

## ДЕМПІНГ ТА АНТИДЕМПІНГ У ЗАХИСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ

*Резюме.* Розглянуто демпінг як прояв цінової конкуренції, проаналізовано вітчизняну та міжнародну практику ініціювання антидемпінгових розслідувань і застосування антидемпінгових заходів, запропоновано рекомендації для попередження антидемпінгових розслідувань щодо вітчизняних підприємств.

*The summary.* The article deals with dumping as a manifestation of price competition and analyzes national and international practice of initiating anti-dumping investigations and anti-dumping measures, recommendations for the prevention of anti-dumping investigations on domestic enterprises.

*Ключові слова:* демпінг, антидемпінгове регулювання, антидемпінгові заходи.

**Постановка проблеми.** З набуттям статусу країни з ринковою економікою та приєднанням до Світової організації торгівлі (СОТ) Україна отримала нові можливості та перспективи на міжнародному ринку. Вітчизняні підприємства набули можливості самостійно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність. Водночас іноземні товари отримали доступ на український ринок, що призвело до того, що вітчизняні експортери та імпортери зіткнулися з жорсткою конкуренцією. Серед різноманітних інструментів державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності, спрямованих на боротьбу з недобросовісною конкуренцією, є антидемпінгові заходи. Захист внутрішнього ринку від конкуренції імпортованих товарів як антидемпінг здійснюється майже в усіх країнах світу, оскільки демпінг та процеси з ним пов'язані в сучасних умовах набули великого поширення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окрім питання і проблеми щодо застосування різних інструментів регулювання зовнішньоекономічної діяльності відображено у працях таких науковців, як І. Бураковського, В. Гейця, О. Гребельника, М. Портера, Є. Савельєва, А. Філіпенка, Т. Циганкової тощо. Питанням антидемпінгового регулювання у світових торговельних відносинах присвячено чимало наукових досліджень, серед яких слід насамперед назвати праці О. Козиріна, С. Осики, В. П'ятницького, Л. Сабельникова, П. Хвойника, Р. Шепенка, Ю. Шишкова, О. Шниркова. Проте в їхніх працях недостатньо окреслені підходи щодо використання демпінгу та антидемпінгових заходів як засобів нетарифного регулювання зовнішньої торгівлі у захисті економічних інтересів.

**Метою дослідження** є з'ясування сутності та наслідків застосування цінового демпінгу суб'єктами господарювання і державою, аналіз практики антидемпінгового регулювання в Україні та світі, вироблення пропозицій щодо попередження (уникнення) антидемпінгових розслідувань вітчизняними підприємствами.

**Результати дослідження.** Сучасний світовий ринок характеризується стрімким зростанням конкуренції та відносною перенасиченістю різноманітними товарами й послугами. Загострення конкуренції через розширення міжнародної торгівлі – це об'єктивний процес, якого не уникнути.

Багато країн у конкурентній боротьбі замість торгових обмежень все ширше використовують різноманітні заходи просування вітчизняних товаровиробників на зарубіжні ринки. Поширеною формою конкурентної боротьби на світовому ринку є демпінг цін, коли експортер продає свою продукцію на закордонних ринках за ціною, нижчою ніж нормальна, зазвичай йдеться про продаж за ціною, нижчою за ціну на аналогічну продукцію на внутрішньому ринку країни-експортера.

Однозначно, що ціновий демпінг, який застосовують суб'єкти господарювання, повинен бути компенсованим. Така компенсація може здійснюватись як за рахунок ресурсів окремих суб'єктів господарювання, що прагнуть завоювати частку зовнішнього ринку із своєї продукцією, так і за рахунок держави (надання державних субсидій, кредитів, пільг з оподаткування експортерам тощо).

У сучасних міжнародних торговельних відносинах як суб'єкти господарювання, так і держава вдаються до демпінгу як способу швидкого отримання необхідних фінансових засобів, а також реалізації своїх економічних інтересів.

