

ТЕРНОПЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин
ім. Б.Д. Гаврилишина
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА
на тему:
Демпінг та антидемпінгові заходи в міжнародній торгівлі

Студентки 4 курсу групи МЕВ-41
Галузі знань
0302 Міжнародні відносини
Напряму підготовки
6.030203 Міжнародні економічні відносини
Пуглаченко І.С.

Керівник доцент Дем'янюк О.Б.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії :

Тернопіль – 2017

Зміст

Вступ.....	2
РОЗДІЛ 1: ТЕОРЕТИК-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕМПІНГУ 1.1.Сутність та види демпінгу	4
1.2.Місце демпінгу в економіці	8
РОЗДІЛ 2: СУЧАСНА АНТИДЕМПІНГОВА ПОЛІТИКА В МЕЖАХ СОТ	13
2.1.Антидемпінгова політика як процес державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності.	13
2.2.Демпінг та економіка України	19
РОЗДІЛ3. УДОСКОНАЛЕННЯ АНТИДЕМПІНГОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ-ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ США	25
Висновки	35
Список літератури	36

Вступ

Актуальність теми дослідження. Докорінні зрушення у світовій економіці в умовах глобалізації, розвитку продуктивних сил, централізації та концентрації виробництва й капіталу вплинули на всі форми й методи конкурентної боротьби, включаючи цінову конкуренцію. Впродовж останніх 10-15 років експорт за демпінговими цінами став одним з найпоширеніших засобів опанування ринків, витіснення конкурентів, а також способів підтримання розширеного відтворення в умовах економічних криз.

Держава є таким суспільним інститутом, який відіграє значну роль у ринковій економіці будь-якої країни, оскільки відображає й забезпечує реалізацію загальнонаціональних інтересів, в тому числі у міжнародній торгівлі. Серед об'єктів державного зовнішньоекономічного регулювання особливе місце посідає демпінг та антидемпінгова політика, які були і залишаються предметом обговорень та суперечок під час міжнародних зустрічей. В умовах глобалізації компанії давновже «переросли» національні межі і є активними учасниками міжнародної торгівлі. Вони потребують якщо не нових, то істотним чином змінених підходів до регулювання їх діяльності.

Питанням демпінгу та антидемпінгового регулювання у світових торговельних відносинах присвячено чимало наукових праць і монографій, серед яких слід назвати праці С.Г. Осики, В.Т. Пятницького, Л.В. Сабельникова, П.І. Хвойника, Ю.В. Шишкова, О.І. Шниркова. Серед зарубіжних авторів, які досліджують зазначену проблематику, слід відзначити А.С. Богданова, Д.Ганінга, Д.Гартена, І.Н.Герчікову, І.В.Гладкіх, О.В. Данильцева, Р.Дейла, І.І.Дюмулена, І.Д. Іванова, П.Колієра, А.С.Кондакова, В.В.Коновалова, В.Г.Кур'єрова, М.М.Лівенцева, П.Ллойда, Е.Є.Обмінського, О.В.Онищука, І.М.Осадчої, К.Стігмана, Д.Франкліна, Б.Хокмена.

Отже, з впевненістю можна говорити, що дане питання є актуальним і потребує більшого та детального дослідження.

Мета дослідження полягає у розкритті сутності демпінгу у міжнародній торгівлі та аналізі запровадження антидемпінгових заходів для захисту національної економіки та підтримки національних товаровиробників тому, щоб дослідити демпінг та антидемпінгові заходи в міжнародній торгівлі.

Завдання:

1. Розкрити сутність та види демпінгу .
2. Визначити місце та роль демпінгу в економіці.
3. Проаналізувати антидемпінгову політику, як процес державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності.
4. Дослідити демпінг в економіці України.
5. Охарактеризувати антидемпінгове регулювання в Україні .

Об'єкт дослідження: регулювання зовнішньоторговельної діяльності

Предмет дослідження: демпінг та антидемпінгове регулювання в міжнародній торгівлі

Важливо вивчити та дослідити правові засади демпінгу та особливості антидемпінгово регулювання у міжнародній торгівлі, оскільки демпінг це явище, яке може нанести серйозної шкоди економіці країни.

РОЗДІЛ 1: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕМПІНГУ

1.1. Сутність та види демпінгу

Демпінг - це міжнародна цінова дискримінація, в якій фірма-експортер продає частину своєї продукції на зовнішньому ринку за дуже низькою ціною, а решту продукції - за вищою ціною на внутрішньому ринку. Хаберлер Готтфрід визначав демпінг як [6]: "Продаж товарів за кордоном за ціною, яка нижча від ціни продажу тих самих товарів і за тих самих обставин в середині країни, з урахуванням відмінностей у транспортних витратах". Джейкоб Віне визначав демпінг як цінову дискримінацію між двома ринками, де монополіст продає частину виготовленого товару на зовнішньому ринку за низькою ціною, а решту - за високою ціною на внутрішньому ринку".

Стандартне технічне визначення демпінгу - це акт нарахування нижчої ціни на товар на іноземному ринку, ніж вартість аналогічного продукту, на внутрішньому ринку експортера або на ринку третьої країни. Це часто називають продажем менш ніж за "нормальною вартістю" на тому ж рівні в ході звичайної торгівлі. Відповідно до антидемпінгової угоди Світової організації торгівлі (СОТ), демпінг не забороняється, якщо він не спричиняє або не загрожує заподіянням матеріальної шкоди вітчизняній промисловості країни імпортера. [3]

Демпінгування можна класифікувати за наступними трьома способами [4]:

1. Спорадичний або переривчастий демпінг:

Він застосовується за виняткових або непередбачених обставин, коли внутрішнє виробництво товару є більшим ніж було заплановано або є непродані запаси товару навіть після продажу. У такій ситуації виробник продає нерозпродані запаси за низькою ціною на зовнішньому ринку без зниження внутрішньої ціни. Це можливо лише в тому випадку, якщо зовнішній попит на його товар є гнучким, а виробник є монополістом на внутрішньому ринку. Його метою може бути ідентифікація свого товару на

новому ринку або становлення себе на іноземному ринку, щоб вигнати конкурента із зовнішнього ринку. У цьому типі демпінгу виробник продає свій товар у іноземній країні за ціною, яка покриває його змінні витрати та деякі поточні фіксовані витрати, для того щоб зменшити свої втрати.

2. Постійний демпінг

Коли монополіст постійно продає частину свого товару за високою ціною на внутрішньому ринку та решту продукції за низькою ціною на зовнішньому ринку, це називають постійним демпінгом. Це можливо лише тоді, коли внутрішній попит на цей товар менш еластичний, а зовнішній попит дуже еластичний. Коли витрати постійно падають разом із зростанням виробництва, виробник більше не знижує ціну продукту на внутрішньому ринку, оскільки домашній попит менш еластичний. Однак, він зберігає низьку ціну на зовнішньому ринку, тому що попит на нього дуже гнучкий. Таким чином, він отримує більше прибутку, продаючи більшу кількість товару на зовнішньому ринку. У результаті внутрішні споживачі також отримують вигоду від неї, оскільки ціна, яку вони вимагають, є меншою, ніж за відсутності демпінгу.

3. Навмисний демпінг

Навмисний демпінг - це той, в якому монополістична фірма продає свій товар за дуже низькою ціною або з збитком на зовнішньому ринку, щоб вигнати кількох конкурентів. Але коли закінчується змагання, вона підвищує ціну товару на зовнішньому ринку. Таким чином, фірма покриває втрати, і якщо попит на зовнішньому ринку менш еластичний, його прибуток може бути більшим.[10]

Основними завданнями демпінгу є[3]:

1. Знайти місце на зовнішньому ринку:

Монополіст спонукає до демпінгу, щоб знайти місце на зовнішньому ринку. Через відмінну конкуренцію на зовнішньому ринку він знижує ціну свого товару порівняно з іншими конкурентами, так що попит на нього зазвичай

може збільшитися. Для цього він часто продає свій товар за рахунок втрати на зовнішньому ринку.

