

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Специальность 38.05.02 – Таможенное дело

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
_____ С.В. Феоктистов
« ____ » _____ 2017 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему: Таможенно-тарифное регулирование рынка фото-и кинотоваров в
России в условиях ЕАЭС

Исполнитель
студент группы 237-ос2

Д.А. Алатарцев

Руководитель
ст. преподаватель

Т.А. Мирошниченко

Нормоконтроль

О.В. Шпак

Рецензент

В.З. Григорьева

Благовещенск 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет _____
Кафедра _____

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой

_____ И.О. Фамилия
подпись
« ____ » _____ 2017 г.

ЗАДАНИЕ

К дипломной работе студента _____

1. Тема дипломной работы _____

(утверждено приказом от _____ № _____)

2. Срок сдачи студентом законченной работы _____

3. Исходные данные к дипломной работе _____

4. Содержание дипломной работы (перечень подлежащих к разработке вопросов): _____

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программный продуктов, иллюстративного материала и т.п.) _____

6. Консультанты по дипломной работе (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания _____

Руководитель дипломной работы _____
Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата): _____
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 94 с., 13 рисунков, 26 таблиц, 60 источников.

ТАМОЖЕННЫЕ ПЛАТЕЖИ, ТАМОЖЕННЫЕ ПОШЛИНЫ, ИМПОРТНАЯ ТАМОЖЕННАЯ ПОШЛИНА, ТАМОЖЕННЫЙ СБОР, СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПОШЛИНЫ, ТАМОЖЕННЫЙ РЕЖИМ, ФОТОТОВАРЫ, КИНОТОВАРЫ, НЕТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, ВВОЗНЫЕ ПОШЛИНЫ, ВЫВОЗНЫЕ ПОШЛИНЫ.

В работе рассматриваются теоретические особенности таможенно-тарифного и нетарифного регулирования. Выявляется место кино- и фототоваров в ТН ВЭД ЕАЭС.

Проводится анализ таможенно-тарифного регулирования рынка фото- и кинотоваров в РФ в условиях ЕАЭС. Изучаются особенности фото- и кинотоваров как рыночного товара, проводится анализ мирового рынка фото- и кинотоваров и торговли ими в условиях ЕАЭС, рассматриваются меры таможенно-тарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ в условиях ЕАЭС.

Исследуются перспективы развития таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ в условиях ЕАЭС. Дается оценка факторов, влияющих на внешнюю торговлю фото- и кинотоварами в РФ на современном этапе. Формируются мероприятия по совершенствованию таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические особенности таможенного-тарифного и нетарифного регулирования	8
1.1 Таможенно-тарифное регулирование: структура и особенности	8
1.2 Нетарифное регулирование: структура и особенности	16
1.3 Место кино- и фототоваров в ТН ВЭД ЕАЭС	25
2 Анализ таможенно-тарифного регулирования рынка фото- и кинотоваров в РФ в условиях ЕАЭС	33
2.1 Особенности фото- и кинотоваров как рыночного товара	33
2.2 Анализ мирового рынка фото- и кинотоваров	38
2.3 Меры таможенно-тарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ в условиях ЕАЭС	44
3 Перспективы развития таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ в условиях ЕАЭС	64
3.1 Оценка факторов, влияющих на внешнюю торговлю фото- и кинотоварами в РФ на современном этапе	64
3.2 Мероприятия по совершенствованию таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами	74
Заключение	85
Библиографический список	89

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования таможенно-тарифного регулирования рынка фото и кинотоваров в РФ в условиях ЕАЭС обуславливается тем, что данная отрасль представляет собой производство нужных человеку в его повседневной деятельности материалов, фиксирующих те или иные моменты. Так, большинство людей пользуются фотоаппаратами, смотрят кино, печатают фотографии. Однако, чисто бытовым потреблением использование фото- и кинотоваров не ограничивается. Так, например, значительные объёмы таких товаров используется в медицине, для научной деятельности (например, астрономии), в военном деле и в других отраслях.

Современное производство фото- и киноматериалов в настоящее время переживает непростой период. С одной стороны, удешевление цифровых фотокамер и широкое распространение персональных принтеров привели к тому, что сфера применения фотографий максимально расширилась. В подтверждение этому возможно указать на факт наличия практически во всех сотовых телефонах цифровой фотокамеры. С другой стороны, наблюдается снижение спроса на традиционную фотографию, в результате чего она сейчас применяется, преимущественно, в непотребительском сегменте. Всё это приводит к тому, что данная отрасль снижается в объёмах мировой торговли.

Несмотря на данные изменения, можно предположить, что производство фото- и кинотоваров не исчезнет совсем, а лишь изменит свою форму. Более того, можно ожидать новых областей применения данных товаров.

Следует отметить и тот факт, что не смотря на кажущуюся простоту данной продукции, она, тем не менее, оказывается достаточно сложной в производстве. Так, например, основные производственные мощности до сих пор сосредоточены в Японии, тогда как в других отраслях, например, микроэлектроника, которая в определённом смысле является показателем развития новых технологий в стране, в значительной части перенесена на материковый Китай и на Тайвань. Миграция спроса в сторону цифровых

фотоснимков привела к тому, что начало развиваться производство фотобумаги, появились специальные фотопринтеры, развивается индустрия программных средств обработки изображений, полученных с использованием фототехники. Следствием этого является наличие устойчивого спроса на фото- и кинотовары.

Ещё одним важным аспектом применения данных товаров является то, что они являются незаменимыми при архивном хранении. Фотографии, фотоплёнка и киноплёнка хранят в себе образы минувших дней. Несмотря на идущие процессы цифровой обработки, всё ещё значительные объёмы информации хранятся в виде обычных снимков. При этом, в отличие от современной фотографии, такие снимки, как правило, имеют существенно более высокую разрешающую способность, а также значительно более устойчивы к внешним воздействиям. Если цифровой носитель достаточно просто вывести из строя, то уничтожение фотоснимков или киноленты существенно более сложная задача, так как эти носители приспособлены для длительного хранения. Так, срок хранения обычной фотобумаги, сделанной без применения отбеливающих компонентов, составляет 100 лет и более, значительны сроки хранения и у кинолент, что подтверждается значительным количеством старых фильмов, дошедших до нас.

Все эти обстоятельства обуславливают значимость фото- и кинотоваров в современной жизни. В результате этого, получила своё распространение и международная торговля фото- и кинотоварами. На сегодняшний день можно говорить о том, что российская потребность в данной продукции существенно превышает возможности её производства в стране, что ставит вопрос о необходимости локализации здесь значительного количества технологий, которые необходимы для этого. Прежде всего, требуется локализация для наиболее новых технологических процессов, с помощью которых возможно производство инновационной продукции, которая имеет значительный спрос на пространстве СНГ. Однако для этого необходима реализация целого комплекса

мер, направленных на повышение уровня привлекательности нашей страны как объекта капитальных вложений.

Цель дипломной работы – на основании анализа теоретических и практических аспектов государственного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами, сформировать перспективы развития регулирования рынка этих товаров в РФ в условиях ЕАЭС.

Объект исследования – фото- и кинотовары.

Предмет исследования – таможенно-тарифное и нетарифное регулирование внешней торговли фото- и кинотоварами в ЕАЭС.

Задачи работы:

- 1) выявить структуру и особенности таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли;
- 2) определить место кино- и фототоваров в ТН ВЭД ЕАЭС;
- 3) рассмотреть особенности фото- и кинотоваров как рыночного товара;
- 5) провести анализ мирового рынка фото- и кинотоваров и торговли ими в условиях ЕАЭС;
- 6) охарактеризовать меры таможенно-тарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ в условиях ЕАЭС;
- 7) дать оценку факторов, влияющих на внешнюю торговлю фото- и кинотоварами в РФ на современном этапе;
- 8) сформировать мероприятия по совершенствованию таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами.

Временной период исследования – 2007-2016 гг.

Информационной базой исследования послужили публикации ФТС России, Росстата, государственных регулирующих органов, Евразийской экономической Комиссии, публикации в учебной, периодической и научной печати.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО И НЕТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

1.1 Таможенно-тарифное регулирование: структура и особенности

Рассмотрим определение таможенно-тарифного регулирования внешнеэкономической деятельности. В российских условиях данное определение является нормативным, и установлено ст. 2 Закона №164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности». Согласно ему, «...таможенно-тарифное регулирование – метод государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемый путем применения ввозных и вывозных таможенных пошлин».

В качестве основных задач таможенно-тарифного регулирования на текущем этапе развития выступают:

- оказание поддержки продукции отечественных предприятий на внутреннем рынке и уровня их конкурентоспособности;
- модернизация и формирование инновационного вектора в деятельности российской экономики;
- формирование требуемого уровня инвестиционной привлекательности отдельных отраслей экономики страны;
- общий рост конкурентоспособности российского экспорта.

В качестве основного инструмента таможенно-тарифного регулирования выступает таможенный тариф. По мнению В.В. Акашевой и Е.В. Аниськиной «... таможенный тариф может рассматриваться с различных точек зрения:

- в качестве инструмента торговой политики, а также государственного регулирования внутреннего рынка в его взаимодействии с мировым рынком;
- как перечень ставок таможенных пошлин, которые применяются к тем или иным товарам, перемещаемым через таможенную границу, систематизированным в соответствии с принятой товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности;
- как конкретная ставка ввозной или вывозной таможенной пошлины,

которая подлежит уплате при перемещении товара через таможенную границу страны».¹

По мнению Г. Баландиной, «... возможно выделить следующие функции таможенно-тарифного регулирования:

1) фискальную;

Суть фискальной функции состоит в том, чтобы за счёт перемещения товаров через таможенную границу государства получить определённый доход в бюджет государства. Необходимость реализации фискальной функции в таможенно-тарифном регулировании обуславливается, прежде всего, тем, что вывоз товаров с таможенной территории снижает объём товарной массы на ней, в результате чего возможно увеличение цены на оставшиеся товары. При импорте снижаются отчисления от национальных предприятий в бюджет, что также требует компенсации;

2) защитную;

Необходимость защитной функции таможенного тарифа обуславливается стремлением защитить национальных производителей от излишней конкуренции с мировыми корпорациями. Как показала практика, крупнейшие ТНК по силе своего воздействия могут оказывать существенное влияние даже на крупные рынки.

3) балансирующую.

Роль данной функции проявляется тогда, когда внутренние цены на тот или иной товар ниже, чем мировые. В результате этого государство может ограничивать экспорт таких товаров, с целью недопущения дисбалансирования рынка».²

Реализация таможенно-тарифного регулирования осуществляется за счёт организации контрольных мероприятий, проводимых в момент перемещения товаров через таможенную границу, и состоящих во взимании определённого

¹ Акашева В. В., Аниськина Е. В. Правовое регулирование таможенно-тарифной системы // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 221.

² Баландина, Г. Таможенно-тарифная политика и стимулирование инноваций в России. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. – С. 105.

перечня таможенных платежей.

Перечень таможенных платежей в условиях РФ и ЕАЭС установлен статьёй 70 Таможенного Кодекса Таможенного союза. К ним отнесены:

- ввозная таможенная пошлина;
- вывозная таможенная пошлина;
- налог на добавленную стоимость, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию таможенного союза;
- акциз (акцизы), взимаемый (взимаемые) при ввозе товаров на таможенную территорию таможенного союза;
- таможенные сборы.

