Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Национальный исследовательский университет   
«Высшая школа экономики»

###### Факультет мировой экономики

###### Кафедра торговой политики

###### ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему Реформирование многосторонней системы применения антидемпинговых мер как способ снижения протекционизма

Студент группы № 563

Ершова Дарья Михайловна

Руководитель ВКР

Старший преподаватель, к.э.н.

Савельев Олег Владимирович

Москва, 2013

**Содержание**

**Введение …………………………………………………………….……………3**

**Глава 1. Общая характеристика антидемпинговой и конкурентной политики**

* 1. Определение понятия «демпинг»………………………………………7
  2. Антидемпинговое расследование .....………………………… ………9
  3. Характеристика антидемпинговых мер......………………….… …....10
  4. Общая характеристика конкурентной политики…………………......15

**Глава 2. Взаимосвязь антидемпинговой и конкурентной политики**

* 1. Сравнение антидемпингового и конкурентного законодательства..19
  2. Опыт применение антидемпингового и конкурентного законодательства в интеграционных объединениях ….………… …22

**Глава 3. Способы реформирования антидемпинговой системы**

* 1. Реформирование антидемпинговой системы через конкурентное законодательство…...………………………………………………… 26
  2. Реформирование Антидемпингового Соглашения ВТО……………32

**Заключение………………………………..…………………………………….37**

**Введение.**

За последние десятилетия процесс международной экономической глобализации значительно усилил взаимозависимость и взаимовлияние национальных экономик, и это сказалось на его главной составляющей – внешней торговле и торговой политике государств. Несмотря на увеличение товаропотоков между странами и усиление процесса либерализации международной торговли, государственное регулирование этой области не уменьшается, а наоборот набирает обороты. Если раньше основным способом защиты рынка был таможенный тариф, то сегодня в условиях новой системы международной торговли он теряет свою привлекательность. За шестьдесят лет раундов ГАТТ уровень тарифной защиты существенно снизился. Будучи ограниченными данными обязательствами, страны стали активно использовать другие инструменты протекционизма – на смену тарифам приходят нетарифные меры. Они, в отличие от таможенных пошлин, дают больше возможностей для произвольных действий правительства и создают неопределенность в сфере внешней торговли.

Существует большое количество нетарифных способов защитить национальный рынок, но не все из них применяются одинаково широко. Наиболее часто использующимися на сегодняшний день являются антидемпинговые санкции. Этот вид мер является эффективным способом защитить отечественный рынок, но сегодня они используются без достаточных на то оснований. В условиях современного стремительно развивающего рынка эти меры из законного способа защитить рынок превратились в барьеры на пути развития международной торговли, и, как следствие, ослабляют иностранную конкуренцию. Об этом свидетельствует тот факт, что еще в конце 90-х годов 95% всех антидемпинговых расследований имели защитный аспект, тогда как только 5% носили антиконкурентный характер.[[1]](#footnote-1) И хотя изначально они использовались для борьбы с недобросовестной конкуренцией в виде демпинга, их последующее широкое применение привело экономистов к выводу, что сейчас антидемпинг не имеет ничего общего со справедливой торговлей. Отныне это просто еще одна форма протекционизма. Тем не менее, антидемпинговые меры являются законными, если они соответствуют положениям Антидемпингового Соглашения ВТО.

В 1980-х годах антидемпинговые меры наиболее активно применялись крупными экономиками: ЕС, Канада, США, Австралия, а в начале 1990-х годов к ним присоединились развивающиеся страны: Индия, Бразилия, Китай, ЮАР, которые также приняли своё антидемпинговое законодательство. Эти изменения последовали за мерами по либерализации, которые принимали растущие экономики, и их всё возрастающей ролью в международной торговле. В то же время страны, традиционно прибегающие к антидемпинговым мерам, стали жертвами их применения.

Использование антидемпинговых мер приводит к некоторым стратегическим последствиям. Так, в большинстве случаев, страна, применяющая их, в целом несет значительные потери, хотя защищаемые отрасли обычно выигрывают. И потому такое значительное увеличение стран, начавших применять антидепинговые меры, заставило экономистов пересмотреть свои взгляды на данный вид протекционизма: важно понимать, какие последствия это будет иметь на всей международной торговле.

Почему страны принимают антидемпинговое законодательство? С одной стороны, причина очевидна – противостояние несправедливой конкуренции. Но также есть и другие причины: непоследнюю роль играет фактор взаимности. Ведь многие «новички» антидемпинга ранее были мишенью для пошлин ЕС и США. Кроме того, для самих компаний демпинг нередко является способом захватить рынок или получить дополнительную прибыль.

Истинные причины демпинга определить достаточно сложно, а потому всё чаще участники международной торговли злоупотребляют этим, а вводимые антидемпинговые меры всё реже противодействуют истинному положению вещей и компенсируют реально понесенный ущерб.

Темой данной выпускной квалификационной работы является реформирование системы применения антидемпинговых мер с целью снижения протекционизма. Также в работе рассматривается взаимосвязь антидемпингового и конкурентного законодательства. Актуальность темы определяется широким применением данных мер, их значимостью в современной внешнеторговой практике.

Цель данной работы – определить возможные способы реформирования антидемпинговой системы в соответствии с нормами справедливой конкуренции. И для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

* определить понятия «демпинга», «антидемпинговой политики», «конкурентного законодательства»;
* рассмотреть особенности взаимодействия антидемпинговой и конкурентной политики в разных регионах мира;
* предложить способы реформирования антидемпингового регулирования.

В работе будут рассмотрены такие вопросы, как: что такое демпинг и антидемпинговые меры, каковы особенности их применения; чем является конкурентная политика и какие действия попадают под сферу ее регулирования. В заключение будут предложены варианты изменений, которые можно внести в нынешнюю систему регулирования применения антидемпинговых мер.

Для изучения данных вопросов использовались различные виды источников. Так, для определения самого понятия «демпинг» была взята информация из официальных документов Всемирной Торговой Организации: ст. IV Генерального Соглашения по Тарифам и Торговле и Соглашение по Применению ст. IV ГАТТ. Статьи Мессерлина П.А., Леклерка Ж-М., Вутона И. и Занарди M. были использованы для ознакомления с взглядами современных экономистов на проблему. Также использует метод сравнительного анализа.

**1. Общая характеристика антидемпинговой и конкурентной политики.**

**1.1 Определение понятия «демпинг».**

Антидемпинговые санкции – это эффективная форма государственного регулирования международной торговли, которая позволяет защитить внутренний рынок от внешней конкуренции. Эти меры были введены в международную практику для сохранения и поддержания справедливых конкурентных условий во всем мире. Но за последние годы число случаев злоупотребления этими мерами значительно увеличилось, и на сегодняшний день антидемпинговые санкции являются уже не столько способом борьбы с недобросовестной конкуренцией, сколько инструментом неоправданного протекционизма.

