

Тема 10

Нетарифное регулирование международной торговли

1. Количественное регулирование МТ
2. Скрытые методы торговой политики
3. Финансовые методы торговой политики

1. Количественное регулирование МТ

Количественные ограничения – административная форма нетарифного государственного регулирования внешнеторгового оборота, определяющая количество и номенклатуру товаров, разрешенных к экспорту или импорту. Количественные ограничения могут применяться по решению правительства одной страны или на основе международных соглашений, координирующих торговлю определенным товаром.

Количественные ограничения включают:

- ❖ квотирование;
- ❖ лицензирование;
- ❖ «добровольные» ограничения экспорта.

Квотирование

Квота - количественная нетарифная мера ограничения экспорта или импорта товара определенным количеством или суммой на определенный промежуток времени.

По направленности действия квоты разделяются на:

- ❖ экспортные — вводятся либо в соответствии с международными стабилизационными соглашениями, устанавливающими долю каждой страны в общем экспорте определенного товара (экспорт нефти из стран ОПЕК), либо правительством страны для предотвращения вывоза товаров, дефицитных на внутреннем рынке;
- ❖ импортные — вводятся национальным правительством для защиты местных производителей, достижения сбалансированности торгового баланса, регулирования спроса и предложения на внутреннем рынке, а также как ответ на дискриминационную торговую политику других государств.

Квотирование

По охвату квоты делятся на:

- ❖ **глобальные** — устанавливаются на импорт или экспорт определенного товара на определенный период времени вне зависимости от того, из какой страны он импортируется или в какую страну он экспортируется. Смысл таких квот обычно заключается в обеспечении необходимого уровня внутреннего потребления, и объем их вычисляется как разность внутреннего производства и потребления товара.
- ❖ **индивидуальные** — установленная в рамках глобальной квоты квота каждой страны, экспортирующей или импортирующей товар. Такие квоты устанавливаются обычно на основе двусторонних соглашений, которые дают основные преимущества в экспорте или импорте товара тем странам, с которыми имеются тесные взаимные политические, экономические и иные интересы

Различия импортного тарифа и импортной квоты

Параметры	Импортный тариф	Импортная квота
<i>Содержание эффекта дохода заключается в:</i>	Перераспределении дохода от потребителей в бюджет	Перераспределении дохода от потребителей импортирующим компаниям
<i>Рост внутреннего спроса на товар:</i>	Приводит к увеличению его импорта	Приводит к повышению его внутренней цены
<i>Администрирование</i>	Достаточно компактных таможенных органов	Требует создания громоздкой системы распределения лицензий
<i>Ограничительный эффект</i>	Зависит от колебания импортных цен	Точно ограничивает импорт желаемым количеством

Лицензирование

Лицензирование — регулирование внешнеторговой деятельности через разрешения, выдаваемые государственными органами на экспорт или импорт товара в установленных количествах на определенный промежуток времени.

Лицензирование может являться составной частью процесса квотирования или быть самостоятельным инструментом государственного регулирования.

В первом случае лицензия является лишь документом, подтверждающим право ввезти или вывезти товар в рамках полученной квоты; во втором — приобретает ряд конкретных форм.

Виды лицензий во внешнеэкономической деятельности

- ▣ **разовая лицензия** — письменное разрешение сроком до 1 года на ввоз или вывоз, выдаваемое правительством конкретной фирме на осуществление одной внешнеэкономической сделки;
- ▣ **генеральная лицензия** — разрешение на ввоз или вывоз того или иного товара в течение года без ограничений количества сделок;
- ▣ **глобальная лицензия** — разрешение ввезти или вывезти данный товар в любую страну мира за определенный промежуток времени без ограничения количества или стоимости;
- ▣ **автоматическая лицензия** — разрешение, выдаваемое немедленно после получения от экспортера или импортера заявки, которая не может быть отклонена государственным органом.

Механизмы распределения лицензий

- ▣ **аукцион** — продажа лицензий на конкурсной основе. Считается самым экономически эффективным способом распределения лицензий, способным принести доходы государственной казне, сравнимые с доходами от таможенной пошлины на тот же товар;
- ▣ **система явных предпочтений** — закрепление правительством лицензий за определенными фирмами пропорционально размерам их импорта за предшествующий период или пропорционально структуре спроса со стороны национальных импортеров;
- ▣ **распределение лицензий на внеценовой основе** — выдача правительством лицензий тем фирмам, которые продемонстрировали свою способность осуществить импорт или экспорт наиболее эффективным образом.

