



Рисунок 3- Базовые составляющие делового взаимодействия торгового предприятия и клиента

Эти элементы - суть развития сетевых отношений торгового предприятия и клиента. Интерес выражает способность корпорации работать с поведенческими аспектами потребительского поведения. Инвестиции - финансовый источник и готовность вкладывать капитал. Интеграция подчеркивает характеристики компании, которые предполагают объединение и суверенитет участников кооперации с потребителями.

Можно рассматривать всю сеть как комплексную и мультипликаторную форму развития самой удобной кооперации для данной компании в новой экономике.

Существует несколько новых форм влияния на направления интегрированного маркетинга в сфере контактов с потребителями:

- ✓ знание;
- ✓ агрегирование, конвергенция и консолидация;
- ✓ фрагментированные и касательные рынки;
- ✓ спрос и возможное обращение потребителей;
- ✓ адаптивность.

Анализ данных форм будет предметом дальнейших исследований.

Таким образом, можно сделать вывод, что интегрированный маркетинг является новой эволюционной ступенью развития концепции традиционного маркетинга и предполагает рассмотрение торгового предприятия и его рыночных партнеров в единой структуре, носящей название маркетинговой сети.

РЕЗЮМЕ

У статті розглянуто основні методичні підходи до формування концепції інтегрованого маркетингу як взаємодії фірми з партнерами і споживачами в рамках функціонування єдиної маркетингової мережі. Запропоновано авторське трактування еволюційних стадій розвитку взаємодій в холистичній маркетингу для торгового підприємства.

Ключові слова: інтегрований маркетинг, методичні підходи, взаємодії, торгові підприємства

РЕЗЮМЕ

В статье рассмотрены основные методические подходы к формированию концепции интегрированного маркетинга как взаимодействия фирмы с партнерами и потребителями в рамках функционирования единой маркетинговой сети. Предложена авторская трактовка эволюционных стадий развития взаимодействий в холистическом маркетинге для торгового предприятия.

Ключевые слова: интегрированный маркетинг, методические подходы, взаимодействия, торговые предприятия

SUMMARY

The article describes the basic methodological approaches to the formation of the concept of marketing as interaction firm with partners and customers in the functioning of a single marketing network. The author's interpretation of the evolutionary stages of interactions in a holistic marketing for commercial enterprise.

Keywords: integrated marketing, methodological approaches, cooperation, trade enterprises

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Войчак А.В. Маркетинговый менеджмент: Учеб./КНЕУ – К., 1998
2. Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями. - Пер. с англ. В. Егорова. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. - 512с.
3. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2001. – 240 с.
4. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. СПб., Наука, 2006. – 270с.
5. Чижов Н.А. Клиентские технологии. - М.: Экзамен, 2002. - 352с.

УДК 339.137

ДЕМПИНГ И АНТИДЕМПИНГОВЫЕ ПРОЦЕДУРЫ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Алтухова И.Н., к.е.н., ассистент. каф. Маркетинга, Донецкого национального университета

В современной мировой экономике, в эпоху активной либерализации международной торговли, а также в условиях обострения торговых конфликтов между ее субъектами, все чаще обостряется проблема использования различных средств регулирования внешней торговли. Практика развитых стран мира, способствовала постепенной либерализации торговых отношений, в том числе и за счет снижения таможенных пошлин в экспортно-импортных операциях. При этом, весьма злободневной является проблема применения средств нетарифного регулирования, которые могут существенно сказываться на динамике, товарной и географической структуре международной торговли. Одним из важнейших средств являются антидемпинговые меры. Актуальность темы исследования заключается и в том, что в

современных международных торговых отношениях как фирмы, так государство зачастую прибегают к демпингу как к способу быстрого получения необходимых валютных средств, а также реализации своих экономических интересов.

Аспекты демпинга и антидемпинговых процедур в международной торговле рассматриваются в работах таких ученых, как Авдокушин Е.Ф., Борисов Г.К., Ванина И.С., Данильцев А.В., Дюб жева Н.В., Дюмулен И.И., Зимнин С.В., Кочетов Э.Г., Кругман П.Р., Ливенцев Н.Н., Ломакин В.К., Михайлин А.Н., Покровская В.В., Полуэктов А., Пресняков В.Ю., Рыбалкин В.Е., Сабельников Л.В., Савин В.А., Фаминский И.П., Фо-мичев В.И., Хасбулатов Р.И., Шумилов В.М., Юмашев Ю.М. и др. Кроме этого, в работе широко использовались результаты исследований зарубежных ученых, как-то: Андерсон К., Бачетта М., Блониген Б., Боун К., За-нардн М., Казеки Д., Кнеттер М., Кругман П.Р., Макконел К.Р., Мартин В., Об-стфельд М. Роуз К., Фингер Дж., Халлавай М., Ю Жихао и др.

В работе исследуется проблема демпинга и антидемпинговых процедур в международной торговле. Предлагаются пути защиты украинского производителя от антидемпинговых процедур.