Согласно ст. VI Генерального Соглашения по Тарифам и Торговле, демпинг – это поставка товара на экспорт по цене ниже стоимости аналогичного товара на рынке страны-экспортера, устанавливаемой в рамках обычного хода торговли. Если же товар поставляется из страны с «нерыночной» экономикой, т.е. где формирование цен происходит под влиянием государства, используется метод «страны-аналога».

Существует три типа демпинга: устойчивый, случайный (спорадический) и хищнический (преднамеренный).

Устойчивый демпинг объясняется различиями между рынками, и в первую очередь эластичностью спроса. На мировой рынок имеет доступ гораздо большее количество фирм и заменителей товара, а также на нем более высокий уровень конкуренции, чем на национальных рынках. В результате, эластичность спроса на любой товар на мировой рынке гораздо выше. Этот фактор и используют производители в стремлении максимизировать прибыль.

Спорадический демпинг – это результат случайного изменения конъюнктуры, внезапно возникшего излишка продукции, ошибок планирования и много другого.

Целью третьего вида демпинга – хищнического – является захват рынка и установление там своей монопольной власти с последующим ростом цен, который компенсирует все затраты и долгосрочном периоде обеспечит максимизацию прибыли.

Особенностью демпинга является то, что при расследовании очень сложно определить его истинные причины, а значит, вводимые меры не всегда будут соответствовать ущербу, который нанесен отечественным экономикам. Однако в любом случае, демпинг – это разновидность недобросовестной конкуренции, поэтому он запрещен законодательствами большинства участников международной торговли.

Применяется демпинг по самым разным причинам. Основной причиной является разница в эластичности спроса на товар в разных государствах. Также производители могут поставлять товары по заниженным ценам с целью устранить конкурентов и установить контроль над иностранным рынком для увеличения сбыта и получения дополнительной прибыли. Кроме того, играет свою роль желание компаний освободиться от излишних запасов товара. Для монополистов стимулом для демпинга может стать тот факт, что за счет низких экспортных цен можно повысить цены на внутреннем рынке. Такая «привлекательность» демпинга значительно осложняет борьбу с ним. А также демпинг может быть вызван нехваткой иностранной валюты в стране, и в таком случае поставки по заниженным ценам обеспечивают приток валютных поступлений.

В рамках Всемирной Торговой Организации демпинг нарушает принцип справедливой торговли и конкуренции, поскольку в результате поставок по заниженным ценам в стране-импортере независимо от издержек производства увеличивается предложение некоторых видов товаров, что приводит к банкротству отдельных предприятий и увеличению безработицы. Поэтому демпинг запрещен национальным законодательством стран, и против него применяется антидемпинговая пошлина, которая обычно значительно выше таможенной пошлины и носит запретительный характер для страны-экспортера.

**1.2. Антидемпинговое расследование.**

Так как особенностью введения антидемпинговых мер является проведение обязательного предварительного расследования, то для снижения и устранения ущерба, нанесенного демпингом, принимающая сторона может должна подать жалобу компетентным органам. Расследование начинается только в том случае, если установлено, что заявление подано национальной отраслью или от ее имени, то есть производителями, на чей совокупный выпуск приходится более 50 процентов производства аналогичного товара. И в процессе антидемпингового расследования устанавливается факт демпинга, нанесенный им ущерб национальной экономике, а также причинно-следственная связь между ними.

Наличие факта демпинга определяется минимальной разницей (2%) между ценой демпингового товара и его нормальной стоимостью. При определении объема демпингового импорта рассматривается, «произошло ли значительное увеличение демпингового импорта в абсолютном выражении, либо по отношению к производству или потреблению в импортирующем». А устанавливая размер ущерба, компетентные органы изучают, «приводит ли такой импорт каким-либо иным образом к снижению цен в значительной степени или в значительной степени препятствует повышению цен, которое произошло бы в противном случае» [[2]](#footnote-2).

Третьим этапом является доказательство причинно-следственной связи между демпингом и ущербом национальной отрасли. Для этого учитываются не только доказательства демпинга, но и любые факторы, наносящие вред национальной отрасли, и которые не должны быть приписаны демпинговому импорту. Рассматриваются такие факторы, как цены и объем импорта, проданного по не демпинговым ценам, экспортные показатели отечественной отрасли, конкуренция между иностранным и национальными производителями. Оценка влияния демпингового импорта на затронутую отрасль также включает изучение сокращение продаж, фактическое или потенциальное, прибыли, доли на рынке, товарные запасы, занятость, темпы роста и многое другое.

В процессе расследования на импортные поставки могут быть наложены временные меры, которые вводятся в виде временной пошлины. Но, кроме того, они могут принимать форму залога, который равен сумме предварительно оцененной антидемпинговой пошлины. Данные меры считаются необходимыми для предотвращения ущерба, который может быть нанесен в ходе расследования. При этом от страны-экспортера не требуется предлагать какие-либо ценовые обязательства, если не вынесено предварительного решения о наличии демпинга и наносимом им ущербе. Но, согласно положению об обратной силе, «если окончательное определение является отрицательным, то любой денежный депозит, внесенный в период применения временных мер, незамедлительно возвращается, а любое долговое обязательство незамедлительно аннулируется»[[3]](#footnote-3).

**1.3. Характеристика антидемпинговых мер.**

Если в результате расследования вынесено предварительное положительное решение о наличии демпинга и связанного с ним ущерба национальной отрасли импортирующая сторона имеет право наложить антидемпинговые пошлины. Их величина зависит от демпинговой маржи, которая вычисляется как разность между нормальной стоимостью товара и его экспортной ценой. Целью таких мер является компенсирование того ущерба, который был нанесен национальной экономике в результате недобросовестной конкуренции. При этом желательно, чтобы подобные пошлины были меньше величины демпинговой маржи, если этого достаточно для устранения нанесенного ущерба, а сумма пошлины не должна превышать ее. Но введение таких мер, также как и факт начала расследования, отрицательно сказывается на торгово-экономических отношениях между вовлеченными в антидемпинговые процедуры странами, потому что значительно ухудшает условия пребывания иностранного производителя на национальном рынке. Кроме того, одна только возможность введения ответных мер создает атмосферу торговой войны и приводит к дезорганизации рынка. Так, увеличение числа антидемпинговых процедур за последние двадцать лет привело к усилению напряженности вокруг проблемы применения антидемпинговых мер во многих странах мира.

