

20. Bazhanov, M.I. and Stashys, V.V. and Tatsiy, V.Ya. et al. (2005), *Kryminalne pravo Ukrainy, Osoblyva chastyna. Pidruchnyk* [The Criminal Law of Ukraine, Special part. Textbook], Yurinkom Inter, Kyiv, Ukraine.
21. “Resolution of the Supreme Court of Ukraine on judicial practice in cases of crimes and other offenses against the environment”, dated December 10, 2004, no. 17, (2005), *Visnyk Verkhovnoho Sudu Ukrainy*, no. 1, pp. 9-12.
22. Dudorov, O.O. and Pysmens'kyi, Ye.O. et al. (2012), *Kryminalne pravo, Osoblyva chastyna. Pidruchnyk, Tom 1* [The Criminal Law, Special Section. Textbook, Vol. 1], Elton – 2, Lugansk, Ukraine.

УДК 346.7: 339.338 (477)

АНТИДЕМПІНГОВІ ЗАХОДИ ЯК ФОРМА КОНТРОЛЮ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Добровольська В.В., доцент

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
вул. Піонерська, 5, м. Одеса, Україна
vlada20-10@mail.ru*

Досліджено характеристику поняття антидемпінгових заходів, які найчастіше застосовуються, опосередковують зовнішньоекономічну діяльність та можуть бути виражені як форма контролю у сфері господарювання, з окресленням їх ознак і видів. Визначено, що демпінг є економічним і юридичним поняттям, яке є частиною економічних процесів держави. Зроблено висновок, що демпінг є контрольно-наглядовим інструментом перешкоджання й усунення конкуренції на експортному ринку й передумовою монополізації ринку.

Ключові слова: контроль, сфера господарювання, антидемпінгові заходи, зовнішньоекономічна діяльність, суб'єкти господарської діяльності, чинне законодавство.

АНТИДЕМПІНГОВЫЕ МЕРЫ КАК ФОРМА КОНТРОЛЯ В СФЕРЕ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Добровольская В.В., доцент

*Национальный университет «Одесская юридическая академия», ул. Пионерская, 5, г. Одесса, Украина
vlada20-10@mail.ru*

Исследована характеристика понятия антидемпинговых мер, которые часто применяются, опосредуют внешнеэкономическую деятельность и могут быть выражены как форма контроля в сфере хозяйствования, с выделением их признаков и видов. Определено, что демпинг является экономическим и юридическим понятием, которое является частью экономических процессов государства. Сделан вывод о том, что демпинг является контрольно-надзорным инструментом предупреждения и устранения конкуренции на экспортном рынке и условием монополизации рынка.

Ключевые слова: контроль, сфера хозяйствования, антидемпинговые меры, субъекты хозяйственной деятельности, действующее законодательство.

ANTI-DUMPING MEASURES AS A FORM OF CONTROL IN MANAGEMENT

Dobrovolska V.V.

*National university «Odessa law academy», str. Pioneer, 5, Odessa, Ukraine
vlada20-10@mail.ru*

Business law, including the Commercial Code of Ukraine sets according to the Constitution of Ukraine legal basis of economic activity (economic) based on a variety of subjects of various business, operating under business. The emergence and spread of self-initiating activity of economic relations aimed at the production of goods, provision of services for profit was only possible in countries whose economies have evolved by way of market economy, that is, with a variety of self-relevant legal factors, among of which are anti-dumping measures.

The modern world market is characterized by rapid growth and competition relative over saturation of various goods and services, these conditions affect economic relations between countries, especially in their measures used in foreign policy, but many countries in the competition instead of trade restrictions increasingly use a variety of measures promoting

domestic products to foreign markets. It is a condition of export expansion discrimination of foreign companies in favor of domestic producers and exporters from reducing the cost of exported goods and increase its competitiveness in the global market, with the common form of competition on the world market is dumping.

Dumping the company provides first prize – the exporter, which is able to increase its share in the foreign market, offsetting the costs of price competition, due to the domestic market. Total sales increases, and thus the firm can earn additional revenue.

