

МЕЖДУНАРОДНОЕ БИЗНЕС-ПРАВО И ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ СРЕДА: ТРАНЗАКЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ

Нетарифные барьеры в
международной торговле





В предыдущей лекции мы обсуждали национальное регулирование импорта и экспорта. Упор был сделан на определение таможенной стоимости, размера таможенной пошлины и регулирование экспорта. Мы продолжим эту тему, но уже посмотрим с другой стороны. Посмотрим, как государство применяет нетарифные меры регулирования.

Нетарифные меры в основном призваны защитить жизнь и здоровье людей, сохранить устойчивость экосистемы, иногда не применяются для защиты местного производителя. На международной торговле нетарифные меры часто рассматриваются как барьеры для торговли. Государства могут применять такого рода меры как технические стандарты, санитарные нормы. Существуют и другие меры, которые мы будем обсуждать, и все они применяются как барьеры для торговли или же могут применяться как барьеры для торговли.

Давайте разберемся, какие нетарифные меры существуют, если их классифицировать. Можно выделить три основные группы: первая группа – это меры, которые повышают стоимость товара. Второе, что мы обсуждали до этого, то есть санитарные и фитосанитарные меры, а также технические стандарты.

Фитосанитарные меры применяются государствами для защиты здоровья и жизни населения. Но в некоторых случаях они могут применяться для защиты и создания новых барьеров. Потому что их очень трудно оценить, например вопрос здоровья или же вопрос экологии. Они не охватываются во многих случаях в правовых документах. Очень многое зависит от самого государственного органа, который применяет данные меры, а также от мнения экспертов, узких специалистов. И трудно разобраться, действительно ли нетарифная мера в виде фитосанитарной нормы? То же самое касается технических стандартов спецификации, которые предъявляются к импортируемой продукции. Они иногда могут быть очень завышенными, но здесь очень трудно доказать, что завышение стандартов происходит из-за того, что государство хочет поставить барьер для импорта, а не для того чтобы защитить здоровье и жизнь своих граждан. С одной стороны, некачественный товар может навредить при использовании, с другой стороны, это очень трудно доказать. Это очень трудно оценить, поэтому и легко использовать как барьер для торговли. Можно рассматривать это с положительной стороны, но, с другой стороны, это как лазейка для государственных органов и стран, чтобы обходить свободную торговлю, ставить определенные барьеры для импортеров.

Также в качестве меры, повышающие стоимость, могут применяться таможенные процедуры. Таможенные органы могут затягивать растаможку товаров в складах временного хранения или же при переходе через границу. Иногда в новостях можно видеть, что на границе двух стран скопилось огромное количество загруженных фур, камазов и так далее. Иногда эта очередь достигает несколько километров. В чём причина таких очередей? Они могут возникать из-за того, что существуют какие-то проблемы с грузом направляющей из одной страны в другую. Но часто бывает, что километры очередей возникают из-за каких-то политических или других проблем. И для того чтобы препятствовать импорту из соседней страны, применяются или затягиваются таможенные процедуры. Это уже является барьером для торговли.

Следующая группа нетарифных мер – это количественные меры. Количественные меры обычно ограничивают количество товара. Но самое распространённое – это импортная квота. Импортная квота – это ограничение в количестве импортируемого товара. Она применяется в международном бизнесе и торговле. Но сейчас из квот страны переходят к применению тарифов. Но до сих пор, особенно в сельскохозяйственном секторе, кроме импортных квот применяется тарифная квота. Они похожи, но единственная разница в том, что при тарифной квоте существует несколько шагов.

Первый шаг: при импорте 1000 тонн определенного товара применяется тариф 10 %, если импорт превышает 1000 тонн, на остальные 1000 тонн применяется тариф 20 %. А если уже импортированы более 2000 тонн, то уже на 2001 тонну применяется тариф в 50 %.

