

# 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

<b>Параметры</b>	<b>Импортный тариф</b>	<b>Импортная квота</b>
<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 внешнеторговой деятельности*

- ▣ **разовая лицензия** — письменное разрешение сроком до 1 года на ввоз или вывоз, выдаваемое правительством конкретной фирме на осуществление одной внешнеторговой 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 !***