2. Продавати надлишок товару:

Коли надмірно виробляється товар монополіста, і він не може продати на внутрішньому ринку, він хоче продати надлишок за дуже низькою ціною на зовнішньому ринку.

3. Розширення промисловості:

Монополіст також прагне до демпінгу для розширення своєї галузі. Коли він її розширює, він отримує як внутрішню, так і зовнішню економію, що призводить до застосування закону про збільшення прибутку. Отже, витрати на виробництво його товару зменшуються, і, продаючи більшу кількість свого товару за більш низькою ціною на зовнішньому ринку, він отримує більший прибуток.

4. Нові торгові відносини:

Монополіст практикує демпінг, щоб розвивати нові торговельні зв'язки за кордоном. Для цього він продає свій товар за низькою ціною на зовнішньому ринку, тим самим встановлюючи нові ринкові відносини з цими країнами. У результаті монополіст збільшує виробництво, знижує його витрати і отримує більше прибутку.[4]

Демпінгування впливає як на країни-імпортери, так і на країни-експортери таким чином[5]:

1. Вплив на країну-імпортера:

Наслідки демпінгу в країні, в якій монополіст продає свій товар, залежить від того, чи є цей демпінг короткотривалим чи довготривалим, а також характеру товару та цілей демпінгу.

- 1) Якщо виробник продає свій товар на короткий термін за кордон, то галузь країни-імпортера постраждає на короткий час. Через низьку ціну товарів промисловість цієї країни повинна зазнати збитків протягом деякого часу, оскільки продають меншу кількість товарів цієї країни.

- 2) Демпінг є шкідливим для країни-імпортера, якщо він продовжується протягом тривалого періоду часу. Це тому, що потрібен час для зміни виробництва в країні-імпортері, і його вітчизняна промисловість не здатна конкурувати. Але коли дешевий імпорт зупиняється або демпінг не існує, стає важко змінити виробництво.
- 3) Якщо товар є споживчим товаром, попит людей у країні-імпорті зміниться на дешеві товари. Коли демпінг припиняється, цей попит буде зворотним, тим самим змінюючи смаки людей, що буде шкідливим для економіки.
- 4) Якщо товари є дешевими капітальними товарами, вони призведуть до створення нової галузі. Але коли імпорт таких товарів припиниться, ця галузь також буде закрита. Таким чином, в кінцевому рахунку, країна-імпортер зазнає збитків.
- 5) Якщо монополіст продає товар задля витіснення своїх конкурентів із зовнішнього ринку, то імпортуюча країна спочатку отримує вигоду від дешевого товару. Але після того, як закінчаться конкурентні змагання, він починає продавати той самий товар за високою монопольною ціною, імпортуюча країна зазнає втрат, тому що тепер вона повинна платити високу ціну.[10]

2. Вплив на країну-експортера:

Демпінгування впливає на країну-експортерів таким чином [4]:

- 1) Коли внутрішні споживачі мусять купувати монопольний товар за високою ціною через демпінг, існує загроза втрати надлишків своїх споживачів. Але якщо монополіст виробляє більше товарів для того, щоб продати його в іншу країну, споживачі виграють. Це тому, що при збільшенні виробництва товару граничні витрати падають. У результаті ціна товару буде меншою, ніж монопольна ціна без демпінгу. Але ця більш низька, ніж монопольна ціна, залежить від законів виробництва, за якими ця галузь працює. Якщо промисловість вироблятиметься за законом зменшення прибутку, ціна не зменшиться, оскільки витрати

збільшаться, а також збільшуватиметься ціна. Споживачі будуть «невдахами», а монополіст отримає прибуток. При цьому не відбудеться зміна ціни за постійними витратами. Лише тоді, коли витрати потрапляють під дію закону збільшення прибутків, споживачі та монополісти отримують вигоду від демпінгу.

- 2) Країна-експортер також отримує вигоду від демпінгу, коли монополіст виробляє більше товарів. Отже, збільшується попит на необхідні матеріали, такі як сировина та інше для виробництва цього товару, тим самим розширюючи засоби працевлаштування в країні.
- 3) Країна-експортер заробляє іноземну валюту, продаючи свій товар у великій кількості на зовнішньому ринку через демпінг. Як наслідок, її торговельний баланс покращується.[3]

Демпінг все ж таки несе негативний характер більше для країни-імпортера, країна – експортер отримує з цього прибуток та покращує свій торговельний баланс.

1.2. Місце демпінгу в економіці

Дві конкуруючі організації мають різні ресурси і в тій організації, де коштів більше, є можливість реалізувати свої товари / послуги практично по собівартості в розрахунку на надії потіснити конкурента з ринку. У підсумку - конкурент розорений, компанія-монополіст, багато покупців залучено. Використовуючи демпінгову стратегію, можна увірватися на ринок і закріпитися там.[4]

Демпінг, звичайно, є прикладом недобросовісної конкуренції, але якщо подивитися з точки зору споживача – є очевидний виграш. Боротися з демпінгом конкурентам складно, основне правило - не вступати у війну цін. Тільки унікальність послуг / товарів допоможе витримати такий бій. Якщо ж вплутатися в демпінг, зробити ціну нижче собівартості, зайнятися так званим «чорним» демпінгом, можна не отримати масовий попит, тому потрібно попередньо добре оцінити обсяг ринку. Результатом демпінгової цінової

політики може стати як переможний вихід на ринок, так і крах компанії, банкрутство.

Демпінг цін може бути

- наслідок державної зовнішньої політики, коли експортер отримує субсидію;
- результатом типово монополістичної практики цінової дискримінації, коли фірма-експортер, яка володіє монопольним становищем на внутрішньому ринку, максимізує прибуток, збільшуючи ціни при нееластичному попиті, тоді як на конкурентному іноземному ринку, з достатньо еластичним попитом, вона прагне максимізувати свій дохід за рахунок зниження цін та збільшення обсягу продажів. Така дискримінація в цінах можлива, якщо ринок сегментований, тобто важко вирівняти ціни на внутрішньому та зовнішньому ринках шляхом перепродажу товару через високі транспортні витрати або державні обмеження на торгівлю.[6]

Демпінг цін переслідує, як правило, дві мети:

- Зниження цін або демпінг означають добровільну відмову від нормальної рентабельності або реалізацію з фінансовими втратами для досягнення високих прибутків у майбутньому. Дозволити собі таку "розкіш", як заплановані збитки, готові не всі компанії. Для цього потрібно мати значні початкові інвестиції або вже "розкручені" високоприбуткові заходи, які можуть служити фінансовими донорами для нових видів продукції. У "класичній" версії широкомасштабна демпінгова політика спрямована на досягнення домінуючої позиції на ринку та високі монопольні ціни. Багато компаній вибирають також тактику, в якій зниження цін та рентабельності, нижче за середньогалузеві, дозволяють збільшити продажі та отримувати більш валову маржу в майбутньому. Така тактика найбільш підходить для компаній зі стабільними та постійними витратами, що дозволяє максимально використати ефект фінансового важеля.

- Зниження податкових платежів за рахунок зниження цін реалізації та рівня надлишку (ринкова премія) дозволяє мінімізувати фактичні витрати підприємства (з точки зору бюджетних платежів). Це пов'язано з можливістю запровадження різних схем мінімізації податків, розмір яких безпосередньо пов'язаний із рівнем надлишку та валового обороту підприємства. Для такого зменшення податкових відрахувань можуть бути створені різні "буферні" структури, що поглинають або компенсують товарну маржу, а також бартерні схеми, змішані типи розрахунків тощо.[5]

І перша і друга цілі спрямовані, зрештою, на збільшення позитивних грошових потоків компанії, збільшення обсягів продажів та валового прибутку.

