

воздействия на спрос; разработка концепции и плана проведения рекламной кампании; разработка и изготовление различных видов рекламы; выбор оптимальных средств распространения рекламы для конкретной рекламной кампании; покупка места и времени в средствах массовой информации, т.е. размещение рекламы; разработка и проведение программ публичных рилейшнз; организация и проведение выставок, семинаров, презентаций, ярмарок; исследования по оценке эффективности рекламы; координация действий участников рекламного процесса; консультационные услуги и т.д.

Таким образом, предприятие само должно решать какой из вышеперечисленных способов осуществления рекламной деятельности ему выбрать, исходя из своих возможностей.

#### **Список использованной литературы**

1. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций. М.: Приор-издат, 2015.
2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламной деятельности. М.: Юнити-дана, 2014. 414 с.
3. Р. В. Каменина «Экономика предприятия (фирмы)», 2015. Электронный источник: <https://works.doklad.ru/view/NAf4gtJfjuE/5.html>
4. Статья «Рекламная деятельность организации». Электронный источник: <https://www.reklama-expo.ru/ru/articles/reklamnaya-deyatelnost-organizacii/>
5. Статья «Что такое реклама простыми словами — каковы ее цели и задачи, виды и функции». Электронный источник: <https://kakzarabativat.ru/marketing/chto-takoe-reklama/>

*В.А. Кочнева*, научный руководитель *А.В. Ефанов*  
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия  
[VK.valayk@mail.ru](mailto:VK.valayk@mail.ru)

### **ДЕМПИНГ И НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ**

**Аннотация.** Данная научная статья раскрывает сущность использования демпинга странами мира. Идея статьи заключается в том, что демпинг для мировой экономики является негативным явлением, поскольку он нарушает общий ход конкуренции и дестабилизирует национальную экономику отдельных государств. В ходе написания статьи были выявлены последствия недобросовестной конкуренции и наиболее распространённые методы борьбы с ней. Также приводятся примеры стран, которые в настоящее время обвиняются в использовании демпинга.

**Ключевые слова:** демпинг, виды демпинга, демпинговая маржа, антидемпинговая политика, недобросовестная конкуренция.

Конкурентная борьба – это динамический (ускоряющий движение) процесс, служащий лучшему обеспечению рынка товарами. В качестве инструментов в конкурентной борьбе для улучшения своих позиций на рынке государство или компании используют демпинг [2].

Демпинг – это продажа товаров на внешнем рынке по стоимости ниже, чем на национальном рынке. Демпинг можно определить как ценовую дискриминацию между национальными рынками. Это определение теоретически охватывает ситуацию, когда производитель продаёт товары на внутреннем рынке по цене ниже, чем за рубежом, и

ситуацию, когда он продаёт товары на внутреннем рынке по цене выше, чем на экспортных рынках. Однако в начале 20 века было зафиксировано, что только вторая ситуация вызывает трудности в стране-импортёре. Главная цель демпинга – завоевать новые внешние рынки и наполнить их дешёвыми товарами, которые более конкурентоспособны, чем отечественная продукция.

Демпинг также может служить политическим целям. Экономически мощная страна, которая производит демпинг с менее развитыми странами, стремится подавить конкуренцию со стороны отечественных производителей в этих странах и постепенно установить над ними экономический контроль. Основные виды демпинга:

1) Монопольный демпинг. Данная форма демпинга имеет место, когда предприятие или группа предприятий занимает монопольное положение в своей стране и продаёт за рубеж производимую ею продукцию по ценам ниже, чем те, которые они применяют на своём государственном рынке. Распространена чаще всего.

2) Технологический демпинг. Перепродажа продуктов по низким ценам как результат высокой производительности труда, достигнутой за счёт применения передовой технологии.

3) Социальный демпинг. Используется для определения ценовых выгод, которые страна-экспортёр получила благодаря очень низким издержкам производства из-за низкого уровня жизни и социального развития.

4) Спорадический демпинг. Под спорадическим демпингом понимается импорт какого-либо продукта в значимых объёмах в течении малого промежутка времени. Против подобного демпинга применяются наиболее жёсткие меры, вплоть до обложения антидемпинговой пошлиной, введённой ретроактивно.

5) Преднамеренный демпинг. Временное преднамеренное понижения экспортных цен с целью вытеснения соперников с рынка и дальнейшего установления монопольных цен.

Термин «демпинг» происходит от английского глагола «to dump», что означает сбрасывать, сваливать, разгружать, бросать. В международной лексике термин «демпинг» обычно используется как синоним нечестной конкуренции, которая влияет на цены экспортируемых товаров. Изначально демпинг определялся как деятельность, при которой, как правило, товары продавались внутри государства производителя по более высоким ценам, чем при его экспорте за рубеж. Применялись иные определения демпинга: демпинг – это ситуация, когда стоимость продажи за рубежом ниже той, которую могут предложить конкуренты в стране-импортёре за тот же продукт.