В некоторых случаях применяется лицензирование импорта. Это означает, что государство выдает лицензию на ввоз товаров только определенным компаниям. Эти компании могут быть ограничены в количестве товаров, которые могут завести эти компании, имеющие лицензию могут ввозить этот товар. Все эти меры ставят количественные ограничения для ввоза товаров и также могут служить барьером для международной торговли.



Также существуют другие меры нетарифного регулирования. Одна из первых – это требование к местному содержанию. Что это означает? Государство может требовать от импортеров и поставщиков, чтобы в товаре присутствовало местное содержание. Это не обязательно импортируемый товар. Если национальная компания покупает определенные услуги, товары, то ставятся требования, чтобы местное содержание было 30 %. Это говорит о том, что если стоимость товара 1000 долларов, то 300 долларов из них должны быть произведены в этой данной стране. Это, конечно, является барьером для импортеров.

Например, национальная компания покупает товар, на все 100 % он произведен в другой стране, если предъявляются требования в 30 % местного содержания, то это компания не может купить импортированный товар. Ей придется искать другой товар, который произведен в данной стране. Здесь уже страдает производитель другой страны, который не может продать компании свой товар. Поэтому это относится к нетарифным барьерам.

Также иногда применяется балансирование импорта и экспорта. Например, компания импортирует определенный товар, но взамен государство может потребовать, чтобы эта же компания экспортировала другой товар. Здесь это делается для того, чтобы соблюдать баланс торговли.

Еще одни нетарифные меры связаны с практикой в государственных закупках. Это связано с требованиями к местному содержанию. Государственные компании, правительство, Министерства всегда могут требовать, чтобы товар был местный или же определенные процентаж от добавленной стоимости товара был произведен в данной стране. Почему это учитывается или же почему считается, что это нетарифный барьер? Потому что государство самый большой покупатель. Иногда в некоторых странах государственные закупки доходят до 20–30 % от ВВП страны. Поэтому предъявления к местному содержанию со стороны государственных органов очень сильно влияет на импорт, на возможности производителей других стран продать свой товар в той стране, где предъявляются такого рода требования.

В некоторых случаях существует и запрет на экспорт товаров. Как это влияет на импорт? Почему это считается нетарифными мерами? Давайте приведем пример из мукомольной промышленности. Казахстан является одним из лидеров по производству муки. Мы экспортируем эту продукцию в разные страны. Но получилось так, что в последние годы экспорт и само производство муки снижается. Почему это происходит, и как это связано с пошлинами на экспорт? В данном случае некоторые из наших соседних стран применяют определенную торговую политику, чтобы развить свой мукомольный сектор. Например, Узбекистан для того чтобы развить своих мукомольщиков, применяют низкий тариф для импорта пшеницы, но ставит более высокий тариф для импорта муки. В результате мукомольщики в Узбекистане могут покупать пшеницу уже по более низкой цене, так как тариф очень низкий, и не надо платить импортную пошлину. Но они или же покупатели в Узбекистане могут покупать муку из Казахстана уже по более высокой цене. Потому что на муку очень высокий тариф. И здесь они вынуждены покупать муку у местного производителя, который приобрел дешевое сырье и может предложить своим покупателям уже более дешёвую муку. И из-за этого страдают казахстанские мукомольщики. По торговой политике низкая процентная ставка, импортная пошлина на пшеницу и высокая импортная пошлина на муку в Узбекистане помогает поддержать своих производителей. Что может сделать Казахстан?

Одним из мер торговой политики является мера, которую обычно не советуют использовать, – экспортная пошлина. Здесь можно выбрать из запрета на экспорт полностью, но это негативно повлияет на производителей пшеницы, потому что те не могут реализовать свое зерно. Также можно поставить экспортную пошлину, то есть при экспорте зерна производители пшеницы будут платить уже по новым ставкам, у них будет повышаться стоимость, им выгодно продавать это зерно местным мукомольщикам, которые будут довольствоваться низкими ценами на сырье и будут более конкурентоспособными, по сравнению с мукомольщиками из других стран. Экспортная пошлина является тоже своего рода нетарифным барьером. Потому что она предоставляет лучшие условия для местных производителей муки и ставит производителей муки в других странах в более худшие условия. И часто при возникновении торговых споров экспортные пошлины считаются нетарифным барьером.