Вітчизняна практика сучасного періоду нещодавно зіткнулася з такими ще невідомими явищами, як цінові та тендерні війни, які є неминучими супутниками висококонкурентної ринкової економіки. У найбільш загальному погляді під час цінової війни слід розуміти прогресивне та часто суттєве зниження цін конкурентів на товари, роботи та послуги, що продаються на однорідному ринку. Дуже часто таке зниження цін здійснюється шляхом надання дилерам та споживачам різноманітних типів знижок. Така війна може вважатися базовою або базовою. Специфічний різновид цінових воєн є тендерним і демпінговими війнами. Тендерні війни проводяться під час конкурсу на поставку товарів, робіт та послуг.

Демпінгові війни відображають використання одного з конкурентів демпінгових цін, що передбачає використання цін, що значно нижчі за ринкові, часто навіть нижче рівня середніх витрат виробництва. Спочатку демпінгові ціни застосовувались у зовнішній торгівлі, при експорті товарів на світові ринки і для їх завоювання. В даний час практика демпінгових воєн також використовується на внутрішніх ринках, що пов'язано з загостренням міждержавної та внутрішньої конкуренції у багатьох галузях та секторах економіки. У періоди сезонних продажів

існують цінові війни, які покупці часто не можуть визнати, оскільки знижки, пропоновані компаніями-учасниками, можуть сприйматися кінцевими користувачами як вид сезонних продажів.[9]

Основною причиною проведення цінових війн є бажання завоювати велику частку ринку. Проведення демпінгової війни може означати бажання його організатора повністю витіснити конкурентів з ринку. З боку споживача можна говорити про його виграв, який отримується внаслідок зниження цін, що підтверджується різними прикладами із зарубіжної та частково вітчизняної практики. З цієї причини можна зробити висновок, що цінові війни не настільки небезпечні в умовах розвинутих ринкових відносин і на тих ринках, де вже визначені акції та ніші конкурентів.

Наслідки цінових війн можуть бути:

- дестабілізація ринку;
- перерозподіл акцій конкуруючих учасників ринку;
- витіснення слабких конкурентів, особливо малих та середніх компаній, їх банкрутства та руйнування
- Зниження продажів, доходів і прибутку його учасників, отже, скорочення коштів на розвиток, впровадження інновацій та можливе скорочення капіталізації компаній;
- зменшення обсягів та погіршення якості наданих послуг;

Основною причиною цінової війни є різке падіння цін. Цінова війна може тривати до тих пір, поки ціна товару не досягне середньої промислової вартості виробничих витрат, що означає неминучу втрату прибутку конкуруючих компаній.[10]

Для того, щоб локалізувати можливі дії конкурентів, розв'язується цінова війна, керівники повинні намагатися протистояти тиску. Вони завжди можуть здійснювати певний вид заходів, які сприяють стабілізації діяльності в секторі. До них відносяться:

1) Постійний моніторинг цін конкурентних компаній, їх цінова політика, стратегія та тактика, що дозволяє своєчасно помітити початок цінової війни. Частота такої роботи пов'язана з умовами обігу товарів і може проводитися раз на місяць. Проте в періоди цінової війни цю інформацію треба оновлювати щотижня.

2) Відстеження цін, що встановлюються клієнтами-посередниками і їх реакції на цінові зміни в галузі, можливо, теж повинні щотижня оновлюватися.

3) Формування постійної клієнтури та його відданість покупців, що буде забезпечувати стабільність продажів компанії.

4) Розробка цінової політики, яка враховує сезонні зміни попиту.

5) Створення різних промислових форм злиття компаній-конкурентів у формі асоціацій, спілок та ін, з метою стабілізації відносин конкуруючих компаній.

6) Постійне вивчення можливостей та визначення напрямку зниження собівартості продукції. Цей напрямок є одним з найважливіших, оскільки цінова війна пов'язана, насамперед, зі зменшенням ціни на товари, основою якого є собівартість.[10]

Отже, демпінг часто тягне за собою цінові війни, а саме ситуації, коли дві і більше компанії змагаються між собою в зниженні цін, борючись за частку на ринку. Для більшості компаній цінові війни таять в собі велику небезпеку. Це і різке зниження прибутку, і орієнтація споживачів на низькі ціни, через що потім складно знову підвищити ціни.

РОЗДІЛ 2: СУЧАСНА АНТИДЕМПІНГОВА ПОЛІТИКА В МЕЖАХ СОТ

2.1. Антидемпінгова політика як процес державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності.

Світова організація торгівлі (СОТ) була створена в 1995 році як організація для ведення переговорів про торговельні угоди, що охоплюють товари, послуги та інтелектуальну власність. Вона прагне знизити митні тарифи та інші торговельні бар'єри. СОТ здійснює моніторингові заходи, прийняті урядами, для впровадження торговельної політики та практики, для забезпечення їх реалізації. Це перешкоджає несправедливій торговельній практиці, такій як демпінг, і врегульовує торговельні суперечки серед країн-членів. Наприклад, якщо країна-член вважає, що її права порушуються, відповідно до Угоди про СОТ, існують процедури, що вимагають від Організації відшкодування. В загальному демпінг засуджується, але не є забороненим.

СОТ відіграє значну роль у зменшенні бар'єрів у торгівлі, але відсутність ефективної антидемпінгової ініціативи, все ще залишається перешкодою до глобальної вільної торгівлі, і, здається, протекціонізм є єдиним варіантом для вирішення цієї проблеми. Протекціонізм ґрунтується на здатності оподатковувати одну сторону, щоб допомогти бізнесу іншій. "Антидемпінгова угода" - це угода про імплементацію статті VI Загальної угоди про тарифи та торгівлю 1994, що регулює застосування антидемпінгових заходів членами СОТ, відповідно до положенням Угоди про домовленість, що імпортований товар "демпінгується" і що імпорт з демпінгу спричиняє істотну шкоду вітчизняній промисловості, що виробляє аналогічну продукцію. [18, с.3-5]

Угода про антидемпінг гарантує, що члени СОТ не будуть застосовувати антидемпінгові заходи як завгодно. Вона містить детальні суттєві вимоги для визначення того, чи фактично відбуваються збитки і встановлює детальні процедури, яких повинні дотримуватися уряди, коли

вони проводять антидемпінгові розслідування та встановлюють антидемпінгові мита. Угода гарантує, що всі процедури будуть прозорими та що всі зацікавлені сторони мають повну можливість захищати свої інтереси.

СОТ виступає адміністратором будь-якої недобросовісної практики торгівлі, такої як демпінг. Якщо будь-який член подав скаргу, СОТ слід з'ясувати, чи є якісь порушення на основі багатосторонніх угод.

Вона може встановлювати антидемпінгові заходи, якщо:

1 Відбувається демпінг: коли експортна ціна на продукт менша, ніж її продажна ціна в країні-експортера.

2. Цільова галузь зазнає матеріальної шкоди: Угода визначає матеріальну шкоду як матеріальну шкоду або загрозу матеріальної шкоди. Пошкодження пов'язані з ефектом гучності - коли збільшуються обсяги імпорту та здійснюється вплив на вітчизняну промисловість. Або ефект ціни –це коли імпортована ціна на продукцію спричиняє зниження цін на місцевих ринках або перешкоджає збільшенню цін на товари.

3. Існує причинно-наслідковий зв'язок між цими двома пунктами: «демпінгований» імпорт спричинив передбачувану шкоду та вітчизняна промисловість страждає від падіння обсягів вкладів, втрати продажів і частки ринку, зменшення продукції та зниження продуктивності праці.

Угода СОТ дозволяє урядам діяти проти демпінгу, коли існує істотна загроза конкуруючій вітчизняній промисловості. Проте уряд повинен бути спроможним довести, що демпінг відбувається шляхом порівняння експортної ціни з внутрішньою ціною експортера. Завдяки цьому уряд може довести, що демпінг загрожує його економіці.[17,с.59-61]

Таблиця 2.1.