Так як кожен суб'єкт господарювання прагне ефективно продавати свою продукцію за умов конкуренції, а в умовах фінансово-економічної кризи вимушеним кроком практично для всіх суб'єктів господарювання є зниження ціни товару, то такий варіант не завжди можна

розцінювати як демпінг. Загалом складність підходу до вирішення проблеми демпінгу полягає в тому, що причини заниження ціни товару можуть бути різними. Зокрема, однією з таких причин дійсно може бути спеціальне заниження цін експортером для проникнення на новий закордонний ринок чи розширення позиції на цьому ринку за рахунок витіснення конкурента. Однак можуть бути й інші причини, наприклад, занижений курс національної валюти, або низькі витрати на заробітну плату або завищена внутрішня ціна товару тощо.

Крім того, оскільки вигода від зовнішньої торгівлі складається з двох операцій – експорту та імпорту, то навіть при реалізації товару за демпінговими цінами суб'єкт господарювання має можливість придбати за кордоном інший товар, реалізація якого на внутрішньому ринку не тільки компенсує йому втрати при експорті, але й може дати значний прибуток. Втрати суб'єктів господарювання-монополістів при демпінгу можуть бути компенсовані також продажем їхньої продукції на внутрішньому ринку за завищеною ціною. У цьому полягає привабливість демпінгу для експортерів, що й ускладнює боротьбу з ним.

Також багато фірм використовують демпінг із метою скорочення податкових платежів за рахунок зменшення продажних цін і рівня націнки (товарної надбавки). Це пов'язано з можливістю впровадження різних схем мінімізації оподаткування, розмір якого безпосередньо пов'язаний з рівнем націнки й валовим оборотом підприємства.

Окремі суб'єкти господарювання зі стабільним розміром постійних витрат можуть обирати тактику, за якої зниження цін і рентабельності нижче середньогалузевих дають змогу збільшити обсяги продажів і отримати високу валову вигоду у майбутньому.

Тобто суб'єкти господарювання зазвичай вдаються до демпінгу для усунення конкурентів, захоплення ринків, встановлення монопольних цін і отримання прибутків, хоча у деяких випадках зниження цін порівняно з цінами конкурентів може бути спричинене не зовсім хижацькими намірами.

Основним завданням держави при застосуванні демпінгу є насамперед захист своїх інтересів на міжнародному ринку, підтримка вітчизняних підприємств та створення передумов для розширення ринків збуту продукції, що виготовляється в державі. Тому демпінг не можна розглядати тільки як засіб недобросовісної конкуренції експортерів – це також засіб, який може і повинен, в окремих випадках, застосовуватись державою для реалізації своїх інтересів як повноправного учасника світової торгівлі, зокрема як метод стимулювання експорту. Але у більшості випадків небезпека демпінгу все ж викликана його спрямованістю на завоювання ринку шляхом витіснення з нього конкурентів з числа місцевих виробників, за рахунок низької ціни з подальшою монополізацією ринку і встановленням нової, значно вищої монопольної ціни. Це є негативним наслідком як для споживачів (низька ціна зазвичай змінюється вищою монопольною), так і держави-експортера (витрати, пов'язані з демпінговим експортом, у кінцевому випадку нестимуть податкоплатники держави-експортера), так і держави-імпортера (наслідки демпінгового імпорту для країни-імпортера проявляються у скороченні обсягів виробництва конкуруючого товару, зниження рентабельності виробництва такого товару, негативному впливі на рівень заробітної плати, працевлаштування тощо).

Для міжнародної торгівлі демпінг небезпечний тим, що дезорганізовує ринок та може призводити до торговельних конфліктів і навіть воєн.

Тому факт наявності демпінгу та шкода, якої він завдає національним товаровиробникам контролюються, як з боку міжнародних торгових організацій, так і безпосередньо державами через застосування антидемпінгових заходів.

Економічне обмеження імпорту з метою захисту національних товаровиробників, збереження їх доходів та робочих місць – така загальна мета антидемпінгової політики. Загалом антидемпінг є найпоширенішим інструментом уведення державою обмежень на імпорт через застосування антидемпінгових заходів.