Но кроме тарифного антидемпинговые меры могут носить и нетарифный характер, то есть на импортируемый товар могут быть наложены количественные ограничения. А также возможно установление минимальной цены экспортных продаж, и в таком случае антидемпинговая пошлина не взимается.

Согласно пункту 1 статьи 11 Соглашения по применению статьи VI ГАТТ, «антидемпинговая пошлина остается в силе лишь в течение такого времени и в таком размере, которые необходимы для противодействия демпингу, наносящему ущерб». В некоторых случаях она может быть пересмотрена. Например, при:

* изменившихся обстоятельствах, когда введенная мера либо больше не является необходимой, либо не предотвращает демпинг и ущерб;
* истечении срока применения санкции;
* выхода на рынок новой компании;
* обходе поставщиком антидемпинговых пошлин (например, через территорию третьей страны).

Но при этом действие любой пошлины прекращается не позднее пяти лет с момента ее введения или последнего пересмотра. Пересмотр же возможен по инициативе как самих компетентных органов, если они считают необходимым продолжить взимание полшины, так и заинтересованных сторон при предоставлении информации, подтверждающей необходимость пересмотра.

С одной стороны, антидемпинговые меры защищают отечественный рынок, но с другой – странам-импортерам они зачастую обходятся гораздо дороже, чем тарифные протекционистские меры, поскольку это накладывает издержки на покупателей, а само государство не получает от введения подобных мер никаких тарифных отступлений.

Но почему же тогда антидемпинговые пошлины так популярны в современной внешнеторговой практике? На этот вопрос есть несколько ответов. Во-первых, как было сказано раньше, повышение тарифных пошлин не всегда возможно из-за уровня связывания тарифов. Во-вторых, применяя антидемпинговые санкции, государство руководствуется, в первую очередь, тем, что конкурентоспособные производители не должны терять свой рынок из-за несправедливой конкуренции. Кроме того, одно только начало антидемпингового расследования сокращает импортные поставки, что улучшает условия деятельности национальных предприятий. Также стоит отметить, что введенные меры являются односторонними, то есть по завершении расследования импортер не должен выплачивать компенсацию экспортеру. И, кроме того, существуют чисто политические причины выгодности применения подобных мер. Так, например, согласно ГАТТ/ВТО, введение антидемпинговых пошлин не является многосторонне обязательным, и значит, страна-импортер может выбрать отдельных экспортеров, в отношении товара которых вводить подобные меры. Кроме того, постоянные обвинения в демпинге иностранных компаний позволяют государству оправдать неэффективность национальных предприятий. А также экономически мощное государство может осуществлять демпинг в торговле с менее развитыми странами для подавления конкуренции местных производителей и постепенного получения экономического контроля на этой страной.

Антидемпинговые меры – одно из основных средств защиты национальных предприятий. За последнее десятилетие количество их применения только возросло, и свою роль в этом сыграли развивающиеся страны. Так, если в XX веке лидерами по количеству жалоб и применению антидемпинговых и компенсационных мер были страны так называемой «большой четверки»: Австралия, Канада, Европейский Союз и Соединенные Штаты Америки (на их долю приходилось около 90% применяемых мер), то в конце 90-х годов их сместили развивающиеся экономики: Аргентина, Бразилия, Индия, Мексика и Южно-Африканская Республика. Начиная с 1995 года, на долю этих стран приходилось около четверти антидемпинговых жалоб. На рисунке 1 представлено количество антидемпинговых расследований, инициированных развивающимися странами, которые стали новыми лидерами в применении данных пошлин.

**Рисунок 1. Количество АД расследований, инициированных «новыми» странами.**

**Источник: WTO Antidumping Database, wto.org**

За десятилетие 1990-2000 гг. также значительно увеличилась доля развивающихся экономик в числе тех стран,

против которых применяются антидемпинговые меры. Это подтверждают цифры: с начала 90-х годов доля этих стран увеличилась с 38 до 42%. А в 80-х годах это число составляло не более 20%.[[4]](#footnote-4) Здесь стоит отметить, что такое увеличение было вызвано возрастающей активностью развивающихся стран в использовании как демпинга, так и антидемпинговых мер. Если в течение 80-х гг. антидемпинговые расследования были инициированы, в значительной степени, небольшой группой развитых стран против настолько же развитых экономик, а развивающиеся государства практически не участвовали в подобных расследованиях, то за последнее десятилетие участие последних значительно возросло.

К началу 2000 года уже более 90% всемирной торговли являлось объектом демпинга[[5]](#footnote-5), и, анализируя распределение введения антидемпинговых мер по секторам, можно увидеть, что в конце 90-х годов около 40% пошлин налагалось на сталь и другие металлы. В таблице 1 указаны отрасли промышленности, в отношении которых в период с 1995 по 2006 год было применено наибольшее количество антидемпинговых мер.

**Таблица 1. Отрасли с наибольшим количеством введенных мер, 1995-2006**

|  |  |
| --- | --- |
| Металлы | 618 |
| Химическая продукция | 395 |
| Пластмассы и каучук | 259 |
| Текстиль | 159 |
| Машины и оборудование | 150 |
| Бумажная промышленность | 87 |

**Источник: WTO Antidumping Database, wto.org**

**1.4 Общая характеристика конкурентной политики.**

Конкурентная среда была сформирована за счет создания условий, способствующих конкурентной деятельности предприятий в соответствии с воздействием рыночных структур. И целью конкурентной (или антимонопольной) политики является формирование такой среды и улучшение благосостояния конечного потребителя. Она должна защищать конкуренцию и конкурентное законодательство, а также поощрять конкуренцию для повышения общей эффективности экономики и поддерживать ее на необходимом для этого уровне. Конкурентное законодательство – это различные запреты на антиконкурентные действия, оно способствует расширению возможностей для предпринимателей на внутреннем и внешнем рынках. В общем и целом, конкурентная политика должна обеспечивать компаниям наличие равных возможностей для участия в экономике и предоставления потребителям конкурентных цен и товаров.

Конкурентная политика основывается на законах, благодаря которым становится возможным предотвращение недобросовестной конкуренции со стороны как частных компаний, так и государственных предприятий. Конкурентное законодательство затрагивает все области, так или иначе связанные с конкуренцией. Одной из таких областей является регулирование торговли, в сферу рассмотрения которой относятся такие антиконкурентные действия, как:

* слияния фирм,
* горизонтальные и вертикальные ограничения и соглашения,
* злоупотребление доминирующим положением на рынке,
* ценовая дискриминация,
* хищническое ценообразование.

Рассмотрим их подробнее.

