

DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2410-7395-2018-1-133-144>

Р. Г. Волков, Е. М. Сабельникова

Институт народно-хозяйственного прогнозирования Российской
академии наук, Москва Россия

ОПРОСНЫЙ МЕТОД В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ПО ВЫЯВЛЕНИЮ НЕТАРИФНЫХ БАРЬЕРОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

Актуальность проблемы выявления нетарифных барьеров для внешнеэкономической деятельности предприятий обусловлена расширением использования этих барьеров в последние десятилетия. В работе проводится сравнительный анализ трех основных подходов к выявлению нетарифных барьеров – анализ централизованных отчетов официальных организаций, интерактивный сбор данных с использованием специализированных ресурсов в Интернете, опросы компаний и предприятий – и обосновываются преимущества последнего перед другими методами. Однако достоверность результатов опроса зависит от решения ряда задач, в числе которых – формирование перечня исследуемых барьеров, предлагаемых респондентам в качестве возможных ответов. Анализ практики аналогичных опросов показал, что в последние годы наиболее широко в подобных исследованиях применяется классификация нетарифных барьеров ЮНКТАД. Однако авторами, в том числе на основе пилотных опросов, выявлены недостатки использования данной классификации в неизменном виде, которые могут привести к искажению результатов опроса. Для устранения указанной проблемы авторами сформированы требования, которым должен удовлетворять перечень барьеров для опроса предприятий, а также разработан на основе классификации нетарифных барьеров ЮНКТАД модифицированный перечень нетарифных барьеров для использования в соответствующих опросах компаний и предприятий.

Ключевые слова: внешнеторговое регулирование, нетарифные меры, нетарифные барьеры, опрос предприятий, классификация нетарифных барьеров, перечень барьеров.

Roman G. Volkov, Ekaterina M. Sabelnikova

Institute of Economic Forecasting of RAS

SURVEY METHOD IN IDENTIFYING NON-TARIFF BARRIERS AT EXTERNAL MARKET ANNOTATION

The article addresses the problem of identifying non-tariff barriers for businesses at external market, that has become more significant over the last few decades. The analysis of three major approaches to identifying non-tariff barriers – analysis of official reports, online survey and direct interview of exporters – reveals the advantages of the latter. However, the reliability of data obtained from a survey crucially depends on the solution of various

problems including the compilation of barrier list that the survey participants would use to respond. The experience of the existing studies shows that the UNCTAD classification of non-tariff measures is the one most frequently used. Building on the outcome of trial surveys, the authors find some disadvantages of applying this classification intact as this may distort the survey results. To solve this problem, the authors propose criteria for a barrier list and, finally, propose a modified list of barriers for company and enterprise surveys based on the UNCTAD classification.

Keywords: foreign trade regulation, non-tariff measures, non-tariff barriers, enterprises survey, non-tariff barriers classification, list of barriers.

С начала 2000-х гг. в мировой торговле значительно возросла интенсивность использования государствами нетарифных мер (НТМ) внешнеторгового регулирования (рис. 1¹), что произошло под действием сразу нескольких факторов.