У міжнародній практиці при веденні торгівлі допускається продаж імпортного продукту за заниженими цінами, але Генеральною угодою з тарифів і торгівлі (ГАТТ) продаж імпортного продукту за низькими цінами, який є наслідком погіршення економічного становища країни, тобто він спричиняє матеріальну шкоду чи створює загрозу матеріальній шкоді національній промисловості, чи значно затримує розвиток вітчизняної промисловості визначається як демпінг [1]. Тільки у цих випадках дії іноземного експортера (при продажу за низькими цінами) можна розглядати як недобросовісну конкуренцію відносно національних товаровиробників,

яка виправдовує застосування спеціальних антидемпінгових заходів у зовнішній торгівлі з метою запобігання недобросовісній конкуренції.

Загалом регулювання зовнішньої торгівлі в країнах з ринковою економікою базується на тому, що держава не втручається в підприємницьку діяльність учасників зовнішньоекономічної діяльності, тобто вона не встановлює і не регулює цін, за якими експортер продає свою продукцію на зовнішньому ринку, а імпортер купує її. Втручання держави допускається тільки тоді, коли створюються умови, які перешкоджають вільному обігу й ціноутворенню на ринку. Це основний принцип регулювання зовнішньої торгівлі, який закріплено в ГАТТ і якого дотримуються держави-учасники ГАТТ/СОР при розробленні свого законодавства, що регулює зовнішньоекономічну діяльність.

Хоча основними принципами системи ГАТТ/СОР є взаємність і відсутність дискримінації у міжнародній торгівлі, проте існує низка винятків з недискримінаційних правил ГАТТ/СОР, зокрема щодо застосування антидемпінгових заходів. У межах ГАТТ/СОР антидемпінгове регулювання здійснюється через застосування Угоди про застосування статті VI Генеральної угоди з тарифів та торгівлі 1994 року [6].

Антидемпінгове регулювання будь-якої країни реалізується державними органами виконавчої влади на основі міжнародних угод та власного законодавства у цій сфері. В Україні механізм захисту національного товаровиробника від демпінгового імпорту з інших країн, митних союзів або економічних угруповань та порядок порушення й проведення антидемпінгових розслідувань і застосування антидемпінгових заходів здійснюється відповідно до Закону України "Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту" [5].

Основним змістом антидемпінгового законодавства будь-якої країни є норми про спеціальний орган, на який покладаються зобов'язання виконання закону, тобто зобов'язання прийняття антидемпінгових заходів та про процедуру, пов'язану з прийняттям вказаних заходів. Антидемпінгове законодавство детально повинно регламентувати дії вказаних органів у частині кваліфікації обставин як демпінгу, так і в частині порядку проведення процедури щодо прийняття рішення про застосування антидемпінгових заходів. Проведення антидемпінгового розслідування в Україні здійснюють уповноважені на це центральні органи виконавчої влади [5] – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Державна митна служба України та Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі.

Розслідування з метою встановлення наявності та впливу демпінгу, про який стверджується, що він має місце, а також величини демпінгової маржі розпочинає Міністерство економічного розвитку і торгівлі з порушення антидемпінгової процедури за скаргою, поданою національним товаровиробником або від його імені, яка повинна містити докази наявності демпінгу і шкоди, про які стверджується, що вони мають місце, і причинно-наслідкового зв'язку між ними [5].