Конкурентная политика борется со **слияниями** компаний, поскольку последние существенно ослабляют конкуренцию, приводя к образованию монополий. В свою очередь, компании, обладающие монополией на рынке, начинают вести политику, противоречащую нормам справедливой конкуренции. В некоторых случаях возможны положительные результаты слияний, но задачей конкурентной политики является их тщательный анализ с целью выявить позитивные и негативные последствия, и в результате избежать ограничения или ослабления конкуренции на рынке. То есть за счет удержания такого баланса плюсов и минусов от слияний компании не получают избыточную власть на рынке и возможность влияния на других его игроков.

**Горизонтальные и вертикальные ограничения** также считаются антиконкурентной практикой. Горизонтальными ограничениями являются договоренности между фирмами, производящими схожие товары. Например: раздел рынка, установление цен, распределение покупателей. Вертикальные ограничения – это договоренности компаний, которые составляют одну производственно-сбытовую цепочку: отказ от сделки, обусловленные продажи, предоставление исключительного права продажи. И те, и другие ограничения приводят к увеличению цены, снижению объемов производства и несправедливому распределению товаров внутри рынка. Сюда же относятся и картели, которые являются антиконкурентными образованиями.

Компании, еще не получившие полной монополии на рынке, но занимающие на нем **доминирующее положение**, зачастую злоупотребляют этим. Это связано с использованием участника рынка влиять на условия его функционирования. Чаще всего используются вытеснение с рынка конкурентов, продажа товара на определенных условиях, отказ от сделки, предоставление исключительного права продажи, а также ценовая дискриминация и «хищническое» ценообразование. Эти действия предпринимаются для поддержания, усиления и использования своего доминирующего положения. Как правило, компании, имеющие такую власть на рынке, оказывают значительное влияние на рынок, контролируют его, что существенно снижает конкуренцию на нем и, соответственно, рассматривается как антиконкурентная практика. В таких странах, как США, ЕС и Канада законодательство относительно злоупотреблением доминирующим положением на рынке затрагивает действия, которые имеют исключительный характер и, как правило, носят форму вертикальных ограничений или хищнического ценообразования. В общем и целом, можно выделить три типа злоупотреблений:

* хищническое поведение – попытки разными способами устранить конкурентов с рынка;
* эгоистическое поведение – использование своего влияния на рынок с целью дикриминировать покупателей или поставщиков для получения несправедливого преимущества и, как следствие, значительной прибыли;
* препятствующее поведение – препятствие проникновению на рынок новых игроков-конкурентов.

**Ценовая дискриминация** – это предоставление при покупке ценовых преференций одному покупателю и отказ предоставить аналогичные условия для других. То есть назначение различных цен различным покупателям, и при этом разница в ценах никак не отражает разницы в затратах на продажи товара или услуги разным покупателям. Дискриминация по ценам определяется наличием трех условий: компания должна обладать влиянием на рынок и устанавливать на нем цены; компания должна дифференцировать покупателей по группам в соответствии с определенными критериями (их восприимчивостью к изменению цен); покупатели не могут перепродавать товары друг другу (в противном случае цена будет сведена к минимально возможной).

**Хищническое ценообразование** имеет место в случае, когда компания временно понижает цены продаж или увеличивает объемы производства или производственные мощности для ограничения допуска новых конкурентов на свой рынок или вытеснения уже имеющихся. В этих случаях компания несет временные потери, ожидая, что сможет восполнить их в будущем.

Перечисленные способы поведения предприятий на рынке оказывают крайне негативное влияние на конкурентную среду, а потому должны быть предотвращены мерами конкурентной политики. Сегодня в условиях развитой международной торговли и функционирования открытых рынков это имеет особое значение, поскольку цель справедливой конкуренции – увеличение благосостояния потребителей и эффективности экономики в целом.

Итак, в данной главе было рассмотрено понятие «демпинг», особенности его применения и введения ответных антидемпинговых санкции, а также конкурентная политика и антиконкурентные действия, которые она регулирует.

**2. Взаимосвязь антидемпинговой и конкурентной политики.**

**2.1 Сравнение антидемпингового и конкурентного законодательства.**

Из рассмотренных выше особенностей конкурентного и антидемпингового законодательства можно увидеть, они имеют в своей основе разные цели. Конкурентное законодательство сосредоточено на потребителе, в то время как антидемпинговое – на производителе.

Антидемпинговая политика направлена на поддержание более высоких цен и применение санкций в отношении заниженных цен, устанавливаемых экспортерами. Порог возможности применение этой меры защиты достаточно низкий и требует доказательства нанесения материального ущерба отрасли национальной экономики, и иногда материальным ущербом считается любой ущерб, который не является незначительным. Также антидемпинговое законодательство затрагивает все виды демпингового поведения, даже в тех случаях, когда демпинг, наносящий ущерб, не является антиконкурентным по своей сути и усиливает конкуренцию.

В то же время конкурентная политика поощряет установление более низких цен, за исключением случаев, когда установление таких цен производится с целью вытеснения конкурентов с рынка или получения необоснованной возможности влиять на рынок. Даже если в результате отечественное производство товара может быть прекращено, конкуренция может быть сохранена между товарами импортного производства.

Однако демпинг в течение длительного периода времени может привести к ослаблению конкуренции на рынке. Ведь возможность получить сырье для производства по более низким ценам, которые устанавливаются иностранными поставщиками, или по сниженным в результате конкуренции ценам отечественных поставщиков приносит прямую выгоду потребителям этого сырья. В этих случаях целью конкурентного законодательства является достижении более низких цен при увеличении возможности выбора. Тем не менее, такой анализ необходимо проводить в долгосрочном периоде времени для изучения экономических эффектов от установления низких цен в определенный промежуток времени. Например, если отечественные производители прекращают свою деятельность в результате ценового давления в краткосрочном периоде, то недостаток конкурирующих товаров на внутреннем рынке может привести к установлению более высоких цен и отсутствию альтернативного выбора в долгосрочной перспективе.

Демпинг действительно приводит к повышению благосостояния импортирующей стороны в краткосрочном периоде. Но если демпинг устраняет или серьезно нарушает производство в стране-импортере и приводит к увеличению цен на рынке, то такое поведение в дальнейшем может иметь антиконкурентные последствия. Тем не менее, при отсутствии причинения серьезного вреда или даже угрозы его причинения производству взаимосвязь между антидемпинговым и конкурентным законодательствами становится несущественной.

С точки зрения конкурентной политики антидемпинговое законодательство предотвращает негативное влияние международной ценовой дискриминации и/или международного хищнического ценообразования. Обычно демпингу присущи следующие характеристики:

* установление низких цен не хищническим образом;
* отсутствие возможности влияния на рынок или доминирующего положения на нем;
* не уменьшение конкуренции.