Классификация таможенных пошлин по направлениям представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Классификация таможенных пошлин

Выделяют два типа таможенных тарифов – простые и сложные.

Особенностью простого тарифа является установление единой ставки таможенной пошлины, без учёта страны происхождения товара, либо других его качественных особенностей.

Для сложного тарифа характерно то, что «... в его составе возможно применение двух или нескольких ставок таможенных пошлин, с учётом тех или иных особенностей товаров, либо подходов к их тарификации. При этом, в составе сложных тарифов выделяют такие ставки, как:

- конвенционные;
- автономные;
- автономно-конвенционные;

– преференциальные».³

Особенностью конвенционных ставок таможенных пошлин является то, что они устанавливаются на основании двух- или многосторонних соглашений между странами по тем товарам, которые могут экспортироваться или импортироваться в страну. Особое значение имеют многосторонние договоры, заключаемые в рамках интеграционных объединений (например, таможенных союзов в широком понимании). Конвенционные ставки в рамках ТС ЕАЭС применяются, например, при торговле с Вьетнамом в рамках зоны свободной торговли.

Для автономных ставок характерно то, что их введение осуществляется в одностороннем порядке органами государственной власти. Применяются такие ставки, преимущественно, к товарам из стран, с которыми отсутствуют торговые договоры и соглашения. Следует отметить тот факт, что в рамках ВТО применение автономных ставок сильно ограничено, так как вступление в данную организацию подразумевает взаимное согласование ставок пошлин.

Применение автономно-конвенционных ставок предполагает совмещение конвенционного и автономного подходов. При этом, подразумевается, что применение конвенционных ставок осуществляется в нормальных условиях, а автономная часть ставки – только в случае наступления особых обстоятельств. Примером здесь может служить установление двух ставочного тарифа, в зависимости от объёмов экспорта (импорта) того или иного товара. Фактически, автономно-конвенционные ставки являются в определённой степени инструментом как тарифного, так и нетарифного регулирования.

Особенностью преференциальных ставок является меньший уровень таможенной пошлины по сравнению с нормальными условиями. Как правило, установление преференциальных ставок осуществляется либо внутри интеграционных объединений (вплоть до их полной отмены на определённые виды товаров), либо для товаров или целых стран, в отношении которых

³ Ясников Д. С. Таможенные платежи: понятие, виды и способы расчета // Молодой ученый. – 2014. – №21.2. – С. 59.

установлены режимы такого благоприятствования. Общемировой практикой является установление преференциальных режимов для двух групп стран:

- развивающихся;
- наименее экономически развитых.

Необходимость введения преференциальных тарифов во внутренней торговле связана с её интенсификацией внутри интеграционных объединений, особенно на этапе их формирования. Относительно же развивающихся и наименее экономически развитых стран такие тарифы обуславливаются стремлением поддержки их экономического развития.

По характеру применения выделяют следующие группы таможенных пошлин:

- 1) общего применения;
- 2) специального применения:
 - компенсационные;
 - антидемпинговые;
 - сезонные;
 - карательные.

Таможенные пошлины общего применения устанавливаются в таможенном тарифе и применяются в общем порядке, при отсутствии каких-либо указаний на применение таможенных тарифов специального применения.

Таможенные тарифы специального применения являются тарифами, отличающимися от тарифов общего применения по следующим аспектам:

- наличием причины введения;
- базой отсчёта применения;
- более высоким уровнем ставок.

База отсчёта применения – количественно измеряемый показатель (например, объём поставок, цена поставок), при достижении которого появляется причина введения таможенных тарифов специального назначения в виде более высокого уровня ставки.

Специфика применения компенсационных пошлин состоит в том, что их

введение обуславливается, прежде всего, наличием субсидий, выделяемых государством страны происхождения на его производство. Такие субсидии приводят к снижению цены товара, либо увеличению конкурентоспособности получателя, за счёт увеличения его финансовых возможностей.

Применение антидемпинговых пошлин обуславливается ввозом на таможенную территорию товаров по существенно более низким ценам, чем те, которые сложились на данной территории. Подобный ввоз наносит экономический или моральный ущерб местным производителям аналогичных товаров, препятствует им в продолжении их экономической деятельности.

По мнению А.П. Киреева, «... введение сезонных пошлин осуществляется с целью быстрого реагирования на изменения международной торговли. При этом, такие пошлины, как правило, устанавливаются на товары, имеющие значительные сезонные колебания. Практика применения сезонных пошлин показала, что в наибольшей степени они применяются к товарам продовольственного характера – сахар, крупы, масло и прочие. Основной особенностью сезонных пошлин является краткосрочный характер их действия – 3-6 месяцев.

Применение карательных пошлин осуществляется в отношении товаров тех стран, которые проводят в отношении государства-импортёра недружественную, агрессивную политику.»⁴

Классификация таможенных пошлин по объекту взимания предполагает выделение следующих видов пошлин:

- экспортные;
- импортные;
- транзитные.

Экспортными пошлинами облагаются товары, вывозимые за пределы таможенной территории страны. Цель их введения – фискальная.

Импортные пошлины устанавливаются на товары, ввозимые на

⁴ Киреев А. П. Международная экономика. Ч. I.: Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. – М.: Междунар. отношения, 2017. – С. 212.

таможенную территорию. Для импортных пошлин характерно то, что в них реализуются все три вида функций – фискальная, защитная и балансирующая.

Применение транзитных пошлин в современных условиях очень небольшая, она состоит во взимании платы за провоз товаров через таможенную территорию страны. Вместо транзитных пошлин могут применяться сборы за провоз.

В зависимости от способа взимания таможенные пошлины делятся на:

- адвалорные;
- специальные;
- комбинированные.

Отличительной особенностью адвалорных пошлин является установление их в виде процента от стоимости облагаемого товара. При этом, стоимость товара декларируется участником внешнеэкономической деятельности, однако, для таможенных целей такая цена может быть скорректирована. Так, при импорте товаров занижение таможенной стоимости приводит к занижению объёма таможенных пошлин, а завышение стоимости экспортируемых товаров может приводить как к фактическому выводу капитала, так и к завышению объёмов возмещения оборотных налогов, например, НДС, экспортёру.

Применение адвалорных таможенных пошлин осуществляется для товаров, которые имеют различные качественные характеристики в пределах одной товарной группы. Наиболее часто по адвалорным ставкам облагаются такие товары, как продовольствие и сырьё.

Специальные пошлины представляют собой взнос в точно определённой сумме за тот или иной объём товара, перемещаемого через таможенную границу. Фактически, специальные пошлины представляют собой обязательный взнос, который необходимо уплатить для проведения таможенной операции.

По мнению Д.С. Ясникова, «... основной особенностью специальных пошлин является то, что они устанавливаются на стандартизированные товары. Для них характерна простота применения. Кроме того, ввиду конкретной

ставки таможенной пошлины, это снимает вопросы определения таможенной стоимости товара. В связи с этим, специальными пошлинами облагаются готовая продукция. Необходимо отметить, что установление специальных пошлин осуществляется, как правило, в мировых валютах (евро, долларах), что делает их размер зависимым от курсовых колебаний. Так, рост курса мировых валют, используемых в специальных пошлинах приводит к снижению импорта, а снижение – к его увеличению.

Комбинированные таможенные пошлины представляют собой совмещение адвалорной и специфической форм взимания пошлин. Как правило, такие пошлины устанавливаются в процентах от таможенной стоимости, с указанием нижней границы размера пошлины».⁵

Таможенные ставки по размеру взимания делятся на:

- номинальные;
- реальные (эффективные);
- льготные;
- минимальные;
- промежуточные;
- максимальные.

Номинальная тарифная ставка представляет собой ставку, указанную в таможенном тарифе. Её особенностью является то, что она указывает на общий уровень обложения тех или иных внешнеэкономических операций со стороны таможенных органов.

Эффективные тарифные ставки отражают реальный уровень установленных таможенных пошлин на перемещаемые товары. Он определяется с учётом уровня пошлин, которым облагаются связанные с данным товаром запасные части, узлы и детали.

Максимальные ставки таможенных пошлин делятся на:

- а) покровительственные;

⁵ Ясников Д. С. Таможенные платежи: понятие, виды и способы расчета // Молодой ученый. – 2014. – №21.2. – С. 59.

Установление покровительственных ставок отражает стремление к протекционизму тех или иных групп отечественных производителей;

б) запретительные;

«Запретительные ставки, как правило, на 30 % больше покровительственных. Импорт или экспорт по таким ставкам в массовом объёме становится невозможным;

в) наступательные;

Уровень таких ставок на 30-40 % больше запретительных. С учётом такого обложения потребление товаров, облагаемых наступательными ставками становится практически невозможным, что наиболее часто встречается в ходе торговых войн».⁶

Проведённое в пункте 1.1 исследование позволяет сделать выводы о том, что:

1) таможенно-тарифное регулирование представляет собой метод государственного регулирования внешнеэкономического регулирования, посредством которого возможно прямое влияние на экспорт и импорт, пополнение государственного бюджета, регулирование рынка;

2) основным инструментом таможенно-тарифного регулирования выступают таможенные пошлины. Их использование многообразно, однако, наибольшее значение имеет защита национальных производителей, что позволяет экономике страны поступательно развиваться.

1.2 Нетарифное регулирование: структура и особенности

Также, как определение таможенно-тарифного регулирования, определение нетарифного регулирования представлено в ст. 2 Закона № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности». В данном законе даётся следующее определение: «нетарифное регулирование – метод государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемый путем введения количественных ограничений и иных запретов и ограничений

⁶ Киреев А. П. Международная экономика. Ч. I.: Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. – М.: Междунар. отношения, 2017. – С. 208..

экономического характера».⁷

По данным В.В. Килина, «... ЮНКТАД, выделяются следующие меры нетарифного регулирования:

- автоматическое лицензирование;
- количественные ограничения;
- меры финансового контроля;
- меры ценового контроля;
- прочие меры в отношении чувствительных товаров;
- монопольные меры;
- технические меры.

Этим же автором указываются меры нетарифного регулирования, рассматриваемые ВТО:

- количественные и специфические ограничения аналогичного характера;
- ограничения, заложенные в механизме платежей;
- таможенные процедуры и административные формальности;
- технические барьеры в торговле;
- участие государства в торговле, ограничительная практика и государственная политика общего характера».⁸

Следует отметить, что приведённые классификации мер нетарифного регулирования не от вида воздействия, сколько от конкретного содержания меры. Этим же автором приводится классификация мер нетарифного регулирования в РФ и ЕАЭС, что представлено в таблице 1.

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что часть мер нетарифного регулирования в рамках ЕАЭС унифицирована с действующими в РФ мерами. Сюда относятся:

- исключительное право на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров;
- лицензирование в сфере внешней торговли товарами;

⁷ Федер. закон № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» [Электр. источник]. – URL: www.consultant.ru. – 01.05.2017.

⁸ Килин В.В. Таможенно-тарифное и нетарифное регулирование внешнеторговой деятельности России в условиях Таможенного союза ЕврАзЭС и ВТО // Управленец. – 2014. – №4. – С. 25.

- меры, затрагивающие внешнюю торговлю товарами и вводимые исходя из национальных интересов;
- наблюдение за экспортом и (или) импортом отдельных видов товаров.

