

непередбачуваність владних рішень; значні диспропорції в економіці; монополізм виробників; криміналізація економіки, велика питома вага тійшової економіки. Друга група проблем стосується організації зовнішньоекономічної діяльності: недосконалість митного регулювання; грабіжницька податкова політика; бартеризація зовнішньої торгівлі.

Усе це підриває довіру до України як надійного партнера. На шляху до міжнародного співробітництва Україна повинна досягти реальної керованості соціально-економічними процесами, створити стабільну національну фінансову та правову системи, розробити стратегію входження у світові економічні структури. Для того, щоб перейти від перерозподілу та проїдання капіталу до зростання, необхідні заходи, спрямовані на повну заміну ролі держави та її поступовий демонтаж. Люди мають самі визначити, які цілі ставити та як розпоряджатися результатами своєї праці.

1. Воронкова А. Е., Єрохіна Л. В., Рябенко Л. І. *Міжнародні економічні організації. Навчальний посібник*. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – С. 285-290. 2. Патица Н. І. *Міжнародні валютно-кредитні відносини: навч. посіб.* / Н.І. Патица. – К.: Знання, 2012. – С. 322-323. 3. Золоторьов В. *У кільці друзів: яка міжнародна ізоляція потрібна Україні.* / *Контракти* №7 від 03.05.2012 р., С. 8-11.

Мураль М.В.

Студ. групи МЕ-31

Науковий керівник – к.е.н., доц. В.В. Івасюк

ПРОБЛЕМИ ДЕМПІНГУ ТА АНТИДЕМПІНГОВІ ЗАХОДИ

У конкурентній боротьбі на світовому ринку замість торгових обмежень усе ширше використовуються різноманітні засоби просування товару на закордонні ринки. Одним із таких засобів є демпінг — найяскравіший прояв цінової конкуренції. У міжнародній торгівлі він існує вже давно. Демпінг став вважатись однією з найскладніших та суперечливих проблем міжнародної торговельної політики тільки після Першої світової війни. Як виявилось, його надмірне використання призводить до загострення конкуренції на світових товарних ринках та виникнення збутових проблем. Базовим нормативним документом, в якому розкривається суть поняття демпінг є стаття 6 Генеральної угоди і торгівлі (1994) (ГАТТ), а саме демпінг – це ситуація, коли товари з однієї країни потрапляють на ринок іншої країни за вартістю меншою, ніж його нормальна вартість [1].

У міжнародній торгівлі відокремлюють чотири основних види демпінгу:

- ціновий демпінг, тобто реалізацію товару на зарубіжних ринках дешевше, ніж на внутрішньому ринку;
- демпінг у сфері послуг, тобто зниження ціни експортного товару за рахунок отримання транспортних послуг на пільгових умовах;

- валютний демпінг, в основі якого лежить маніпулювання валютним курсом та використання множинних валютних курсів з метою отримання переваги над виробниками країни-імпортера даного товару;
- соціальний демпінг, який має місце тоді, коли низькі ціни на імпортовані товари обумовлені використанням у виробництві праці в'язнів або експлуатації робітників [2, с. 416].

Незважаючи на протистояння демпінгової політиці у світі, все таки практика її застосування діє і на сьогодні. Так, за нещодавніми новинами китайська сторона має намір ініціювати розслідування з виявлення факту демпінгу щодо виноробної продукції з Європи. За словами відповідального секретаря Китайської винної асоціації Вана Цзуміна, практично всі вітчизняні виноробні підприємства відчули удар унаслідок різкого зростання імпорту з ЄС. Так, якщо 2008 року з ЄС до Китаю було ввезено 35 944 тисяч літрів вина, то 2011 року – вже 169 114 тисяч літрів. У першому кварталі 2012 року з ЄС до Китаю імпортовано 41 698 тис літрів вина (приріст на 23,98% у річному вимірі). В цілому частка європейського вина на китайському ринку зросла з 4,94% до 14,32%. На думку китайських виноробів, завезення вина за заниженими цінами з ЄС до Китаю відбувається для того, щоб розширити позиції на китайському ринку. Вони запевняють, що мають достатньо доказів, які підтверджують, що європейські країни надають своїм виноробним підприємствам субсидії у великих обсягах. Це робить китайську галузь вразливою та значно знижує рівень її конкурентоспроможності щодо європейського імпортованого вина [3].