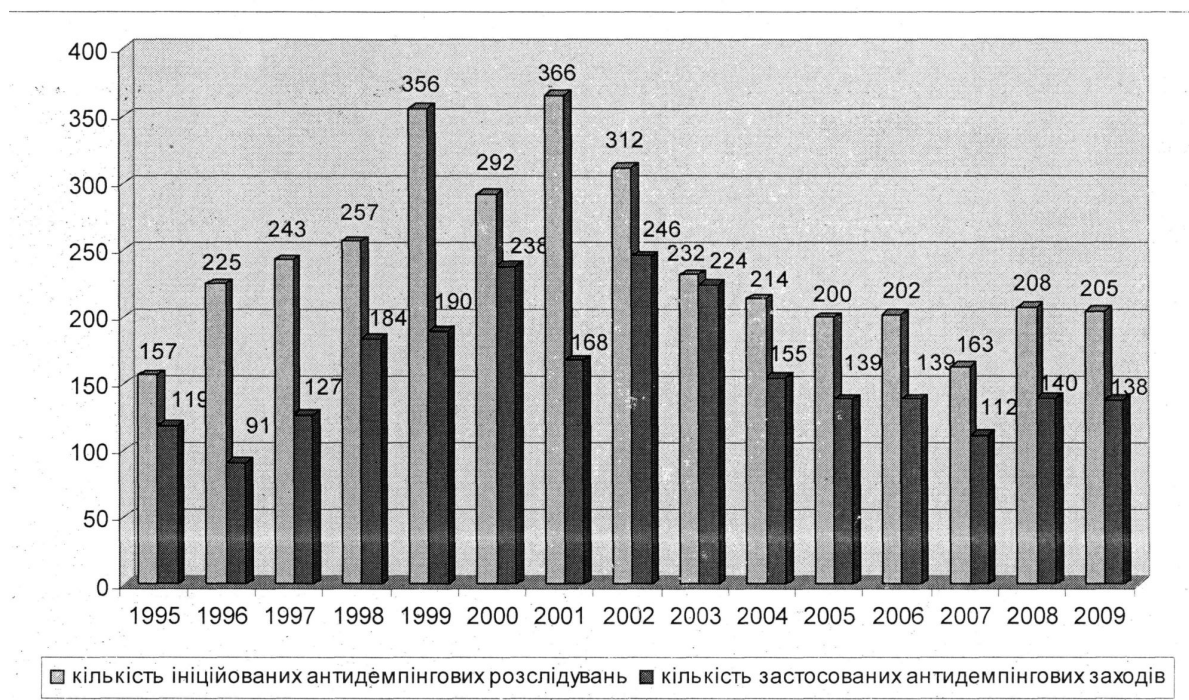
Якщо необхідно довести, що ціни справді є демпінговими, тобто нижчими, аніж ціни чи виробничі затрати в країні походження і навіть, якщо це доведено, то це не завжди означає, що іноземні експортери ведуть хижацьку цінову практику, а просто здійснюють чесну цінову конкуренцію. Адже для того, аби хижацьке ціноутворення було успішним, необхідно дотримуватися ряду умов, бо інакше воно буде не вигідним. Оскільки, по-перше, ринок повинен бути сегментованим, бо інакше демпінгова продукція буде реекспортуватися на інші ринки, по-друге, фірми, які здійснюють демпінг, повинні мати достатньо грошових засобів, щоб компенсувати витрати в процесі реалізації демпінгової продукції, по-третє, еластичність ціни попиту на експортному ринку повинна бути вищою, ніж на власному чи інших ринках, для того, щоб швидко завоювати великі частки ринку і збільшити обсяги продажів. Це дає змогу фірмам, що мають відносно монопольне становище на внутрішньому ринку, продавати свої товари за вищими цінами, ніж на зовнішньому ринку, де попит еластичніший за ціною і де конкуренція вище [3, с. 78].

Загалом антидемпінгова активність вимірюється кількістю ініційованих антидемпінгових справ, яка у 2008–2009 рр. у світі за даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) була практично стабільною. Як бачимо з рис. 1, починаючи з 2001 р., простежується тенденція до зменшення кількості ініційованих антидемпінгових розслідувань і вжитих за їх результатами антидемпінгових заходів, хоча, починаючи з 2008 року,

спостерігається збільшення цих показників. Однак можна припустити, що саме з 2008 року розпочинається черговий цикл антидемпінгової активності, оскільки за аналізований період простежується своєрідна циклічність щодо спаду й зростання антидемпінгової активності у світі: 1995–2000 рр., 2001–2007 рр. відповідно.

Дещо інша ситуація спостерігається у світі щодо застосування на основі ініційованих антидемпінгових розслідувань остаточних антидемпінгових заходів: наприклад, у 1999 і 2001 роках, коли було ініційовано максимальну кількість антидемпінгових розслідувань (356 і 366 відповідно), а вжитих заходів за цими розслідуваннями було застосовано майже вдвічі менше (190 і 168 відповідно) [7]. Загалом на основі аналізу даних, наведених на рис. 1, можна стверджувати, що за винятком окремих років (наприклад, 2003 р.) близько 1/4 ініційованих антидемпінгових розслідувань не завершується застосуванням антидемпінгових заходів.