Таблица 1 – Меры нетарифного регулирования в РФ и ЕАЭС

Классификация ТС	Классификация РФ
Исключительное право на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров	
Запреты или количественные ограничения экспорта и (или) импорта	Количественные ограничения, устанавливаемые в исключительных случаях, предусмотренных международными договорами
Лицензирование в сфере внешней торговли товарами	
Меры, затрагивающие внешнюю торговлю товарами и вводимые исходя из национальных интересов	
Наблюдение за экспортом и (или) импортом отдельных видов товаров	
Особые виды запретов и ограничений внешней торговли товарами	Недискриминационное применение количественных ограничений
–	Распределение квоты
–	Платежи, взимаемые в связи с импортом и экспортом товаров и не являющиеся таможенными пошлинами и иными налогами

Однако, «... ввиду того, что в рамках Таможенного союза существуют значительные отличия стран друг от друга, применение отдельных мер нетарифного регулирования в нашей стране не имеет полных аналогов в рамках ТС, либо не вводится в нём, так как является прерогативой национальных правительств. Сюда относятся, прежде всего, такие меры регулирования, как распределение квоты, введение дополнительных платежей, не являющихся таможенными пошлинами, а также недискриминационное применение количественных ограничений.»⁹

Меры нетарифного регулирования возможно разделить на следующие группы:

- экономические;
- административные;
- технические.

По мнению Д.А. Грошева, «... Экономические методы направлены на

⁹ Килин В.В. Таможенно-тарифное и нетарифное регулирование внешнеторговой деятельности России в условиях Таможенного союза ЕврАзЭС и ВТО // Управленец. – 2014. – №4. – С. 26.

защиту экономики страны от негативного воздействия факторов внешнеторговой деятельности, создание условий для прогрессивных изменений в национальном хозяйстве, а также обеспечение эффективной интеграции России в мировую экономику и развитие международного экономического сотрудничества.

Если экономические меры нетарифного регулирования предполагают учёт рыночных реалий в части как спроса, так и предложения, то административные меры нетарифного регулирования проводятся без учёта спроса и предложения. Фактически, они являются волевым решением органов государственного управления в отношении участников внешнеэкономической деятельности.»¹⁰

Блок технических мер нетарифного регулирования основывается на необходимости соблюдения тех или иных правил, установленных государством, для проведения внешнеэкономических сделок. Сюда относятся разнообразные требования, предъявляемые как к самим товарам, перемещаемым через таможенную границу, так и к самой процедуре перемещения.

В состав экономических мер нетарифного регулирования входят такие мероприятия, как:

- валютный контроль;
- защитные меры;
- дополнительные таможенные обложения;
- контроль таможенной стоимости;
- финансовые меры.

Меры валютного контроля в РФ реализуются на основании положений Закона № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003 г. Данная мера нетарифного регулирования предполагает как контроль курсов валют при операциях, так и контроль оборота денежных

¹⁰ Грошев Д.А. Нетарифные методы в современной системе государственного регулирования внешней торговли товарами в России // Terra Economicus. – 2014. – №2-2. – С. 261.

средств через банковскую систему РФ.

В качестве защитных мер используются такие меры, как:

- введение особых пошлин;
- антидемпинговые пошлины;
- компенсационные пошлины;
- специальные пошлины.

Дополнительные таможенные обложения состоят в том, что перемещаемый товар облагается налогами. В РФ в качестве таких налогов выступают, прежде всего, акцизы, а также НДС.

Особое значение нетарифное регулирование имеет в сфере определения таможенной стоимости перемещаемых товаров. В условиях РФ и ЕАЭС действуют следующие документы, регламентирующие данную деятельность:

- Правила определения таможенной стоимости товаров (установлены Соглашением от 25.01.2008 г. «Об определении таможенной стоимости товаров, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза»);
- Единые правила Таможенного союза определения страны происхождения (введены Соглашением от 25.01.2008 г. «О единых правилах определения страны происхождения товаров»)¹¹

По информации И.И. Дюмулена, «... данные документы достаточно сложны в применении относительно оцениваемых товаров, что является одним из факторов нетарифного регулирования».¹²

Целями административных методов нетарифного регулирования импорта выступают:

- балансировка платёжного баланса страны в заданных рамках, а также ограничение объёмов импорта;
- контроль показателей импорта, с возможностью быстрого ограничения его объёмов по конкретным направлениям;
- запрещение закупок иных иностранных товаров, которые являются

¹¹ Евразийская экономическая комиссия: офиц. сайт [Электр. источник]. – URL: eurasiancomission.org. – 01.05.2017.

¹² Дюмулен И.И. Всемирная торговая организация. Экономика, политика, право: монография. 3-е изд., доп. М.: ВАВТ, 2012. – С. 79.

нежелательными для государства-импортёра;

- снижение потребления иностранных товаров и прочие.

Применительно к экспорту целями применения административных методов выступают:

- сокращение объёмов экспорта сырья;
- стимулирование экспорта продукции глубокой переработки;
- предотвращение экспорта продукции двойного назначения в недружественные страны;
- поддержка союзников, за счёт поставки им критически важных товаров по низкой цене прочие.

Нетарифные методы регулирования внешнеэкономической деятельности являются методами, применение которых необходимо проводить осторожно, так как данные методы являются прямыми по воздействию, что может существенно нарушить равновесие на товарном рынке, создать значительную дифференциацию на рынке по условиям ведения бизнеса для различных категорий субъектов хозяйствования.

В качестве основных мероприятий, проводимых в рамках административных методов регулирования выступают:

- лицензирование внешнеэкономической деятельности;
- квотирование операций, как по ввозу, так и по вывозу отдельных видов товаров;
- эмбарго;
- экспортный контроль.

Определение лицензирования проводится в статье 3 Федерального закона № 99-ФЗ от 04.05.2011 г. «О лицензировании отдельных видов деятельности». Согласно ему, «... лицензирование – деятельность лицензирующих органов по предоставлению, переоформлению лицензий, продлению срока действия лицензий в случае, если ограничение срока действия лицензий предусмотрено федеральными законами, осуществлению лицензионного контроля, приостановлению, возобновлению, прекращению действия и аннулированию

лицензий, формированию и ведению реестра лицензий, формированию государственного информационного ресурса, а также по предоставлению в установленном порядке информации по вопросам лицензирования».¹³

По мнению В.В. Милосердова, «... в рамках эмбарго могут применяться следующие меры:

а) запрет на ввоз другими странами или вывоз из страны отдельных видов товаров и технологий, иностранной валюты и валютных ценностей;

б) запрещение государством захода в порты своей страны судов, принадлежащих другим странам, либо выхода из своих портов судов других стран;

в) частичное или полное прекращение торговли с определёнными странами по решению ООН или другого межгосударственного объединения в качестве репрессивной меры по отношению к данной стране за нарушение Устава ООН, либо за другие неблагоприятные действия».¹⁴

На практике применяются следующие виды квот:

– нераспределённые или глобальные, устанавливаемые в целом на объём вывоза из страны;

– распределённые или индивидуальные, устанавливаемые для конкретных субъектов внешнеэкономической деятельности, либо стран, либо по другим критериям;

– тарифные, устанавливаемые в виде изменения тарифной ставки таможенной пошлины при достижении квотного объёма операций;

– сезонные, устанавливаемые на определённый период на товары, имеющие существенные сезонные колебания;

– прочие.

Необходимость введения квот обусловлена стремлением государств и интеграционных объединений к сбалансированному развитию внешнеэкономической деятельности относительно их социально-

¹³ О лицензировании отдельных видов деятельности : федер. закон от 04.05.2011 г. №99-ФЗ [Электр. источник]. – URL: www.garant.ru. – 01.05.2017.

¹⁴ Милосердов В.В. Санкции, эмбарго продовольствия, импортозамещение // Экономика сельского хозяйства России. – 2014. – №11. – С.16.

экономического развития. Кроме того, в качестве целей при введении квот могут также выступать такие обстоятельства, как балансировка платёжного баланса, регулирование спроса и предложения на национальном рынке или на рынке интеграционного объединения, защита данного рынка, а также выполнение тех или иных международных обязательств.

Экспортный контроль является специфическим инструментом нетарифного регулирования, направленным, прежде всего, на то, чтобы не допустить вывоза из страны товаров, которые могут быть использованы для создания оружия массового поражения или военной техники. Статьёй Закона № 183-ФЗ от 18.07.1999 г. «Об экспортном контроле» установлено, что «...экспортный контроль – комплекс мер, обеспечивающих реализацию установленного настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации порядка осуществления внешнеэкономической деятельности в отношении товаров, информации, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности (прав на них), которые могут быть использованы при создании оружия массового поражения, средств его доставки, иных видов вооружения и военной техники либо при подготовке и (или) совершении террористических актов».¹⁵ Технические методы нетарифных мер регулирования внешнеэкономической деятельности представляют комплекс требований, выполнение которых является обязательным для перемещения товаров через таможенную границу.

В рамках ВТО было принято Соглашение «По техническим барьерам в торговле». Оно является обязательным для исполнения всеми странами-членами данной организации. В качестве цели Соглашения установлено снижение уровня технических барьеров во взаимной торговле. Несмотря на этом, признаётся, что такие барьеры могут являться необходимыми для сохранения жизни и здоровья граждан стран-участников данной организации.

¹⁵ Об экспортном контроле: федер. закон от 18.07.1999 г. №183-ФЗ [Электр. источник]. – URL: www.garant.ru. – 01.05.2017.

Кроме того, применение технических методов оправдано в случае, когда опасность может исходить также и в отношении животных и растений. Во всех этих случаях Соглашение предполагает введение любых мер технического характера, которые приемлемы и необходимы по мнению государства.

К техническим мерам нетарифного регулирования следует отнести такие меры, применение которых предполагает соблюдение национальных требований к товарам, особых требований к их качеству, а также соответствию системам сертификации, ветеринарным, санитарным и фитосанитарным требованиям и ограничениям, а также к соблюдению права интеллектуальной собственности. Отличительной особенностью мер технического регулирования является то, что они предусматривают разрешительный порядок проведения внешнеэкономических операций. Существует ряд товаров, для перемещения которых необходимым является получение разрешения от государственных органов на такую операцию. Сюда относятся, например, боеприпасы и оружие, специальные радиотехнические средства, культурные ценности, биологические материалы и прочие.

В качестве мер технического регулирования в современных условиях возможно рассматривать:

- ветеринарный контроль;
- санитарный и фитосанитарный контроль;
- требования к соблюдению национальных стандартов качества товаров;
- проведение сертификации соответствия товаров и другие.

В качестве объектов регулирования технических мер нетарифного регулирования выступают:

- упаковка и маркировка товара;
- наличие инструкции на национальном языке;
- наличие необходимого перечня экспертиз, проведённых уполномоченными органами и лабораториями.

Важную роль в техническом регулировании начинает играть и техническое регулирование прав на интеллектуальную собственность, прежде

всего, на торговые марки. С этой целью в таможенных органах создаются базы данных торговых марок и их владельцев на той или иной территории, что также может рассматриваться как техническая мера нетарифного регулирования.