В современном мире одним из основных двигательных сил экономического развития выступает международная торговля, которая является сферой международных экономических отношений и представляет собой совокупность внешней торговли товарами, услугами, продукцией интеллектуальной собственности всех стран мира. Сегодня ей принадлежит 80% всех международных отношений. Для отдельной страны участие в международной торговле приобретает форму внешней торговли, то есть это торговля одной страны с другими странами мира, которая состоит из двух встречных потоков товаров и услуг: оплачиваемого экспорта и импорта.

Международная торговля – это торговля между резидентами разных стран, которыми могут выступать физические и юридические лица, фирмы, ТНК, некоммерческие организации и т.д. Международная торговля предусматривает добровольный обмен товарами, услугами, интеллектуальной собственностью между сторонами торгового договора, в котором обе стороны должны быть уверены, что получают выгоду от этого обмена, иначе договор не будет уложен.

Международная торговля является характерной чертой существования мирового рынка, который представляет собой сферу товарно-денежных отношений между странами, которые основываются на международном разделении труда и других факторов производства. Товар, который находится на мировом рынке в фазе обмена, исполняет информационную функцию, поскольку сообщает о средней величине совокупного спроса и предложения. В связи с этим страны имеют право оценивать и адаптировать параметры своей продукции и производства (что, сколько, для кого производить) к требованиям мирового рынка. Товарная структура международной торговли формируется под влиянием конкурентных преимуществ, которые имеют народные хозяйства стран. Конкурентные преимущества существуют в случаях, когда в стране цены на экспортные товары (или внутренние цены) ниже мировых. Отличия в ценах обусловлены различными затратами производства, которые зависят от природного потенциала и социально-экономического положения. Однако существует такая форма международной ценовой дискриминации, когда товар продвигается на рынке за счёт снижения экспортных цен ниже нормального уровня цен, существующего в этих странах. Такой процесс называется демпингом.

Согласно Украинскому законодательству демпинг – ввоз на таможенную территорию страны импорта товара по цене, которая ниже сопоставимых цен на подобный товар в стране экспорта, что наносит вред национальному товаропроизводителю подобного товара. Следует отметить, что сопоставимая цена – цена подобного товара в стране экспорта, которая практикуется в обычных торговых операциях.

Первоначально демпинг определялся как деятельность, при которой, как правило, данный товар продавался внутри страны производителя по ценам более высоким, чем при его вывозе за границу. Использовались и другие определения демпинга: демпингом признавалась ситуация, когда продажная цена за границей была ниже той, которую конкуренты в импортирующей стране могли предложить за тот же товар.

Основной целью демпинга является вытеснение конкурентов и завоевание внешних рынков сбыта, поэтому в отдельных случаях такая практика может квалифицироваться, как недобросовестная. В этом случае демпинг может осуществляться как средствами фирмы-экспортера, так и с помощью государства путем субсидирования экспортных поставок из средств государственного бюджета. Также многие фирмы используют демпинг с целью сокращения налоговых платежей за счет уменьшения продажных цен и уровня наценки (товарной надбавки). Это связано с возможностью внедрения различных схем минимизации налогообложения, размер которого напрямую связан с уровнем наценки и валовым оборотом предприятия. [6].

При высоких ценах на внутреннем рынке продажа товаров на экспорт по заниженным ценам (демпинговым) способствует вытеснению конкурентов и завоеванию внешнего рынка. Иногда демпинг проводится с целью избавления от излишних товарно-материальных запасов. Разница между реальными и бросовыми ценами покрывается за счет повышения цен на внутреннем рынке. Целью демпинговой политики может стать содействие решению валютных проблем. Государство, испытывающее острую нужду в иностранной валюте, может попытаться любыми средствами (в том числе через субсидирование экспорта) активизировать свой экспорт, чтобы обеспечить приток валютных поступлений.

Демпинг в международной практике имеет неоднозначное толкование. Например, согласно определению Европейского союза демпинг – это установление экспортной цены на уровне ниже сравнимой цены (средних издержек) в отношении аналогичного товара при обычных условиях торговли в экспортирующей стране (стране происхождения товара или стране, где товар подвергся существенной переработке). Причем это относится к случаям, когда товар экспортируется из страны с рыночной экономикой. Если же товар экспортируется из страны не с рыночной экономикой, то в качестве нормальной цены берутся цены третьих стран с рыночной экономикой, условия которых приближены к указанной стране. Среди них могут оказаться и высокоразвитые страны. Часто для стран с нерыночной экономикой демпинговая разница бывает завышенной. В этом случае весьма важен выбор страны для определения нормальной стоимости производства товара для стран с нерыночной экономикой. Странами с нерыночной экономикой считаются страны, где влияние государства или иных факторов способно исказить рыночный механизм формирования цен. При этом в мировой практике комиссии по антидемпинговому законодательству пользуются возможностью свободно выбирать базу для сравнения цен, что играет решающую роль при констатации факта демпинга. Из всех возможных цен выбираются те, которые в наибольшей степени отвечают интересам продуцентов соответствующей страны-импортера, а нередко пытаются проводить сравнение с их внутренними ценами. В случае обвинения компании в демпинге для нее складывается весьма неблагоприятное положение. Если демпинг будет доказан судом, страна импортера применяет различного рода санкции: вводит эмбарго на ввоз данных товаров данной фирмы в свою страну; устанавливает высокие антидемпинговые таможенные пошлины (10 – 45%) на период до пяти лет и т.д. Демпинг запрещён как международными правилами в рамках ВТО, так и национальными антидемпинговыми законодательствами многих стран, которые позволяют применять антидемпинговые пошлины в случае обнаружения факта демпинга.