И появляется он в случае, если участник устанавливает цены, лучшие для иностранного потребителя, чем те, что устанавливаются для отечественного. В результате возникает ценовая дискриминация между покупателями на национальном и зарубежном рынке. В этом случае опасения могут быть вызваны тем, какое влияние оказывает демпинговая практика на условия конкуренции между иностранным производителем и производителем на внутреннем рынке импортирующей страны. То есть антидемпинговое законодательство регулирует условия этой конкуренции между поставщиками, в то время как ценовая дискриминация влияет на условия конкуренции между покупателями товара. И обычно демпинг не бывает результатом практики или политики, проводимой компанией. Его возникновение носит редкий, периодический характер. А конкурентное законодательство, направленное в отсутствие антидемпингового законодательства на регулирование не хищнических демпинговых действий компании, должно учитывать этот периодичный международный характер ценовой дискриминации при демпинге.

Поэтому разработка режима применения конкурентного законодательства вместо антидемпингового представляет достаточно большую сложность. И при анализе и изменении принципов применения других режимов, а также разработке нового компенсационного законодательства, регулирующего нехищнический демпинг, необходимо учитывать соотношение следующих факторов:

* демпинговая практика – антиконкурентная практика;
* выгода для производителя – выгода для покупателя;
* цена ниже суммы всех затрат – цена ниже всех издержек;
* материальный ущерб – значительное снижение конкуренции.

Эти факторы являются определяющими в антидемпинговом и конкурентном законодательстве.

Но для того, чтобы были сделаны реальные изменения в антидемпинговой политике необходимо желание главных участников антидемпинговой системы сделать это. В частности, ЕС и США такого желания не высказывают. Но развивающиеся же страны, которые сейчас являются наиболее активными пользователями антидемпинговых мер, много лет настаивают на изменении норм антидемпинговой практики, которые, по их мнению, недостаточно корректны и противоречат их интересам. Создается прекрасная возможность для изменений и реформ.

**2.2 Опыт применение антидемпингового и конкурентного законодательства в интеграционных объединениях.**

В Североамериканском соглашении о свободной торговле, членами которого являются США, Мексика и Канада, действие антидемпингового законодательства распространяется на страны с целью предотвращения практики несправедливой торговли любыми товарами. Но тем не менее, НАФТА предусматривает специальный механизм разрешения споров, затрагивающий торговлю товарами, в отношении которых стороны применяют антидемпинговые или компенсационные меры. И другие преференциальные режимы в отношении демпинга или импорта субсидируемых товаров из стран-членов объединения не применяется.

Также Соглашение НАФТА содержит положения, относящиеся к конкурентному законодательству главу – Глава 15 «Конкурентная политика, монополии и государственные предприятия»[[6]](#footnote-6). В ней нет положений или обязательств оказывать воздействие на демпинг посредством применения конкурентной политики. Таким образом, НАФТА сохраняет статус-кво, то есть демпинг остается объектом применения национального антидемпингового законодательства без каких-либо специальных преференциальных режимов, действующих в отношении товаров, происходящих из стран-членов этого соглашения.

Статус-кво – один из способов организовать антидемпинговое регулирование. А реформировать антидемпинговое законодательство можно, например, путем его замены компенсационным в рамках соглашений о создании зон свободной торговли и таможенных союзов.

Так, в Европейском Союзе применение антидемпинговых пошлин во взаимной торговле стран-членов устранено. ЕС – это таможенный союз, то есть его члены устраняют барьер в торговле друг с другом и применяют общие барьеры в отношении остальных стран. Таким образом, антидемпинговые меры не применяются между странами-членами ЕС: ни применяются только в отношении товаров из стран, не входящих в таможенный союз. Договор, учреждающий Европейское Сообщество (Договор ЕС), не содержит специальных положений, однако, практика применения отдельных положений Договора указывает на запрет в отношении антидемпинговых пошлин:

* Статья 23 вводит запрет на применение таможенных пошлин и всех аналогичных сборов на импорт и экспорт между странами ЕС. Она также требует применения единого таможенного тарифа в торговле с третьими странами;
* Статья 25 запрещает «таможенные пошлины на импорт и экспорт и аналогичные сборы» между странами-членами;
* Статья 27 устанавливает ориентир во взаимоотношениях между странами-членами через требование продвижения торговли между странами-членами, развития конкуренции и конкурентных возможностей, избежания практики, нарушающей условия конкуренции;
* Статья 90 устанавливает запрет для стран-членов на введение внутреннего налогообложения в любом виде в отношении любых товаров из стран-членов, уровень которого может быть выше , чем уровень налогообложения, действующий в отношении аналогичных отечественных товаров. Более того, статья устанавливает, что «ни одно государство-член не будет облагать продукцию других государств-членов внутренними налогами с целью косвенной защиты другой продукции»;
* Статья 131 требует прогрессивной отмены ограничений во внешней торговле и снижение таможенных барьеров;
* Статья 133 предусматривает применение единой коммерческой политики, основанной на единых принципах в отношении демпинга и субсидий.

Из этих положений видно, что антидемпинговые меры должны быть отменены в торговле между странами-членами ЕС. Кроме того, Совет ЕС принял регламент в отношении демпингового импорта из стран, не являющихся членами ЕС.

В случае, если поведение, имеющее демпинговый характер, имеет место в отношениях между странами-членами, то применяются положения конкурентного законодательства. Договор ЕС содержит три основых положения, регулирующих конкуренцию: Статья 81 – антиконкурентные соглашения и соответствующая практика; Статья – 82 – злоупотребление доминирующим положением на рынке; Статья 87 – госпомощь. Злоупотребление доминирующим положением на рынке является наиболее близким определением, включающим в себя ценовую дискриминацию, характерную для ситуации демпинга.

В Статье 82 предусматривает запрет на «злоупотребление одним или несколькими предприятиями своим доминирующим положением на общем рынке или на существенной его части, как несовместимое с общим рынком в той мере, в какой от него может пострадать торговля между государствами-членами». Это злоупотребление может состоять в:

* установлении несправедливых цен покупки или продажи;
* ограничении производства, рынка или технического развития;
* применении разных условий к одинаковым сделкам, ставящих торгующие стороны в менее конкурентное положение;
* установлении обязательных для заключения контракта условий, которые не имеют связи с предметом контракта.

Целью такого положения является запрет доминирующему предприятию злоупотреблять на рынке, если это может затронуть торговлю между странами-членами. Любое поведение доминирующей компании, которое влияет на структуру рынка, уровень конкуренции и затрудняет поддержание конкурентной среды, попадает в сферу применения Статьи 82.