«Добровольные» ограничения экспорта

«Добровольное» ограничение экспорта -

количественное ограничение экспорта, основанное на обязательстве одного из партнеров по торговле ограничить или, по крайней мере, не расширять объем экспорта, принятом в рамках официального межправительственного или неофициального соглашения об установлении квот на экспорт товара.

«Добровольное» ограничение экспорта вводится правительством обычно под политическим давлением более крупной импортирующей страны, которая угрожает применением односторонних ограничительных мер на импорт в случае отказа «добровольно» ограничить экспорт, который наносит ущерб ее местным производителям.

2. Скрытые методы торговой ПОЛИТИКИ

Технические барьеры — скрытые методы торговой политики, возникающие в силу того, что национальные технические, административные и иные нормы и правила построены так, чтобы препятствовать ввозу товаров из-за рубежа.

Наиболее распространенные барьеры технического характера – это требования:

- ✓ соблюдения национальных стандартов;
- ✓ получения сертификатов качества импортной продукции;
- ✓ специфической упаковки и маркировки товаров;
- ✓ соблюдения определенных санитарно-гигиенических норм, включая проведение мероприятий по охране окружающей среды;
- ✓ соблюдения усложненных таможенных формальностей и требований законов о защите потребителей и др.

Скрытые методы торговой политики

Внутренние налоги и сборы — скрытые методы торговой политики, направленные на повышение внутренней цены импортного товара и сокращение тем самым его конкурентоспособности на внутреннем рынке.

Могут вводиться как центральными, так и местными органами государственной власти.

Налоги, накладываемые в основном на импортные товары, весьма разнообразны и могут быть:

- **прямыми** (налог на добавленную стоимость, акцизный налог, налог на продажу);
- **косвенными** (сборы за таможенное оформление, регистрацию и выполнение других формальностей, портовые сборы).

Внутренние налоги и сборы играют дискриминационную роль только в том случае, если они накладываются только на импортные товары, при том что товары местных производителей такому налогообложению не подлежат.

Скрытые методы торговой политики

Политика в рамках государственных закупок — скрытый метод торговой политики, требующий от государственных органов и предприятий покупать определенные товары только у национальных фирм, даже несмотря на то, что эти товары могут быть дороже импортных.

Наиболее типичным объяснением такой политики являются требования соблюдения национальной безопасности.

Скрытые методы торговой политики

Требование о содержании местных компонентов -

скрытый метод торговой политики государства, законодательно устанавливающего долю конечного продукта, которая должна быть произведена национальными производителями, если такой продукт предназначается для продажи на внутреннем рынке.

Как правило, требование о содержании местных компонентов используется развивающимися странами в рамках политики импортозамещения, которая предполагает создание и наращивание национальной базы производства импортируемых товаров, с тем чтобы в дальнейшем отказаться от их импорта.

Правительства развитых стран используют требование о содержании местных компонентов, чтобы избежать перемещения производства в развивающиеся страны с более дешевой рабочей силой и сохранить уровень занятости.

3. Финансовые методы торговой ПОЛИТИКИ

Наиболее распространенными финансовыми методами торговой политики являются **субсидии, кредитование и демпинг.**

Субсидии

Если правительство считает необходимым стимулировать экспорт национальных производителей, то оно может в той или иной форме предоставлять им субсидии из бюджета.

Субсидия - денежная выплата, направленная на поддержку национальных производителей и косвенную дискриминацию импорта.

Субсидии могут предоставляться как производителям товаров, конкурирующих с импортом, так и производителям товаров, которые продаются на экспорт.

Виды субсидий

По характеру выплат субсидии делятся на:

- ▣ **прямые** — непосредственные выплаты экспортеру после совершения им экспортной операции на сумму разницы его издержек и полученного им дохода. Прямые субсидии представляют собой дотации производителю при его выходе на внешний рынок. Прямые субсидии запрещены правилами ВТО и их применение слишком очевидно для торговых партнеров, которые могут использовать ответные меры;
- ▣ **косвенные** — скрытое дотирование экспортеров через предоставление льгот по уплате налогов, льготные условия страхования, займов по ставке ниже рыночной, возврат импортных пошлин и пр.
- ▣ **внутренняя субсидия** — наиболее замаскированный финансовый метод торговой политики и дискриминации против импорта, предусматривающий бюджетное финансирование производства внутри страны товаров, конкурирующих с импортными.

Экспортное кредитование

Экспортное кредитование - метод финансовой нетарифной внешнеторговой политики, предусматривающий финансовое стимулирование государством развития экспорта национальными фирмами.

