

- планируют дату и время проведения мероприятия;
- разрабатывают сайт конференции и электронную регистрацию;
- составляют смету расходов исходя из заложенного бюджета на проведение;
- определяют тематику открытия мероприятия и список спикеров, которые смогут поделиться со студентами последними тенденциями в сфере экономики и смежных дисциплин знаний, опытом построения и развития собственного бизнеса;
- определяют «лицо» мероприятия – в большинстве случаев им является проректор по научной работе или ректор;
- готовят информационное письмо, программу мероприятия, анонс для прессы, сценарий открытия;
- определяют партнеров мероприятия из числа компаний-работодателей и информационных партнеров, что меняет статус мероприятия, тем самым подтверждая факт интереса рынка к тематике и формату мероприятия.

Таким образом, *специальное событие должно быть спланировано так, чтобы потенциально могло стать значимым в жизни учебного заведения и его клиентов.* Событийный маркетинг эффективен лишь тогда, когда присутствует целевой вектор, в соответствии с которым выбираются мероприятия и целевая аудитория. Каждое мероприятие должно решать определенную маркетинговую задачу и отражаться на общем показателе эффективности.

А.М.Мытник, ассистент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

МЕХАНИЗМ ПРИМЕНЕНИЯ АНТИДЕМПИНГОВЫХ МЕР В ЕАЭС

Современные рыночные отношения характеризуются высокой степенью интенсивности и даже определенной агрессивностью конкурентной борьбы. В стремительной погоне за прибылью субъекты хозяйственной деятельности способны прибегнуть к любым, даже весьма сомнительным с точки зрения порядочности, средствам конкурентной борьбы, к числу которых можно отнести и демпинг. Теоретически демпинг представляет собой продажу товара на экспорт по цене ниже существующей на идентичный продукт на внутреннем рынке страны-поставщика или, по-другому, это вид недобросовестной ценовой политики, способный нанести ущерб национальным производителям. Сам по себе демпинг не запрещен и его применение в качестве рыночной стратегии не противоречит нормам ВТО. Однако принимая во внимание то, что эта тактика может наносить ущерб или существует угроза ущерба национальным производителям, то в рамках ВТО разработан соответствующий механизм противодействия демпингу, который активно применяется всеми странами участниками этой организации.

Принцип защиты национального рынка является приоритетным и в политике Евразийского экономического союза (ЕАЭС), созданного в соответствии с Договором о Евразийском экономическом союзе и функционирующего с 1 января 2015 года. В частности, договор предполагает применение единых мер для защиты интересов производителей товаров в ЕАЭС. Среди мер защиты внутреннего рынка по отношению к товарам из третьих стран особое место занимают антидемпинговые меры [1].

Антидемпинговые меры представляют собой инструменты, применяемые государственным органом в соответствии с установленным законодательством процедурами, для противодействия демпинговому импорту товаров. Отличительной особенностью их применения, является избирательность действия, т.е. они могут использоваться только в отношении поставщиков, которые прибегают к демпингу.

Существует два основных способа устранения неблагоприятных экономических последствий демпинга. Первый из них – это введение антидемпинговых пошлин, второй – принятие со стороны экспортеров ценовых обязательств [2].

Что касается антидемпинговых пошлин, то они являются адресными, вводятся только в отношении демпингующих поставщиков и взимаются в дополнение к обычным таможенным пошлинам. К примеру, если на территорию ЕАЭС будет ввозиться товар, в отношении которого в рамках ЕАЭС установлена ввозная таможенная пошлина и не предусмотрено каких-либо тарифных преференций, то в ходе таможенной очистки товара необходимо будет уплатить как ввозную таможенную пошлину, так и антидемпинговую пошлину.