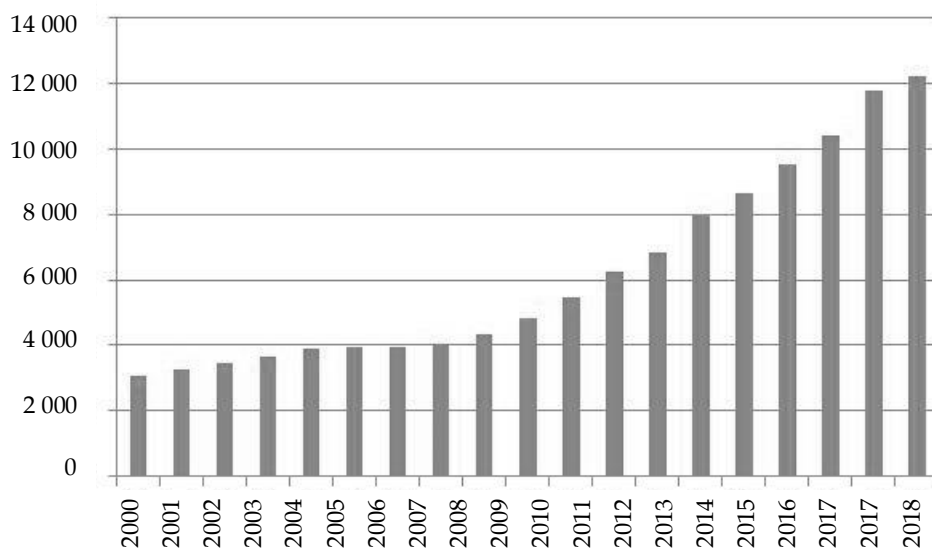


Рис. 1. Количество нетарифных мер, применявшихся государствами мира в 2000–2018 гг.

Во-первых, интенсификация межстрановых торговых связей, расширение объемов и номенклатуры поставляемых на мировой рынок товаров и услуг поставили перед отдельными государствами или их интеграционными объединениями задачи в сфере регулирования торговли, решить которые возможно лишь посредством применения нетарифных мер (в частности, обеспечение безопасности, технических стандартов, охрана здоровья и природы и т. д.).

Во-вторых, снижение роли тарифных мер внешнеторгового регулирования в результате имплементации норм и требований Всемир-

¹ Источник: WTO I-TIP database.

ной торговой организации (например, средний импортный тариф развивающихся экономик G20 снизился с 15,6% в 1996 г. до 10,1% в 2009–2011 гг., Китай снизил уровень тарифной защиты с 40% в 1985 г. до порядка 10% в 2014 г. [9]) и формирования общих рынков товаров и услуг в рамках международных интеграционных объединений (Европейский союз, МЕРКОСУР, Андское сообщество наций, Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА), АСЕАН, ЕАЭС и др.).

В-третьих, достаточно высокая эффективность НТМ в решении задач внешнеторгового регулирования (по мнению ряда исследователей, даже большая по сравнению с тарифными мерами) [2, 3, 6].

Неудивительно, что именно нетарифные меры все чаще играют роль барьеров и препятствий для экспортных поставок товаров и услуг, сдерживая развитие экономик отдельных государств, их интеграционных объединений и международной торговли в целом.

Соответственно, более актуальной стала задача по выявлению и ликвидации таких барьеров.

В настоящее время наиболее широко используются три подхода к выявлению нетарифных барьеров:

- 1) анализ централизованных отчетов официальных организаций (государственных и международных);
- 2) интерактивный сбор данных с использованием специализированных ресурсов в Интернете;
- 3) опрос компаний и предприятий-экспортеров.

Каждый из указанных подходов обладает своими преимуществами и недостатками, что обуславливает проблематику выбора подхода к выявлению нетарифных барьеров в зависимости от целей и задач исследования, а также вопросы по его организации.

Опросы компаний и предприятий по нетарифным барьерам во внешней торговле

По сравнению с двумя первыми из указанных подходов, опросы компаний и предприятий обладают рядом значимых преимуществ:

1. Репрезентативность выборки опрашиваемых экспортеров. Организатор опроса самостоятельно определяет перечень опрашиваемых компаний и предприятий, тогда как централизованные отчеты, и в особенности интерактивные опросы, не дают такой возможности.
2. Оперативность получения данных. И централизованные отчеты, и интерактивный сбор данных по барьерам характеризуются значительными временными затратами. В первом случае – это сроки сбора, подготовки и передачи данных по барьерам от участников (например, в качестве таковых могут выступать официальные органы государств). Во втором случае – это сроки поступления информации по барьерам по интерактивным каналам, длительность которых объясня-

ется инициативным характером предоставления данных для компаний, предприятий или физических лиц. Напротив, опрос проводится в ограниченные сроки, определяемые его организатором, и обеспечивает, в отличие от централизованных отчетов, непосредственный сбор информации, а в отличие от интерактивного сбора, – охват необходимой выборки опрашиваемых.

3. Объективность данных по барьерам. Опросный метод, а также при перечисленных недостатках интерактивный сбор данных предполагают получение информации по барьерам и препятствиям на внешних рынках из первых рук, непосредственно от компаний и предприятий – участников внешнеэкономической деятельности, что исключает ее искажение или потерю, возможные при централизованном сборе.