Despite the fact that dumping brings the country – Importers some benefit by improving the terms of trade, governments find all kinds of dumping of foreign manufacturers forms of unfair competition because it is banned by international WTO rules and national laws of several countries.

It is thus possible to speak of anti-dumping measures as an appropriate form of control, as it is for its use is being done on time and efficiently.

With respect to the above subject composition control, it depends on the type and kind of dumping on the territorial scope of the feature.

By means of Discrimination world price dumping divided into direct, inverse, currency, cyclic, and social dumping in services.

It is possible to conclude that dumping is controlling and supervisory tool interference and eliminate competition in the export market and a precondition of the reserved area. In addition, dumping is defined as selling goods of certain species or in certain categories at a price below cost, in particular commodity market in volume, causing property damage, or threatening to cause such damage to economic entities of the commodity market.

Key words: control, scope management, anti-dumping measures, foreign trade, business entities, the legislation.

Господарське законодавство, у тому числі Господарський кодекс України (далі – ГК України) [1], встановлює, згідно з Конституцією України [2], правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності, які діють у межах господарської діяльності. Виникнення й поширення самостійної ініціативної діяльності суб'єктів економічних відносин, спрямованої на виробництво продукції, надання різноманітних послуг із метою одержання прибутку, стало можливим лише в державах, економічні системи яких розвивалися за ринковим способом господарства, тобто із застосуванням різноманітних самостійно-правових відповідних чинників, одними з яких є антидемпінгові заходи.

Сучасний світовий ринок характеризується стрімким зростанням конкуренції й відносною перенасиченістю різноманітними товарами й послугами. Такі умови впливають на економічні відносини між державами, насамперед на їх заходи, які використовуються в зовнішньоторговельній політиці, проте чимало країн у конкурентній боротьбі замість торгових обмежень дедалі частіше використовують різноманітні заходи просування вітчизняних товарів на закордонні ринки. Саме розширення експорту є умовою дискримінації іноземних компаній на користь національних виробників та експортерів на основі зниження вартості експортованого товару й підвищення його конкурентоздатності на світовому ринку, при цьому поширеною формою конкурентної боротьби на світовому ринку є демпінг.

Метою статті є визначення поняття, ознак і сутності антидемпінгових заходів; виділення відповідної форми й різновиду контролю у сфері господарювання з урахуванням норм чинного законодавства; визначення суб'єктно-об'єктного складу й інших характеристик.

Чинне законодавство містить декілька положень щодо визначення поняття, сутності та змісту демпінгу як економіко-правової категорії. Так, визначення демпінгу надається в ст.1 Закону України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» від 22 грудня 1998 р. (далі – антидемпінговий закон України) як ввезення на митну територію України товару за цінами, нижчими від порівнянної ціни на подібний товар у країні експорту, що заподіює шкоду національному товаровиробнику подібного товару [3], та в ст.1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р. як ввезення на митну територію країни імпорту товару за ціною, нижчою від порівнянної ціни на подібний товар у країні експорту, яке заподіює шкоду національному товаровиробнику подібного товару [4].

При цьому антидемпінговий закон України прив'язує поняття демпінгу до території України, у той час як у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» ідеться мова взагалі про країну імпорту без територіальної належності.

Статтею 244 Господарського кодексу України (далі – ГК України) встановлюється, що в разі здійснення окремими учасниками господарських відносин зовнішньоекономічної діяльності, пов'язаної з одержанням незаконної переваги на ринку України (здійснення демпінгового імпорту,

субсидованого імпорту, а також інших дій, які визначаються законом як недобросовісна конкуренція), що завдало шкоди економіці України або спричинило загрозу виникнення такої шкоди, до цих учасників відносин можуть бути застосовані антидемпінгові, компенсаційні або спеціальні заходи згідно із законом.

Тобто чинне законодавство надає підстави для визначення демпінгу як явища, що застосовується як на території країни, так і за її межами.