Географія застосування антидемпінгових заходів країнами-членами СОТ в
1995-2016 рр[1]

Країна	Кількість антидемпінгових заходів, які застосовувала країна	Кількість антидемпінгових заходів, застосованих проти експорту країни
Індія	609	217
США	395	276
ЄС	314	118
Аргентина	241	46
Китай	192	1217
Туреччина	179	85
ЮАР	137	71
Бразилія	241	142
Республіка Корея	88	398
Таїланд	17	210
Україна	41	89
Японія	10	207

У таблиці 2.1. показано, як активно країни застосовували антидемпінгові заходи. Можна побачити, що найбільшу кількість антидемпінгових мит протягом 1995-2016 років застосовували нерозвинені країни та Індія. Відмінно від інших держав, які беруть участь у антидемпінгових розслідуваннях уряд Індії наклав 609 антидемпінгових заходів, тоді як Сполучені Штати - 395 антидемпінгових заходів, Європейський союз застосував лише 314 антидемпінгових заходів. Більше того, такі інструменти торговельної політики використовують такі країни як Аргентина, Китай, Туреччина, Південна Африка та Бразилія[2].

У той же час Китай є абсолютним лідером за кількістю антидемпінгових мит, які застосовуються до його експортерів (загалом було 1217 антидемпінгових заходів). Це пов'язано з тим, що, по-перше, Китай є провідним експортером світової торгівлі товарами та перебуває в серйозній конкуренції на внутрішніх ринках більшості держав. По-друге, при проведенні антидемпінгових розслідувань, Китай не визнається країною з ринковою економікою, і, відповідно, звичайна ціна визначається методом

сурогатної країни, тобто є порівняння з вартістю виробництва аналогічного товару в третій країні[1].

Найбільше антидемпінгових заходів в період від 1995 до 2016 року було застосовано щодо металів та виробів з металів. Далі йде продукція хімічної та суміжних галузей промисловості, смоли, пластмаси та вироби з них, гума та вироби з гуми, текстиль та текстильні вироби, машини та електротехнічне обладнання, папір, картон та вироби з них.

Антидемпінгова угода дозволяє країнам вводити додаткові імпорتنі мита на деякі товари, щоб привести ціни ближче до нормальної вартості. Прикладом такого випадку є креветки, імпортовані з Китаю та В'єтнаму в американський ринок. Обидві країни продають їх дешевше за справедливу вартість, при цьому рентабельність становить до 113% для Китаю та 26% для В'єтнаму. Група промисловості США заявила, що ці країни продають креветки у рідних країнах за цінами на 320-349% вище, ніж в США[14,с.132].

Союз виробників креветок з восьми штатів США зажадав введення тарифів до 267%. Уряди Китаю та деяких інших країн критикували такі рішення, але лише Бразилія загрозувала оскаржити ці рішення у СОТ, якщо обов'язки будуть нав'язані. Американські компанії, які поширюють та продають морепродукти, заявили, що накладення мита можуть зашкодити споживачам найпопулярніших морепродуктів у США, піднімаючи ціни на креветки[14,с.140].

Оскільки визначення демпінгу потребує зіставлення між ціною експорту продукту та його нормальною вартістю в країні-експорті, угода про антидемпінг встановлює правила для розрахунку експортної ціни та нормальної вартості та пояснює, як відбувається "справедливе порівняння" між цими двома. Уряд, який проводить антидемпінгове розслідування, використовує це справедливе порівняння як основу для визначення "маржі демпінгу".

СОТ пропонує три методи визначення "нормальної вартості" продукту, виходячи з ціни експортера на внутрішньому ринку[15,с.88]:

1. Продаж має здійснюватися в звичайному ході торгівлі, він повинен мати аналогічний продукт, продукт повинен бути призначений для споживання в країні-експортері, і ціна повинна бути порівнянна.

2. Ціна, встановлена експортером в іншій країні.

3. Поєднання витрат експортера на виробництво, інші витрати та нормальну маржу прибутку.

Хоча експортна ціна базується на ціні транзакції, за якою іноземний виробник продає товари імпортеру в країні-імпортера, також відбувається порівняння експортної ціни для того щоб визначити нормальну вартість продукту, яка повинна бути достатньо справедливою для обох сторін.

СОТ вказала всі процедури, які слід дотримуватися для започаткування антидемпінгових справ, як провести розслідування та шанс для всіх учасників презентувати свої справи.

Якщо маржа демпінгу становить лише 2% та / або обсяг демпінгу становить менше 3% від загального обсягу імпорту, розслідування повинно негайно бути припинено, оскільки ефект є дуже невеликим. Окрім обсягу та цінових наслідків імпорту демпінгу, СОТ повинна вивчити загальний вплив імпорту демпінгу на вітчизняну промисловість, такий як зниження продажів, прибуток, частка ринку, продуктивність, заробітна плата, випуск, зростання та прибутковість інвестицій. Також угода встановлює правила для визначення того, чи заподіяв імпорт шкоди вітчизняній галузі, яка виробляє аналогічний товар. Органи державної влади повинні встановити шкоду вітчизняній промисловості та запобігти демпінгованому імпорту. [20,с.78-79]

Уряд, як правило, ініціює антидемпінгове розслідування на підставі письмової заявки вітчизняної промисловості, хоча, за особливих обставин, сама влада може ініціювати розслідування на користь промисловості. Заява повинна містити свідчення про демпінг, шкоду та причинний зв'язок між цими двома. Вона повинна містити повний опис продукту, який нібито піддається демпінгу, інформацію про подібний продукт, вироблений заявником, інформацію про експортну ціну та нормальну вартість, оцінку

впливу імпорту на вітчизняну промисловість та інформацію щодо підтримки промисловості для заявки .

Правила, викладені в угоді, щодо збору доказів, свідчать, що як тільки державні органи розпочинають розслідування, вони повинні надати повний текст письмової заяви всім відомим експортерам. Усім зацікавленим сторонам надано доступ до неконфіденційної інформації та можливість зустрітися з сторонами, які мають несприятливі інтереси, для того щоб можна було представити протилежні погляди. Перш ніж вони остаточно визначають, чи відбувся демпінг, державні органи повинні інформувати всі зацікавлені сторони про основні факти, що розглядаються, надаючи їм достатній час для захисту своїх інтересів.

Заява буде відхилена, згідно з угодою, і розслідування буде негайно припинено, якщо державні органи дійдуть до висновку, що немає достатніх доказів щодо демпінгу чи завданої шкоди. Угода передбачає, що, якщо не існує особливих обставин, розслідування буде завершено протягом одного року і не буде продовжуватись у жодному випадку більше, ніж через 18 місяців після його початку. [26,с.67-74]

Угода також передбачає, що державні органи можуть призупинити або припинити антидемпінгове провадження, якщо вони одержать добровільні зобов'язання від експортерів, що вони переглянуть свої ціни або припинять експорт у відповідну територію за демпінгованими цінами.

Органи, які розслідують демпінг, мають можливість приймати підвищення цін, які є меншими, ніж маржа демпінгу, якщо вони є достатніми для усунення шкоди вітчизняній промисловості.

Відповідно до Угоди, уряд країни-імпортера вирішує, чи слід вводити антидемпінгові мита. (Угода передбачає можливість не встановлювати мита у випадках, коли всі вимоги щодо встановлення таких обов'язків були виконані, але не всі уряди дозволяють такий варіант). Сума, встановленого урядом, мита не може перевищувати маржу демпінгу, але Угода дозволяє їй

бути меншою, якщо вона буде достатньою для усунення шкоди вітчизняній промисловості.[17,с.124]

В Угоді зазначається, що антидемпінговий порядок залишається чинним, якщо це необхідно для протидії демпінгу, який спричиняє шкоду. Він містить положення про заходи, які передбачають, що зобов'язання будуть припинені через п'ять років з дати його накладення, якщо урядові органи не визначають в огляді, що припинення дії мита призведе до продовження або повторення демпінгу та шкоди.