По итогам проведенного в пункте 1.2 исследования нетарифных методов регулирования даёт право сделать такие выводы, как:

1) нетарифное регулирование является методом государственного регулирования внешней торговли, который осуществляется путём введения количественных ограничений и иных запретов и ограничений экономического характера;

2) в составе нетарифного регулирования выделяются три группы мер – экономические, административные и технические. Экономические меры реализуются с учётом реалий рынка, административные меры есть меры прямого воздействия на участников внешнеэкономической деятельности, технические меры предполагают выполнение специальных условий для проведения внешнеэкономической операции;

3) наиболее сложными являются технические меры, так как они в наименьшей степени формализованы, причём их введение признаётся безусловным правом государства, если цель введения состоит в сохранении жизни и здоровья населения, а также животных и растений.

1.3 Место кино- и фототоваров в ТН ВЭД ЕАЭС

В рамках ТН ВЭД ЕАЭС фото- и кинотоварам отведён раздел 37 номенклатуры.

Согласно примечаний к ТН ВЭД, в данную группу номенклатуры не включаются отходы или лом. При этом, применяемый в рамках классификации термин «фотографический» подразумевает означает процесс, с помощью которого прямо или косвенно получают видимые изображения посредством действия световых лучей или других излучений на фоточувствительные поверхности.

Состав классификации фото- и кинотоваров в ТН ВЭД ЕАЭС представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация фото- и киноматериалов

Код ТН ВЭД	Наименование кода
3701	Фотопластинки и фотоплёнки плоские, сенсibilизированные, неэкспонированные, из любых материалов, кроме бумаги, картона или текстильных; плёнки плоские для моментальной фотографии, сенсibilизированные, неэкспонированные, в упаковке или без упаковки;
3701 10	– рентгеновские
3701 20	– для моментальной фотографии
3701 30	– пластинки и плёнки прочие, длина любой из сторон которых более 255 мм
3701 90	– прочие
3702	Фотоплёнка в рулонах, сенсibilизованная, неэкспонированная, из любых материалов, кроме бумаги, картона или текстильных; плёнка для моментальной фотографии в рулонах, сенсibilизированная, неэкспонированная
3702 10	– рентгеновская
3702 30	– плёнка прочая, неперфорированная, шириной не более 105 мм
3702 31	– для цветной фотографии
3702 32	– прочая, с эмульсией галогенида серебра
3702 32 100 0	– микроплёнка, плёнка для художественной фотографии
3702 41-3702 96	– плёнка прочая
3703	Фотографическая бумага, картон и текстильные материалы, сенсibilизированные, неэкспонированные
3703 10 000	– в рулонах шириной более 610 мм
3703 10 000 1	– фотобумага в рулонах шириной более 1000 мм
3703 20	– прочая, для цветной фотографии
3703 90	– прочая
3704	Фотопластинки, плёнка, бумага, картон и текстильные материалы, экспонированные, но не проявленные
3704 00 100 0	– пластинки и плёнка
3704 00 900 0	– прочие
3705	Фотопластинки и фотоплёнка, экспонированные и проявленные, кроме киноплёнки
3705 00 100 0	– для офсетного воспроизведения
3705 00 200 0	– для микроплёнки
3705 00 900 0	– прочие
3706	Фотопластинки и фотоплёнка, экспонированные и проявленные, со звуковой дорожкой или без звуковой дорожки, или содержащая только звуковую дорожку
3706 10	– шириной 35 мм или более
3706 10 200 0	– содержащая только звуковую дорожку, негативная, промежуточная позитивная
3706 10 990 0	– позитивная прочая
3706 90	– прочая
3706 90 520 0	– содержащая только звуковую дорожку; негативная; промежуточная позитивная; хроникальные фильмы
3706 90 910 0	– менее 10 мм
3706 90 990 0	– 10 мм или более
3707	Фотохимикаты (кроме лаков, клеев, адгезивных и аналогичных препаратов)
3707 10 000 0	– эмульсии сенсibilизированные
3707 90 200 0	– проявители и закрепители

Фотографические пластинки, пленки, бумага, картон и текстильные материалы группы 37 представляют собой перечисленные изделия с одним или

более слоями любой эмульсии, чувствительной к свету или другим излучениям с энергией, достаточной для инициирования реакции в фотон- или фоточувствительных материалах, то есть излучениям с длиной волны не более 1300 нм электромагнитного спектра (включая гамма-излучение, рентгеновское, ультрафиолетовое и излучение в ближней инфракрасной области), а также к корпускулярному (или ядерному) излучению независимо от того, предназначены ли они для монохромного или цветного воспроизведения. Некоторые пластинки, однако, не покрыты эмульсией, но состоят из фоточувствительных пластмасс, которые могут быть зафиксированы на подложке.

Наиболее распространенные эмульсии делают на основе галогенидов серебра (бромид серебра, бромид йодид серебра и прочие) или солей других драгоценных металлов, но иногда могут быть использованы некоторые другие материалы, например, феррицианид калия или другие соединения железа – для светокопий, дихроматы калия или аммония – для фотомеханической гравировки, соли диазония – для диазоэмульсий.

Пластинки и пленки включаются в данную группу, если они:

- 1) не экспонированы, то есть не подвергнуты еще действию света или других излучений; или
- 2) экспонированы, проявлены или не проявлены (то есть обработаны химически для получения видимого изображения).

Пластинки и пленки включаются в данную группу независимо от того, негативные они (то есть с обратным изображением света и тени), позитивные (включая лавандовые позитивы, используемые для дубликации дальнейших позитивов) или обратимые (то есть со специальной эмульсией, которая позволяет получать непосредственно позитивное изображение на снимке).

Фотографическая бумага, картон и текстильные материалы включаются в данную группу, только если они не экспонированы или экспонированы (негативные или позитивные), но не проявлены; после проявления эти продукты включаются в группу 49 или раздел XI.

При условии соблюдения специальных положений, указанных в пояснении к товарной позиции 3707, в данную группу также включаются химические продукты и материалы для вспышек, используемые в фотографии.

Отходы и лом фотографических и кинематографических материалов, содержащие драгоценный металл или соединения драгоценных металлов, используемые главным образом для извлечения драгоценных металлов, включаются в товарную позицию 7112. Прочие отходы и лом фотографических или кинематографических материалов классифицируются в соответствии с материалом, из которого они изготовлены (например, пластмассы – в товарной позиции 3915, бумага – в товарной позиции 4707).

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что разделение кино- и фототоваров в рамках ТН ВЭД ЕАЭС производится по таким характеристикам, как:

- вид товара (фотоплёнки, фотопластинки, фотохимикаты);
- размер (ширина плёнки, фоторулона);
- наличие или отсутствие экспонирования;
- наличие звуковой дорожки;
- вид отснятого материала (фотохроника, прочие).

Кроме того, ТН ВЭД ЕАЭС установлено, что в случае звуковых фильмов, импортируемых в двух лентах (одна лента содержит только изображение, вторая лента звуковая), каждая лента должна быть включена в соответствующую товарную позицию.

Термин «хроникальные фильмы» (подсубпозиция 3706 90 520 0) означает киноленты длиной менее 330 м и отражающие текущие политические, спортивные, военные, научные, литературные, фольклорные, туристические, общественные и прочие события.

Особое значение при проведении внешнеэкономических операций имеет классификация товаров по коду 3707 ТН ВЭД ЕАЭС по той причине, что классифицированные по данному коду товары одновременно являются химическими товарами. С целью отграничения данных товаров от прочих

химических товаров, в «Пояснениях к Единой товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного Союза (ТН ВЭД ТС)» установлены следующие два требования:

1) они представляют собой отдельные вещества, которые:

– представлены в отмеренных дозах, то есть равномерно поделены на порции, в которых они будут применяться, например, таблетки, небольшие пакетики, содержащие дозированное количество порошка на одну проявочную кювету; или

– в упаковках для розничной продажи и расфасованные с указанием того, что они готовы к использованию в фотографии независимо от вида этикетки, надписи или другого вида информации (например, инструкции по применению и прочие).

Отдельные вещества, представленные в виде, кроме вышеуказанного, классифицируются в соответствии с их природой (например, как химические продукты – в группе 28 или 29, как металлические порошки – в разделе XV и т.д.).

или:

2) Препараты, полученные смешиванием или компаундированием 2-х или более веществ, используемые в фотографии. Такие продукты включаются в данную товарную позицию независимо от того, расфасованы они в больших или в малых количествах и представлены или не представлены для розничной продажи.

При условии соблюдения данных положений, в данную товарную позицию включаются продукты, непосредственно используемые для получения фотографического изображения, к которым относятся:

– эмульсии;

– проявители, которые делают видимыми скрытые фотографические изображения (например, гидрохинон, пирокатехин, пирагаллол, фенидон, пара-М-метиламино-фенолсульфат и их производные). В данную товарную позицию также включаются проявители для репродукции документов

электростатическим способом;

– закрепители, делающие проявленное изображение постоянным (например, гипотиосульфат натрия, метабисульфит натрия, тиосульфат аммония, тиоцианаты аммония, натрия или калия);

– усилители и восстановители для усиления или смягчения плотности изображения (например, дихромат калия, персульфат аммония).

Следует отметить, однако, что хлорид ртути включается в товарную позицию 2852, даже если он используется для фотографических целей, представлен в дозированных формах или упакован для розничной продажи в готовом к использованию виде.

– виражи для модифицирования цвета изображения (например, сульфид натрия).

– очистители для удаления пятен после проявления, закрепления и прочего (например, алюмокалиевые квасцы).

– материалы для фотовспышки, обычно состоящие из алюминия или магния, в виде порошка, таблеток, фольги и прочие и иногда смешанные с другими веществами для инициирования процесса сгорания.

В данную товарную позицию не включаются:

а) вспомогательные продукты, не используемые непосредственно при получении фотографических изображений, светокопий и прочие (например, клей для монтажа фотографий, защитные лаки и глазури для негативов или позитивов, краска для ретуши, карандаши и прочие);

б) фотографические лампы-вспышки товарной позиции 9006;

в) продукты, относящиеся к товарным позициям 2843-2846 и 2852 (например, соли и другие производные драгоценных металлов), вне зависимости от формы расфасовки и их назначения.

Кроме того, следует отметить и тот факт, что по году 3701 проходят фотографическая бумага, картон и текстильные материалы, однако, только тогда, когда они не экспонированы, либо в том случае, если они экспонированы (негативно или позитивно), но не проявлены. В случае, если они проявлены, ТН

ВЭД ЕАЭС требует их классификации в группу 49 как печатные книги, газеты, репродукции и другие изделия полиграфической промышленности, рукописи, машинописные тексты и планы.

Кроме того, данные товары могут быть также классифицированы в раздел XI «Текстильные материалы и текстильные изделия» в случае их проявления. Это относится, прежде всего, к текстильным материалам с нанесением на них фотографического рисунка, используемых как текстильное изделие по своему основному назначению.

Проведённое в пункте 1.3 исследование позволяет сделать выводы:

1) в рамках ТН ВЭД фото- и кинотовары классифицируются в группе 37. При этом, классификация данных товаров проводится по таким признакам, как вид товара, его размер, наличие или отсутствие экспонирования, наличие звуковой дорожки, вид отснятого материала и прочим;

2) особое значение классификация имеет для подгруппы 3707, в которой классифицируются фотохимикаты. Для их классификации в качестве таковых номенклатурой установлены требования соответствующей фасовки, а также применения непосредственно для процессов в фотографии – проявления, фиксации и прочих;

3) качественной особенностью фотоматериалов является то, что при их проявке они переходят в состав группы 49 как печатные материалы, а при нанесении на текстильные поверхности и использовании получившихся товаров в качестве текстильных – относятся в раздел XI ТН ВЭД ЕАЭС.