Давайте также рассмотрим государственные закупки как нетарифные меры. Что можно сделать в таких случаях. В Казахстане, по сообщению Казахстанской правды, в 2016 году государство закупило услуг и товаров на 3 триллиона тенге, что, согласитесь, немалая сумма. В России также в 2016 году было закуплено услуг и товаров государством на 30 триллионов рублей, что примерно составляет 25 % от ВВП этой страны. Это очень большие суммы, особенно в абсолютном выражении, но и также по отношению к ВВП. Если правительство Казахстана ставит условия, чтобы товары и услуги, закупаемые государственными органами, должны быть произведены в Евразийском экономическом союзе или же в определённой стране (в Казахстане или России), то это будет препятствием для производителей из других стран. Конечно, обычно таких требований на то, чтобы 100 % товар был произведен на территории страны, не предъявляется, потому что во многих случаях это невозможно. Предъявляются требования по процентному соотношению местного содержания и иностранного зарубежного содержания. Но даже сейчас требования такого рода, как соотношение 20:30 местного содержания, всё больше и больше регулируется Всемирной торговой организацией в рамках региональных объединений, и государствам всё труднее и труднее предъявлять их. И поддержка местных производителей больше уходит на уровень маркетинга, то есть определённое Министерство начинает или же спонсируют маркетинговые компании.

Такого рода маркетинговые компании не противоречат принципам международной торговли ВТО, и они также помогают продвигать местных производителей, но уже не создавая нетарифные барьеры для производителей из других стран. По мере того как появляются новые правила, нормы, регулирующие международную торговлю и делающие его более свободной, появляются и новые меры, особенно нетарифные меры, которые применяются для защиты своего рынка.

Но ещё один пример – это утилизационный сбор. Этот сбор был введён в России в 2012 году. Если импортируется автомобиль, то при прохождении таможенной границы импортер обязан заплатить утилизационный сбор. Данный сбор составляет немалую сумму. В итоге цены импортных автомобилей иностранного производителя будут высокими. В данном случае нарушается принцип национального режима. ВТО потребовала устранить данный недостаток, и уже в 2014 году Россия начала собирать этот сбор не только с импортируемых автомобилей, но и с местных автопроизводителей. Этот нетарифный барьер всё ещё не устранен. Потому что автопроизводители, которые платят данный сбор, всё же получают компенсацию из бюджета по экологии, а импортеры или же иностранные производители не получают такого рода компенсации из бюджета. То есть всё равно существуют неравные условия, поэтому мы можем классифицировать это как нетарифные барьеры.

Также в качестве нетарифных барьеров могут применяться экологические стандарты, так как ВТО не регулирует или более толерантно относятся к тем мерам, которые применяются для защиты экосистемы. И государства могут использовать такого рода меры для создания барьеров к импорту. Конечно, такого рода меры, защищающие экологию, необходимы. Например, некоторые из бумаг А4 имеют специальную маркировку с листочком, которая означает, что это бумага была произведена не из дерева в джунглях, которое было вырублено, что, конечно, наносит вред экосистеме, а из деревьев, которые были специально для этого посажены, а потом уже вырубались, здесь не нарушается экосистема, не вырубается леса, и данный знак означает, что продукт «eco-friendly». Многие государства, в том числе государства Европейского Союза, требуют, чтобы при импорте бумаги на упаковке стоял такой знак. Наличие такого знака означает, что у производителя есть сертификат, что он применяет данную технологию посадки деревьев, а потом уже вырубки для производства этого товара. Иногда такие требования могут быть очень завышенными и применяться в качестве барьеров.