2.2.Демпінг та економіка України

Антидемпінгові процедури стали важливим питанням у торговельно-політичних відносинах України з її основними партнерами, включаючи ЄС. У зв'язку з початком економічних реформ та ліквідацією монополії на зовнішню торгівлю в Україні, що призвело до виникнення великої кількості незалежних економічних операторів на зовнішніх ринках, питання про застосування загальноприйнятих правил та інструментів міжнародної торгівлі торгівля стала особливо актуальною. [8, с.157-183]

Процес приєднання України до системи ГАТТ-СОТ розпочався 17 грудня 1993 року, коли Секретаріат ГАТТ подав офіційну заяву Уряду України про свій намір приєднатися до ГАТТ. Наступним кроком у відповідності до процедури приєднання було подання 28 червня 1994 року Меморандуму про зовнішньоекономічний режим України на розгляд Робочого комітету з розгляду заяви про приєднання України до ГАТТ. Це стало ще важливішим з набуттям чинності з 1 березня 1998 року Угоди про партнерство та співробітництво (УПС) між Україною та ЄС, яка є безпрецедентною у вітчизняній юридичній та договірній практиці, оскільки положення про торгівлю УПС близькі до положення СОТ. В даний час Європейський Союз є найбільшим торговельним блоком світу, що становить одну п'яту частину світової торгівлі, а для України це другий за величиною

торговий партнер, що становить близько 20% зовнішньоторговельного обороту України (частка Росії становить 35%, СНД становить близько 40%).

Середньозважена частка мита на імпорт ЄС, яка застосовується до промислових товарів, становить близько 4%. Так, враховуючи структуру українського експорту та застосування Загальної системи преференцій ЄС, реальна ставка мита на український експорт може бути нижчою. ЄС не застосовує жодних кількісних обмежень до українських товарів, за винятком обмежень на торгівлю деякими типами сталевих виробів та, зовсім недавно, текстилю. На додаток до існуючих взаємних вимог до сертифікації продукції в Україні та ЄС (так звані технічні бар'єри), на думку експертів, можливі лише торговельні проблеми можуть бути пов'язані з відсутністю розуміння того, як працює інструмент антидемпінгової політики. Відповідно до правил СОТ вона спрямована проти недобросовісної демпінгової практики. За період з 1 січня 2000 року по 30 червня 2008 року 8 із 48 (17%) антидемпінгових розслідувань було порушено проти України, а 8 (з 43 (21%) антидемпінгових заходів проти неї відбулися в ЄС) . У цілому на Україну припадає 3% антидемпінгових розслідувань, порушених ЄС, проти інших країн та 5% антидемпінгових заходів ЄС, введених ЄС, що становить 0,4% для нашої частки в торгівлі ЄС, що є надзвичайно високою[20,с.45-46].

Основними заходами України щодо інтеграції до Європейського Союзу та вдосконалення антидемпінгових заходів є [20,с.67-68]: - завершення технічного затвердження отримання Україною статусу ринкової економіки з боку ЄС; - переговори щодо надання Україні переваг у торгівлі з ЄС на основі Загальної системи преференцій ЄС та укладання пільгових угод про торгівлю товарами та послугами; - забезпечення виконання центральними органами виконавчої влади планів адаптації національного законодавства до законодавства ЄС, європейських стандартів технічного, санітарного, фітосанітарного, ветеринарного, екологічного регулювання, захист споживачів; - у рамках річних планів дій щодо реалізації пріоритетних положень.

На сьогоднішній день нормативно-правова база застосування інструментів торговельного захисту була створена та постійно вдосконалюється в Україні. Антидемпінгові, компенсаційні та спеціальні захисні заходи спрямовані на захист національного виробника від недобросовісної конкуренції експортерами та масового ввезення, антидемпінгового імпорту, субсидованого імпорту та застосування спеціальних імпортних заходів до України. Як показує практика, застосування цих заходів є досить ефективним і позитивно впливає на економічну ситуацію вітчизняних виробників.

В Україні було прийнято низку законів, зокрема, Закон "Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту".

З метою впровадження механізмів захисту інтересів національного виробника регулювати принципи та порядок порушень та проводити спеціальні розслідування фактів зростання імпорту в Україну з інших країн, митних союзів або економічних груп, які завдають значної шкоди або загрожує завдати значної шкоди національному товаровиробнику, результатами якого можуть бути застосовані спеціальні заходи, 22 грудня 1998 року в Україні було прийнято Закон "Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну".

Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції" визначає правові засади захисту економічних суб'єктів (підприємців) та споживачів від недобросовісної конкуренції, передбачає правові заходи, спрямовані на встановлення, розвиток та забезпечення торгівлі та іншої добросовісної практики конкуренції в Україні. ведення підприємницької діяльності за умов ринкових відносин[23].

Закон України "Про захист національного виробника від демпінгового імпорту" застосовується до імпорту товарів, які підлягають демпінгові, якщо такий імпорт заподіює шкоду національному виробнику таких товарів[23].

Товар вважається об'єктом демпінгу, якщо в Україні його експортна ціна нижча за порівняну ціну за аналогічні товари в країні експорту під час звичайної торгівлі [16, с. 37-38].

У випадках, коли встановлено порушення антидемпінгового законодавства, вимагається антидемпінгове розслідування, яке відповідно до вищезгаданого законодавства здійснюється центральними органами виконавчої влади, уповноваженими Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції, Державною митною службою України, а також Міжвідомчою комісією з міжнародної торгівлі.

Відповідно до статті 6 цього Закону право приймати рішення та вчинення дій Комісії за результатами антидемпінгового розслідування здійснюється відповідно до умов, які розраховуються за роками, місяцями та днями.

Таблиця 2.2.

Діючі антидемпінгові заходи України[22]

Країна	Назва товару	Дата початку/ завершення заходів
Російська Федерація	Стрілочні переводи	07.2002 / 11.2019 , (в 2014 р. термін дії заходів подовжено на 5 р.)
	Плити деревноволокнисті	08.2006 / 02.2021
	Листи азбестоцементні гофровані	05.2007 / 05.2018 (в 2013 р. термін дії заходів подовжено на 5 р.)
	Нітрат амонію	06.2008 / 07.2019 (04.2017 порушено проміжний перегляд)
	Склотара медичного призначення місткістю до 0,15 л	06.2013 / 06.2018
	Сода каустична	06.2016 / 06.2021
	Круги шліфувальні на керамічній зв'язці	04.2017 / 04.2022
	Деякі види шоколаду та інших готових продуктів з вмістом какао	06.2017/06.2022
	Азотні добрива	02.2017/02.2022
Китайська народна республіка	Лампи розжарювання електричні	10.2007 / 10.2018

	Вироби, виготовлені з чорних металів, без електричної ізоляції	09.2008 / 09.2019
	Лимонна кислота	05.2013 / 05.2018
	Труби безшовні нержавіючі	12.2014 / 12.2019
Республіка Білорусь	Плити деревноволокнисті (ДВП)	07.2002 / 07.2019
	Листи азбестоцементні гофровані (шифер)	10.2012 / 10.2017
Республіка Киристан	Лампи розжарювання загального призначення	01.08.2015/ 01.08.2020

На даний момент Україна проводить декілька антидемпінгових розслідувань, а саме проти Республіки Індія та Турецької Республіки щодо імпорту шприців, проти Російської Федерації щодо імпорту арматури та катанки, карбамідл-формальдегідна продукція та нітратів амонію, а також проти Республіки Білорусь, яка імпортує кухонну виварну сіль та азбестоцементні гофровані листи[22].

З таблиці 2.2. видно, що найбільше антидемпінгових заходів Україна застосовує проти Росії, тому що її дії спрямовані на витіснення національного виробника з внутрішнього ринку України.

Антидемпінгове регулювання в системі зовнішньоекономічних зв'язків України є одним з провідних місць. З одного боку, політика економічного протекціонізму зараз є одним з зовнішньоекономічних пріоритетів нашої держави. Врешті-решт, імпорتنі товари, що використовують конкурентні переваги з точки зору ціни та якості, продовжують штовхати вітчизняного виробника з внутрішнього ринку. З іншого боку, захищаючи національного товаровиробника в Україні, наша країна не може повністю закрити внутрішній ринок своїм основним конкурентам, оскільки це залежить від критичного імпорту, що вимагає підтримання високого рівня експорту з України, з тим щоб компенсує негативний вплив негативного торгового балансу. У той же час це дуже важливо з використанням власних антидемпінгових санкцій проти ввезення

іноземних товарів, щоб не передбачати суттєву протекціоністську протидію з боку іноземних держав щодо українських товарів. Ось чому важливо визначити ступінь та ступінь взаємності зовнішньоекономічної політики країн у здійсненні антидемпінгових та антидемпінгових розслідувань та застосування спеціальних заходів.