Независимо от конкурентной формы его проявления демпинг создаёт негативные последствия как для экспортирующего государства (налогоплательщики – граждане этого государства в конечном итоге несут все расходы, связанные с демпинговым экспортом), так и для импортирующего государства (общее ухудшение положения отрасли экономики, которое возникает в результате демпингового импорта, что выражается, в частности, в сокращении объёма производства или непосредственно конкурирующих товаров, снижении рентабельности производства таких товаров, негативном влиянии на товарные запасы, трудоустройство, заработную плату, общую инвестиционную активность и другие показатели). Для международной торговли в целом демпинг опасен тем, что он приводит к дезорганизации рынка и создаёт атмосферу торговой войны [2].

Демпинг запрещён правилами Всемирной торговой организации. Демпинг не соблюдает правила добросовестной конкуренции в ущерб местным производителям. В мировой финансовой практике в ряде государств принято противодействовать демпингу путём использования антидемпинговых законов и установления специальных антидемпинговых пошлин. Правительство имеет легитимное право

налагать антидемпинговые пошлины на товары, которые продаются по ценам ниже справедливых и наносят вещественный ущерб промышленности страны-импортёра.

В наше время такие государства, как Украина обвиняются в демпинге, также как и ЮАР, Великобритания, Испания, Италия, Южная Корея и Турция поставляют в США по низким ценам катанку – сырьё для производства проволоки и арматуры – из углеродистой и легированной стали), Япония (некоторые южноамериканские компании обвиняют Японию в демпинге мини-фургонов в США. Были представлены факты, подтверждающие попытку японских компаний вытеснить с рынка отечественных производителей – снижение продаж отечественных автомобилей этого класса на 20% и удвоение продаж японских мини-фургонов. Самыми злостными нарушителями оказались «Тойота» и «Мазда», которые реализуют продажи мини-фургонов по цене на 30% ниже той, что является справедливой).

Европейские промышленные предприятия обвиняют экспортёров в демпинге. (жалоба на демпинг основана на разнице внутренних и экспортных цен производителей, заявила Европейская комиссия. Демпинговая маржа, которую получили экспортёры, значительна, отмечает Еврокомиссия, но её размер не уточняется. Eurofer представила доказательства того, что экспортёры увеличили поставки и увеличили свою долю рынка в ЕС. Это отрицательно сказалось на уровне цен и рыночной доле европейских производителей, отмечает Европейская комиссия, а это, в свою очередь, «отрицательно сказалось на общей производительности, финансовом положении и занятости в европейской промышленности») [1].

Международные антидемпинговые меры: ведущей целью использования антидемпинговых мер в международной торговле считается сопротивление недобросовестной конкуренции. Закон РФ «О защите конкуренции закрепляет понятие недобросовестной конкуренции: «любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации» (статья 4). Демпинг – недобросовестная конкуренция, которая нарушает свободу предпринимательства на международном рынке товаров путём применения нелегальных способов внешней торговли [5].

Прежде всего, антидемпинговые меры ориентированы на противодействие демпинговому импорту в механизме государственного регулирования внешнеторговой деятельности. Эти меры включают ограничение демпингового импорта товаров, осуществляемого исполнительной властью путём введения антидемпинговых пошлин, в том числе временных антидемпинговых пошлин или ценовых обязательств. Следует обозначить, что применение антидемпинговых санкций выступает действенной формой государственного регулирования международной торговли. В то же время сегодня фирмы все чаще прибегают к легкодоступным методам защиты своих интересов – инициированию антидемпинговых расследований, результатом которых обычно является ограничение экспортных квот для производителей – импортёров, использование огромных штрафных санкций или изъятие продуктов производства с рынка.

В соответствии с международными правилами могут применяться антидемпинговые меры, если имеются доказательства ввоза из-за границы на территорию данной страны товара по демпинговым ценам и того обстоятельства, что он причиняет материальный ущерб (или создаёт угрозу материального ущерба) отечественным производителям аналогичного товара или приводит к значительному замедлению создания отрасли отечественной экономики. Для целей применения антидемпинговых (как, впрочем, и компенсационных) расследований важную роль

играет наличие «рыночного статуса» или признание в стране, проводящей расследование того факта, что экономика страны против товаров которой проводится расследование является рыночной [3]. Одной из разновидностей антидемпинговых мер является введение антидемпинговой пошлины.

Устройство воздействия антидемпинговых пошлин учитывает обложение импортных товаров с целью увеличения цен. Величина ставки антидемпинговой пошлины должна быть такой, чтобы цена импортируемых товаров, включая антидемпинговые и обычные таможенные пошлины, взимаемые с импорта, пребывала на уровне или выше стоимости подобного национального продукта и была необходимой для устранения ущерба, причинённого или возможного, национальной промышленности страны-импортёра. Эти пошлины устанавливаются в дополнение к простым таможенным пошлинам и временами носят карательный характер, хотя в принципе они должны быть компенсационными, т. е. соответствовать разнице между обычными и демпинговыми ценами. Антидемпинговая пошлина должна устанавливаться в размере, не превышающем демпинговую маржу для данного товара, при этом под демпинговой маржей понимается разница между нормальной внутренней стоимостью в стране-экспортёре и экспортной стоимостью товара, экспортируемого в иную страну по демпинговой цене.