Давайте поговорим о правовом регулировании нетарифных мер. Можно сказать, что международное торговое право или организация, как ВТО, согласны с тем, что нетарифные меры нужны для защиты жизни и здоровья, для сохранения экосистемы, но правовое регулирование больше касается применения. В одном случае вы можете применять их для защиты жизни, здоровья, в других случаях вы можете применять их как барьер для того, чтобы дискриминировать производителя в других странах. И здесь принимаются многие соглашения, по тому как должны применяться нетарифные меры. Поэтому кроме тех основных соглашений



в ВТО: Генеральное соглашение по тарифам и торговле, Генеральное соглашение по торговле услугами, соглашение о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности, мы имеем также и другие соглашения, по которым принимают обязательства члены данной организации. Среди этих соглашений есть такие, как применения санитарных и фитосанитарных норм. И они уже регулируют, каким образом правительства, государства должны внедрять эти меры и каким образом должны контролировать применение этих норм. В основном международное регулирование по нетарифным мерам на данный момент направлено на регулирование именно применение такого рода мер, а не устранения их полностью. Если говорить об эффекте от нетарифных мер и барьеров, в 2013–2014 гг. было проведено исследование под руководством Евгения Винокурова, где изучалось, как влияют нетарифные барьеры на производителей из стран Таможенного союза. Было подсчитано, что для белорусских экспортеров, которые экспортируют свою продукцию в Россию и Казахстан, влияние нетарифных мер составляет около 15 %, то есть они повышают стоимость продукта на 15 %, для российских производителей эффект был около 25 %, а для казахстанских уже около 30–29 % и 1 %, почти треть стоимости продукции, поставляемой из Казахстана в Россию, будет составлять именно нетарифные барьеры. В эту стоимость может входить стоимость сертификатов, таможенных процедур и других административных процедур, которые необходимы для того, чтобы доставить продукцию из Казахстана российскому покупателю. То есть нетарифные меры, в данном случае в нашем регионе, очень сильно повышают стоимость продукции и влияют на бизнес производителей наших стран. Что нужно сделать бизнесу для того, чтобы максимально снизить стоимость нетарифных барьеров или же свои издержки, которые касаются такого рода нетарифных мер. Во-первых, надо знать санитарные и фитосанитарные нормы того государства, куда мы собираемся экспортировать. Также необходимо знать технический регламент или же конкретные технические стандарты, которые касаются экспортируемой продукции. Необходимо постоянно отслеживать изменения в этих стандартах и нормах, потому что они постоянно меняются в зависимости от новых научных изысканий или же других факторов. Также очень важно сотрудничать с другими экспортерами, создавать ассоциации, ведь во многом, если бизнес столкнется с нетарифным барьером, например в форме санитарных норм или же завышенных стандартов, то первая инстанция, к которой данный руководитель компании может обращаться, – это правительственный орган, который имеет непосредственное отношение к этому бизнесу, то есть профильное Министерство. Обычно это профильное Министерство, и в данном случае этот государственный орган уже обращается к другому государству и пытается урегулировать с профильным министерством другого государства вопрос снятия данного барьера. Если этот вопрос не снимается, дальше эти государства, эти Министерства могут подавать жалобу в ВТО и решать спор уже на международном уровне. А также если есть какие-то региональные соглашения, какие-то механизмы решения споров на региональном уровне, то споры решаются уже внутри зоны свободной торговли или же Таможенного союза. Бизнесу обязательно знать такого рода процедуры, например быть членом в ассоциациях, активно работать, привлекать эти ассоциации к защите своих интересов, а также работать с профильными министерствами для снятия всякого рода барьеров возникающих в международной торговле.

Если суммировать этот урок, то при выходе на международные рынки компаниям необходимо знать не только тарифы, а также стоимость тарифных пошлин, но также учитывать нетарифные барьеры. Некоторые государства пытаются снизить барьеры для своих производителей не только в рамках ВТО, но также создают региональное объединение в форме зоны свободной торговли или же таможенных союзов.