Для національного товаровиробника важливим економічним наслідком застосування ефективних антидемпінгових санкцій має бути покращення всіх факторів та економічних показників, які впливають на його економічну ситуацію. Тому проблема нової, ближчої до сучасної реальності, визначення системи факторів та показників, які впливають на становище національного товаровиробника, і повинна бути вдосконалена в результаті впровадження ефективного антидемпінгу санкцій. Зміна цих факторів та показників, в результаті застосування антидемпінгових санкцій, вимагає комплексної економічної оцінки для визначення рівня ефективності та шляхів вдосконалення деяких антидемпінгових заходів.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ АНТИДЕМПІНГОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ-ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ США

Україна, як у свій час країни третього світу, тільки починає входити на світовий ринок. В той же час вона зустрічає набагато сильнішу протидію, оскільки, на відміну від країн третього рівня, які в основному є постачальниками сировини та сільськогосподарських ресурсів, вона посягає на деякі сегменти ринку промислово розвинених країн, що представляють високоліквідні продукти. Це змушує іноземних виробників оголосити Україні так звану "демпінгу війною" під дуже зручним гаслом для захисту національних інтересів. Способи боротьби вже давно відомі та добре відполіровані, оскільки в США та в Європейському співтоваристві прямі конкуренти українських виробників мають велику протекціоністську політику, основним козирем якої є антидемпінгові процедури.

Більш докладно розглядаючи антидемпінгові процедури проти України, стає зрозуміло, що вони мають дискримінаційний характер і можуть бути названі лише як спроба запобігти виходу українських товарів на міжнародний ринок. Прикладом є антидемпінгові процеси Сполучених Штатів проти українських металургів та хіміків. Після імпорту промислових товарів на американський ринок українські виробники зустріли опір з боку зацікавлених імпортерів та місцевих виробників. Українські продукти, пропоновані американським споживачам, були значно дешеві, ніж аналоги місцевого виробництва. Цього було достатньо, щоб порушити антидемпінгове розслідування проти України.

Відповідно до економічних канонів, демпінг є міжнародною дискримінацією в цінах, коли експортна компанія продає свої товари на одному іноземному ринку дешевше, ніж в іншому, зазвичай, внутрішньому. Передбачається, що це завдає шкоди вітчизняному виробнику країни-імпортера. Проте, якщо розслідування показує, що ціна експортного продукту перевищує її собівартість, антидемпінгова процедура припиняється.

Це означає, що відсоток, наприклад, через підвищення продуктивності або впровадження нових технологій, може знизити собівартість продукції, а отже, і її ціну. Якщо для того, щоб витіснити конкурентів з ринку, виробник встановлює ціну на продукт, що нижчий за його вартість, ми можемо говорити про демпінг.

Міжнародне співтовариство, проголошуючи свої пріоритети для вільної торгівлі та відкритості міжнародних ринків, взяло на себе зобов'язання суттєво зменшити та поступово заборонити використання тарифів та інших обмежувальних заходів в рамках системи ГАТТ / СОТ. Однак, відкривши свої ринки дешевиміноземнимтоварам, виробники опиняються під величезним тиском, передаючи своїм урядам вимоги захисту від імпорту [25, с. 436-438].

Результати антидемпінгового регулювання багато в чому визначають ефективність ринкової трансформації української економіки, її виходу з економічної кризи та інтеграції в світову економіку. Проте безпосереднє застосування в Україні антидемпінгових правил, що існують у розвинених країнах, неможливе без належної адаптації, оскільки українська економіка все ще перебуває в процесі перетворення з адміністративно-командної та ринкової форм управління, характерні риси якого діаметрально протилежні. Крім того, процес адаптації має враховувати існування кризових явищ у вітчизняній економіці та той факт, що українська економіка має свої власні національні особливості та конкурентні переваги. Все це створює обґрунтовані підстави для розробки на основі вивчення світового досвіду власної національної системи взаємопов'язаних заходів, спрямованих на вирішення певних проблем в економіці України [8, с. 45-46].

Наслідки антидемпінгових процесів є найбільш негативними. Внаслідок антидемпінгових санкцій та закриття зовнішніх ринків скорочується експортно-орієнтоване виробництво, що спричиняє значні втрати робочих місць, суттєве зменшення обсягів надходжень від експорту та відсутність інвестицій у виробництво високоліквідних продуктів, оскільки

жоден інвестор не захоче інвестувати в експортну галузь, для якої іноземний капітал закритий ринок. Також загрожує порушити антидемпінгові розслідування проти українських експортерів в інших країнах, які стали прикладом безкарності України.

Що стосується завершення антидемпінгового процесу, то потрібно звернути увагу на те, що антидемпінгова скарга має бути відхилена, а антидемпінгова процедура повинна бути завершена якомога швидше після того, як компетентні органи країни-імпортера задовольняють наявність доказів наявності демпінгу або шкоди не є достатнім, щоб виправдати продовження антидемпінгової справи. У зв'язку з завершенням антидемпінгового процесу, також завершується антидемпінгова процедура.

Негайне завершення антидемпінгової процедури має відбутися у випадку, якщо відповідні органи країни-імпортера вирішать, що обсяг імпорту демпінгу (фактичний або потенційний) буде незначним або маржа демпінгу буде зменшена. З цією метою встановлюються кількісні пороги для прийняття відповідних рішень. Таким чином, обсяг імпорту демпінгу повинен, як правило, вважатися незначним, якщо на нього припадає менше 3% обсягу імпорту подібного продукту в країні-імпортері, за умови, що обсяги країн-експортерів, кожен з яких імпортує менше, ніж 3% обсягу імпорту подібного продукту в імпортній країні разом не складають більше 7%.

І якщо в ході антидемпінгового розгляду виявляється, що скарга та докази є достатніми, компетентні органи країни-імпортера порушують антидемпінгове розслідування, яке публікується за відповідним рішенням. У деяких країнах антимонопольне розслідування може бути оскаржено. Наприклад, у Канаді будь-яка сторона, яка офіційно повідомляє про порушення антидемпінгового розслідування, має право подати до Трибуналу Канади протягом 30 днів з дати повідомлення про повторне вивчення доказів заподіяння шкоди.

Тому, виходячи із вищевикладеного, можна сформулювати наступні висновки: 1) сторонами антидемпінгового процесу є заявник та відповідач; 2) антидемпінгова процедура ініціюється компетентними органами країни-імпортера після реєстрації антидемпінгової скарги; 3) невідповідність антидемпінгової скарги встановленим вимогам або необґрунтованість призводить до відмови останнього від компетентних органів країни-імпортера; 4) сповіщення повинні бути подані якомога швидше після отримання скарги та до прийняття рішення про порушення антидемпінгового розслідування; 5) в разі адекватності скарги та доказів, встановлених під час антидемпінгової процедури, порушується антидемпінгове розслідування [14, с. 146-147].

Найважливішими чинниками та особливими умовами формування демпінгу в країнах з перехідною економікою є: дешева робоча сила, що призводить до низької експортної ціни товарів; існування державного регулювання внутрішніх тарифів на електроенергію, залізничні перевезення, інші компоненти вартості товарів та їх обслуговування державою на відносно низькому рівні, що визначає відносно низьку вартість та експортну ціну товарів. Крім того, низькі товарні товари та товари, які є основними експортними товарами країн з перехідною економікою, як правило, мають менш еластичний попит на внутрішньому ринку цих країн, ніж на світовому ринку. Справді, ступінь монополізації внутрішнього ринку цих країн набагато вища, ніж світовий ринок. Порівняно низька еластичність попиту на внутрішньому ринку робить вигідним підвищення цін на цьому ринку (з метою максимального збільшення загального доходу підприємця). З іншого боку, відносно висока еластичність попиту на світовому ринку робить вигідним зниження цін при експорті товарів на цей ринок (з цією ж метою). Отже, вигідно, щоб експортні ціни були нижчими за вартість товарів у країні походження. Тому, найважливішим фактором формування демпінгу в країні з перехідною економікою є різниця в пружності кривих попиту на внутрішньому та світовому ринках.