Демпинг представляет собой распространенную разновидность недобросовестной конкуренции, так как может наносить серьезный ущерб для производства соответствующих товаров в стране импорта, а также для добросовестных экспортеров аналогичных товаров из других стран.

Способом противодействия демпингу является применение импортирующим государством обычно по жалобам терпящих убытки предпринимателей так называемых антидемпинговых мер, прежде всего, в виде антидемпинговых пошлин. *Антидемпинговая пошлина (anti-dumping duty)* – это временный сбор в размере разницы между ценами продажи товара/услуги на внутреннем и внешнем рынках, вводимый импортирующей страной в целях нейтрализации негативных последствий нечестной ценовой конкуренции на основе демпинга. Эти пошлины устанавливаются в дополнение к обычным таможенным пошлинам. Антидемпинговые пошлины устанавливаются по результатам специального государственного расследования, целью которого является, прежде всего, выявление самого факта демпинга и причиненного им ущерба, а уже затем установление пошлины. Антидемпинговые расследования весьма распространенная процедура. В

США и Евросоюзе они одновременно проводятся в десятках и сотнях случаев. Десятки расследований имеют место в отношении российских товаров в Евросоюзе, в США, в Китае и т.д. [5., с. 219]

Правительственные органы могут инициировать расследование лишь как исключение (при "особых обстоятельствах") и если они располагают доказательствами демпинга, ущерба от него и взаимосвязи ущерба с демпингом. При этом расследование должно быть открытым для всех заинтересованных сторон и гласным. Антидемпинговый кодекс обуславливает методику и критерии определения материального ущерба (или его угрозы) для производства аналогичного товара в стране импорта, методику расчета антидемпинговых пошлин и четкие процедурные правила.

Конфиденциальная информация не раскрывается без разрешения предоставившей ее стороны. Информация рассматривается в качестве конфиденциальной при данных о том, что раскрытие такой информации предоставит преимущество в условиях конкуренции третьему лицу либо повлечет за собой неблагоприятные последствия для лица, предоставившего такую информацию, или лица, у которого данное лицо получило такую информацию. Как общее правило, стороны, предоставившие конфиденциальную информацию, предоставляют также ее неконфиденциальную версию, которая позволяет понять суть самой информации, не нарушая ее конфиденциальности. В случае если сторона не предоставляет неконфиденциальную версию, либо запрашивает конфиденциальный статус для информации, которая не является конфиденциальной, орган расследования может не принять во внимание такую информацию. Антидемпинговые пошлины пересматриваются каждые 5 лет после введения или последнего пересмотра и продлеваются, если в ходе пересмотра устанавливается, что демпинг и наносимый им ущерб продолжаются или возобновляются. Досрочный пересмотр антидемпинговой процедуры может быть начат, если будет направлена заявка, содержащая доказательства того, что в сохранении процедуры более нет необходимости и/или в случае ее отмены ущерб от демпинга не возобновится, или если применяемая процедура более не компенсирует ущерб. В ходе пересмотра может быть проверено, насколько серьезно изменились обстоятельства демпинга и нанесения экономике ущерба, приведшие к началу данной процедуры. Заявители могут представить в документы, доказывающие, что начатая антидемпинговая процедура не устранила полностью (или значительно) ущерб, наносимый экономике её экспортом по демпинговым ценам. Если после проведения консультаций эти данные окажутся убедительными, то расследование для выяснения влияния используемой процедуры на цены экспортера может быть начато повторно. Кроме того, используемая антидемпинговая пошлина может быть распространена на импорт такого же товара и комплектующих деталей для его производства из третьих стран, если будет решено, что имеет место попытка обойти действие начатой антидемпинговой процедуры.

Об эффективности антидемпинговых и других расследований можно судить как по количеству рассматриваемых дел, так и количеству и номенклатуре товаров, в отношении которых проводятся данные расследования и принимаются положительные решения. На настоящий момент существует целый ряд решений Межведомственной комиссии по международной торговле, которые направлены на применение антидемпинговых и других санкций и, как следствие, защиту отечественного товаропроизводителя.