Применение антидемпинговых мер: преобладание демпинга определяется тогда, когда зарубежная компания продаёт товары на мировом рынке по стоимости ниже, чем на своём национальном рынке. В случае если демпинг наносит серьёзный ущерб отрасли, то фирмы (не менее 50%) этой отрасли обязаны провести собственное объективное расследование, которое состоит из нескольких этапов:

- поиск доказательств факта демпинга;
- расчёт антидемпинговой маржи;
- наличие материального ущерба;
- подтверждение взаимосвязи между ними.

Фирма, подозреваемая в проведении недобросовестной конкуренции, имеет возможность самостоятельно представить бумаги, подтверждающие цены на её товары, в муниципальные органы своей страны для защиты личных интересов. На основании представленных и полученных материалов по процессуальной составляющей профессиональный (государственный) орган имеет возможность принять решение о подаче заявления в орган по разрешению споров ВТО и/или о введении ответных мер.

Разрешение спора уже будет являться содержательной составляющей. Что касается ответных мер, то они могут быть введены ещё до начала разбирательства в органе по разрешению споров ВТО (которое занимает от одного года до нескольких лет). Но это можно сделать не ранее чем через 60 дней после начала расследования компаний из отрасли, пострадавших от демпинга, совместно с компетентными органами. Размер мер не должен превышать размер антидемпинговой маржи. Эти меры будут действовать как дополнительная пошлина за товар [1].

В настоящее время наиболее распространённым видом демпинга на мировом рынке является валютный демпинг, который появляется в результате разрыва между внешней и внутренней покупательной способностью национальной валюты. Валютный демпинг сегодня более скрытен и коварен. Под валютным демпингом следует понимать вывоз товаров по ценам ниже цен конкурентов в результате использования экспортёром дополнительной прибыли от обесценивания валюты вследствие её обесценивания, т. е. обесценивания валюты данной страны относительно валют других стран. Валютный демпинг не безопасен ещё тем, что он постоянно создаёт различные финансовые проблемы во многих странах, приводя к появлению кризисов. Все кризисы – это, как правило, денежные упадки, вызванные

неспособностью управлять или желанием стран иметь больше, чем создаёт настоящее производство.

Проанализировав и обобщив все вышесказанное, можно сделать надлежащие выводы: демпинг считается широко распространённым методом регулирования и выражается в различных видах. Демпинг оказывает положительное влияние на экономическое состояние субъекта его применения и позволяет получать экономические, а временами и политические выгоды. Но для мировой экономики в целом демпинг является не лучшим явлением, потому что он нарушает общий ход конкуренции и дестабилизирует национальную экономику отдельных стран.

#### Список использованной литературы

1. Буева М.А. Торговые споры в рамках ВТО, в которых чувствует Россия и механизм их решения. Режим доступа: [https://economic-definition.com/Business/Demping\\_Dumping\\_\\_eto.html](https://economic-definition.com/Business/Demping_Dumping__eto.html)

2. Горина М.С., Кондратьева Е.М. Экономическая и правовая сущность демпинга как формы недобросовестной конкуренции [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-i-pravovaya-suschnost-dempinga-kak-formy-nedobrosovestnoy-konkurentsii>

3. Горина М.С., Кондратьева Е.М. Актуальная проблематика антидемпинговых мер при импорте товаров в международной торговле [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnaya-problematika-antidempingovyh-mer-pri-importe-tovarov-v-mezhdunarodnoy-torgovle>

4. «ВЗГЛЯД» деловая газета. Обвинение в демпинге цен. Режим доступа: <https://vz.ru/news/2017/10/26/892485.html>

5. ФЗ «О защите конкуренции». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/baabe5b69a3c031bf-b8d485891bf8077d6809a94/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/baabe5b69a3c031bf-b8d485891bf8077d6809a94/)

П.О. Литвинова, научный руководитель А.В. Ефанов  
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия  
[polina.litvi@yandex.ru](mailto:polina.litvi@yandex.ru)

## ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности, функции и типы современных коммуникаций. Выделяются главные составляющие процесса коммуникации, рассматриваются модели коммуникаций, определяется роль и значимость коммуникаций в управлении современными организациями.

**Ключевые слова:** современные коммуникации, организационные коммуникации, виды коммуникаций, информация, корпоративные социальные сети.

Коммуникации в организационном контексте включают взаимодействие между людьми. Внутренние коммуникации играют особую роль в групповой динамике. Без коммуникаций нет общения, обмена информацией, а без этого не может быть и группы. Таким образом, коммуникации выступают как определяющее условие для формирования группы и ее жизнедеятельности.

Все виды управленческой деятельности основаны на обмене информацией, поэтому коммуникации и называют связующими процессами. Руководителю приходится осмысливать большие объемы информации, среди которой есть информация, не влияющая на процесс управления. Поэтому в работе делается акцент на эффектив-