Що стосується доктринального визначення демпінгу, то деякі вчені зазначають, що демпінг являє собою таке явище, коли товари продаються на зарубіжний ринок за нижчими цінами, що превалюють на цьому ринку, або за цінами, що є нижчими за собівартість або засіб фінансової нетарифної торговельної політики, що полягає в просуванні товару на зовнішній ринок за рахунок зниження експортних цін нижче нормального рівня цін, існуючого в цих країнах. Демпінг може здійснюватись як за рахунок ресурсів окремих фірм, що прагнуть опанувати зовнішній ринок своєї продукції, так і за рахунок державних субсидій експортерам [5, с. 244]. Н.Г. Ушакова та Н.Л. Савицька зазначають, що демпінг – міжнародна дискримінація в цінах, коли країна, яка експортує, продає свій товар на певному закордонному ринку дешевше, ніж на іншому [6, с. 52].

Економічна наука взагалі розглядає демпінг як один із видів обмежувальної ділової практики, що в окремих випадках може кваліфікуватися як недобросовісна конкуренція. Однак використання Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7 червня 1996 р. як одного з інструментів захисту інтересів суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності є досить проблематичним. Основною проблемою є те, що закон визначає недобросовісну конкуренцію як дії, що суперечать правилам, торговим чи іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності. Це визначення більш придатне для використання в теорії, адже поняття «торгові та інші звичаї» можна трактувати по-різному [7].

Одним із перших ґрунтовних досліджень у галузі демпінгу була монографія радника уряду Німеччини Р. Дальберга під назвою «Валюта – Демпінг», яку було видано ще 1921 р. [8, с. 42]. У цій роботі було перераховано декілька десятків антидемпінгових нормативно-правових актів, виданих у різних країнах Європи, Америки й Азії.

Проте найбільший вплив на розвиток антидемпінгового законодавства у світі мав правовий досвід Сполучених Штатів Америки, де перший спеціалізований антидемпінговий закон, який мав назву «Антидемпінговий акт» (далі – Акт), було видано Конгресом США ще в 1916 р. (Antidumping Act of 1916) [9]. Цей Акт передбачав можливість розгляду федеральними судами США позовів про відшкодування до сторони, яка ввозить на територію США іноземні товари за демпінговими цінами. Проте Антидемпінговий акт виявився малоефективним з огляду на те, що містив низку вимог, які було важко задовольнити. Зокрема, він вимагав довести наявність умислу з боку експортерів демпінгових товарів спричинити шкоду промисловості в США.

Із цієї причини Конгресом США в 1921 р. було прийнято новий Антидемпінговий акт (Antidumping Act of 1921), який діяв до 1979 р. Саме цим законодавчим актом вперше у світовій практиці було встановлено антидемпінгову процедуру майже в тому вигляді, який існує на сьогодні, включаючи необхідність проведення антидемпінгового розслідування, яке здійснювалося Департаментом державних зборів, правил визначення «чесної ціни товару», шкоди національному виробництву, демпінгової маржі та встановлення антидемпінгового мита [10].

Саме на основі Антидемпінгового акта 1921 р. на переговорах щодо створення Хартії Міжнародної організації торгівлі (далі – СОТ) у 1947 р., ще відомої як Гаванська хартія, США представили пропозицію щодо введення в угоду відповідної антидемпінгової норми. Як відомо, переговори про створення ІМО на той час завершилися невдачею, проте було досягнуто підписання Протоколу тимчасової дії, яким було введено в дію Генеральну угоду з тарифів і торгівлі 1947 р. (General Agreement on Tariffs and Trade, далі – ГАТТ) [11, с. 155] Таким чином, саме на базі Антидемпінгового акта 1921 р. було створено норми ст. VI ГАТТ 1947 р., якими було започатковано міжнародно-правове регулювання антидемпінгової практики. Згідно із цими нормами сторони угоди визнали, що «демпінг, через який товари однієї країни потрапляють на ринок іншої країни за вартістю меншою, ніж нормальна вартість товарів, повинен осуджуватися, якщо він спричиняє матеріальну шкоду чи створює загрозу матеріальній шкоді промисловості, створеній на території сторони, чи значно затримує створення вітчизняної промисловості». Також були визначені критерії вартості імпортного товару, меншої за «нормальну вартість». Таким чином, норми ГАТТ закріпили визначення демпінгу

як продажу товару на ринку іншої країни за ціною, яка нижча за вартість товару на внутрішньому ринку країни експорту або нижча за видатки на виробництво товару [12, с. 18].