Хоча останніми роками дещо зменшилася кількість антидемпінгових розслідувань як механізму захисту національних товаровиробників різних країн, однак при зменшенні ділової активності та появі ознак кризового стану світової економіки частота вжиття заходів, як правило збільшується.



**Рис. 1. Кількість ініційованих антидемпінгових розслідувань та вжитих антидемпінгових заходів у світі протягом 1995–2009 рр.\***

\* Побудовано автором на основі даних ЮНКТАД [8].

Серед галузей, проти яких найбільше було ініційовано антидемпінгових розслідувань та застосовано антидемпінгових заходів за 1995–2009 роки, лідирують металургійна – 28% та хімічна – 33% галузі [8] (див. рис. 2).

Як бачимо, від антидемпінгових заходів найбільше у світі потерпають дві галузі (металургійна та хімічна), де Україна має непогані результати як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

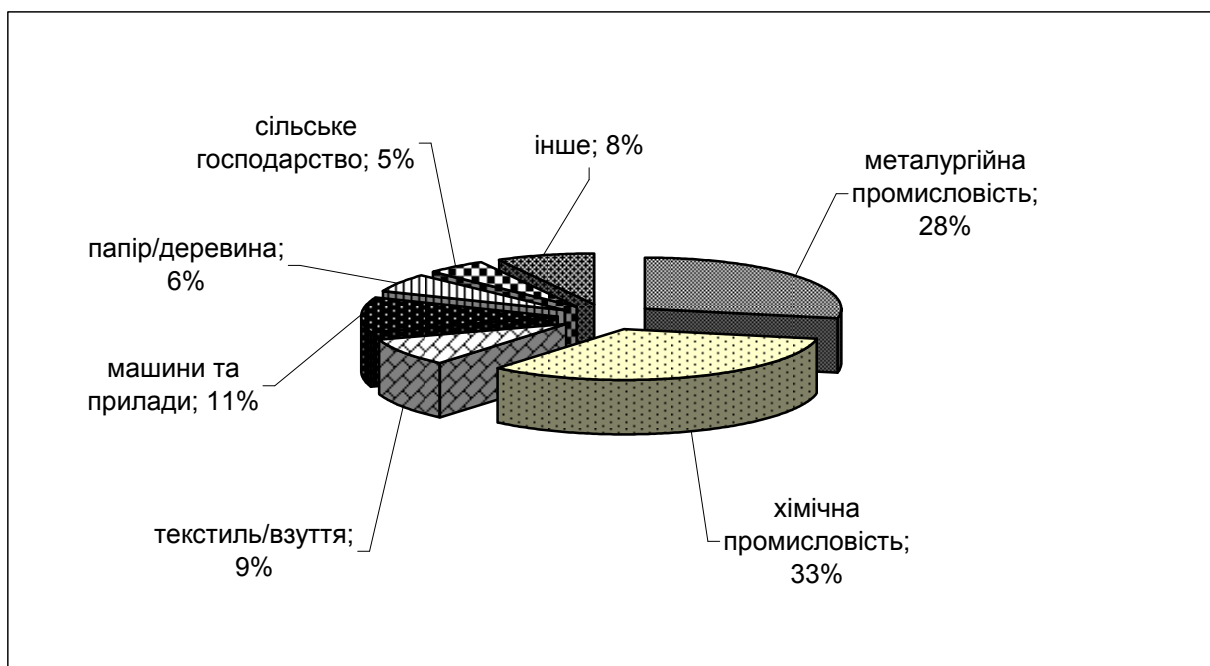


Рис. 2. Групи товарів, що найбільше підпадали під антидемпінгові заходи у світі у 1995–2009 рр. [7]

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України станом на 01.01.2011 р. проти української продукції провадяться 3 антидемпінгових розслідування та застосовуються 28 антидемпінгових заходів. Проти української продукції ці заходи використовують 10 країн, серед яких США (7), ЄС (6), Мексика (4), Росія (3), Аргентина (2), Таїланд (1), Туреччина (1), Перу (1), Білорусь (1), Канада (2). Причому із 28 застосовуваних антидемпінгових заходів 21 випадок стосується продукції металургійної галузі і 5 – хімічної [2].

