности внешней маркетинговой среды умение компании приспосабливать стратегию своей деятельности к быстроменяющимся запросам потребителей является необходимым, но не достаточным условием для обеспечения эффективности её функционирования на рынке. Для стабилизации важнейших экономических показателей деятельности компании в долгосрочном периоде и с целью создания её конкурентного преимущества необходимо осуществление комплекса маркетинговых мероприятий по воздействию на потребительское поведение целевых рыночных сегментов. Наиболее перспективным сегментом большинства рынков потребительских товаров по демографическим и психографическим (социальный статус, личностные характеристики, стиль жизни) критериям для осуществления маркетинговых воздействий является молодёжь, так как, развив и закрепив у молодёжи определённый, рациональный с точки зрения конкретной компании стереотип потребительского поведения молодёжи является формирование нового стиля жизни. Стиль жизни – это глобальный продукт системы ценностей личности, её отношений и активности, а также её манеры потребления. Изменение стиля жизни – это процесс долгосрочный, который не имеет высокой вероятности достижения поставленных целей, в первую очередь, по причине консервативности поведения довольно большой доли потенциальных потребителей. Однако, доля консерваторов гораздо меньше среди молодёжи, поэтому именно у данного сегмента рынка можно сформировать новый стиль жизни, позволяющий компаниям успешно функционировать на рынке.

Проведённое маркетинговое исследование позволило сделать выводы о специфике потребительского поведения молодёжи в отношении потребления алкогольных напитков. Выявлено, что основными факторами, определяющими выбор алкоголя, для молодёжи являются вкусовые качества и мода. Приверженность определённой марке не характерна для молодёжи. Это означает, что позиционирование новых марок алкогольных напитков на местный рынок при соответствующей информационной поддержке с акцентом на вкусовые качества будет успешным. Наиболее популярными спиртными напитками в Латвии среди молодёжи является водка и пиво, что является негативным симптомом для общества, так как характеризует нерациональность потребитель-