До демпінгу вдаються експортери з метою проникнення на ринок, розширення обсягів продажу, витискування існуючих і потенційних конкурентів, встановлення домінуючого положення на ринку. Існує кілька видів демпінгу, які різняться за методом дискримінації ціни, джерелами компенсації втрат експортера, мотивами й термінами застосування. Демпінг може здійснюватися за рахунок коштів окремих фірм, що прагнуть заволодіти зовнішнім ринком своєї продукції, і за рахунок державних субсидій експортерам.

Основною метою демпінгу є завоювання одного чи декількох іноземних ринків, прагнення наповнити їх національними товарами, тобто це завоювання за інших, рівних, умов веде до усунення конкурентів, а отже, забезпечує країні-агресору монополне положення. Звичайно, країни, що атакуються, мають у своєму розпорядженні різні засоби протидії агресії, серед яких важливу роль відіграють протекціоністські заходи репресивного характеру. Тому на практиці дуже рідко можна бачити повне здійснення зазначеної теоретичної моделі демпінгу та його наслідків. Як правило, демпінг здійснюється в помірних формах, щоб стимулювати чи підтримати недостатньо активні експортні операції.

Зміст демпінгу полягає в тому, що він являє собою не просте зниження цін, а саме цінову дискримінацію, коли ціни занижуються на одному ринку, у той час як той самий товар продається на інших ринках за більш високими цінами. Практика демпінгу тісно пов'язана з монополізацією ринків і застосуванням монополно високих цін.

Завдяки тому, що будь-яка фірма стає монополістом на окремих ринках (найчастіше це внутрішній ринок країн базування компанії або ринок країни, де розміщені виробничі потужності), вона отримує можливість продавати свою продукцію на цьому ринку за завищеними (монополно високими) цінами. Демпінгуюча фірма отримує додатковий (монополний) прибуток. Можливість отримувати додатковий прибуток за рахунок одного ринку дозволяє проводити політику штучно занижених цін на інших ринках із метою витіснення з них конкурентів. Неминучі втрати, які виникають під час здійснення демпінгу на ринку, з якого фірма намагається витіснити конкурентів за рахунок низьких цін, покриваються за рахунок додаткових прибутків на традиційних ринках збуту. На традиційних ринках фірма-постачальник не зазнає сильної конкуренції й має можливість продавати товар за високими цінами. Таким чином, використання занижених цін як засобу конкурентної боротьби на окремому ринку має економічний сенс лише тоді, коли цей постачальник є монополістом на якому-небудь іншому ринку. Саме в цьому виявляється дискримінаційний характер практики демпінгу.

Формальною передумовою для реалізації практики демпінгу є відмінність в еластичності попиту за ціною на товар на внутрішньому та закордонному ринках (або на ринках різних країн). Якщо на внутрішньому ринку еластичність попиту за ціною менша, ніж на закордонному, то це означає, що споживачі всередині країни скорочують чи збільшують попит на товар у випадку зростання або зниження ціни у відносно меншому ступені, ніж споживачі за кордоном. Тому підвищення ціни на внутрішньому ринку та її зниження на закордонному призведе до того, що розширення збуту за кордоном буде більше, ніж його скорочення всередині країни [6].

Демпінг забезпечує виграш передусім фірмі-експортеру, яка отримує можливість збільшити свою частку на закордонному ринку, компенсуючи витрати, пов'язані із ціною конкуренцією, за рахунок внутрішнього ринку. Загальний обсяг продажів збільшується, і завдяки цьому фірма може отримувати додатковий прибуток.