Предыдущие годы были достаточно урожайными для украинских экспортеров на антидемпинговые, специальные и антисубсидиционные расследования. "Подследственными" оказались в основном производители металлургической и химической продукции. Сегодня в 19 странах мира уже действуют антидемпинговые меры против украинской продукции по 30 товарным позициям. В прошлом году возбуждены и сейчас проводятся 12 антидемпинговых, специальных и антисубсидиционных расследований по 14 товарным группам. В результате расследований Украина может потерять рынки сбыта своей продукции еще на сумму около 370 млн.долл.США. Основные торговые ограничения против украинского экспорта инициируются производителями из США и России.

Антидемпинговые процессы еще до сих пор воспринимаются большинством украинских предприятий как нечто из ряда вон выходящее. На самом деле, лавина защитных мер против отечественных экспортеров - нормальная реакция мировой экономики на разрастающееся присутствие украинских товаров. Можно выделить несколько основных причин, которые позволяют иностранным производителям обвинять украинские предприятия в демпинге:

- 1) не все страны признают украинские предприятия работающими в рыночных условиях;
- 2) незнание украинскими экспортерами законодательства стран, которые проводят расследования, не позволяет квалифицированно защищаться без привлечения адвокатских контор;
- 3) отказ экспортеров от участия в антидемпинговых расследованиях автоматически приводит к закрытию рынков, поскольку размер пошлины рассчитывается, как правило, на основании материалов заявителей;
- 4) не всегда вовремя приходит информация о начале расследования, особенно из стран Латинской Америки, где у нас нет торговых представительств. В результате мы получаем информацию о начале расследований с большим опозданием, и участие в нем становится невозможным;
- 5) украинская продукция объективно не может продаваться по той же цене, что и продукция экономически развитых стран, таких как Япония или США;
- 6) многочисленные субсидии - прямые и косвенные (пусть и легальные) - для экспортных отраслей экономики, например, эксперимент в горно-металлургическом комплексе (ГМК);
- 7) "низкотехнологичный" характер экспорта.

Чаще всего в мире антидемпинговые процессы возбуждаются против поставок черных металлов, химической продукции и пластмасс. К тому же, Украина еще до сих пор не состоит ни в одной крупной международной торговой организации. Хотя даже членство в ВТО, как показывает мировая практика, от антидемпинговых процессов не спасает. Против Украины были, и будут проводиться расследования, которые ставят украинских производителей в неравное положение с местными производителями.

По большому счету, отбиться от антидемпинговых расследований в мире не удастся никому. Лучший способ победить в антидемпинговых расследованиях - это исключить причины, которые к ним приводят. Для Украины эта проблема как нельзя актуальна. Для более успешного участия украинских субъектов хозяйственной деятельности в антидемпинговых расследованиях, прежде всего, следует тщательно изучить международное законодательство, устранить противоречия во внутреннем законодательстве Украины.

Первое же антидемпинговое разбирательство, в котором фигурировали украинские металлопроизводители (речь шла о поставках листовой углеродистой стали МК «Азовсталь» в Канаду в 1993 году), было с треском проиграно украинской стороной. Этот факт стал тогда неожиданностью для шапкозакидательски настроенных отечественных промышленников и послужил сигналом к экономической атаке для других стран, накопивших к тому времени претензии к Украине. В настоящее время в отношении украинских субъектов внешнеторговых экспортных операций - прежде всего это производители черных металлов, ферросплавов, магния, цинка - проводится более 50 антидемпинговых и специальных расследований. Результатом «торговых сражений» могут быть достаточно жесткие меры наказания. Например, в результате применения США с 1997 года антидемпинговых ограничений к украинским экспортерам черных металлов отечественные товаропроизводители ежегодно недополучают более 100 млн. долларов валютной выручки. В начале 90-х годов антидемпинговые расследования проводились в связи с обстоятельствами поставки в Европу и США продукции ОАО «Запорожский титано-магнийевый комбинат» и ОАО «Запорожский завод ферросплавов». В 1996-98 годах были возбуждены антидемпинговые преследования против украинских производителей металлургической продукции в Индонезии, Индии, Таиланде, Чили, Мексике, Венесуэле, Колумбии. Всего же за последние годы Украина вынуждена была ввести «добровольные» ограничения на экспорт по более чем 50 категориям отечественной металлургической продукции. [3]

Есть и успешные примеры, когда антидемпинговые расследования удалось остановить. В Украине создаются предпосылки и условия для производства и импорта карбамида-аммиачной смеси. Как известно, основным рынком сбыта украинской карбамида-аммиачной смеси являются США. Комиссия США по вопросам международной торговли приняла решение об окончании антидемпингового расследования против импорта украинской карбамида-аммиачной смеси без применения каких-либо ограничительных

мер против украинских производителей. Эксперты комиссии посчитали, что импорт этого товара из Украины не наносит ущерба предприятиям американской промышленности, выпускающим аналогичную продукцию. Решение о применении предварительной антидемпинговой пошлины на импорт этой украинской продукции в США в размере 193,58% было принято в октябре 2002 года. До инициирования органами США антидемпингового расследования годовой объем поставок украинской продукции на американский рынок составлял около 27 млн. долл. [3]

Постоянное давление конкурентов испытывают также производители химической, легкой и пищевой промышленности. Рассчитывать на то, что страны-лидеры мировой промышленности начнут воспринимать Украину как равного партнера, тоже не приходится. Практика расследования в иностранных государствах обвинений украинских экспортеров в демпинге показывает, что в ряде случаев такие обвинения явились результатом незнания экспортером условий местного рынка, уровня конкуренции, уровня мировых цен, да и просто незнания антидемпингового законодательства страны импортера [4].