Найбільш негативним ефектом є вплив антидемпінгових та компенсаційних заходів на експорт країн з перехідною економікою. Згідно з дослідженням ОЕСР, лише 5% всіх антидемпінгових справ, висунутих проти країн з перехідною економікою, фактично пов'язані з антиконкурентною практикою ціноутворення. Антидемпінгові заходи, спрямовані проти експортерів з країн з перехідною економікою, часто заохочують таких експортерів приєднуватися до міжнародних картелів, що сприяє не зменшенню, а збільшенню монополізації ринків. Залучення антидемпінгового чи компенсаційного розслідування є дуже цінним бізнесом. Можлива нестача достатніх фондів створює труднощі для експортерів з країн з перехідною економікою, з тим щоб рівномірно захищати їхні інтереси в таких дослідженнях. Такий брак коштів також може бути пов'язаний з різким падінням експортних надходжень, коли антидемпінгова або компенсаційна справа відкривається відносно відповідного експортера. Відсутність фінансових та юридичних ресурсів також обмежує країни з перехідною економікою у здатності застосовувати антидемпінгові та компенсаційні інструменти на свою користь при захисті своїх національних товаровиробників [15, с. 387-388] ..

Система національного протекціонізму на внутрішньому ринку набула найвищих захисних сил на практиці з прийняття та виконання положень антидемпінгового кодексу України. Проблема полягає в тому, що робота над його практичним впровадженням розвивається дуже повільно, тому сьогодні українські виробники нерівноправні в боротьбі з іноземними недобросовісними виробниками, які, спираючись на багаторічний досвід міжконкурентного суперництва та слабкість система національного протекціонізму країни, вдалася до недобросовісної конкуренції на українському ринку. Результати цієї боротьби зараз: проблема матеріального збитку національної промисловості та сільського господарства (у тому числі: скорочення або припинення виробництва в Україні певних товарів; часткове або повне вилучення з українського ринку своїх конкурентів-виробників);

вирушив за кордон національний капітал та його інвестиції у виробництво товарів, що імпортуються та споживаються в Україні; відсутність (чи значне зменшення) внутрішніх та іноземних інвестицій у дослідження та виробництво певних товарів (як у промисловості, так і в сільському господарстві) за наявності попиту на ці товари в Україні; в той час як виробництво, споживання та експорт високотехнологічних товарів, що походять з України, мають стійку тенденцію до зменшення; втрата надходжень до бюджету через скорочення або припинення певних товарів в Україні; втрата робочих місць внаслідок зменшення або припинення виробництва певних товарів в Україні; зростання соціальної напруженості в суспільстві [21, с. 153-154].

Сполучені Штати завжди були прихильниками відкриття ринків зарубіжних країн з метою продажу своїх товарів, доступу до ресурсів цих країн. Перший секретар Міністерства фінансів США А. Гамільтон висунув стратегію економічного розвитку, згідно з якою федеральний уряд повинен підтримувати нову галузь та запровадити протекціоністські тарифи під час імпорту. Слід зазначити, що більша частина США, слухала його рекомендації. Так, зокрема, загальні тарифи під час імпорту зросли. У 1930 році був прийнятий Закон Смут-Холі, згідно з яким різко підвищилися такі тарифи, а також були встановлені нетарифні обмеження. З метою захисту промисловості, а також у випадках імпорту товарів, ціни яких занижені, застосовуються також антидемпінгові заходи.

Перше антидемпінгове законодавство було прийнято Сполученими Штатами у 1921 році під натиском республіканської партії, яка виграла вибори в Конгресі 1920 року, і використовувала антидемпінгові заходи як інструмент своєї торгової політики. Цей закон був юридичною підставою для антидемпінгових розслідувань та запровадження антидемпінгових мит Державним казначейством США до 1979 року. Слід зазначити, що вони керувалися розробкою статті VI ГАТТ-1947, що стосується антидемпінгових правила [27, с. 95-96].

Серед інших компонентів антидемпінгових законів США слід назвати закон "Про тарифи" 1930 року, положення якого були додатково включені в розділ 19 Кодексу Сполучених Штатів "Міта".

Природно, американське антидемпінгове законодавство йшло нога в ногу з міжнародним. Після прийняття Антидемоменського кодексу ГАТТ 1979 року конгрес США у тому ж році прийняв Закон "Про торгові угоди", перший розділ якого скасував Антидемоменський акт від 1921 року, а також був доданий новий закон "Про тарифи", нова глава VII, присвячена антидемпінговій проблемі. Це забезпечило включення положень антидемпінгового кодексу ГАТТ до національного законодавства США. Закон 1979 року містив велику кількість процесуальних змін, зокрема, відповідальність за дотримання антидемпінгового законодавства була передана Міністерству торгівлі США.

Антидемпінгові заходи як засіб захисту внутрішнього ринку від недобросовісної зовнішньої конкуренції традиційно були одним з основних інструментів зовнішньої торговельної політики США, який користується широкою підтримкою з боку Конгресу як Демократичної партії, так і республіканців, а також деяких американських галузь [18, с. 81].

В основі зовнішньоекономічної політики США лежить ідея, що антидемпінгове законодавство призначене для забезпечення дотримання принципу "чесної" торгівлі шляхом усунення незбалансованості ринку, спричиненої несправедливою зовнішньою конкуренцією. Його метою є досягнення двох цілей: встановити рівні умови торгівлі для національних та іноземних виробників та ліквідувати штучно створені переваги для іноземних експортерів. Таким чином, застосування антидемпінгового мита дозволяє зрівняти демпінгову ціну та "нормальну вартість", таким чином, усунення переваг іноземного експортера та створення рівних умов діяльності

Однак, як показує аналіз існуючої ситуації, існує різниця між теоретичним обґрунтуванням необхідності збереження принципів і методів застосування антидемпінгового законодавства в США та практики її

застосування. Останній припускає, що це не лише під впливом нинішньої тенденції посилення протекціоністської тенденції антидемпінгових процедур, а й в основному формує його, про що свідчать наступні дані.

Збільшення кількості антидемпінгових заходів. У 1990-х роках у світі було розпочато близько 2,5 тис. Антидемпінгових процедур, з яких 405, тобто приблизно 16%, були доставлені до Сполучених Штатів. Початок ХХІ століття характеризується подальшим загостренням кількості антидемпінгових розслідувань, що ускладнюється новим проривом протекціонізму у зовнішній торгівлі Сполучених Штатів та інших країн світу. [13, с. 18-19].

Зменшення частки остаточних антидемпінгових заходів у загальному обсязі порушених розслідувань. Цей чинник вказує на збільшення протекціоністських тенденцій, оскільки заявник заздалегідь знає, що розслідування призведе до негативних висновків, і загроза початку розслідування вже призводить до зменшення експорту в середньому на 15-20%.

Розподіл антидемпінгових процедур для ініційованих розслідувань та остаточних антидемпінгових заходів пов'язаний, перш за все, з тим, що перші не завжди призводять до введення останнього, що спричиняє так званий "рівень успіху", який характеризує частку досліджень, що закінчилися введенням конкретних антидемпінгових заходів.

Аналізуючи причини великої кількості розслідувань у Сполучених Штатах, які закінчилися без застосування антидемпінгових заходів, слід зазначити, що 80% випадків не змогли обґрунтувати збитки від демпінгу, а 6,6% - довести наявність демпінгу.