Незважаючи на те, що демпінг приносить країні-імпортеру певну вигоду, поліпшуючи її умови торгівлі, уряди вважають усі види демпінгу іноземних виробників формами несумлінної конкуренції. Саме тому демпінг заборонений як міжнародними правилами СОТ, так і національним законодавством багатьох країн.

Таким чином, можна говорити про антидемпінгові заходи як відповідну форму контролю, оскільки саме за його застосування заходи вживаються вчасно й ефективно.

Стосовно суб'єктного складу вищезазначеного контролю, то він залежить від виду демпінгу й від сфери застосування за територіальною ознакою.

За методами дискримінації світових цін демпінг поділяється на прямиий, зворотний, валютний, циклічний, соціальний та демпінг у сфері послуг.

Демпінг може здійснюватися як за рахунок фірми-експортера, так і за підтримки держави, тобто шляхом субсидування (прямого чи опосередкованого) експортних поставок. Проте в будь-якому разі втрата частини прибутку у зв'язку з продажем за заниженими цінами повинна бути компенсована. Таке відшкодування можливе за рахунок завищення цін на інші товари фірми або на ці ж товари, проте на інших ринках, у тому числі внутрішньому. За такої ситуації демпінг називають самостійним, проте якщо витрати від демпінгування компенсує не сама фірма, а держава, то демпінг називають субсидійним, тобто за рахунок державних експортних субсидій.

За мотивами і термінами застосування демпінг поділяється на спорадичний, хижацький і постійний. Спорадичний демпінг – реалізація товару на закордонному ринку за цінами, нижчими за внутрішні або видатки виробництва, упродовж дуже короткого проміжку часу. Такий демпінг, як правило, не може заподіяти суттєвої шкоди або її дуже важко довести, однак він вигідний споживачам, які мають можливість купувати товари за досить низькими цінами, хоча й за обмежений період часу. Хижацький демпінг – реалізація товарів на закордонних ринках за цінами, нижчими за видатки, з метою витіснення з ринку національних виробників. У такий спосіб іноземні фірми намагаються завоювати ринок конкретного товару та, зайнявши пріоритетні позиції на ньому, підняти в майбутньому ціни. Оскільки хижацький демпінг є, як правило, самостійним, а реалізація стратегії захоплення зарубіжного ринку за допомогою низьких цін вимагає великих коштів, то він не може продовжуватися протягом тривалого періоду. Постійний (стійкий) демпінг – реалізація товарів за цінами, нижчими за внутрішні або видатки виробництва, упродовж тривалого періоду. Цей вид демпінгу може досить серйозно вразити певну галузь, тому виробники цієї галузі активно вимагатимуть захисту від іноземної конкуренції [5, с. 246].

Ця форма демпінгу має місце, коли підприємство чи група підприємств займають монопольне положення у своїй країні та продають за кордон надлишок продукції за цінами, нижчими за ті, які вони застосовують на своєму внутрішньому ринку. Монопольне положення дозволяє підприємству фіксувати внутрішні ціни на рівні, що покриває загальні витрати виробництва, і застосовувати під час експорту ціни, нижчі собівартості кожної одиниці товару.

Крім того, демпінгом вважається також така торговельна практика експортерів, для якої не характерна суттєва різниця відповідних внутрішніх і зовнішніх цін, проте її наслідки аналогічні «класичному» демпінгу. Можна виділити декілька таких видів демпінгу:

- прихований демпінг, який має місце тоді, коли імпортер реалізує товар дешевше, ніж придбав його в експортера, з яким він має тісні зв'язки, та дешевше порівняно з його ціною в країні-експортері. Інакше кажучи, в основі демпінгу лежить трансфертне ціноутворення;
- непрямий демпінг, коли товар імпортується через третю країну, у якій його ціна не вважається демпінговою;
- вторинний демпінг, коли йдеться про експорт товару, під час виробництва якого використовувалися компоненти, імпортовані за демпінговими цінами;
- взаємний демпінг, який пояснює торгівлю між розвинутими країнами схожою продукцією.