При всех преимуществах необходимо отметить и основной недостаток опросного метода – трудоемкость. Проведение рассылки, последующего сбора и обработки анкет или телефонное интервьюирование компаний и предприятий гораздо более трудоемки по сравнению с централизованным сбором информации, в особенности с интерактивным методом (рис. 2).

Подход Критерий	Централизованные отчеты государственных органов	Интерактивный сбор данных (интернет- ресурсы)	Опрос/анкетирование предприятий
Репрезентативность	✗	✗✗	✓✓
Оперативность	✗✗	✓	✓✓
Объективность	✗	✓	✓
Простота проведения	✓	✓✓	✗

Рис. 2. Отдельные преимущества и недостатки основных подходов к получению информации по нетарифным барьерам во внешней торговле:

✓ – соответствие критерию; ✗ – несоответствие критерию

Вероятно, перечисленными преимуществами объясняется широкое распространение опросов с целью выявления нетарифных барьеров для экспортеров в последние годы. В частности, подобные опросы проводились ЮНКТАД в 2012 г. (более чем 2 100 компаний Бразилии, Чили, Индии, Филиппин, Туниса и Уганды), Евразийским Банком Развития в 2014–2015 гг. (более 500 компаний Беларуси, Казахстана и России), Европейской комиссией совместно с Международным торговым центром в 2015–2016 гг. (8 100 компаний 28 стран ЕС) [1, 6, 7].

Аналогичный опрос почти 1 000 крупнейших промышленных предприятий государств – членов Евразийского экономического союза был проведен Центром макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП) совместно с Казахстанским институтом развития индустрии (КИРИ) и Институтом экономики Национальной академии наук Беларуси в 2017 г.¹

Опыт проведения данного опроса позволил выявить ряд проблем в его организации, недостаточное внимание к которым может заметно усложнить исследование нетарифных барьеров, снизив в то же время его эффективность. Напротив, учет таких вопросов при подготовке и проведении опроса обеспечит эффективное достижение целей и решение поставленных задач. В частности, одним из них выступает формирование перечня исследуемых нетарифных барьеров.

Классификация и перечень нетарифных барьеров в опросных листах

В ходе опроса респондентам, как правило, предлагается готовый перечень возможных ответов на вопросы о нетарифных барьерах и препятствиях, с которыми они сталкиваются. Очевидным и простым формированием такого перечня представляется на основе одной из известных классификаций нетарифных барьеров и препятствий.

Более чем за последние три десятилетия международными организациями и отдельными исследователями был разработан и предложен ряд классификаций НТМ [3, 4], однако, по признанию ВТО, наиболее полной, структурированной и детализированной выступает классификация ЮНКТАД [8. – С. 186]. Эта классификация, разработанная ЮНКТАД при участии ряда других международных организаций² в 2007–2012 гг.³, включает 3 крупных блока НТМ: технические и

¹ Опрос проводился в рамках выполнения НИР по теме «Разработка предложений по устранению барьеров для развития кооперационного сотрудничества предприятий на пути движения промышленных товаров на общем рынке Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и на рынки третьих стран на основе анализа системообразующих промышленных предприятий ЕАЭС» (Договор от 23 ноября 2016 г. № Н-11/186). Всего было опрошено 963 предприятия всех отраслей обрабатывающей промышленности всех государств – членов ЕАЭС, в том числе 51 предприятие Армении, 209 – Беларуси, 172 – Казахстана, 74 – Киргизии и 457 – России.

² В 2006 г. ЮНКТАД была создана так называемая Группа лидеров по нетарифным барьерам (Group of Eminent Persons on Non-tariff Barriers). Для поддержки работы этой группы в рамках MAST (Multi-Agency Support Team) были объединены усилия 8 международных экономических организаций (Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (ФАО), Международный валютный фонд, Международный торговый центр, Организация экономического сотрудничества и развития, Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), Всемирный Банк, Всемирная торговая организация, Организация Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО) для разработки новой классификации НТМ.

³ Впервые представлена в 2009 г.

