УДК 338(100):338(476)

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Студ. Павлов А.А., к.э.н., доц. Семенчукова И.Ю.
Витебский государственный технологический университет

Среди наиболее очевидных проявлений основных закономерностей международных отношений важное значение на современном этапе приобрел фактор интеграции. Интеграция - это одновременно процесс и состояние, включающее в себя тенденцию к замене раздробленных международных отношений, состоящих из независимых единиц, новыми более или менее широкими объединениями. Благодаря интеграции возможен импорт новых знаний и технологий, увеличение производства и экспорта готовой продукции, привлечение иностранного капитала и многое другое. Мировой финансово-экономический кризис привел к замедлению процесса глобальной экономической интеграции и смещению политико-экономических приоритетов в сторону региональной интеграции. Как показывает мировой опыт, масштабное региональное сотрудничество приводит к повышению международной конкурентоспособности страны. В связи с этим, особую актуальность и значимость приобретает задача анализа эффективного участия Республики Беларусь в интеграционных процессах, что в будущем будет способствовать повышению уровня жизни населения.

Список использованных источников

1. Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.mfa.gov.by – Дата доступа: 24.04.2014.

УДК 339.138: 658.34 (476.5)

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ОБУВЬЮ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ «БЕЛВЕСТ»

Студ. Малашонок Н.В., д.э.н., доц. Яшева Г.А.
Витебский государственный технологический университет

С целью анализа общей удовлетворенности потребителей ассортиментом обуви СООО «Белвест» было проведено анкетирование «Оценка удовлетворенности потребителей обувью «Белвест». Всего было охвачено 200 человек. Выборка была произвольной. Места опроса – фирменные магазины г. Витебска. По результатам анкетирования можно сделать следующие выводы, что СООО «Белвест» является лидером по узнаваемости (90 % опрошенных), при этом только 30 % респондентов периодически покупают обувь данной торговой марки и лишь 3 % отдают ей свое предпочтение. Главными критериями при покупке обуви для большинства рес-пондентов являются внешний вид, качество и цена. При этом обувь предприятия «Белвест» около 80 % опрошенных характеризуют как качественную, износостойкую, но старомодную, грубую и дорогую. Большая часть опрошенных (70 %) негативно относится к марке «Белвест». В качестве рекомендаций для изменения ситуации к лучшему респонденты чаще всего указы-вали на такие факторы как изменение дизайна, цены и внешнего вида. По