Чтобы не допустить антидемпинговых расследований при экспорте украинских товаров, экспортеру следует опираться на существующую мировую практику применения мер по защите, которая в основном сводится к следующему:

1. При проведении переговоров с иностранным контрагентом-импортером о заключении долгосрочного экспортного контракта на поставку товаров в крупных объемах целесообразно предварительно ознакомиться с антидемпинговым законодательством страны ввоза данного товара.

2. При осуществлении экспортных операций на постоянной основе экспортер должен проводить разумную ценовую политику. Нельзя допускать применения низких цен, могущих послужить основанием для признания демпинга.

3. Важным вопросом является маркетинг, т.е. изучение экспортером рынка импортера во всей его совокупности: общий объем импорта данного товара в стране ввоза, наличие конкуренции, уровень потребности страны ввоза в данном товаре, конкурентные цены (внутренние и мировые) и прочее.

4. Если возникает угроза антидемпингового расследования, то экспортеру желательно договориться с конкурентами и принять необходимые меры, чтобы не допустить расследования. С этой целью следует также использовать авторитет и влияние импортера, включая получение от него необходимой коммерческой и правовой информации.

Известно, что любое государство мира защищает, прежде всего, свои интересы на международном рынке, старается поддержать своего производителя и создать все условия для расширения рынков сбыта продукции, производимой в государстве. Очень долгое время Украина не могла похвастаться успешным опытом в защите своего производителя - как правило, предприятия защищали себя за границей сами [2,с.10]. Но украинские предприятия не могли сами защищаться от демпинга в Украине из-за отсутствия соответствующего законодательства. Главным образом по этой причине многие украинские предприятия потеряли местные рынки сбыта своей продукции. При возбуждении некой страной антидемпингового расследования против украинского товаропроизводителя, производители не могли ответить тем же, что приводило к раскручиванию спирали расследований. Основанием для открытия таких процедур является жалоба, поданная национальным товаропроизводителем или его представителем. Жалоба должна содержать доказательства наличия демпинга или субсидии и вреда, о которых утверждается, что они имеют место, а также причинно-следственной связи между ними. В ходе упомянутых процедур рассматриваются доказательства, которые содержатся в жалобе, с целью определения, являются ли эти доказательства обоснованными и достаточными для возбуждения антидемпингового или антисубсидиарного расследования. Так, антидемпинговое расследование не будет начато, если фактический и потенциальный объем демпингового импорта не превышает 3 %, а размер демпинговой маржи - 2 %; а антисубсидиарное расследование - если суммарное производство предприятий производителей, которые поддержали жалобу, составляет меньше чем 25% общего объема производства товара, импорт которого стал предметом жалобы национальным товаропроизводителем [10].

В результате такого рассмотрения жалоб Министерство дает рекомендацию Межведомственной комиссии по международной торговле, которая принимает решение, относительно того стоит или не стоит начинать расследование. Кроме того, по результатам расследования Министерство представляет Комиссии отчет. Последнее слово в вопросе возбуждения и прекращения расследования остается за Комиссией. Во время рассмотрения рекомендаций и отчетов Министерства Комиссия принимает решения об:

- открытии или отказе в открытии расследования относительно импорта товара;
- применении предупредительных специальных мер относительно импорта товара, который является объектом расследования;
- применении мер надзора за импортом товара, который является объектом расследования;
- применении специальных мер относительно импорта, который является объектом расследования;
- прекращении специального расследования без применения специальных мер;
- о либерализации специальных мер относительно импорта товаров;
- пересмотре специальных мер относительно импорта товаров;
- отмене специальных мер относительно импорта товаров.

Необходимо отметить, что даже если Комиссия примет решение о начале антидемпингового или антисубсидиарного расследования это не создаст препятствий для осуществления таможенного оформления товара, который является объектом расследования.

Если Комиссия принимает решение возбудить антидемпинговое или антисубсидиарное расследование, оно проводится Министерством вместе с другими органами исполнительной власти в стране импорта. Период расследования, как правило, не превышает одного года, но не может быть меньше шести месяцев. В некоторых случаях срок антидемпингового расследования может быть продолжен по решению Комиссии, но не может быть больше чем 18 месяцев. С помощью законодательства, действующего в Украине, рассмотрим последовательность действий при возбуждении расследования о демпинговом импорте [4].

