

По каждому средству существуют маркетинговые решения, которые должны соответствовать задачам продвижения нового товара и формирующие концепцию маркетинговых коммуникаций в местах продажи.

Важную роль в системе маркетинговых коммуникаций в местах продажи принадлежит торговому персоналу магазина. Его работа должна основываться не только на знании предлагаемых товаров, но и умении правильно предложить их покупателям. Коммуникации с участием продавца должны основываться на индивидуальном подходе к каждому покупателю. Важно, чтобы в процессе общения продавец формировал и поддерживал заинтересованность покупателя купить товар.

Заключительным этапом разработки коммуникационных мероприятий по продвижению новой коллекции одежды «Your Line» является оценка эффективности. Следует определить экономическую и психологическую эффективность коммуникаций. Экономическая – определяется путем ее влияния на увеличение товарооборота, прибыли, рентабельности. Психологическая определяется глубиной впечатления, которое реклама оставила в памяти человека, степенью привлечения внимания и степенью ее действенности.

*А. Л. Янчук, БГУУ (Минск)*

## **РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВЛИ В РАМКАХ ВСЕМИРНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

В условиях глобализации все большее значение приобретают действия правительств различных стран по регулированию внешней торговли и защите национальных производителей и потребителей. Эти действия подчинены, как правило, принципам и требованиям Всемирной торговой организации (ВТО), которая на данный момент уже насчитывает более 140 стран-членов. Одной из целей этой организации является полная либерализация мировой торговли. Однако это не означает, что страны не могут воздействовать на условия торговли. Соглашениями ВТО предусмотрены определенные инструменты, с помощью которых осуществляется регулирование внешней торговли.

Основным инструментом, согласно правилам ВТО, должен быть таможенный тариф. К настоящему времени проделана большая работа по снижению ставок таможенных тарифов во всем мире. Особенно ставки были снижены на сырьевые товары и полуфабрикаты. Существуют позиции, по которым предельные ставки установлены в размерах более 100%, в частности, это касается продукции сельского хозяйства.

Высокие тарифы существуют в США для продовольственных товаров, текстиля, обуви, изделий из кожи, ювелирных и керамических изделий и некоторых других. Для некоторых сельскохозяйственных товаров, продукции сталелитейной промышленности установлены тарифные квоты, за пределами которых ставки тарифов являются высокими.

Таможенные процедуры также играют определенную роль в регулировании торговли. Здесь можно рассмотреть практику Европейского Союза, где, несмотря на принятие общего Таможенного Кодекса, таможенные органы разных стран еще не действуют как единый орган. Это создает определенные трудности при импорте товаров, поскольку в разных странах-членах ЕС могут потребоваться дополнительные документы (в частности, сертификаты происхождения).

В США таможенные органы играют значительную роль при определении страны происхождения товаров (особенно при ввозе товара, который облагается антидемпинговой пошлиной). Иногда требуется предоставление дополнительного счета-фактуры на некоторые товары, хотя необходимости в этом может не быть.

Квотирование и лицензирование редко используются на практике. Соглашениям ВТО предусмотрен отказ от этих способов воздействия на внешнюю торговлю как носящие явно протекционистский характер. Тем не менее они еще применяются. Квотирование имеет важное значение при импорте таких товаров, как вооружения и материалы для их производства, наркотические вещества.

Европейским Союзом установлены квоты на ввоз текстильной продукции и ряда сельскохозяйственных товаров. К 1 января 2005 года предусмотрена отмена квот по текстилю для стран-членов ВТО, которая хотя и должна была происходить поэтапно, однако эта отмена отложена для оставшихся позиций до 31 декабря 2004 года. Кроме этого, квотирование играет заметную роль в рынке стали, зерна и удобрений.

Все большее значение в качестве инструмента торговли приобретают национальные стандарты и технические требования. Их провозглашаемой целью является защита потребителей, однако в некоторых случаях эти требования научно не обоснованы и вводятся фактически только для поддержки национальных производителей. В разных странах установлены разные стандарты, поэтому для производителей выпуск товаров в соответствии с требованиями иностранных стандартов приводит к увеличению издержек.

В странах ЕС меры, опирающиеся на стандарты, процедуры тестирования, сертификации, весьма действенны и широко распространены. Особенно эти меры эффективны в отношении продукции высокотехнологичных отраслей, но иногда оказывают заметное влияние на торговлю традиционными товарами. Отличительной особенностью является наличие в ЕС двух типов стандартов: детализированные специфические технические требования и с необходимыми требованиями для защиты здоровья, окружающей среды и безопасности, причем последние распространяются на различные категории товаров.

Целью требований к упаковке и маркировке также является забота о потребителях. Но в то же время они ограничивают доступ на рынок иностранных товаров.

В ЕС для упаковки продуктов питания допускается только использование определенных пластмасс, безопасных для здоровья. Упаковка товаров должна быть пригодной для повторного использования или переработки.

К инструментам торговли можно отнести и санитарный и фитосанитарный контроль. Он играет важную роль при торговле живым скотом и продукцией животного происхождения, особенно когда существуют различия в требованиях.

В ЕС установлены единые требования к оборудованию и санитарному состоянию предприятий мясоперерабатывающей промышленности, вплоть до проверки состояния на местах.

За последние десятилетия возросла роль защитных, компенсационных и, особенно, антидемпинговых расследований в качестве регуляторов торговли. Даже если они и не заканчиваются введением пошлин, но сами по себе имеют ограничительное значение при торговле.

Самым жестким инструментом является запрет на ввоз продукции из определенных стран. Используется в исключительных случаях и, как правило, в целях политического давления.

Для поддержки производства страна может использовать *субсидии*, но лишь в том случае, если они даются на недискриминационной основе, иначе страна-импортер может прибегнуть к компенсационным мерам. На практике иногда используются экспортные субсидии, что противоречит правилам ВТО.

ЕС субсидирует сельское хозяйство, судостроительную и судоремонтную промышленность, авиастроительную промышленность.

Таким образом, для регулирования своей внешней торговли страны-участники ВТО используют весь набор доступных инструментов торговли. Иногда использование того или иного инструмента выходит за рамки правил ВТО или находится у крайней черты. Так или иначе, но страны вынуждены считаться с этими правилами.

Государство с помощью все более сложных методов проводит свою внешнеторговую политику. Оно становится более вовлеченным в торговые процессы с помощью установления правил торговли.

Республика Беларусь не является страной-участницей ВТО, хотя и подала заявку на вступление. Такая ситуация существенно сдерживает развитие ее внешней торговли, т.к. если внутри ВТО страны могут договориться об устранении или смягчении торговых барьеров, то в отношении остальных стран они действуют в полном объеме. Тем не менее, опыт стран-участников ВТО является для Республики Беларусь полезным не только в случае присоединения к этой организации, но и на данный момент, делая регулирование своей торговли соответствующим мировым правилам и практике.