При ценовой дискриминации между странами слишком высокая цена может представлять собой злоупотребление доминирующим положением на рынке в случае, если цель такой конкуренции состоит в вытеснении конкурента с рынка или препятствование выходу на рынок новых компаний.

Комиссия ЕС обязала компании поддерживать цены на достаточно высоком уровне для того, чтобы позволять эффективным конкурентам оставаться на рынке.

Также Статья 82 устанавливает необходимость проведения анализа в отношении влияния на конкуренцию. Предполагаемое злоупотребление доминирующим положением на рынке становится запрещенным только, если от него «может пострадать торговля между государствами-членами». То есть такая практика необязательно должна негативно влиять, а достаточно наличия такого влияния. А нарушения, не наносящие вреда взаимной торговле стран-участников, не попадают под действие Статьи 82.

Из рассмотренных положений Договора ЕС следует, что Союз прекратил применение антидемпинговых мер во взаимной торговле стран-членов. Принципы конкурентного права используются для противодействия поведению, имеющему характеристики демпингового. Они призваны регулировать демпинговое поведение, которое оказывает влияние на конкуренцию.

В данной главе был проведен сравнительный анализ конкурентного и антидемпингового законодательства, а также были рассмотрены случаи их применения в различных международных интеграционных объединениях.

**3. Способы реформирования антидемпинговой системы.**

**3.1 Реформирование антидемпинговой системы через конкурентное законодательство.**

Из вышерассмотренных примеров можно увидеть, что конкурентное законодательство может заменить антидемпинговые меры, но это потребует внесения в него существенных изменений для того, чтобы оказывать требуемое влияние на демпинговое поведение с антиконкурентными последствиями. Таким образом, возможны три варианта соотношения антидемпингового и конкурентного законодательства в регулировании демпинговой практики:

1. сохранить действие антидемпингового законодательства (статус-кво);
2. прекратить применение антидемпингового законодательства и заменить его на применение конкурентного законодательства с соответствующими поправками;
3. прекратить применение антидемпингового законодательства и заменить его на применение конкурентного законодательства в неизменном виде, позволяющее регулировать только то демпинговое поведение, которое оказывает негативное влияние на конкуренцию.

Страна может **сохранить действие антидемпингового законодательства во взаимной торговле**. Таким же образом стороны могут решить сохранить применение своего национального антидемпингового законодательства в отношении третьих стран. Другими словами антидемпинговое законодательство не заменяется на конкурентное. Такой подход используется в рамках НАФТА, где действие национального законодательства между странами-членами не устраняется. В таком случае может даже не предусматриваться специального режима в отношении демпингового импорта из третьих стран, но, как в НАФТА, может предоставляться возможность прибегнуть к специальной процедуре разрешения споров и апелляции по приняты решениям. Если применяется статус-кво, то антидемпинговое законодательство применяется в отношении всех стран, включая участников зоны свободной торговли.

Второй вариант – это **прекращение действия антидемпингового законодательства во взаимной торговле между странами-членами зоны свободной торговли и замена его на применение конкурентного законодательства, действующего в отношении демпингового поведения**. Здесь важно понимать, что в неизменном виде конкурентное законодательство не сможет распространить свое действие на демпинговое поведение. И в этом случае стоит определить, есть ли цель противодействовать классическому демпингу (в форе ценовой дискриминации) через применение модифицированного механизма конкурентного законодательства. Традиционный демпинг приводит к повышению благосостояния потребителей в импортирующей стране из-за снижения цен на товары. Однако в долгосрочной перспективе длительная демпинговая практика приносит ущерб конкуренции или совсем устраняет ее на внутреннем рынке.

Классический демпинг может быть описан в терминах конкурентной политики как периодическая международная нехищническая ценовая дискриминация поставщиков компаниями, не имеющими доминирующего положения на рынке. И любое конкурентное законодательство, разработанное с целью воздействия на демпинг, должно учитывать эту особенность. Оно должно отражать цели конкурентной политики – более низкие цены и защита потребителей.

Положение, касающееся международной ценовой дискриминации поставщиков, должно покрывать ситуацию, когда покупатель, получающий от экспортера товар по более выгодной цене, чем покупатели на рынке экспортера, и последующее влияние такого ценообразования на рынок импортера. Такое положение должно включать в себя следующие компоненты:

1. определение рынка, включающего в себя рынка стран-участников зоны свободной торговли;
2. установленный порог «ухудшения» условий конкуренции, необходимый для определения, когда компания совершила антиконкурентное действие;
3. положение о международной ценовой дискриминации поставщиков, в сферу которого будут входить ситуации, когда экспортер поставляет товары по ценам ниже, чем на своем национальном рынке, и когда такая практика имеет антиконкурентный характер в отношении производства на импортирующем рынке;
4. анализ «эффекта», оказываемого на участника рынка, которому причиняется вред. Процедура, заменяющая антидемпинговое определение наличия ущерба;
5. периодичный характер демпинга предполагает отсутствие неоходимости в том, чтобы экспортер реализовывал «политику» при использовании хищнического ценообразования. Термин «политика» обозначает продуманное, целенаправленное, преднамеренное поведение, что очень редко происходит в случае демпинга.

Для противодействия демпингу может использоваться также положение о международном хищническом поведении. Это возможно в случае, когда товары экспортируются по ценам ниже средних издержек на производство. Основным при этом будет необходимость определения наличия хищнического ценообразования на более широком рынке, что укажет на наличие у экспортера возможности влиять на рынок. И в новое положения должны быть включены следующие элементы:

1. положение, определяющее международное хищническое ценообразование;
2. тест на ухудшение условий конкуренции;
3. определение более широкого рынка. Он может включать все страны в рамках зоны свободной торговли. Таким образом «хищник» попадает под действие этого положения только, если он занимает доминирующее положение на более широком рынке ЗСТ;
4. метод сравнения цен и издержек, разработанный для сравнения цен ниже общих издержек. Если положение будет действовать в отношении демпингового поведения на уровне ниже издержек, то такая методика должна принимать во внимание все издержки, включая постоянные.

Также антидемпинговая сторона нового конкурентного законодательства может быть основана на международном злоупотреблении доминирующим положением на рынке. Такой подход используется в соглашении между Австралией и Новой Зеландией, когда ценовая дискриминация и хищническое ценообразование со стороны доминирующих компаний на транс-Тасманском рынке было запрещено. Но этот способ, требующий «доминирования» и «злоупотребления», может сделать трудным влияние на демпинговое поведение. В законодательство должны быть включены:

1. определение широкого рынка;
2. тест на «ухудшение условий конкуренции»;
3. признание в качестве антиконкурентной деятельности продажу товара на экспорт по цене ниже, чем цена на внутреннем рынке и продажу экспортером товара по цене ниже, чем все затраты импортера на товары.