Серед країн, що входять у Світову організацію торгівлі (СОТ), Китай сам більше всіх – 21 раз – ставав об'єктом антидемпінгових заходів. Антидемпінгові заходи – це сильний економічний інструмент, застосований імпортуючою країною проти небажаного, із її точки зору, імпорту. Для експортера фактично закривається доступ на ринок даної країни. В рамках СОТ функціонує спеціальний Комітет з антидемпінгової практики (Антидемпінговий комітет), що складається з представників всіх країн-учасниць. Комітет розглядає національне антидемпінгове законодавство на предмет відповідності правилам СОТ.

Для усунення цінової дискримінації, яка виникає внаслідок демпінгу застосовують антидемпінгові мита, які діють в рамках антидемпінгових заходів на тимчасових засадах і з дотриманням відповідних правил та процедур, та спрямовані на усунення економічних наслідків демпінгу. Вони збираються у додаток до звичайних мит [4].

Для застосування антидемпінгових заходів необхідне дотримання трьох умов:

- наявність демпінгової різниці (маржі), тобто перевищення нормальної вартості над ціною, за якою експортується товар (демпінгова маржа розраховується у процентах від експортної ціни);
- наявність фактично доведеного матеріального збитку або загрози матеріального збитку галузі господарства країни-імпортера;
- існування причинно-наслідкового зв'язку між фактом продажу за

демпінговими цінами та збитком.

Таким чином, явище демпінгу іноземних виробників уряди країн вважають проявом недобросовісної конкуренції. Для боротьби з нею, вживається низка заходів, антидемпінгових процедур, які запобігають неетичній поведінці контрагентів та сприяють економічному розвитку країни.

1. Генеральна угода з тарифів і торгівлі 1994 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=981003>; 2. Дем'янюк О.Б. Демпінг як форма конкурентної боротьби на світовому ринку / О.Б. Дем'янюк // Наукові записки. Серія «Економіка». – Випуск 17. – 2011. – с. 416; 3. Танасійчук О. Китай ініціює антидемпінгове розслідування проти європейського вина / О.Танасійчук // Газета «УКРІНФОРМ» – 20.08. – 2012; 4. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» щодо процедурних питань антидемпінгового розслідування» від 1 листопада 2005 р. № 3027-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2006.

Окань Л.Ю.

студ. групи МЕ-32

Науковий керівник – асист. К.О.Дзюбіна

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сьогоднішній день для успішного процвітання компанії велику роль приділяють управлінню персоналом, а саме вмінню згуртувати працівників для найефективнішого досягнення цілей підприємства. Трудовий ресурс відіграє найбільшу цінність для підприємства, бо саме він є найбільш крихким інструментом у системі виробництва. Роль менеджера полягає в управлінні процесом робочих можливостей працюючих, дотримання цілей, координації роботи та сприяння умов здорової атмосфери у трудовому колективі. Важливе значення посідають взаємовідносини працівників, в результаті яких час від часу можливі утворення конфліктних ситуацій.

Конфлікт – це зіткнення різнобічних інтересів, внаслідок чого виникають непорозуміння та сутички між конфліктуючими сторонами.[1]. Конфлікт на підприємстві може виникати в результаті непорозуміння між колегами, через певні психологічні бар'єри чи неприязність до конкретної особи, виконання або ухилення певних дій, або необізнаність у конкретних ситуаціях.

Для успішного менеджера важливим є вміння попередження конфліктів. Завчасне розуміння можливості його виникнення та усунення причини, дозволяє менеджеру успішно співпрацювати з партнерами у будь-яких ситуаціях та піднімає загальний імідж керівника між працюючими. Дослідження, які провели у Японії та США встановили, що менеджери витрачають 25-30% свого робочого часу на розв'язання