Для начала нужно хотя бы интуитивно ощутить, что иностранные конкуренты выступают с дешевой распродажей, т.е. предприятие несет вполне конкретный урон от засилья дешевого импорта - это **первый этап**.

Второй этап: нужно определить экспортную цену - ту цену, по которой фактически оплачивается или подлежит оплате товар, ввезенный в Украину из страны экспорта. **Этап третий** - определение нормальной стоимости, т.е. цены, по которой товар продают на рынке страны-экспортера. Этот этап - один из важнейших при сборе жалобщиком необходимой информации, поскольку требует эффективной работы торговых представительств, маркетинговых служб предприятий и прочих структур за пределами Украины.

Четвертый этап наступает, когда нормальная стоимость и экспортная цена определены, да еще и приведены к одинаковому базису поставки [9].

В заключение четвертого этапа вычисляется демпинговая маржа как разность между нормальной стоимостью и экспортной ценой, причем первая должна быть больше второй. В противном случае нет предмета для дальнейшего обсуждения. Как было уже сказано выше, товар может рассматриваться как демпинговый только в случае, если его цена на зарубежном рынке ниже нормальной стоимости. "Демпинговая маржа" - это разница между экспортной ценой и нормальной стоимостью, которая отражается в процентном отношении к цене на условиях СИФ на границе государства без уплаты пошлин.

Пятый этап выяснение вопроса о характере ущерба и его связи с демпингом" [6, ст.23]. Сам по себе ущерб рассматривается в трех плоскостях:

- собственно явный существенный ущерб национальному производителю;
- угроза такого ущерба;
- существенные помехи созданию национальным товаропроизводителем производства подобного товара, который является объектом расследования.

При анализе ущерба оценке подлежат и ряд других факторов, например, ликвидность товара, его запасы, уровень затрат в отрасли и на предприятии, занятость, инвестиционная привлекательность [5]. Для выяснения наличия ущерба и его связи с демпингом оцениваются объемы демпингового импорта, его влияние на ценовую конъюнктуру подобных товаров в Украине. Затем путем исследования влияния демпинга на перечисленные ранее последствия устанавливается логическая причинно-следственная связь между ними.

Собственно, после этого национальный товаропроизводитель может писать жалобу. Отправить жалобу следует рекомендованным письмом в Министерство экономики и европейской интеграции или сдать туда же под расписку. Следующий после дня регистрации жалобы день считается первым днем подачи жалобы. Акты Межведомственной комиссии по международной торговле (далее - Комиссии) относительно проведения антидемпингового расследования и применения антидемпинговых мер являются обязательными для исполнения [9]. Вышеперечисленные процедуры особо актуальны на Украине, так как товаропроизводителей на нашем рынке становится все больше и больше, а следовательно растет доля инвестиций. Значит, чем выше доля инвестиций, тем больше растет риск по их вложению, так как конкурентов становится больше. В результате происходит демпинговая война не только на внешнем рынке, но и на внутреннем.

Таблица 1

Рейтинг рискованных инвестиций (январе-феврале 2010г)

1.	Недвижимость	E	99
2.	Земля	E	99
3.	Строительство	E	95
4.	Стройматериалы	E	90
5.	Банки	E	89
6.	СМИ	D	76
7.	Реклама	D	75
8.	Уголь	D	69
9.	Туризм	D	67
10.	Животноводство	D	66

Важным моментом проведения антидемпингового расследования является то, что оно осуществляется на государственном языке, что создает проблемы ответчику. Расследование может длиться до одного года с момента его возбуждения. Его срок может быть продлен, но не более чем до 15 месяцев. Предварительные меры предусматривают введение предварительной антидемпинговой пошлины в таком размере, который обеспечивает на территории Украины продажу товара, являющегося объектом рассмотрения, по цене не ниже некоторой минимальной. Длительность действия - 4 месяца с возможностью продления до 6 месяцев. В сущности, антидемпинговое расследование представляет собой некое состязание между жалобщиком (национальным товаропроизводителем) и ответчиками.

Как и во всяком судебном процессе, стороны изощряются, стараясь представить беспристрастным судьям и следователям как можно более полную информацию в как можно более сжатые сроки.

После принятия целого пакета законодательных актов по защите отечественного товаропроизводителя, в течение значительного периода времени в Украине антидемпинговые и другие виды расследований не применялись. Это вызвано тем, что украинским субъектам предпринимательской деятельности и органам государственной власти было необходимо время для тщательного изучения этих нормативных актов, издания ряда подзаконных актов для практического применения данных законов.