нетехнические меры по регулированию импорта, а также меры по регулированию экспорта. Эти 3 блока разделены на 16 видов НТМ (рис. 3¹), каждый из которых подразделяется на подгруппы в соответствии с логикой Гармонизированной системы описания и кодирования товаров (Harmonized System Codes).

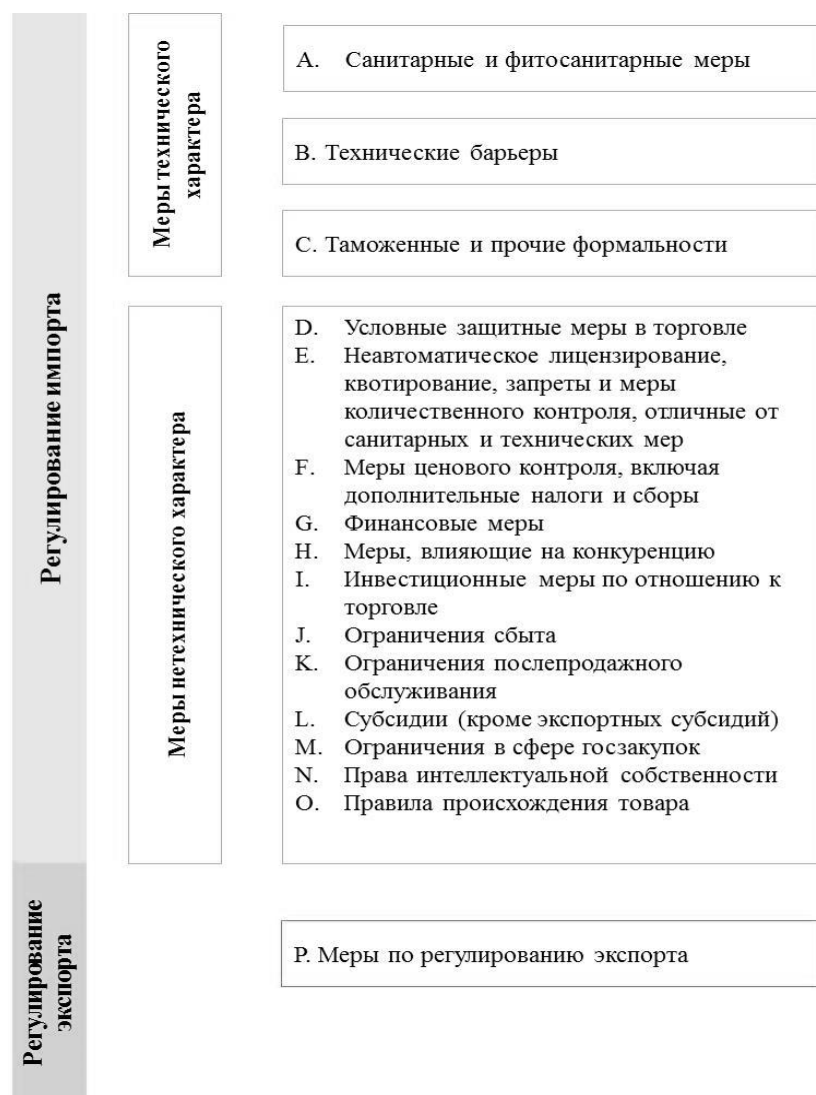


Рис. 3. Классификация нетарифных мер регулирования внешней торговли ЮНКТАД

¹ Источник: [5].

Важной особенностью классификации, включающей в настоящее время порядка 180 различных НТМ, выступает ее открытый характер, что обеспечивает возможность по ее дальнейшему дополнению и развитию. Поэтому в настоящее время наиболее часто в исследованиях по нетарифным барьерам применяется именно классификация ЮНКТАД¹. Она же лежит в основе межстрановых баз данных по НТМ TRAINS (ЮНКТАД) и I-TIP (ВТО), что обеспечивает универсальный характер этой классификации для международных исследований и межстранового анализа в сфере НТМ.

Преимуществами использования в опросах, посвященных нетарифным барьерам, данной классификации выступают полнота и структурированность, что обеспечивает охват всех видов НТМ в ходе исследования. Кроме того, универсальный характер классификации ЮНКТАД дает возможность для последующего сравнительного анализа результатов опроса с соответствующими данными других аналогичных исследований.