По итогам проведённого в главе 1 исследования возможно сформулировать следующие обобщающие выводы:

1) таможенно-тарифное регулирование представляет собой метод государственного регулирования, основная суть которого состоит в установлении системы таможенных пошлин, взимаемых при пересечении товарами таможенной границы. Данный метод регулирования нацелен на повышение уровня устойчивости государства и общества, и предполагает, что таможенная пошлина является компенсацией государству за ввоз или вывоз

товара;

2) нетарифные меры регулирования внешнеэкономической деятельности представляют собой метод государственного регулирования, состоящий во введении количественных и качественных ограничений на проведение операций. Принимаемые ограничения, как правило, нацелены на достижение тех или иных целей, как в увязке с рыночными условиями, так и без них. При этом, в современных условиях наибольшую значимость стали получать меры технического регулирования;

3) фото- и кинотовары как объект внешнеэкономической деятельности обладают определённой спецификой, которая заключается в том, что классификация данных товаров распространяется на проявленную фото- и киноплёнку, однако, проявленная фотобумага реклассифицируется либо в виде печатной продукции, либо в виде текстильной. Кроме того, используемые фотохимикаты рассматриваются в качестве таковых только в том случае, если они фасованы соответствующим образом, а также предполагают непосредственное использование в качестве таковых.

2 АНАЛИЗ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ФОТО- И КИНОТОВАРОВ В РФ В УСЛОВИЯХ ЕАЭС

2.1 Особенности фото- и кинотоваров как рыночного товара

К категории фото- и кинотоваров относятся фото- и киноаппараты, светочувствительные материалы, вещества фотохимии, проекционная аппаратура и принадлежности для фото- и киносъёмки. Для данных товаров характерны следующие группы свойств:

- функциональные;
- эстетические;
- эргономические.

Отдельным свойством является свойство надёжности. При этом, для каждой группы фото- и кино-товаров присущи собственные специфические свойства, как правило, не встречающиеся в других группах данных товаров.

Ключевым видом фото- и кинотоваров являются фотоаппараты. Их функциональные свойства определяются конструкцией, а также техническими свойствами узлов (основных и вспомогательных). В связи с этим, выполнение фотоаппаратом своих функций обуславливается характеристиками его узлов. Так, например, широта охвата изображения обуславливается как фокусным расстоянием, так и конструкцией корпуса. Наилучшие показатели здесь имеют длиннофокусные аппараты. Кроме того, в качестве критически важных параметров фотоаппаратов могут выступать также такие, как светосила, глубина резкости (для фотоаппаратов с коротким фокусным расстоянием).

Затвор фотоаппарата определяет возможности съёмки при высоких и низких температурах, а также диапазон выдержки по времени. В последнее время получили распространение цифровые фотоаппараты, для которых затвор не используется, однако, также популярны цифровые зеркальные фотоаппараты, однако, их стоимость существенно больше, нежели простых цифровых камер.

Кроме этого, качество фотоаппаратов определяется наличием

вспомогательных функций, таких, как наличие лампы-вспышки, настроек программного обеспечения для видеосъёмки, фотографирования сразу нескольких кадров и прочих.

Эргономические свойства кино- и фотоаппаратуры состоят в уровне затрат энергии пользователя на их использование. Сюда относятся такие качества, как удобство эксплуатации, удобство ношения, гигиенические свойства и некоторые другие. Прежде всего, эргономические свойства важны в случае интенсивного или профессионального использования данных товаров.

К эстетическим свойствам фото- и кинотоваров относятся:

- информационная выразительность;
- совершенство производственного исполнения;
- композиционная ценность.

Данные показатели являются комплексными, и включают в себя такие более простые характеристики, как модность, оригинальность, современность, гармоничность внешнего вида, отделки, чистота исполнения как всего фото- или киноаппарата, так и его отдельных узлов.

Показатель надёжности фото- и киноаппаратуры характеризуется безотказностью её работы, работоспособностью в течение длительного времени, ремонтпригодностью, что определяется конструкцией фото- и киноаппарата, а также применяемыми материалами.

В качестве основных потребительских свойств светочувствительных материалов выступают:

- светочувствительность;
- степень зернистости изображения;
- цветочувствительность.

В качестве эргономических показателей светочувствительных материалов выступают:

- ширина;
- тип перфорации;
- способ защиты от постороннего света.

Для фотобумаги также в качестве основных выступают такие свойства, как:

- размер;
- оттенок изображения (красноватый, коричневый, зеленоватый);
- цвет подложки;
- плотность подложки;
- характер поверхности;
- степень контрастности.

Особенностью потребительских свойств фотохимических веществ является то, что они определяют:

- универсальность;
- степень готовности их к экспонированию;
- жизнеспособность;
- удобство дозирования.

Универсальность определяется количеством выполняемых функций. Степень готовности определяется состоянием веществ – реализуемых в готовом виде или в виде отдельных веществ для дальнейшего смешивания. Долговечность определяет длительность хранения веществ до их использования.

Фотопринадлежности как вид товара характеризуются следующими видами показателей:

- размером и массой;
- соответствием формы назначению;
- качеством изготовления и обработки поверхностей и некоторыми другими.

В зависимости от состава, характера изображения и назначения светочувствительные материалы принято делить на:

- позитивные;
- негативные;
- обрабатываемые.

К позитивным (дающим прямое изображение) относят фотоплёнки и фотобумагу. К негативным (дающим обратное изображение) относят фотоплёнки и фотопластинки. Особенностью обрабатываемых фотоматериалов является возможность получения позитивного изображения на том же фотоматериале, на который проводилась съёмка.

Для фотоплёнки одним из основных качественных показателей является светочувствительность. Она представляет собой способность образовывать изображение под действием света и последующего процесса химического проявления. Светочувствительность определяется условных единицах (ГОСТ, DIN, ASA и ISO).

Бывают чёрно-белые и цветные фотоплёнки. Их также делят на негативные, позитивные и обрабатываемые. Кроме того, они делятся также по ширине:

- 16 мм (микроплёнка);
- 35 мм (стандартная фотоплёнка);
- 61,5 мм (для широкоформатных фотоаппаратов).

На плёнку наносится перфорация – по одной или двум сторонам.

Количество кадров фотоплёнки обычно кратно 6. Выпускают плёнки на 6-36 кадров.

Фотобумага представляет собой позитивный светочувствительный материал. Основными классифицирующими признаками фотобумаги являются:

- контрастность;
- состав эмульсии;
- цвет изображения;
- назначение;
- плотность;
- цвет подложки;
- структура поверхности;
- марка;
- размеры.

Фотохимикаты возможно группировать на две больших группы:

- проявляющие;
- фиксирующие.

Кроме того, используются также вещества для сохранения фото- и киноматериалов, ускоряющие процесс проявления, противовуалирующие вещества и другие.

Проявители по назначению делят на позитивные, негативные и универсальные. С помощью позитивных проявителей обрабатывают фотобумагу и позитивные плёнки. Универсальные проявители подходят для использования с негативными и позитивными фотоматериалами.

Проявители по характеру действия делят

- на мелкозернистые;
- выравнивающие.

По скорости выделяют быстрые и нормальные. Кроме того, выделяют также контрастные, ускоряющие или замедляющие проявление.

Для фиксирования изображения используют фиксаж. Он может быть простым (только гипосульфит натрия), кислым или кислым быстрым и дубящим.

Чёрно-белая фотография может дополнительно обрабатываться, с целью получения тех или иных оптических эффектов. К таким материалам относятся усилители (увеличивают оптическую плотность и контрастность), ослабители, тонирующики или вирирующики и другие.

Фотопринадлежности предназначены для повышения удобства использования кино- и фотоматериалов. Они классифицируются по трём группам:

- основные;
- вспомогательные;
- экспонометрические приборы.

Лабораторное оборудование представляет собой принадлежности для обработки фотоматериалов. Сюда относятся фотоувеличители, кадрирующие

рамки, электроглянцеватели, экспозиметры и реле времени, фотофонари, фотобачки, пинцеты, кюветы, весы, резак.

Следует отметить тот факт, что развитие рыночной экономики в РФ привело к тому, что розничная продажа фотохимических товаров практически свёрнута, прежде всего, за счёт распространения студий печати фотографий, берущих все проблемы проявления и печати фотографий на себя.

2.2 Анализ мирового рынка фото- и кинотоваров

Необходимость анализа мирового рынка фото- и кинотоваров обуславливается, прежде всего, тем, что данная отрасль мировой экономики в значительной степени удовлетворяет потребности конечного потребителя. Рассмотрим динамику объёмов экспорта фото- и кинотоваров по данным портала Trendeconomy.ru (рисунок 2).¹⁶

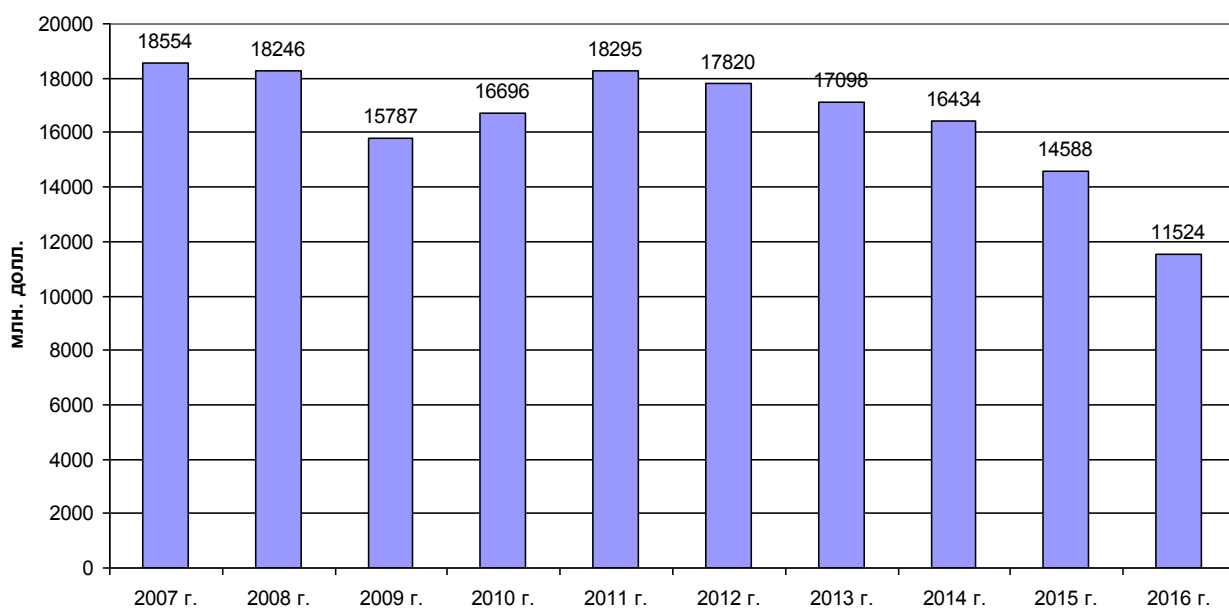


Рисунок 2 – Динамика мирового экспорта фото- и кинотоваров в 2007-2016 гг.