Однако для введения антидемпинговых мер необходимо выполнение определенных условий. Во-первых, демпинг должен наносить серьезный ущерб промышленности импортирующей страны, или представлять угрозу такого ущерба, или препятствовать созданию соответствующей отрасли в стране. Во-вторых, должна быть установлена причинно-следственная связь между демпингом и ущербом. Кроме того, должно быть наличие интересов государства, оправдывающих его вмешательство. Только при доказательстве всех выше указанных условий может быть начато расследование. Если хотя бы одно из условий не соблюдается, то расследование не состоится [3].

Антидемпинговое расследование может быть начато в результате подачи заявления производителем товара или группой производителей в уполномоченный орган ЕАЭС, которым является Департамент защиты внутреннего рынка Евразийской экономической комиссии. На основании данного заявления уполномоченный орган проводит соответствующее расследование и готовит предложение о применении антидемпинговой меры. Решение о ее введении принимается Коллегией Евразийской экономической комиссии. Если заявление подается объединением производителей, то обязательным условием является поддержка заявления другими производителями. То есть заявление должны поддержать не менее 25 % производителей аналогичного товара в государствах-членах ЕАЭС, и объем их производства должен составлять более 50 % от объема производства аналогичного товара производителей, высказавших свое мнение относительно заявления. Эти два обязательных условия могут вызвать определенные трудности для национальных компаний, чья доля, например на рынке Республики Беларусь, может быть более 25%, но на территории всего евразийского союза быть не столь значительной.

В поданном заявлении должна быть представлена достаточно подробная информация о самом товаре, его свойствах и технических параметрах, известных мировых производителях, импортерах товара в страну расследования, объеме импорта данного товара из страны демпинга, средних ценах продаж товара из страны демпинга, а также производственных мощностях предприятий в стране демпинга и т.д. Данный этап проведения расследования играет весьма важную роль, так как от того, насколько грамотно и обоснованно составлено заявление зависит исход расследования.

Уполномоченный орган рассматривает данное заявление в течение тридцати календарных дней, однако положительное решение об инициировании расследования в силу ряда причин принимается им не всегда. Во-первых, это может быть просто техни-

чески неправильно составленное производителями заявление, либо же не выполнены все обязательные для антидемпингового расследования условия. Во-вторых, соответствующий орган может принять решение, что недостаточно доказательств того, что наносится ущерб соответствующей отрасли, поскольку при оценке ущерба могут приниматься во внимание не только снижение объемов производства, но и другие социально-экономические аспекты. В этой связи, с целью обеспечения оперативного реагирования на демпинговый импорт законодательством союза предусмотрена возможность применения временных антидемпинговых мер, т.е. установления предварительной антидемпинговой пошлины. Ее введение обусловлено еще и тем, что само расследование, проводимое в течение года, а то и более, не в состоянии гарантировать быструю и эффективную защиту производителя от демпингового импорта. Поэтому в случае нанесения демпинговым импортом ущерба экономике страны, его сможет покрыть данная пошлина.

Суть временной защитной меры, состоит в том, что платежи, поступающие от уплаты предварительных антидемпинговых пошлин, вносятся на депозит таможенного органа для того, чтобы предотвратить ущерб, который выявляется в ходе расследования. В зависимости от результатов расследования, суммы, поступившие от уплаты предварительных антидемпинговых пошлин, могут быть перечислены в бюджет, если по результатам расследования вводится антидемпинговая мера или возвращены их плательщику полностью либо частично, если завершение процедуры не привело к принятию антидемпинговой меры [3].

Другой разновидностью антидемпинговых мер являются ценовые обязательства экспортера, т.е. антидемпинговые обязательства. Экспортер товара, в отношении которого начато антидемпинговое расследование, может принять на себя в добровольном порядке обязательство о пересмотре ценовой политики в отношении данного товара или о прекращении его экспорта по демпинговым ценам. Такое обязательство оформляется документально и передается в соответствующий орган, проводящий антидемпинговое расследование. Анализируя обязательства экспортера может быть принято решение о приостановлении или даже прекращении антидемпингового расследования. Соответственно, до тех пор, пока одобренные ценовые обязательства соблюдаются экспортером, антидемпинговые пошлины не применяются[2].