Здесь также следует учесть, что изменение положений конкурентного законодательства требует и изменения некоторых процедурных моментов. Так, например, важно принимать во внимание сроки: антидемпинговые меры реализуются в условиях действия строгих временных рамок, необходимых для быстрого начала применения антидемпинговых мер в случае, если демпинг наносит серьезный ущерб отрасли. Таким образом, необходимо обеспечить наличие ускоренной процедуры в рамках предполагаемого режима. Также важно наличие экономического анализа для доказательства наличия ущерба на материальном уровне. И кроме того, важным пунктом здесь является решение о том, кто будет наделен полномочиями выносить решение по делам в условиях действия измененного конкурентного законодательства. Обычно таким органом является министерство торговли (или другой орган или административный трибунал), который проводит анализ в отношении демпинга и его влияния на национальных производителей. Положения конкурентного законодательства реализуются антимонопольным органом, и в зависимости от направленности модифицированного конкурентного законодательства ответственность за принятие решений должны быть передана соответствующему органу.

Третий способ регулирование антидемпинговой практики – **замена антидемпингового законодательства конкурентным без каких-либо изменений в последнем**. Особенностью такого подхода является то, что подпадать под действие его норм будут только самые крайние формы демпинга, которые приводят к существенному ухудшению условий конкуренции. Такой способ направлен на защиту потребителей, а не национальных производителей. Более того, для этого подхода демпинг будет рассматриваться как поведение, поощряющее конкуренцию из-за снижения цен.

Такой подход реализован в соглашениях между Канадой и Чили Австралией и Новой Зеландией, а также в рамках ЕС.

Канада и Чили решили никак не регулирование демпинговое поведение, то есть никакие изменение в конкурентное законодательство не вносились. Таким образом, демпинг может попасть под действие только национального конкурентного законодательства в соответствующей стране.

В случае Австралии и Новой Зеландии применение антидемпинговых мер было полностью прекращено и заменено на действие положений конкурентного законодательства. Но эти положения направлены на регулирование только злоупотребления доминирующим положением на рынке. Вредоносное поведение состоит в злоупотреблении доминирующим положением, в том числе с использованием хищнического ценообразования и ценовой дискриминации. То есть Австралия и Новая Зеландия решили регулировать только крайние формы демпингового поведения, используемого доминирующими компаниями на рынке. Данный подход наиболее близок к применению чистой теории и конкурентного законодательства в чистом виде.

В Договоре Европейского Союза также установлено, что антидемпинговое законодательство заменено конкурентным. Как таможенный союз ЕС прекратил действие всех таможенных барьеров и других барьеров во взаимной торговле стран-членов. Положение о злоупотреблении доминирующим положением на рынке используется для противодействия демпинговому поведению внутри ЕС.

Говоря о способах замены антидемпингового законодательства конкурентным, нельзя забывать, что большинство стран являются членами Всемирной Торговой Организации, которая имеет свои нормы антидемпингового регулирования. Если страна желает заменить антидемпинговый режим какой-либо системой, то ее обязательства в рамках ВТО могут приводить к необходимости соблюдения минимальных требований процедурного характера в случае, если практика признается в качестве демпинговой. Более того, Аппеляционным органом ВТО было признано, что любой режим, регулирующий демпинг с помощью каких-либо других методов кроме тех, что предусмотрены Статьей VI ГАТТ и Антидемпингового Соглашения ВТО, противоречат обязательствам в рамках ВТО[[7]](#footnote-7).

Однако участники таможенных союзов и зон свободной торговли могут прекратить действие антидемпингового законодательства в соответствии со Статьей 24 ГАТТ. Она устанавливает изъятия в отношении таможенных союзов и зон свободной торговли. Страны-члены могут создавать зону свободной торговли для либерализации торговли при условии, что не приведет к повышению тарифных барьеров для остальных членов ВТО. То есть ЗСТ не должна приводить к увеличению барьеров в торговле для стран, не участвующих в ней. И страны-участники могут принять решение об ускорении либерализации в торговле друг с другом, а не об увеличении барьеров для третьих стран.

**3.2 Реформирование Антидемпингового Соглашения ВТО.**

Кроме непосредственной замены антидемпингового законодательства конкурентным, существуют способы изменить текущую ситуацию за счет изменения отдельных положений Антидемпингового Соглашения ВТО. То есть можно не ослаблять национальные антидемпинговые нормы, а улучшать их.

Применение существующих антидемпинговых правил не приводит к достижению тех целей, которые должны быть достигнуты. Во-первых, они никак не связывают практики ценовой дискриминации и продажи по ценам ниже себестоимости с искажениями рыка. А во-вторых, антидемпинговые правила не значительно способствуют выявлению действительных случаев ценовой дискриминации или продаж по ценам ниже себестоимости. Из-за методологических несоответствий, допущенных в правилах, определяющих «демпинг», условия продажи по ценам ниже нормальной стоимости, в реальности практически никак не затрагиваются проблемы ценовой дискриминации и продажи по ценам ниже себестоимости. И использование «ценового теста» - это один из главных источников несовершенства антидемпинговой практики. «Ценовой тест» – сравнение экспортной цены с нормальной стоимостью в значительной степени искажает сравнение экспортных цен и цен внутреннего рынка, тем самым завышая демпинговую маржу. Более того, завышение демпинговой маржи – практика полностью противоположная тому, что призвано бороться с несправедливой конкуренцией.

Сравнение экспортной цены и нормальной стоимости основывается на цене на рынке страны-экспортера. Если цена ниже нормальной стоимости, то это является признаком демпинга. А разница между нормальной стоимостью и экспортной ценой, деленная на экспортную цену – это демпинговая маржа. И что стоит отметить, что при проведении «ценового теста» те продажи на национальном рынке, которые были сделаны по ценам ниже себестоимости, исключаются из расчета нормальной стоимости. Другими словами, *все* экспортные цены сравниваются *только с наивысшими* (выше издержек) внутренними ценами. Такой неодинаковый подход к ценам также завышает демпинговую маржу за счет искажения расчетов.

Для чего же тогда из расчета нормальной стоимости исключаются продажи по низким ценам? Согласно теории, барьеры в торговле или какие-либо другие ограничения конкуренции приводят к тому, что цены (а соответственно, и прибыли) на национальном рынке растут, тем самым вынуждая иностранным производителям прибегать к практике продажи субсидируемых товаров по низким ценам. Следовательно, различие между ценами на внутреннем и экспортном рынке доказывает факт несправедливой торговли, потому что оно служит индикатором того, что в одной из стран-участниц торговли есть закрытый рынок. Однако, наличие разницы между ценами доказать нельзя в случае, если из сравнения исключены все продажи по ценам ниже рыночных.