Таким чином, до суб'єктів контрольно-наглядової діяльності у сфері застосування антидемпінгових заходів можливо віднести такі: Антимонопольний комітет України стосовно антидемпінгових заходів як форми протидії й запобігання порушення конкуренції, Національний банк України стосовно застосування грошових (валютних) антидемпінгових заходів, Фіскальна служба України, митні органи тощо.

На підставі вищезазначеного можна зробити такі висновки:

- демпінг є контрольно-наглядовим інструментом перешкоджання й усунення конкуренції на експортному ринку, а також передумовою монополізації ринку. Крім того, демпінг визначається як продаж товару певного вигляду або певної категорії за ціною, нижчою за собівартість, на конкретному товарному ринку в об'ємах, що завдають матеріального збитку або можуть завдати такого збитку суб'єктам господарської діяльності цього товарного ринку;

- демпінг та антидемпінг являють собою ефективні прийоми конкурентної боротьби, метою якої для суб'єкта господарювання зазвичай є завоювання ринку, досягнення економічних переваг на зовнішніх ринках, збільшення грошових потоків підприємства тощо, а для держави – захист її економічних інтересів на міжнародному ринку, створення передумов для розширення ринків збуту вітчизняної продукції й підтримка національного товаровиробника. Тому такі заходи, як демпінг та антидемпінг, суб'єкти господарювання й держава повинні застосовувати як додатковий інструмент впливу на міжнародну торгівлю в межах добросовісної конкуренції й відповідно до міжнародних вимог у цьому напрямі;
- аналіз сутності та правової природи антидемпінгових мит свідчить про те, що, не дивлячись на адміністративний характер механізму застосування, антидемпінговому миту притаманні ознаки, за якими його можна віднести до тарифних засобів регулювання. Зокрема, можна назвати такі: антидемпінгове мито має характер податкового платежу, воно не є видом штрафу або плати за послуги; антидемпінгове мито має ставку, яка виражена у відсотках або в грошових одиницях; регулятивний вплив антидемпінгового мита реалізується через механізм ціноутворення; надходження від антидемпінгових мит зараховуються до державного бюджету;
- для запобігання подальшим антидемпінговим розслідуванням проти українських суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності необхідно здійснити низку заходів, найважливіші з яких такі: застосування антидемпінгового законодавства як відповідних санкцій на розслідування проти українських підприємств; включення в тексти контрактів положень, що передбачають відшкодування покупцями витрат на послуги адвокатських фірм у разі порушення антидемпінгових процедур за фактом поставок за цим контрактом; координація певних комерційних та інших інтересів і зусиль крупних трейдерів і споживачів українського металу в країнах-споживачах, організація системи лобіювання інтересів українських підприємств на макрорівні; залучення великих інвесторів із країн-споживачів нашої металопродукції до участі в проектах із модернізації та приватизації металургійних підприємств, сприяння просуванню вітчизняного капіталу на ринки країн-імпортерів; налагодження механізму постійного кваліфікованого моніторингу й маркетингу металопродукції на різних регіональних ринках збуту з висуненням на передній план завдання вивчення місцевих конкурентів, відстежування процесів модернізації підприємств, пуску нових потужностей, аналізу галузі та прогнозування обсягів виробництва, споживання, експорту, а отже, можливого імпорту, у тому числі з України; узгодження зусиль вітчизняних підприємств в організації постійної присутності їх торгових представників на певних ринках збуту із залученням можливостей державних інститутів з організації широких зв'язків із місцевими державними й недержавними структурами, проведення рекламних кампаній, симпозіумів, зустрічей тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України: Закон України 16 січня 2003 р. // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11. – Ст. 462.
2. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
3. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту: Закон України від 22 грудня 1998 р. № 330 – XIV // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 9. – Ст. 65.
4. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16 квітня 1991 р. №959-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – №29. – Ст. 377.
5. Циганкова Т.М. Міжнародна торгівля / Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. – К.: КНЕУ, 2001. – 488 с.
6. Ушакова Н.Г. Міжнародне ціноутворення / Н.Г. Ушакова, Н.Л. Савицька. – К.: Професіонал, 2004. – 216 с.
7. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 7 червня 1996 р. №236/96 – ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 36 – Ст. 164.
8. Dalberg R. Valuta – Dumping. Berlin, 1921.
9. Antidumping act of 1916 / US Code §72 Title 15.