Анализ представленных на рисунке данных позволяет сделать вывод о том, что в мире наблюдается тенденция снижения объёмов внешней торговли фото- и кинотоварами. Так, если в 2007 г. объём их экспорта составлял почти

¹⁶ Trendeconomy.ru. Мировой экспорт фото- и кинотоваров в 2016 году [Электр. источник]. – URL: http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/commodity_h2?kf=kfv_commodity_h2&time_period=2007,2008,2009,2010,2011,2012,2013,2014,2015,2016&trade_flow=Export&commodity=37. – 01.06/2017.

18,6 млрд. долл., или максимальное значение за последние 10 лет, то начиная с 2011 года наблюдается постоянное снижение объёмов. Так, в 2012 году экспорт составлял уже только 17,8 млрд. долл., в 2015 году – 14,6 млрд. долл., а в 2016 году – 11,5 млрд. долл. Основной причиной данной динамики является то, что фотоаппараты, а также фото- и киноматериалы потребительского качества всё более и более переходят в категорию обычной бытовой электроники. Так, современные фото- и видеокамеры кроме своих основных функций – фотографирования и видеосъёмки, могут также выполнять функции видеонаблюдения, хранения архивов фотографий и прочих. Кроме того, на сегодняшний день также идёт процесс постепенного отказа от применения фотобумаги и переход к использованию специальной бумаги для цветной печати на цветных принтерах. Также, получило распространение хранение фотографий и видео на электронных носителях, что также дополнительно снижает спрос на традиционные фото- и киноносители информации.

Крупнейшие страны экспортёры фото- и кинотоваров представлены в таблице 3.¹⁷

Таблица 3 – Крупнейшие страны-экспортёры фото- и кинотоваров в 2007-2016 гг. (млн. долл.)

Страна	2007 г.	2010 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Темп роста, 2016 г. к 2007 г.
Япония	4686	4688	4367	3938	4272	91,2
США	3012	2833	2371	2365	2231	74,1
Бельгия	2074	1543	1173	921	836	40,3
Германия	1926	1398	1534	1363	1424	73,9
Франция	1363	729	386	294	279	20,5
Прочие	5493	5505	6603	5707	2482	45,2
Итого	18554	16696	16434	14588	11524	62,1

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том,

¹⁷ Trendeconomy.ru. Мировой экспорт фото- и кинотоваров в 2016 году [Электр. источник]. – URL: http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/commodity_h2?kf=kfv_commodity_h2&time_period=2007,2008,2009,2010,2011,2012,2013,2014,2015,2016&trade_flow=Export&commodity=37. – 01.06/2017.

что крупнейшим экспортёром фото- и кинотоваров является Япония, объёмы экспорта которой в периоде практически всё время превышали 4 млрд. долл. В то же время, за период 2007-2016 гг. по ней наблюдается снижение объёмов экспорта таких товаров на 8,8 %. Объёмы экспорта фото- и кинотоваров из США в рассматриваемом периоде также снизились, однако, более заметно – с 3,0 млрд. долл. в 2007 г. до 2,2 млрд. долл. по итогам 2016 года или на 25,9 %. Ещё более заметное снижение фиксируется по Бельгии, экспорт которой снизился в периоде с 2,1 млрд. долл. в 2007 г. до 836 млн. долл. по итогам 2016 года или почти в 2,5 раза. Почти пятикратное снижение объёмов экспорта наблюдается по Франции – 1363 млн. долл. в 2007 году до 279 млн. долл. в 2016 году. Более чем в 2 раза снизился экспорт из прочих стран – с 5,5 до 2,5 млрд. долл. или на 54,8 %. Экспорт фото- и кинотоваров из Германии снизился существенно меньше – на 26,1 % или с 1926 млн. долл. в 2007 году до 1424 млн. долл. по итогам 2016 года. В целом, объёмы экспорта снизились на 37,9 %.

Рассмотрим структуру экспорта по основным странам, что представлено в таблице 4.¹⁸

Таблица 4 – Структура экспорта фото- и кинотоваров в мире в 2007-2016 гг. в разрезе стран

в процентах

Страна	2007 г.	2010 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изменение, 2016 г. к 2007 г.
Япония	25,3	28,1	26,6	27,0	37,1	11,8
США	16,2	17,0	14,4	16,2	19,4	3,1
Бельгия	11,2	9,2	7,1	6,3	7,3	-3,9
Германия	10,4	8,4	9,3	9,3	12,4	2,0
Франция	7,3	4,4	2,3	2,0	2,4	-4,9
Прочие	29,6	33,0	40,2	39,1	21,5	-8,1
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

Как видно из таблицы, Япония в рассматриваемом периоде нарастила объёмы экспорта была стабильно наибольшей и не опускалась ниже 25,3 %.

¹⁸ Trendeconomy.ru. Мировой экспорт фото- и кинотоваров в 2016 году [Электр. источник]. – URL: http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/commodity_h2?kf=kfv_commodity_h2&time_period=2007,2008,2009,2010,2011,2012,2013,2014,2015,2016&trade_flow=Export&commodity=37. – 01.06/2017.

При этом, по итогам 2016 года данный показатель составил уже 37,1 %, что указывает на лидерство данной страны на рынке фото- и кинотоваров. Второй по значимости страной, экспортирующей наибольшую долю таких товаров, является США. Доля данной страны в периоде несколько увеличилась – с 16,2 % в 2007 году до 19,4 %. Также, выросла доля Германии – с 10,4 % до 12,4 %, в то время, как доля Бельгии снизилась с 11,2 % до 7,3 %, а Франции – с 7,3 % до 2,4 %. Доля прочих стран была относительно нестабильной, и составила от 29,6 % в начале до 21,5 % в конце периода. При этом, по итогам 2014 года она поднималась до 40,2 %.

Рассмотрим крупнейших импортёров фото- и кинотоваров в мире, что представлено в таблице 5.¹⁹

Таблица 5 – Крупнейшие импортёры фото- и кинотоваров в мире в 2007-2016 гг.

В МЛН. ДОЛЛ.

Страна	2007 г.	2010 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Темп роста, 2016 г. к 2007 г.
США	2069	1743	1650	1643	1663	80,4
Германия	1342	940	1008	863	865	64,5
Франция	1316	755	535	452	463	35,2
Китай	1246	1929	2322	2273	2233	179,2
Бельгия	1065	601	393	323	318	29,9
Прочие	11516	10728	10526	9034	5982	51,9
Итого	18554	16696	16434	14588	11524	62,1

Анализ данных таблицы даёт возможность сделать вывод о том, что в число крупнейших импортёров фото- и кинотоваров входят, преимущественно, экономически развитые страны. При этом, динамика роста объёмов импорта наблюдается только по КНР. Если в 2007 году данная страна импортировала 1246 млн. долл. данных товаров, то по итогам 2016 года – уже на 2233 млн. долл., показав, таким образом, рост на 79,2 %.

Импорт из прочих стран, напротив, сокращался. Так, в США импорт

¹⁹ Trendeconomy.ru. Мировой экспорт фото- и кинотоваров в 2016 году [Электр. источник]. – URL: http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/commodity_h2?kf=kfv_commodity_h2&time_period=2007,2008,2009,2010,2011,2012,2013,2014,2015,2016&trade_flow=Export&commodity=37. – 01.06/2017.

уменьшился на 19,6 % – с 2069 до 1663 млн. долл. в периоде. В Германию в 2016 году было импортировано на 35,5 % меньше, нежели чем в 2007 году – 865 млн. долл. против 1342 млн. долл. Снижение по Франции составило почти 3 раза – с 1316 до 463 млн. долл., по Бельгии – на 70,1 % – с 1065 до 318 млн. долл., по прочим импортёрам – почти в 2 раза – с 11,5 до 6,0 млрд. долл.

Рассмотрим структуру импорта фото- и кинотоваров, что представлено в таблице 6.²⁰

Таблица 6 – Структура импорта фото- и кинотоваров в мире в 2007-2016 гг. в разрезе стран

в процентах

Страна	2007 г.	2010 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изменение, 2016 г. к 2007 г.
США	11,2	10,4	10,0	11,3	14,4	3,3
Германия	7,2	5,6	6,1	5,9	7,5	0,3
Франция	7,1	4,5	3,3	3,1	4,0	-3,1
Китай	6,7	11,6	14,1	15,6	19,4	12,7
Бельгия	5,7	3,6	2,4	2,2	2,8	-3,0
Прочие	62,1	64,3	64,1	61,9	51,9	-10,2
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что на начало периода крупнейшим импортёром были США с долей 11,2 %. По итогам 2016 года данная доля увеличилась на 3,3 % – до 14,4 %. Однако, на конец периода крупнейшим импортёром стал Китай. Если в 2007 году его доля составляла 6,7 %, то на конец периода – уже 19,4 % или на 12,7 % больше. Среди других импортёров крупнейшими являются Германия с долей в периоде от 5,6 % до 7,5 %, Франция с долей (от 3,1 % до 7,1 %), а также Бельгия с долей от 2,2 % до 5,7 %. Следует отметить, что по двум данным странам наблюдается существенное снижение доли.

Доля прочих импортёров в периоде снизилась с 62,1 % до 51,9 %. Данная доля больше доли прочих экспортёров, что говорит о большей диверсификации

²⁰ Trendeconomy.ru. Мировой экспорт фото- и кинотоваров в 2016 году [Электр. источник]. – URL: http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/commodity_h2?kf=kfv_commodity_h2&time_period=2007,2008,2009,2010,2011,2012,2013,2014,2015,2016&trade_flow=Export&commodity=37. – 01.06/2017.

импорта по сравнению с экспортом.

Основные направления движения фото- и кинотоваров между странами представлено в таблице 7.²¹

Таблица 7 – Основные направления движения фото- и кинотоваров в мире в 2016 году

Экспортёр	Импортёр	Сумма, млн. долл.	Доля в мировом экспорте, %
Япония	США	879	7,63
Япония	Азия (прочие)	801	6,95
Япония	КНР	696	6,04
США	КНР	533	4,63
Япония	Южная Корея	475	4,13
Южная Корея	КНР	443	3,85
Великобритания	Нидерланды	353	3,06
Япония	Великобритания	271	2,35
США	Мексика	221	1,92
Германия	Бельгия	189	1,64

Как видно из данной таблицы, основной объём торговли фото- и кинотоварами в мире ведётся между развитыми странами. При этом, значительные объёмы экспорта осуществляются из Японии в США, КНР и Южную Корею и Великобританию. Экспорт из европейских стран ведётся в европейские же страны. Экспорт из США ведётся, в основном, в КНР и Мексику.

Таким образом, по итогам проведённого анализа мирового рынка фото- и кинотоваров можно сделать следующие выводы по пункту 2.2:

1) наблюдается постепенное уменьшение объёмов торговли фото- и кинотоварами в мире, что обуславливается, прежде всего, процессами конвергенции фото- и кинотоваров с другими видами бытовой техники, что приводит к росту значимости цифровых носителей и снижению потребности в аналоговой технике и фотобумаге;

2) основные производители и потребители фото- и кинотоваров

²¹ Trendeconomy.ru. Мировой экспорт фото- и кинотоваров в 2016 году [Электр. источник]. – URL: http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/commodity_h2?kf=kfv_commodity_h2&time_period=2007,2008,2009,2010,2011,2012,2013,2014,2015,2016&trade_flow=Export&commodity=37. – 01.06/2017.