Таким образом, можно сказать, что применение антидемпинговых мер является одним из действенных инструментов защиты как национального рынка, так и рынка ЕАЭС в целом от резко возрастающего импорта товаров. Отличительная особенность этих мер состоит в том, что они применяются узко и направленно, а их действие распространяется на товары, происходящие из конкретной страны. На сегодняшний день в рамках единой таможенной территории ЕАЭС действующими являются 8 антидемпинговых мер [4].

Однако при этом следует отметить, что применение антидемпинговых мер отдельными производителями товаров, реализуется еще не в полной мере. Объясняется это тем, что подготовка заявления, включающая сбор достаточно большого объема информации, а также сама процедура проведения расследования представляет собой достаточно длительный и трудоемкий процесс, в связи с чем, многие предприятия не инициируют данное разбирательство, объясняя это нехваткой соответствующих ресурсов. Поэтому разработка и конкретизация основных правил и положений проведения расследования, а также понятная трактовка основных элементов антидемпингового законодательства в рамках ЕАЭС, будут способствовать активизации применения антидемпинговых мер, давая возможность стране проводить выборочную селек-

тивную политику против наиболее агрессивных конкурентов. Кроме того, отработка механизма применения антидемпинговых мер в рамках союза и обмен соответствующим опытом позволят странам в полной мере применять антидемпинговые меры как средство противодействия демпинговой политике.

Список использованных источников

1. Под защитой [Электронный ресурс] / Евразийский коммуникационный центр. – Режим доступа: eurasiancenter.ru/expert/20141020/1003721332.htm. – Дата доступа: 12.03.2016.
2. Ялбулганов, А., Янкевич, С. Антидемпинговая пошлина в системе защитных мер в Таможенном союзе ЕАЭС [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://xn--7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/7540>. – Дата доступа: 28.03.2016.
3. Ялбулганов, А. Антидемпинговые меры: международно-правовое, наднациональное и национальное регулирование [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.center-bereg.ru/o56.html>. – Дата доступа: 25.03.2016.
4. Применение мер защиты внутреннего рынка ЕАЭС [Электронный ресурс] / БЕЛТА. – Режим доступа: <http://www.belta.by/economics/view/primenenie-mer-zaschity-vnutrennego-rynka-eaes-obsuzhdajut-na-seminare-v-minske-167078-2015/> – Дата доступа: 13.03.2016.

Н. М. Несмелов, к.т.н., доцент

С.В. Сильченкова, ассистент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

ОПТИМИЗАЦИЯ ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА

В деятельности любой торговой организации доминирующее положение занимают ассортимент и качество товаров, ориентированные на потребности покупателей. Однако оптимизации ассортимента товаров противодействует ряд сложностей.

Среди них следует, во-первых, следует указать на несовершенство классификаций отдельных групп товаров, особенно сложного ассортимента, для которых характерно многообразие признаков важных для потребителя при их покупке. Проведенные нами сравнительные оценки классификаций обуви, чулочно-носочных изделий, а также шерстяных тканей подтверждают это заключение.

Так, на основе анализа 4-х источников, в которых представлена классификация обуви [1-4], установлено что уровень учета основных классификационных признаков колеблется в широких пределах; от 25 до 100%.

При этом во всех источниках дается характеристика обуви спортивной и для активного отдыха. В тоже время модельная и производственная обувь представлена в 3-х источниках [1,3,4 и 1,2,4], а специальная и медицинская, только в 2-х [1,2] (50%). Примечательно, что наиболее полно классификационные признаки обуви представлены в учебной литературе [1]. Здесь учтено 68 характеристик обуви, позволяющих достаточно полно представить разнообразие ассортимента сложной группы товаров. Если их принять за 100%, то по остальным источникам этот уровень снижается по источникам [2,3,4,] и составляет, соответственно, только 47, 16,2 и 14,7%.

Следует указать и на существенные различия в рассмотрении обуви по отдельным ее характеристикам. Так во всех источниках рассматривается хромовая обувь и