Выводы и предложения. Демпинг - метод финансовой нетарифной торговой политики, заключающийся в продвижении товара на внешний рынок за счет снижения экспортных цен ниже нормального уровня цен, существующего в этих странах. Он может осуществляться как за счет ресурсов отдельных фирм, стремящихся завладеть внешним рынком своей продукцией, так и за счет государственных субсидий экспортерам

В ближайшие годы торговые споры станут одним из самых влиятельных факторов мировой торговли. Поэтому для каждой страны очень важна подготовка к таким спорам. Сегодня в 19 странах мира уже действуют антидемпинговые меры против украинской продукции по 30 товарным позициям. В прошлом году возбуждены и сейчас проводятся 12 антидемпинговых, специальных и антисубсидиционных расследований по 14 товарным группам. В результате расследований Украина может потерять рынки сбыта своей продукции еще на сумму около 370 млн.длл. США. Основные торговые ограничения против украинского экспорта инициируются производителями из США и России.

Стремительный рост объемов выпуска и экспорта украинской металлургической продукции вызвал негативную реакцию со стороны зарубежных производителей металла. Последующие антидемпинговые расследования против украинских производителей металлургической продукции вызваны рядом причин: Украина не является членом ГАТТ/ВТО, отсутствие внутреннего рынка сбыта и резкий рост экспорта металлургической продукции, отсутствие ответных расследований против стран, возбуждающих расследования против украинских производителей, отсутствие четкой протекционистской политики, отсутствие опыта и высококлассных специалистов в области торговых споров.

Что касается товаров российского экспорта, то защитные меры наиболее часто применялись в отношении продукции черной металлургии, химической и целлюлозно-бумажной промышленности.

Чтобы не допустить антидемпинговых расследований при экспорте украинских товаров, экспортеру следует опираться на существующую мировую практику применения мер по защите, которая в основном сводится к следующему:

1. предварительное ознакомление с антидемпинговым законодательством страны ввоза данного товара;
2. проведение разумную ценовую политику;
3. изучение экспортером рынка импортера во всей его совокупности;
4. при возникновении угрозы антидемпингового расследования экспортеру желательно договориться с конкурентами и принять необходимые меры, чтобы не допустить расследования.

Для борьбы с демпинговой практикой в Украине разработано антидемпинговое законодательство: Закон Украины «О внешнеэкономической деятельности», Закон Украины «О защите национального товаропроизводителя от демпингового импорта», Закон Украины «О защите национального товаропроизводителя от субсидированного импорта», Закон Украины «О защите от недобросовестной конкуренции».

РЕЗЮМЕ

В статье осуществлен анализ демпинга и антидемпинговых процедур в международной торговле. Предлагаются пути защиты украинского производителя от антидемпинговых процедур с учетом законодательной базы Украины.

Ключевые слова: демпинг, антидемпинговые процедуры, законодательная база Украины, защита производителя.

РЕЗЮМЕ

У статті здійснений аналіз демпінгу і антидемпінгових процедур в міжнародній торгівлі. Пропонуються шляхи захисту українського виробника від антидемпінгових процедур з урахуванням законодавчої бази України.

Ключові слова: демпінг, антидемпінгові заходи, законодавча база України, захист виробника

SUMMARY

In the article the analysis of dumping and anti-dumping procedures is carried out in international trade. The ways of defense of the Ukrainian producer are offered from anti-dumping procedures taking into account the legislative base of Ukraine.

Key words: dumping, anti-dumping procedures, legislative base of Ukraine, protection of the producer.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Барсуков В. Демпинг, что это такое? // Бизнес – 2001 г. – №57 (472) – С. 16-22.
2. Зовнішньоекономічна діяльність: зб. наук. пр. Донецьк: КП "Region", 1998 – 292 с.
3. Карбау Роберт. Міжнародна економіка / Пер. з англійської Романа Косо́дія. – Суми: ВАТ «Сумська обласна друкарня», видавництво «Козацький вал», 2004. – 652 с.
4. Киреев А.П. Международная экономика. В 2-х ч. – Ч.1. Международная микроэкономика: уч. пособие для вузов. – М.: 1997. – 416 с.
5. Макогон Ю.В., Медведкин Т.С. Инновационные процессы и конкуренция на мировых рынках // Экономист – 2007 – № 9 – С. 66-68.
6. Міжнародна торгівля: навч. пос. / [Ю.Г. Козак та ін.]; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, О.В. Мірошніченка - [3-тє вид., доп. та перероб.] – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 668 с.

УДК (1-612 БРИКС)

СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАН БРИКС В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Анисимов И.Е., аспирант кафедры Международная экономика, ДонНУ

Отличительной чертой мирового развития XXI века выступает стремительный рост глобальной значимости экономик Китая, Бразилии, Индии и ряда других развивающихся стран в процессе перехода от старой экономической модели мира к новой. Однако структурные перемены в мировой экономике не сводятся лишь к изменению мирового экономического баланса сил в пользу именно этих государств. Изменилось общее соотношение сил в мировой экономике между развитыми и развивающимися государствами, другими словами, между Глобальным Центром и Мировой Периферией.