10. Overview and Compilation of U.S. Trade Statutes, Committee on Ways and Means, U.S. House of Representatives, 104th Congress, 1st Session, 1995 Edition, August 4, 1995.
11. Генеральна угода з тарифів і торгівлі 1947 року // Україна і Світова організація торгівлі: збірник офіційних документів. – К.: Міжвідомча комісія з питань фінан. безпеки при Раді нац. безпеки і об-ни України, 2002. – 384 с.
12. Капуш І.С. Організаційно-правові основи застосування антидемпінгових мит в Україні : дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07 / Іван Сергійович Капуш; Одеська національна юридична академія. – О., 2007. – 20 с.

REFERENCES

1. “Commercial Code of Ukraine”: Law of Ukraine of January 16, 2003 (2003), *Ofitsiynyi visnik Ukrainy*, no. 11, art. 462.
2. “Constitution of Ukraine”: Law of Ukraine of June 28, 1996 (1996), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, no. 30, art. 141.
3. “On Protection of the National Producer against Dumped Imports”: Law of Ukraine of December 22, 1998 № 330 – XIV (1999), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, no. 9, art. 65.
4. “Про зовнішньоекономічну діяльність”: Law of Ukraine of April 16, 1991 №959-XII (1991), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, no. 29, art. 377.
5. Tsigankova T.M., Petrashko L.P. and Kalchenko T.V. (2001), *Mizhnarodna torgivlya* [International trade], KNEU, Kyiv, Ukraine.
6. Ushakova N.G. and Savitska N.L. (2004), *Mizhnarodne tsinoutvorennya* [International price formation], Profesional, Kyiv, Ukraine.
7. “On Protection against Unfair Competition”: Law of Ukraine of January 7, 1996 №236/96–VR (1996), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, no. 36, art. 164.
8. Dalberg R. Valuta – Dumping. Berlin, 1921.
9. Antidumping act of 1916 / US Code §72 Title 15.
10. Overview and Compilation of U.S. Trade Statutes, Committee on Ways and Means, U.S. House of Representatives, 104th Congress, 1st Session, 1995 Edition, August 4, 1995.
11. “General Agreement on Tariffs and Trade of 1947” (2002), *Ukrayina i Svitova organizatsiya torgivli: zbirnik ofitsiynih dokumentiv* [Ukraine and the World Trade Organization: collection of official documents], Kyiv, Ukraine.
12. Kapush, I.S. (2007), “Organizational and legal bases of application of antidumping duties in Ukraine”, Thesis abstract for Cand. Sc. (Jurisprudence), 12.00.07, Odesa, Ukraine.

УДК 346.2

ПОНЯТТЯ РЕДАКЦІЇ ДРУКОВАНОГО ЗМІ ЯК СУБ’ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Кузін Д.С., здобувач

*Інститут економіко-правових досліджень
Національної академії наук України, бульв. Тараса Шевченка, 60, м. Київ, Україна
dmytro.serg@mail.ru*

Досліджено питання, пов’язані з визначенням поняття «редакція друкованого засобу масової інформації». Зокрема, проаналізовано відповідні вітчизняні нормативні акти й законодавчі акти інших держав, статистичні дані, думки вітчизняних і закордонних науковців. Сформульовано пропозиції щодо внесення змін до законодавчих актів України. Зокрема, запропоновано оригінальне визначення терміна «редакція друкованого