Вместе с тем практика опроса в 2017 г. промышленных компаний и предприятий пяти государств – членов Евразийского экономического союза о нетарифных барьерах позволила сделать ряд выводов по непосредственному использованию в опросах классификации ЮНКТАД и составу перечня барьеров, учитываемых в опросе.

Во-первых, в ходе опроса выявилась громоздкость данной классификации даже на низшем уровне детализации, включающем 16 основных групп. Респонденты затруднялись с выбором необходимого варианта из широкого перечня барьеров. В частности, проблемой выступало отнесение конкретной нетарифной меры к мерам ценового контроля или мерам по ограничению конкуренции; к мерам, влияющим на конкуренцию, и субсидиям и т. д.

Во-вторых, перечень НТМ в классификации ЮНКТАД может не в полной мере отвечать целям и задачам исследования, а также качественным характеристикам опрашиваемых экономических субъектов. Например, исследование нетарифных барьеров на внешних рынках не требует включения в перечень возможных ответных мер в отношении экспорта (меры, принимаемые экспортирующей страной в отношении экспортируемых товаров), а исследование нетарифных мер, применяемых в сотрудничестве государств – участников интеграционного объединения (в данном случае ЕАЭС), не требует включения в данный перечень антидемпинговых мер.

¹ На основе этой классификации были проведены опросные обследования предприятий по вопросам нетарифных барьеров в торговле Евразийским Банком Развития в 2014–2015 гг., а также Европейской комиссией совместно с Международным торговым центром в 2015–2016 гг.

В-третьих, вопросы у респондентов возникали и в отношении терминологии, используемой в данной классификации. Так, требовались разъяснения по мерам, относящимся к условным мерам в торговле и по мерам, влияющим на конкуренцию, и т. д.

Вышеуказанные недостатки непосредственного использования в опросе по нетарифным барьерам классификации ЮНКТАД обусловили необходимость формирования на ее основе модифицированного перечня нетарифных барьеров.

Модифицированный перечень нетарифных барьеров для опросов компаний и предприятий

На наш взгляд, для цели опроса необходимо формирование на основе классификации ЮНКТАД как наиболее актуальной и полной перечня барьеров, удовлетворяющего следующим требованиям:

- компактность;
- соответствие целям и задачам исследования;
- простота и доступность интерпретации для респондентов.

Данная задача была решена с использованием методов группировки и ранжирования. Группировка проводилась в отношении отдельных групп НТМ с целью сокращения количества их пунктов в перечне. Так, в один пункт перечня «Ограничения конкуренции» были включены:

- меры ценового контроля (блок F классификации ЮНКТАД). К таким мерам относятся определение минимальных импортных цен, налоги и сборы на импортируемые товары или сезонные пошлины;

- меры, влияющие на конкуренцию (блок H). Данный вид мер включает государственные торговые предприятия, осуществляющие импорт или иные установленные каналы и механизмы импорта, а также обязательное использование национальных услуг (например, обязательное страхование импортируемых товаров национальными страховщиками);

- инвестиционные меры (блок I) – требования по содержанию компонентов национального производства, а также ограничения импорта продукции, используемой в местном производстве;

- субсидии (кроме экспортных субсидий, блок L). К таким относятся финансовые вклады со стороны правительства или его агентов, носящие адресный характер и предоставляющие преимущества субсидируемым предприятиям или отраслям;

- ограничения доступа к государственным закупкам (блок M). К данному блоку в классификации ЮНКТАД относятся меры по регулированию государственных закупок, которые создают преимущество национальным производителям по сравнению с иностранными поставщиками.

В пункт «Административные ограничения» были объединены следующие блоки мер классификации ЮНКТАД:

- меры по неавтоматическому лицензированию, квотированию, запретам и количественному контролю, помимо мер, связанных с санитарными, фитосанитарными мерами, а также мерами технического регулирования (блок E);
- меры по ограничению сбыта (блок J). К данному блоку относятся меры, ограничивающие реализацию импортного товара определенными регионами и населенными пунктами страны-импортера, а также ограничения возможностей розничной продажи;
- ограничения послепродажного обслуживания (блок K). С помощью этих мер можно определить местные организации, имеющие право осуществлять послепродажное обслуживание.