приходятся на экономически развитые страны. Крупнейшим экспортёром данных товаров является Япония, в качестве крупнейшего импортёра к концу периода выступает КНР.

2.3 Меры таможенно-тарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ в условиях ЕАЭС

Следует отметить, что меры таможенно-тарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ регламентируются достаточно узкой нормативно-правовой базой. В качестве основных документов, используемых для импорта данных товаров, возможно выделить:

1) Информация Федеральной таможенной службы от 23.01.2013 г.;

Данным документом установлен Единый список продукции, подлежащей обязательной сертификации, при помещении под таможенные режимы, предусматривающие возможность отчуждения или использования в соответствии с ее назначением на таможенной территории Российской Федерации.

В данный список входят плёнки радиографические медицинские (группы ТН ВЭД 3701-3702, 3704).

2) Соглашение Правительств государств-участников стран СНГ от 20.11.2009 г. «О Правилах определения страны происхождения товаров в Содружестве Независимых Государств»;

Данным документом устанавливается порядок определения страны происхождения товара, что является обязательным при импорте фото- и кинотоваров в РФ.

3) Письмо ФТС России № 06-42/59089 от 2.12.2011 г.

Данным письмом установлен справочник «Документы и сведения, используемые для классификации товаров по ТН ВЭД ТС». Справочник содержит перечень сведений, подтверждающих классификационный код товара по ТН ВЭД ТС, и документов, содержащих данные сведения.

Применительно к товарам по кодам ТН ВЭД ТС 3701-3703 и 3706 в качестве признаков используется длина (м) и ширина (мм) товара (плёнки).

Обязательным условием внешнеэкономических операций с данными товарами является наличие технических условий (стандарт организации) или информации с этикеток (упаковки) товара.

Для экспорта данных товаров в качестве наиболее значимых документов также выступают:

1) Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21.04.2015 № 30;

Согласно данного решения, вывоз культурных ценностей осуществляется при наличии лицензии, оформленной в соответствии с Инструкцией об оформлении заявления на выдачу лицензии на экспорт или импорт отдельных видов товаров и об оформлении такой лицензии, утвержденной Решением Коллегии ЕЭК от 6 ноября 2014 г. № 199, или заключения, составленного по форме, утвержденной Решением Коллегии ЕЭК от 16 мая 2012 г. № 45.

2) Письмо ФТС России № 06-42/59089 от 2.12.2011 г.,

Согласно данного документа устанавливаются классифицирующие признаки данных товаров.

Проведём анализ динамики ставок импортных пошлин на фото- и кинотовары, которые представлены в таблице 8.²²

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что ставки таможенных пошлин на импорт фото- и кинотоваров в РФ в период с 2011 по 2013 гг. не менялись. Начиная с 2014 г. начали сокращаться наиболее высокие ставки. Так, в 2014 году снизилась максимальная ставка на фотохимикаты с 10 % до 8,3 % до 6,5 % в 2015-2017 гг. Ставка на фотобумагу начала снижаться с 2015 г. В результате этого максимальный уровень ставки снизился с первоначальных 15 % до 9,2 %. Ставка по фотоматериалам со звуковой дорожкой сократилась в периоде с 10 % до 9,2 %. По всем остальным позициям снижения ставок не зафиксировано, по причине того, что они находятся в пределах от нуля до 5 %.

²² Решение Совета ЕЭК «Об утверждении единой товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности ЕАЭС и ЕТТ ЕАЭС» №54 от 16.07.2012 г. [Электр. источник]. – URL: www.consultant.ru. – 01.06.2017.

Таблица 8 – Динамика ставок импортных пошлин на фото- и кинотовары в ЕАЭС в 2011-2017 гг.

Код ТН ВЭД	Уровень ставки, %						
	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Фотопластинки и фотоплёнка (код 3701)	0; 5	0; 5	0; 5	0; 5	0; 5	0; 5	0; 5
Фотоплёнка в рулонах (код 3702)	0; 5	0; 5	0; 5	0; 5	0; 5	0; 5	0; 5
Фотобумага (код 3703)	5; 15	5; 15	5; 15	5; 15	5; 14,6	5; 11,9	5; 9,2
Фотоматериалы не проявленные (код 3704)	5	5	5	5	5	5	5
Фотоматериалы проявленные (код 3705)	5	5	5	5	5	5	5
Фотоматериалы со звуковой дорожкой (код 3706)	10	10	10	10	10	10	9,2
Фотохимикаты (код 3707)	5; 10	5; 10	5; 10	5; 8,3	5; 6,5	5; 6,5	5; 6,5

Следует также отметить тот факт, что экспортных пошлин на фото- и кинотовары в РФ не зафиксировано.

Фото- и кинотовары занимают существенное место в деятельности современного общества. В связи с этим, проведём анализ динамики объёмов внешней торговли данными товарами в РФ в целом и в рамках ЕАЭС. Динамика объёмов экспорта фото- и кинотоваров из РФ представлена на рисунке 3.²³

Анализ представленных на рисунке данных позволяет сделать вывод о том, что максимальные объёмы экспорта фото- и кинотоваров наблюдались в 2007-2008 гг., когда они составили 12,6 – 22,1 млн. долл. В последствии, данные объёмы не были достигнуты. Начиная с 2009 года объёмы экспорта составляли от 6,4 до 10,2 млн. долл. При этом, максимальное значение экспорта наблюдалось в 2011 и 2014 гг., когда они составили 9,0 и 10,2 млн. долл. соответственно, однако, в целом объёмы российского экспорта данных товаров составило от 6 до 8 млн. долл., что свидетельствует о том, что данное направление внешней торговли в нашей стране развито слабо.

²³ ФТС РФ. ТСВТ [Электр. источник]. – URL: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:3705191069194564::NO.> – 01.06.2017.

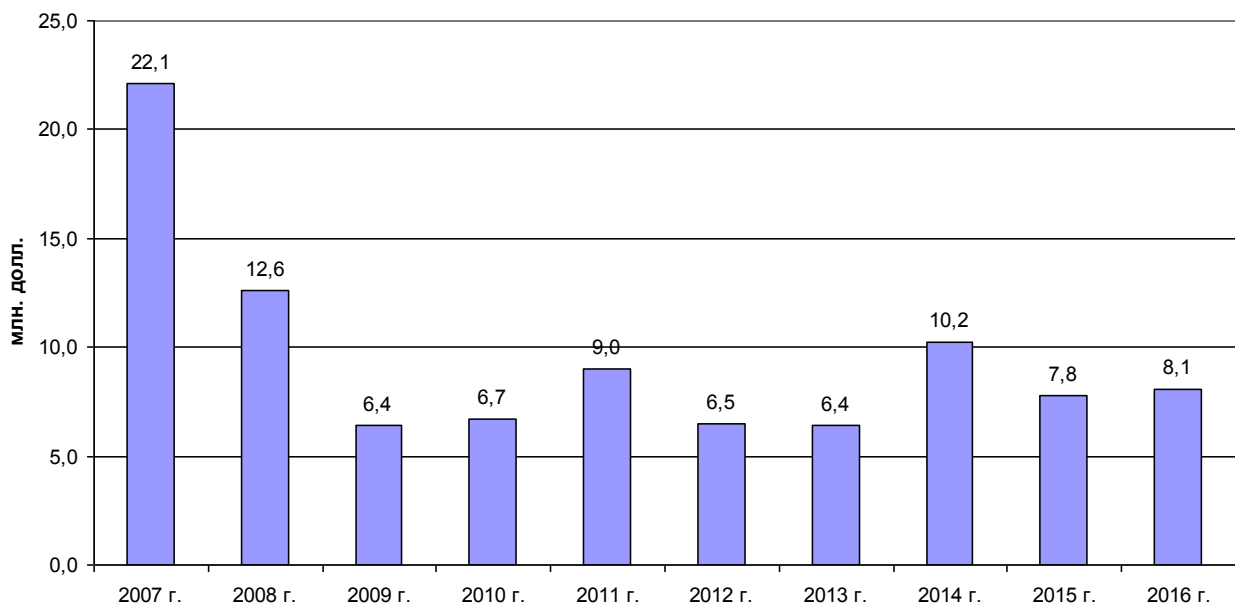


Рисунок 3 – Динамика объемов экспорта фото- и кинотоваров из РФ в 2007-2016 гг.

Рассмотрим динамику объемов импорта фото- и кинотоваров в РФ представлена на рисунке 4.²⁴

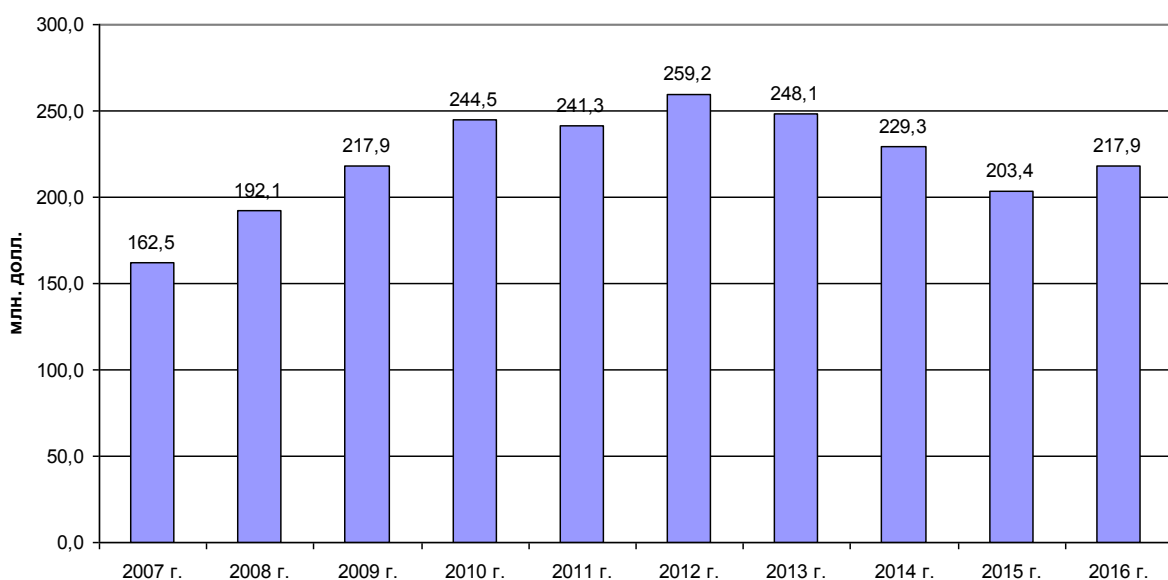


Рисунок 4 – Динамика объемов импорта фото- и кинотоваров в РФ в 2007-2016 гг.

Анализ представленных на рисунке данных позволяет сделать вывод о

²⁴ ФТС РФ. ТСВТ [Электр. источник]. – URL: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:3705191069194564::NO.> – 01.06.2017.

том, что динамике импорта фото- и кинотоваров в РФ свойственна волнообразная динамика развития. Так, если в 2007 году объёмы такого импорта составляли 162,5 млн. долл., после чего он начал увеличиваться, достигнув максимума по итогам 2012 года в размере 259,2 млн. долл. Затем, объёмы импорта стали снижаться, результатом чего объём данного импорта составил по итогам 2015 года 203,4 млн. долл. В 2016 году импорт несколько вырос и составил 217,9 млн. долл.