Экспортное кредитование может иметь **форму**:

- **субсидированных кредитов национальным экспортерам** — кредитов, выдаваемых государственными банками под ставку процента ниже рыночной;
- **государственных кредитов иностранным импортерам** при обязательном условии закупки товаров только у фирм страны, предоставившей такой кредит (связанный кредит);
- **страхования экспортных рисков национальных экспортеров**, которые включают коммерческие риски (неспособность импортера оплатить поставку) и политические риски (неожиданные действия правительства, не позволяющие импортеру выполнить свои обязательства перед экспортером).

Виды экспортных кредитов

- **краткосрочными** — на срок до 1 года, используются для кредитования экспорта потребительских товаров и сырья;
- **среднесрочными** — на срок от 1 до 5 лет, используются для кредитования экспорта машин и оборудования;
- **долгосрочными** — на срок более 5 лет, используются для кредитования экспорта инвестиционных товаров и крупных строительных проектов.

Демпинг

Демпинг — метод финансовой нетарифной торговой политики, заключающийся в продвижении товара на внешний рынок за счет снижения экспортных цен ниже нормального уровня цен, существующего в этих странах.

Демпинг может осуществляться как за счет ресурсов отдельных фирм, стремящихся завладеть внешним рынком своей продукцией, так и за счет государственных субсидий экспортерам.

Виды демпинга

- ▣ **Спорадический демпинг** — эпизодическая продажа излишних запасов товаров на внешний рынок по заниженным ценам. Может осуществляться когда внутренние объемы производства товара превышают емкость внутреннего рынка и перед компанией встает дилемма — либо вообще не использовать часть производственных возможностей и не производить товар, либо произвести товар и продать его по более низкой, чем внутренняя, цене на внешний рынок.
- ▣ **Преднамеренный демпинг** — временное умышленное снижение экспортных цен с целью вытеснения конкурентов с рынка и последующего установления монопольных цен. На практике это может означать экспорт товаров по ценам ниже цен своего внутреннего рынка или даже ниже издержек производства.

Виды демпинга

- ▣ **Постоянный демпинг** — постоянный экспорт товаров по цене ниже среднерыночной.
- ▣ **Обратный демпинг** — завышение цен на экспорт по сравнению с ценами продажи тех же товаров на внутреннем рынке. Встречается крайне редко, обычно в результате непредвиденных резких колебаний курсов валют.
- ▣ **Взаимный демпинг** — встречная торговля двух стран одним и тем же товаром по заниженным ценам. Встречается также редко в условиях высокой монополизации внутреннего рынка определенного товара в каждой из стран.

Необходимы условия для осуществления демпинга

- ❖ **различия в эластичности спроса** на товар в различных странах — спрос внутри страны должен быть менее эластичным по цене, чем спрос за рубежом;
- ❖ **ситуация несовершенной конкуренции**, которая позволяла бы производителю устанавливать и диктовать цены;
- ❖ **сегментированность рынка**, то есть способность производителя отгородить внутренний рынок, где он продает товар по высоким ценам, от внешнего рынка, где он это делает по более низким ценам. Обычно этому способствуют высокие транспортные расходы и установленные государством торговые барьеры.

Антидемпинговые пошлины

Демпинг запрещен как международными правилами в рамках ВТО, так и национальными антидемпинговыми законами многих стран, которые позволяют применять *антидемпинговые пошлины* в случае обнаружения факта демпинга.

Антидемпинговая пошлина — временный сбор в размере разницы между ценами продажи товара на внутреннем и внешнем рынках, вводимый импортирующей страной в целях нейтрализации негативных последствий нечестной ценовой конкуренции на основе демпинга.

Подходы к определению ставки антидемпинговой пошлины

Ставку антидемпинговой пошлины обычно определяют одним из следующих способов:

- ❖ Как разницу в цене, по которой товар реально продается на рынке экспортирующей страны и на рынке импортирующей страны;
- ❖ Если товар производится только на экспорт и не продается на рынке страны-экспортера, то цена на него на внутреннем рынке страны-импортера сравнивается с его ценой на внутреннем рынке любой третьей страны;
- ❖ Как разницу в цене, по которой товар должен был бы продаваться на рынке экспортирующей страны, и цены, по которой он реально продается на рынке импортирующей страны. Потенциальная цена продажи товара на рынке экспортера устанавливается на базе суммы издержек производства, общих издержек, прибыли на продажу на внутреннем рынке и стоимости упаковки и транспортировки товара в импортирующую страну.

Спасибо за внимание !