

So sind die Auswirkungen von sozialen Netzwerken in der Regel nicht so stark wie im Ausland. Der Grund dafür ist niedrigere im Vergleich zu den anderen Ländern Popularität der sozialen Netzwerke, besonders bei den Erwachsenen.

Den stärksten Einfluss haben die sozialen Netzwerke auf die jungen Leute, besonders Frauen, im Alter von 16 bis 34 Jahren durch die Meinung von Freunden und Bekannten.

In Belarus ist der Einfluss der sozialen Netzwerke besonders aktuell für diese Händler, die nach Jugendlichen orientiert sind. In erster Linie betrifft das die Verkäufer der Kleidung und des Beiwerks. Die Mode spielt unter Jugendlichen eine große Rolle und die Mode wird sich in den sozialen Netzwerken geschafft. So empfehlen wir den Firmen, deren Produktion auf jungen Leuten orientiert ist, Sociale Netzwerke als Marketinginstrument in folgenden Bereichen nutzen:

- einen Account in den beliebtesten sozialen Netzwerken besitzen;
- Meinungen der Kunden sammeln;
- der Zahl von “Likes” als Index der Popularität der Produktion verwenden;
- eigenen Account nutzen, um das Bild des Unternehmens und Produkts zu erstellen.

• •

()

DIE PRÄFERENZSYSTEME DER EUROPÄISCHEN UNION UND DER REPUBLIK BELARUS

Zurzeit ist die Praxis der Zuweisung verschiedener Präferenzen, die mit dem Herkunftsland verbunden sind, weit verbreitet in der Außenhandelspolitik der ganzen Welt. Aber bisher gibt es keine universalen Methoden des Aufbaus des nationalen Systems von Präferenzen, ihre Bestandteile und ihre Wechselwirkungen.

Das Ziel dieser Untersuchung ist, die Theorie und Praxis der Zollpräferenzen in der Europäischen Union und der Republik Belarus zu erlernen und die Vorschläge für die Nutzung der europäischen Erfahrung im Präferenzsystem der Republik Belarus zu entwickeln.

Auf Grund des Zwecks hat diese Studie folgende Aufgaben:

- den terminologischen Apparat, den Inhalt, die Rolle und Stellung der Zollpräferenzen in der Außenpolitik zu erlernen und zu erforschen;
- die europäische und die belarussische Erfahrungen der Ausbildung und der Praxis des Präferenzsystems zu analysieren und zu vergleichen;
- die Vorschläge und Empfehlungen zu entwickeln, um den Mechanismus der Gewährung der Präferenzen von Belarus durch die Nutzung der europäischen Erfahrung zu verbessern.

Es sei in „Grundlagen der Volkswirtschaftslehre“ von Dennis Paschke gesagt, „eine Präferenz“ sei den Vorzug oder die Begünstigung einer Alternative oder einer Ware, oder die Vorliebe, die ein Marktteilnehmer oder jemand für etwas hat. Im rechtlichen Sinne bedeutet eine Präferenz eine handelspolitische Maßnahme in Form einer Vergünstigung und geht in der Regel mit einem sog. Präferenzzollsatz einher.

Die Europäische Union gewährt die Präferenzen entsprechend dem Allgemeinen Zollpräferenzsystem. So wird bei sog. empfindlichen Waren, die in Konkurrenz zu Produkten von Gemeinschaftserzeugern stehen, eine Zollermäßigung von 8,5 % statt 3,5 % gewährt, wenn der Exportstaat bestimmte Umwelt- und Menschenrechtsstandards einhält. Von der völligen Zollfreiheit für die 49 am wenigsten entwickelten Ländern, die Least developed countries, sind Waffen ausdrücklich ausgenommen.

Die Präferenzen werden von Belarus für solche Staaten gegeben, die:

- zusammen mit der Republik Belarus die Freihandelszone haben;
- mit der Republik Belarus ein Abkommen abgeschlossen haben, um eine Freihandelszone zu bilden;
- im Präferenzsystem der Republik Belarus angenommen sind.

Solche Waren, die aus den wenigsten entwickelten Ländern importiert werden, werden mit Zoll nicht belegt.

Im Jahr 2007 wegen der Nichteinhaltung einiger Konventionen der International Labour Organisation wurde Belarus aus dem System der Allgemeinen Zollpräferenzen der Europäischen Union ausgeschlossen.

Nach der Untersuchung könnte folgendes vorgeschlagen werden:

- ✓ die Präferenzsystem der Republik Belarus muss in Blöcke geteilt werden, um das System zu ordnen;
- ✓ Belarus muss mehr Aufmerksamkeit der Qualität der importierten Waren widmen, weil einige Güter im Ausland verboten sind;
- ✓ Belarus muss alle notwendigen Maßnahmen treffen, um in das Allgemeine Zollpräferenzsystem der Europäischen Union zurück aufgenommen zu werden.

• •

()

DIE BESONDERHEITEN DER KOMMUNIKATION IN DER HOTELSPHÄRE

Ein wichtiges Merkmal der Hoteldienstleistungen, die sie vor allem von der Industrie, wo Autos und Werkzeugautomaten eingesetzt sind, unterscheidet, ist eine aktive Beteiligung der Menschen im Betriebsablauf. Die Einbeziehung des menschlichen Faktors übt einen großen Einfluss auf die Ungleichartigkeit, die Variabilität der Qualität und mit ihnen verbundene Mängel der Standardisierung aus. Das ist eines der wichtigsten Probleme im Bereich der Entwicklung von Hoteldienstleistungen. Für die Lösung dieses Problems sind die Servicestandards in vielen Hotelbetrieben eingeführt. Das ist ein Komplex der obligatorischen Regeln der Kundendienstleistungen, die einen festgesetzten Stand der Qualität auf allen Etappen garantieren. Zu diesen Kriterien werden in den meisten Fällen zugeschrieben:

- die Schnelligkeit, mit der es auf den Anruf bezüglich des Erhaltens der Information oder der Buchung reagiert wird;
- die Zeit, die man für die Erledigung der Formalitäten im Beherbergungsdienst braucht;
- die Istzeit für die Leistung von konkreten Diensten;