После кризиса в глобальной экономике продолжают возникать периодические колебания. Экономические показатели стали носить еще более биполярный характер: медленный рост в странах, имевших существенные дисбалансы до кризиса, и устойчивая активность во многих других странах. Несбалансированное расширение отражает недостаточный переход от государственного к частному спросу в странах с развитой экономикой и от внешнего к внутреннему спросу как основному фактору экономического роста в странах с формирующимся рынком и развивающихся странах. В отсутствие прогресса по этим направлениям будут сохраняться риски для глобальной экономической и финансовой стабильности [1].

Исследованием трансформации и структурных сдвигов в экономике стран БРИКС в посткризисный период посвящены работы отечественных и зарубежных ученых: А. Гуркова, А. Илларионова, Н. Костенко, Ю. Макогона, Н. Рубини, Б. Хейфиза и других.

Целью научной статьи является рассмотрение и анализ структурных сдвигов в экономиках стран БРИКС в условиях экономической неопределенности.

Появление и стремительное утверждение на мировом экономическом пространстве новых центров силы в лице, прежде всего, так называемых «новых экономических вершин» □ Китая, Индии, Бразилии и др. □ вносит глубокие изменения в поведение основных игроков на мировых рынках, в направление и структуру движения товаров, финансовых, миграционных потоков, вынуждает мировых лидеров вносить существенные коррективы во внешнеэкономическую стратегию, чтобы не упустить новые возможности и предотвратить возможные угрозы.

В 2011 году, по данным МВФ, на долю входящих в БРИКС государств приходилось 26% территории мира, 43% населения и 18% мирового ВВП, а также 15,4% глобального товарооборота и 29,3% инвестиций. В последние годы вклад этих стран в прирост мировой экономики превышал 50%. Совокупность природно-хозяйственных потенциалов этих стран и их значимость в глобальном экономическом росте формируют новое качество позиционирования БРИКС в мировом хозяйстве. В соответствии с имеющимися прогнозами западноевропейских экономистов, к 2050 году на КНР будет приходиться около 22% мирового ВВП. ВВП Китая и Индии к этому времени увеличится соответственно в 13 и 10 раз. ВВП таких развитых стран как Франция, Германия и Японии возрастет примерно вдвое, а США втрое. Все это дает основание полагать, что список первой десятки крупнейших экономик мира существенно обновится [1].

При этом, экономический рост, генерируемый ускоренным развитием стран Третьего мира, уже стал создавать мультипликативный эффект для мировой экономики в целом. Кризис 2007□2010 гг. показал, что внутренний спрос в Китае становится фактором подъема мировой экономики в целом. Это качественный поворот от ситуации, когда рост китайской экономики в основном базировался на зарубежном спросе на продукцию этой страны.

Перемещение производства из США в страны БРИКС приняло необратимый характер. Огромное количество предприятий в Америке закрылось, опустела Кремниевая долина. В Китае, напротив, построены заводы-гиганты, которые уже никогда не переместят в США, а рабочая сила в Китае всегда будет дешевле. Вслед за перемещением производства неизбежно происходит перемещение капитала. Оно не носит прямолинейного характера. Сейчас речь идет о переговорах между странами БРИКС и развитыми капиталистическими странами по вопросам реформирования мировой финансовой системы.

Кризис, ставший причиной многочисленных проблем у стран западного мира, обозначил широкие возможности в развитии различных сегментов рынка в странах, входящих в БРИКС. Если проанализировать динамику развития компаний из стран БРИКС, торгующихся на американских фондовых площадках, то можно отметить что лидирующие позиции из этой четверки занимают Индия и Россия. Они же, на американских площадках, входят в пятерку самых быстрорастущих иностранных компаний за год (после Чили, Перу и Аргентины).

Международные торгово-экономические позиции БРИКС представлены в таблице 1. Совокупный достигнутый уровень производства стран БРИКС составляет 67% от ВВП ведущей экономики мира - США. При этом потенциал БРИКС далеко не исчерпан. Свидетельством тому являются устойчиво высокие темпы роста ВВП — более 6% по группе. Экспортно-ориентированные стратегии группы обеспечили сильные позиции в международной торговле (доля БРИКС составляет более 6%). Страны БРИКС создали так называемую «подушку финансовой безопасности» в виде международной ликвидности, составляющей 3,5 трлн. долл.

В посткризисном мире происходят серьезные сдвиги в инвестиционном процессе и переоценке активов, поэтому сейчас складывается оптимальный период для наращивания вывоза ПИИ компаниями государств БРИКС. В целом эти корпорации нацелены на дальнейшее расширение инвестиционной экспансии в глобальных масштабах по сравнению не только с другими развивающимися странами, но и с развитыми государствами.

В предкризисном 2007 году на глобальном рынке капитала произошли качественные изменения фундаментального характера. Компании развивающихся стран стали основным глобальным инвестором. Объем их сделок по приобретению активов на развитых рынках составил 130,5 млрд. долл. Компании из развитых стран совершили сделки слияния и поглощения (M&A) на развивающихся рынках на сумму 128,6 млрд. долл. [3].