Остальные виды НТМ классификации ЮНКТАД (некоторые – после переименования) были сохранены в качестве отдельных пунктов формируемого перечня ввиду их специфического характера.

Ранжирование перечня барьеров было проведено в соответствии с их предполагаемой значимостью для респондентов. На основе результатов аналогичных опросов, проведенных по классификации ЮНКТАД, были выделены наиболее актуальные типы барьеров для присутствия предприятий-экспортеров на внешних рынках. Такими оказались технические барьеры, меры по ограничению конкуренции, административные ограничения и сложное финансовое регулирование. При этом меры в отношении экспорта (блок P) не были включены в формируемый перечень по той причине, что они были отнесены к препятствиям внутреннего рынка. Необходимо отметить, что распределение ответов компаний и предприятий по итогам опроса подтвердило данный подход к ранжированию пунктов в перечне нетарифных барьеров.

Кроме того, в модифицированном перечне барьеров по всем основным их видам в скобках дается краткая уточняющая информация (таблица), что, как показала практика, в значительной мере упрощает понимание и корректную интерпретацию соответствующих барьеров респондентами.

Проведенный опрос показал, что, по сравнению с классификацией ЮНКТАД, данный перечень обладает следующими преимуществами:

1. Компактность. Перечень включает 9 основных видов нетарифных барьеров по сравнению с 16 в классификации ЮНКТАД.
2. Релевантность. Основанный на итогах аналогичных опросов, перечень предлагает к оценке наиболее вероятные барьеры для компаний и предприятий.
3. Доступность. Названия групп барьеров и пояснения к ним обеспечивают большую доступность для понимания респондентами.

**Группировка отдельных видов НТМ классификации ЮНКТАД
для целей опроса предприятий**

Классификация ЮНКТАД	Модифицированный перечень барьеров
В. Технические барьеры	Технические барьеры (технические регламенты и стандарты, стандарты маркировки, упаковки, требования экспертизы и сертификации, контроль качества)
F. Меры ценового контроля. H. Меры, влияющие на конкуренцию. I. Инвестиционные меры по отношению к торговле. L. Субсидии (кроме экспортных субсидий). M. Ограничения в сфере госзакупок	Ограничение конкуренции (субсидирование местных производителей, ограничение доступа к госзакупкам, наличие крупных государственных импортеров, госрегулирование цен, налоги на импорт, требования по содержанию местных комплекствующих)
E. Неавтоматическое лицензирование, квотирование, запреты и меры количественного контроля, отличные от санитарных и технических мер. J. Ограничения сбыта. K. Ограничения послепродажного обслуживания	Административные ограничения (лицензии, импортные квоты, запреты или ограничения импорта)
Г. Финансовые меры	Сложное финансовое регулирование (валютное регулирование, авансирование сделок, порядок оплаты импортных товаров и т. д.)
А. Санитарные и фитосанитарные меры	Санитарные и фитосанитарные требования
N. Права интеллектуальной собственности	Защита прав интеллектуальной собственности
О. Правила происхождения товара	Правила определения страны происхождения товаров
С. Таможенные и прочие формальности	Таможенные и другие формальности (оформление только на определенных пунктах пропуска, предотгрузочные проверки и т. д.)
D. Условные защитные меры в торговле	Антидемпинговые пошлины и расследования

Представляется, что данный перечень нетарифных барьеров либо аналогичный ему, могут использоваться в опросах компаний и предприятий по нетарифным барьерам и препятствиям, с которыми они сталкиваются на внешних рынках.

Важно отметить, что предлагаемый перечень не устраняет полностью проблемы, возникающие при использовании классификации ЮНКТАД в неизменном виде. В частности, сохранилась проблема интерпретации опрашиваемыми компаниями и предприятиями отдельных видов нетарифных барьеров (1-2% опрашиваемых предприятий отметили наличие на общем рынке ЕАЭС антидемпинговых пошлин, подразумевая под ними препятствия иных видов). Это удалось выяснить в рамках дополнительных интервью таких компаний и предприятий. Однако такие проблемы представляются в той или иной степени неизбежными, поэтому их минимизация требует не только тщательного анализа итогов опроса, но и активного взаимодействия с опрашиваемыми компаниями и предприятиями в рамках его проведения.