Кроме того, наличие продаж по ценам ниже рыночных на внутреннем рынке – это самое прямое доказательство того, что ограничений на рынке нет. Ведь закрытый рынок – это пространство высоких цен и прибылей. А если большие объемы товара продаются по низким ценам, очевидно, что это не закрытый рынок. Но из-за антидемпинговых правил сравнения цен это не учитывается, и демпинговая маржа значительно превышает тот уровень, который равен ее реальному значению.

Такая методология не соответствует тем целям, которые стоят перед Антидемпинговым Соглашением. Согласно пункту 2.1. статьи 2, «ценовой тест» занимает центральное место во всей процедуре расследования. А поскольку сравнение цен применяется в рамках нынешнего Соглашения и постоянно применяется в антидемпинговых расследованиях, нежелание вносить изменения в это положение неразумно. И в данном случае возможно полное исключение «ценового теста» из Антидемпингового Соглашения.

Соответственно, одним из способов реформирования Соглашения является переписать статью 2 с целью прояснения, что исключение продаж внутреннего рынка возможно только в случаях, отклоняющихся от нормы. Также стоит отметить, что продажи не должны быть обозначены как совершенные вне «обычного хода торговли» только из-за того, что они произведены за сумму меньшую, чем полная цена производства такого товара.

Также есть смысл пересмотреть понятие «сконструированной стоимости» и критерии, используемые при ее подсчете.

Сторонниками демпинга традиционно считается, что демпинг принимает форму либо ценовой дискриминации, либо продаж по ценам ниже себестоимости. Что касается дискриминации, то «ценовой тест» и другие методологические неточности создают все условия для того, чтобы расследование не было нацелено на выявление ценовой дискриминации, поскольку сравнения цен зачастую бывают сильно искажены. В то же время, включение прибыли в сконструированную цену означает, что никакие меры не будут прямо нацелены на выявление продажи по ценам ниже издержек.

Статья 2, регулирующая установление факта демпинга, может быть пересмотрена с целью предоставления двух альтернативных вариантов расчет нормальной стоимости: сравнение стоимости экспортных и внутренних продаж «цена к цене» и расчет нормальной стоимости через стоимость производства. И какой способ использовать – может решать жалобщик. То есть уже в нужно будет указать, какой вид демпинга имеет место: ценовая дискриминация или продажа по ценам ниже издержек, и в соответствии с типом демпинга выбрать способ расчета нормальной стоимости. Если это ценовая дискриминация, то нормальная стоимость рассчитывается через внутренние цены; если же это продажа по ценам ниже издержек – то через стоимость производства.

Особое внимание стоит уделить практике «зероинга», которая активно используется Соединенными Штатами и является одним из самых известных недочетов нынешнего антидемпинговой практики. «Зероинг» используется в конце определения демпинга, когда экспортные цены иностранного производителя сравниваются с нормальной стоимостью. Обычно, когда нормальная стоимость выше экспортной цены, разница – это объем демпинга конкретно для этих цен. Однако, когда экспортная цена выше, объем демпинга для них приравнивается к нулю. Затем все уровни демпинга для разных цен складываются и делятся на агрегированный объем экспортных продаж, в результате чего получается обобщенная демпинговая маржа компании. Таким образом, «зероинг» исключает из расчетов так называемую «негативную демпинговую маржу», тем самым увеличивая итоговую маржу. Дополнительная демпинговая маржа создается буквально из воздуха.

США применяет подобную практику, и при расчете демпиновой маржи существенно увеличивает маржу своих оппонентов. Но применение «зероинга» наносит ущерб нынешней антидемпинговой политике.

В этом случае можно внести изменения в статью 2 Соглашения, четко прописав, что «зероинг» - запрещенная практика. Соответственно, при расчете общей демпинговой маржи компании должны учитываться все разницы между ценами (когда экспортная цена выше нормальной стоимости).

В данной главе были предложены различные способы реформирования существующей системы применения антидемпинговых мер: полная или частичная замена его конкурентным законодательством в зонах свободной торговли, а также внесение изменений в Антидемпинговое Соглашение ВТО, регулирующее антидемпинговую практику на международном уровне.

**Заключение**

В данной работе были рассмотрены некоторые дефекты нынешнего антидемпингового регулирования и варианты его реформирования для снижения протекционизма.

Основной проблемой антидемпинга сейчас является конфликт двух сторон: развитых и развивающихся стран, которые имеют противоположные интересы в данном вопросе. Развитые экономики, в первую очередь США, довольны текущей ситуацией, нынешняя антидемпинговая практика вполне их удовлетворяет. Развивающиеся же страны выступают за реформы, потому что текущее положение вещей не всегда позволяет им в должной мере отстоять свои интересы. И этот вопрос, назревший в рамках Доха-раунда, требует тщательного рассмотрения и проработки.

Проанализировав положения Антидемпингового Соглашения ВТО, а также особенности конкурентного законодательства, были предложены варианты замещения антидемпингового законодательства конкурентным разными способами. А опыт международных интеграционных объединений только доказывает, что такое совмещение противоположных по сути политик возможно и может вполне успешно применяться.

Кроме того, были рассмотрены слабые места нынешнего Антидемпингового Соглашения ВТО и предложены варианты изменений, которые можно внести для корректного применения антидемпинговых мер. Но, учитывая нарушения, которые допускаются сейчас, нынешняя антидемпинговая практика не сможет в полной мере регулировать рыночные искажения до тех пор, пока такие изменения не будут внесены.

1. Neufold I. Anti-Dumping and Countervailing Procedures. Use or Abuse? Implications for Developing Countries. UNCTAD, 2001. [↑](#footnote-ref-1)
2. П. 3.2 ст. 3 Соглашения по применению статьи VI Генерального Соглашения по тарифам и торговле, 1994. [↑](#footnote-ref-2)
3. П. 10.5 ст. 5 Соглашения по применению статьи VI Генерального Соглашения по тарифам и торговле 1994. [↑](#footnote-ref-3)
4. Antidumping and countervailing procedures – use or abuse? Implications for developing countries. Inge Nora Neufeld. UNCTAD, 2001. [↑](#footnote-ref-4)
5. Competition Law and Anti-dumping, Regional seminar on trade and competition, 20 and 21 April 2009, UNCTAD. [↑](#footnote-ref-5)
6. Глава 15 Североамериканского Соглашения о свободной торговле. [↑](#footnote-ref-6)
7. США – Антидемпинговый Акт 1916 года Доклад Апелляционного органа. WT/DS136/AB/R и WT/DS162/AB/R. [↑](#footnote-ref-7)