Антидемпінгове мито є по суті короткостроковим заходом. Однак часто це вносяться надовго і стає бар'єром для розвитку торгівлі. США керують цим показником. У середньому американські антидемпінгові мита діють протягом дев'яти років. (Для порівняння: понад 90% всіх антидемпінгових мит у світі запроваджено на п'ять років). Рекордсмен є

антидемпінговим митом на джеках в Канаді, який не було скасовано в Сполучених Штатах більше 36 років. Наразі застосовані антидемпінгові правила є найтривалішим для Японії (більше 20 років) митом з використанням хлоропренового каучуку. У США лідером у цьому є виробництво чорної металургії. На нього припадає близько 65% ініційованих антидемпінгових розслідувань та 68% остаточних антидемпінгових заходів. Далі, з великою різницею: продукти хімічної промисловості (відповідно 8,9 та 10,4%), виробів з пластмас (6,8 та 3,1%), машин та устаткування (4,8 та 3,6%) та інше. [13, с.22-24]

Висока концентрація антидемпінгових заходів у чорній металургії пов'язана з сильними пропагандистськими кампаніями та впливом сталевого лобі у формі профспілок та великих виробників (Ю. С. Стіл, Стиль Бетелх, Атлантик стиль), що прагнуть державної підтримки.

Використання побудованих та інших штучних показників при визначенні демпінгової маржі. На додаток до стандартного порівняння чистих цін на американському ринку (тобто, що базується на ціні «від фабрики») із чистою ціною на внутрішньому ринку експортера, Міністерство торгівлі США також використовує інші методи для визначення демпінгової маржі. Найбільш спірним є спосіб, заснований на порівнянні експортних цін та вартості. Крім того, використання побудованих показників у випадках країн з неринковою економікою та у випадках, коли експортер не продає цей товар на своєму внутрішньому ринку, призводить до збільшення рівня антидемпінгових мит.

Багато економістів заперечують проти таких методів аналізу та критикують практику застосування антидемпінгових мит для обмеження імпорту, але США не мають наміру скасувати це законодавство або зменшити його ефективність. Зусилля, спрямовані на зміну американського антидемпінгового законодавства на користь експортерів товарів, зустрічаються з серйозною опозицією в Конгресі. У зв'язку з цим значний інтерес приділяється аналізу механізму антидемпінгового процесу в США,

особливо з точки зору вирівнювання негативного впливу протекціоністських тенденцій антидемпінгових процедур та методології розрахунку демпінгової маржі.

Висновки

1. Демпінг - продаж товарів за цінами нижче контракту на міжнародних товарних ринках за умови, що низький рівень цін не визначається відповідним рівнем витрат на виробництво цього продукту. Оскільки демпінгова діяльність порушує правила чесної конкуренції та завдає шкоди місцевим виробникам, держава може застосувати до демпінгових продуктів антидемпінгові заходи, які можуть включати застосування антидемпінгових мит, введення обмежень на їх імпорт тощо.

2. Антидемпінгові заходи - кроки, які вживаються державою, аби захистити внутрішній ринок від демпінгу товарів та послуг. Країна, яка скаржиться на демпінг, відповідає за розслідування існування демпінгу та моральної шкоди, заподіяної або загроженої демпінгом, необхідність антидемпінгового мита та її розміру. Численні процедурні вимоги до проведення антидемпінгового розслідування та застосування антидемпінгового мита викладені в "Угоді про застосування статті VI ГАТТ 1994", який серед експертів відомий як "Антидемпінговий кодекс" або "Антидемональну угоду".

3. Практика застосування антидемпінгових санкцій в Україні свідчить про те, що найчастіше антидемпінгове мито встановлюється на високому, фактично заборонному рівні, та стає одним з найжорстокіших протекціоністських заходів, спонукаючи іноземного постачальника або підвищувати ціну товару, або йти на добровільне обмеження експорту з метою збереження власних позицій на ринку країни-імпортера. З метою захисту національного товаровиробника є доцільним проведення розслідувань виключно щодо імпорту в Україну. Проведення українською державою будь-яких розслідувань щодо власних експортерів призводить до обкладення митом їхньої продукції й тягне за собою більше негативних наслідків для національних економічних інтересів України, аніж наслідків позитивних.

Список використаних джерел

1. Anti-dumping initiations: by exporter [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.wto.org/english/tratop_e/adp_e/adp_e.htm.
2. Anti-dumping initiations: by reporting Member [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.wto.org/english/tratop_e/adp_e/adp_e.htm.
3. Dumping [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.investopedia.com/terms/d/dumping.asp>.
4. Dumping syndrome [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mayoclinic.org/diseases-conditions/dumping-syndrome/basics/definition/con-20028034>.
5. Technical Information on anti-dumping [Електронний ресурс] // https://www.wto.org/english/tratop_e/adp_e/adp_info_e.htm. – 2016.
6. WhatIsTradeDumping? [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.thebalance.com/what-is-trade-dumping-3305835>.
7. Антидемпінгова політика української держави. // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. – 2015. – №50.
8. Гуминська Н.В. Роль антидемпінгової політики в підвищенні ефективності зовнішньоторговельної діяльності / Гуминська Н.В.. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2014. – №16
9. Демпінг та антидемпінгові заходи [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://ecolib.com.ua/article.php?book=10&article=939>.
10. Демпінг як засіб торговельної політики, його види [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://lubbook.org/book_408_glava_15_Demp%D1%96ng_jakzas%D1%96b_torgoveln.html.

11. Дем'янюк, О. Демпінг як форма конкурентної боротьби на світовому ринку / О. Дем'янюк // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Сер. Економіка. – 2011. – Вип. 17. – С. 413-418.
12. Зименків Р.В. Антидемпінгова політика США / Зименків Р.В.. – Торонто, 2015..
13. Зименков Р. Антидемпінгова політика США / Зименков Р.. – Москва, 2014. – 199 с
14. Капуш І.С. Забезпечення «чесного» конкурентного середовища як один з принципів Світової організації торгівлі / Капуш І.С.. // Одеська національна юридична академія. – 2016. – №20. – С. 390–393.
15. Капуш І.С. Організаційно-правові основи застосування антидемпінгових мит в Україні / Капуш І.С. // Одеська національна юридична академія. – 2016.
16. Ковалевський І.С. . Зовнішньоекономічна діяльність України / Ковалевський І.С.. – Харків: Вища школа, 2010. – 210 с.
17. Кочергіна О.П. Антидемпінг у контексті принципів міжнародного економічного права і ГАТТ/СОТ / Кочергіна О.П.. – Київ, 2015. – 335 с.
18. Кочергіна О.П. Міжнародно-правове регулювання антидемпінгу на багатосторонній основі в системі ГАТТ/СОТ / Кочергіна О.П.. – Київ, 2015.
19. Лазебник Л.Л. Зовнішньо-економічна діяльність України / Лазебник Л.Л.. – Харків, 2015. – 290 с.
20. Мокій А.І. Торгівельні відносини України з Європейським Союзом / Мокій А.І.. – Київ, 2015. – 220 с.
21. Нетудихата С.Л. Антидемпінгове регулювання міжнародних економічних організацій та національні економічні інтереси України // Формування торговельних режимів у перехідних економіках в умовах глобалізації (приклад України) / Нетудихата С.Л.. – Київ: Либідь, 2015. – 345 с.
22. Обмежувальні заходи щодо імпорту товарів в Україну (антидемпінгові, компенсаційні та спеціальні заходи) [Електронний ресурс] – Режим

доступу до ресурсу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=403364b2-c60a-4649-aecf>

23. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту [Текст]: закон України від 22 грудня 1998 року № 330-XIV (з наступними змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=330-14>.
24. Угода про застосування статті 6 Генеральної угоди з тарифів і торгівлі 1994 року: міжнародний документ від 15.04.1994 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_010
25. Циганкова Т.М. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ / Циганкова Т.М.. – Київ, 2015. – 230 с.
26. Чечельницька К. Л. Система світової торгівлі ГАТТ/СОТ / К. Л. Чечельницька. – Київ, 2014. – 220 с.
27. Шепенко Р. Шепенко Р. Антидемпінгове законодавство США / Шепенко Р., 2015. – 234 с.