Список литературы

1. Оценка влияния нетарифных барьеров в ЕАЭС: результаты опросов предприятий / ЦИИ ЕАБР, 2015.
2. Brander J. A., Spencer B. J. Export Subsidies and International Market Share Rivalry // *Journal of International Economics*. – 1985. – Vol. 18. – N 1-2. – P. 83-100.
3. Deardorff A. V. The Directions of Developing Countries' Trade: Examples from Pure Theory. – Ed by Oli Havrylyshyn. *Exports of Developing Countries: How Direction Affects Performance*. The World Bank. – Washington, 1987. – P. 9-21.
4. Donnelly W. A., Manifold D. A Compilation of Reported Non-Tariff Measures: Description of the Information // USITC Office of Economics Working Paper. – 2005. – № 2005-05-A.
5. Guidelines to Collect Data on Official Non-Tariff Measures (January 2016 Version) / UNCTAD. – New York and Geneva, 2016.
6. Navigating Non-Tariff Measures: Insights from a Business Survey in the European Union. International Trade Centre, European Commission. – Geneva: ITC/EC, 2016.
7. World Tariff Profiles / WTO, ITC, UNCTAD. – Geneva, 2016.
8. World Trade Report 2014 / WTO. – Geneva, 2014.

References

1. Otsenka vliyaniya netarifnykh bar'erov v EAES: rezul'taty oprosov predpriyatiy [Assessment of Influence of Non-Tariff Barriers in EEU: Results of Polls of the Enterprises]. TsII EABR, 2015. (In Russ.).
2. Brander J. A., Spencer B. J. Export Subsidies and International Market Share Rivalry. *Journal of International Economics*, 1985, Vol. 18, No. 1-2, pp. 83-100.

3. Deardorff A. V. The Directions of Developing Countries' Trade: Examples from Pure Theory, edited by Oli Havrylyshyn. Exports of Developing Countries: How Direction Affects Performance. The World Bank, Washington, 1987, pp. 9–21.
4. Donnelly W. A., Manifold D. A Compilation of Reported Non-Tariff Measures: Description of the Information. *USITC Office of Economics Working Paper*, 2005, No. 2005-05-A.
5. Guidelines to Collect Data on Official Non-Tariff Measures (January 2016 Version). UNCTAD. New York and Geneva, 2016.
6. Krishna K. Trade Restrictions as Facilitating Practices. *Journal of International Economics*, 1985, Vol. 26, pp. 251–270.
7. Navigating Non-Tariff Measures: Insights from a Business Survey in the European Union. International Trade Centre, European Commission. Geneva, ITC/EC, 2016.
8. World Tariff Profiles. WTO, ITC, UNCTAD. Geneva, 2016.
9. World Trade Report 2014. WTO. Geneva, 2014.

Сведения об авторах

Роман Геннадиевич Волков

ведущий эксперт Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования, научный сотрудник ИНП РАН.

Адрес: ФГБУН «Институт народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук, 117418, Москва, Нахимовский проспект, 47.
E-mail: rvolkov@forecast.ru

Екатерина Михайловна Сабельникова

ведущий эксперт Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования, научный сотрудник ИНП РАН.

Адрес: ФГБУН «Институт народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук, 117418, Москва, Нахимовский проспект, 47.
E-mail: esabelnikova@forecast.ru

Information about the author

Roman G. Volkov

Senior Expert of Center for Macroeconomic Analysis and Short-Term Forecasting, Research Associate of IEF RAS.

Address: Institute of Economic Forecasting of the Russian Academy of Sciences, 47 Nakhimovsky Avenue, Moscow, 117418, Russian Federation.
E-mail: rvolkov@forecast.ru

Ekaterina M. Sabelnikova

Senior Expert of Center for Macroeconomic Analysis and Short-Term Forecasting, Research Associate of IEF RAS.

Address: Institute of Economic Forecasting of the Russian Academy of Sciences, 47 Nakhimovsky Avenue, Moscow, 117418, Russian Federation.
E-mail: esabelnikova@forecast.ru