Україна як експортер продукції металургійної та хімічної галузей повинна закріплювати свої позиції на відповідних зовнішніх ринках, аби її не потіснила дешевша продукція з інших країн (Індія, Китай, Бразилія тощо). Щодо металургійної галузі, то за даними Мінекономіки України 20% металопродукції Україна поставляє на внутрішній ринок, а 80% – експортує. Крім того, металургійні підприємства України за часи її незалежності значно скоротили асортимент своєї продукції, набагато зменшили виробництво високотехнологічної продукції, задля розширення експорту перейшли на збільшення виробництва напівфабрикатів, що потребують подальшого оброблення для отримання більш технологічної продукції [4]. Для того, щоб вітчизняні металургійні підприємства могли конкурувати на зовнішніх ринках, необхідно проводити кардинальну модернізацію галузі з підвищенням довготермінової конкурентоспроможності галузі, оскільки вдаватися до демпінгу українські металурги не зможуть через застарілі технології та обладнання підприємств, собівартість продукції яких значно вища, ніж на аналогічних сучасних іноземних виробництвах. Виведення з експлуатації застарілих потужностей, їх переоснащення, модернізація і реконструкція виробничих потужностей та розвиток сучасних технологій потребують значних фінансових витрат. Для таких кроків в Україні потрібні глибокі наукові дослідження, економічні розрахунки та джерела фінансування. А для зменшення або уникнення ініціювання антидемпінгових розслідувань проти української продукції на загальнодержавному рівні доцільно на науковій основі здійснювати прогнозування порушення антидемпінгових процедур проти вітчизняної продукції тих галузей, які найбільше потерпають від антидемпінгових заходів, на основі аналізу динаміки внутрішнього виробництва, попиту, споживання, експорту з урахуванням даних про потужності та номенклатуру підприємств тощо в контексті взаємозв'язку з прогнозами розвитку світової, регіональної та галузевої економіки.

**Висновки.** Демпінг та антидемпінг являють собою ефективні прийоми конкурентної боротьби, метою якої для суб'єкта господарювання зазвичай є завоювання ринку, досягнення

економічних переваг на зовнішніх ринках, збільшення грошових потоків підприємства тощо, а для держави – захист її економічних інтересів на міжнародному ринку, створення передумов для розширення ринків збуту вітчизняної продукції та підтримка національного товаровиробника. Тому такі заходи, як демпінг та антидемпінгові заходи як суб'єкти господарювання, так і держава повинні застосовувати як додатковий інструмент впливу на міжнародну торгівлю в межах добросовісної конкуренції та відповідно до міжнародних вимог у цьому напрямі.

### **Використана література**

1. Генеральна угода з тарифів і торгівлі 1994 року: міжнародний документ від 15.04.1994р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon.nau.ua/doc/?code=981\\_003](http://zakon.nau.ua/doc/?code=981_003).
2. Захист інтересів національних товаровиробників на зовнішніх ринках: обмежувальні заходи щодо товарів походженням з України на зовнішніх ринках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat\\_id=90081](http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=90081).
3. Козырин, А.Н. Конкуренция на международных рынках и антидемпинговое регулирование [Текст] / А.Н. Козырин, Р.А. Шепенко. – М.: Спарк, 1999. – 208 с.
4. Основні показники економічного та соціального розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article/info\\_boxes?art\\_id=38501&cat\\_id=38506](http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article/info_boxes?art_id=38501&cat_id=38506).
5. 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>.
6. 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](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_010).
7. Global Trade Protection Report 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.antidumpingpublishing.com/info/Free-Resources/gtp-report.aspx](http://www.antidumpingpublishing.com/info/Free-Resources/gtp-report.aspx).
8. Anti-dumping – selected statistics and trends. 28 September 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vi.unctad.org/files/studytour/stchina10/documents/sep28/csakoadstat.ppt>.