Динамика сальдо внешнеторговой деятельности РФ в части фото- и кинотоваров представлена на рисунке 5.²⁵

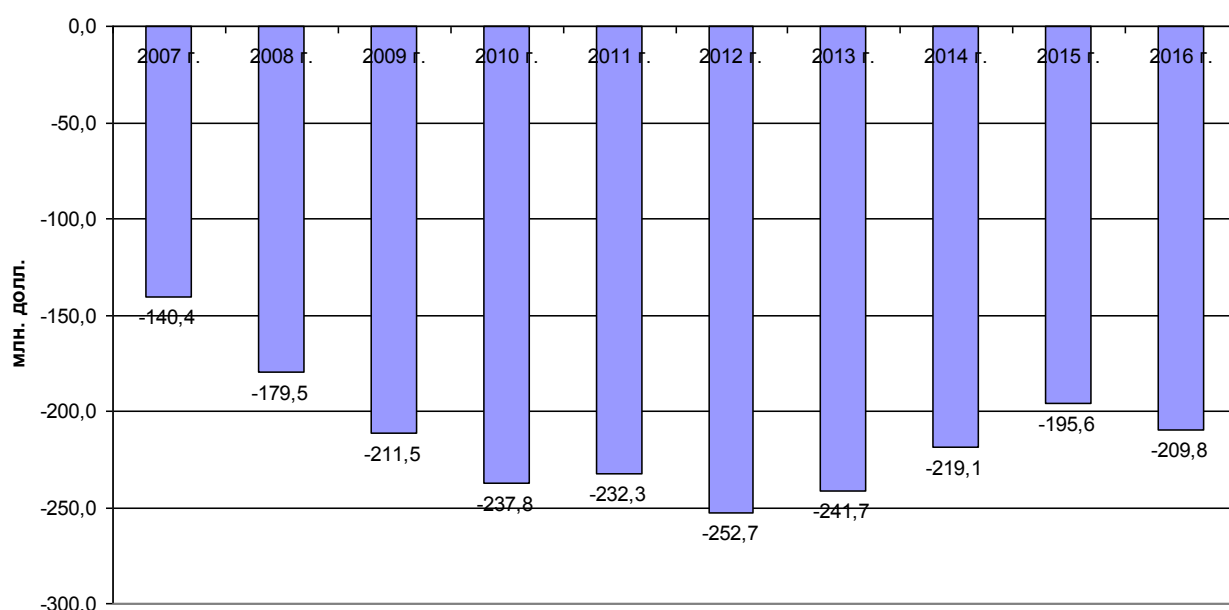


Рисунок 5 – Динамика сальдо внешнеторговой деятельности по фото- и кинотоварам РФ в 2007-2016 гг.

Анализ представленной динамики позволяет сделать вывод о том, что в целом сальдо торговли фото- и кинотоварами РФ стабильно отрицательное и имеет значительные объёмы. При этом, если в 2007 году оно составляло – 146,4 млн. долл., то по итогам 2012 года оно выросло по абсолютной величине до 252,7 млн. долл.

По итогам 2016 года данный показатель несколько снизился и составил –

²⁵ ФТС РФ. ТСВТ [Электр. источник]. – URL: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:3705191069194564::NO.> – 01.06.2017.

209,8 млн. руб., а в целом за период с 2009 по 2016 год отрицательное сальдо было меньше 200 млн. долл. только по итогам 2015 года, когда оно составило – 195,6 млн. долл.

Проведём анализ динамики экспорта товаров по видам в разрезе кодов ТН ВЭД, что представлено в таблице 9.²⁶

Таблица 9 – Динамика экспорта фото- и кинотоваров из РФ в 2010-2016 гг.

В млн. долл.

Товар	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Фотопластинки и фотоплёнка (код 3701)	0,8	0,4	2,1	2,2	2,4	2,7	2,7
Фотоплёнка в рулонах (код 3702)	0,4	0,2	0,4	1,1	3,2	0,8	0,7
Фотобумага (код 3703)	0,3	0,4	0,6	0,6	1,0	0,8	0,6
Фотоматериалы не проявленные (код 3704)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,2	0,0
Фотоматериалы проявленные (код 3705)	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Фотоматериалы со звуковой дорожкой (код 3706)	4,1	6,1	1,3	0,4	0,0	0,0	0,1
Фотохимикаты (код 3707)	1,1	1,9	2,1	2,0	3,3	3,3	4,0
Итого	6,7	9,0	6,5	6,4	10,2	7,8	8,1

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что наблюдается рост объёмов экспорта фотопластинок и фотоплёнки (код ТН ВЭД 3701). Если на начало периода он составлял 0,8 млн. долл., то на конец периода – уже 2,7 млн. долл. или более чем в 3 раза. Объём экспорта фотоплёнки в рулонах также вырос в периоде с 0,4 млн. долл. в 2010 году до 0,7 млн. долл. по итогам 2016 года, или в 1,7 раза. Аналогично выросли и объёмы фотобумаги (код ТН ВЭД 3703) – с 0,3 млн. долл. в 2010 году до 0,6 млн. долл. по итогам 2016 года. Объём экспорта не проявленных фотоматериалов (код ТН ВЭД 3704) очень невелик и составляет не более 0,3 млн. долл. ежегодно. Ещё меньше объёмы экспорта проявленных фотоматериалов (код ТН ВЭД 3705), которые не превышали 0,1 млн. долл. в год.

²⁶ ФТС РФ. ТСВТ [Электр. источник]. – URL: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:3705191069194564::NO.> – 01.06.2017.

Существенно больше объёмы фотоматериалов со звуковой дорожкой (фильмов), объём которых составил от нуля до 6,1 млн. долл. в периоде, однако, наибольшие суммы наблюдались в 2010-2011 гг., в последние годы экспорта данных товаров не было. Объём экспорта фотохимикатов (код ТН ВЭД 3707) в периоде заметно вырос. Если в начале периода он составлял 1,1 млн. долл., то на конец периода – уже 4,0 млн. долл. Таким образом, возможно сделать вывод о существенном изменении структуры экспорта фототоваров из РФ.

Структура экспорта фото- и кинотоваров из РФ представлены в таблице 10.²⁷

Таблица 10 – Структура экспорта фото- и кинотоваров из РФ в 2010-2017 гг.

В процентах

Товар	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Фотопластинки и фотоплёнка (код 3701)	11,9	4,4	32,3	34,4	23,5	34,6	33,3
Фотоплёнка в рулонах (код 3702)	6,0	2,2	6,2	17,2	31,4	10,3	8,6
Фотобумага (код 3703)	4,5	4,4	9,2	9,4	9,8	10,3	7,4
Фотоматериалы не проявленные (код 3704)	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9	2,6	0,0
Фотоматериалы проявленные (код 3705)	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0
Фотоматериалы со звуковой дорожкой (код 3706)	61,2	67,8	20,0	6,3	0,0	0,0	1,2
Фотохимикаты (код 3707)	16,4	21,1	32,3	31,3	32,4	42,3	49,4
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Анализ структуры экспорта фото- и кинотоваров из РФ позволяет сделать вывод о том, что по коду 3701 наблюдается рост доли. Если на начало периода она составляла 11,9 %, то на конец – уже 33,3 %. Доля фотоплёнки в рулонах выросла слабо – 6 % до 8,6 %, однако, в 2014 году доля данной статьи краткосрочно увеличивалась до 31,4 %. Доля фотобумаги в экспорте незначительно выросла – с 4,5 % до 7,4 %. Доля не проявленных и проявленных фотоматериалов в периоде была минимальна, и составляла не более 2,9 % и 1,6

²⁷ ФТС РФ. ТСВТ [Электр. источник]. – URL: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:3705191069194564::NO.> – 01.06.2017.

% соответственно, не формируя в большей части периода никакой доли. Доля кинофильмов (код 3706) в экспорте существенно снизилась. Если на начало периода она составляла 61,2 %, то на конец периода она снизилась до 1,2 %. Доля фотохимикатов в периоде заметно увеличилась. Если на начало периода она составляла 16,4 %, то на конец – уже 49,4 % или почти в 3 раза больше. Таким образом, можно сделать вывод о том, что структура экспорта фото- и кинотоваров из РФ существенно изменилась.

Динамика состава импорта фото- и кинотоваров в РФ представлена в таблице 11.²⁸

Таблица 11 – Динамика импорта фото- и кинотоваров в РФ в 2010-2016 гг.

В миллионах долларов

Товар	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Фотопластинки и фотоплёнка (код 3701)	109,1	109,0	118,0	116,2	105,4	73,3	75,1
Фотоплёнка в рулонах (код 3702)	52,6	49,6	37,9	24,8	16,8	16,0	16,3
Фотобумага (код 3703)	19,0	17,7	18,5	16,5	14,3	11,3	11,3
Фотоматериалы не проявленные (код 3704)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0
Фотоматериалы проявленные (код 3705)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,8	0,2
Фотоматериалы со звуковой дорожкой (код 3706)	1,5	0,9	0,6	0,2	0,0	0,0	0,0
Фотохимикаты (код 3707)	62,0	63,8	83,9	90,1	92,5	101,9	115,0
Итого	244,5	241,3	259,2	248,1	229,3	203,4	217,9

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что импорт фотопластинок и фотоплёнки по коду ТН ВЭД 3701 в период 2010-2014 г. превышал 100 млн. долл., а в период 2010-2013 гг. демонстрировался небольшой рост. Однако, в 2015-2016 гг. объёмы импорта снизились до 73-75 млн. долл. или в 1,4 раза.

Также, существенно снизился объём фотоплёнке в рулонах по коду ТН ВЭД 3702. Так, если в 2010 году он составлял 52,6 млн. долл., то в 2016 году –

²⁸ ФТС РФ. ТСВТ [Электр. источник]. – URL: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:3705191069194564::NO.-01.06.2017>.

уже 16,3 млн. долл. или более чем в 3 раза. При этом, в отличие от фотопластинок и фотоплёнки, снижение объёмов импорта происходило постепенно. Объёмы импорта фотобумаги также снизились в периоде с 19,0 до 11,3 млн. долл. При этом, в период 2010-2013 гг. объёмы импорта снижались незначительно, однако, по итогам 2015 года снижение экспорта составило 3 млн. долл. или в 1,5 раза относительно досанкционного периода. Объёмы импорта фотоматериалов были небольшими, и не превышали 0,1 млн. долл. Также, небольшие объёмы фиксировались и по проявленным фотоматериалам по коду ТН ВЭД 3705, которые не превышали 0,8 млн. долл. Объёмы импорта фотоматериалов со звуковой дорожкой по коду ТН ВЭД 3706 также снизились – с 1,5 млн. долл. в 2010 году до нуля в 2016 году. Объёмы импорта фотохимикатов в рассматриваемом периоде увеличивались постоянно. Если на начало периода объём импорта составлял 62 млн. долл., то в 2016 году – уже 115 млн. долл. или в 1,9 раза больше.

Проведём анализ структуры импорта фотоматериалов по видам, что представлено в таблице 12.²⁹

Таблица 12 – Структура импорта фотоматериалов в РФ в 2010-2016 гг.

В процентах

Товар	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Фотопластинки и фотоплёнка (код 3701)	44,6	45,2	45,5	46,8	46,0	36,0	34,5
Фотоплёнка в рулонах (код 3702)	21,5	20,6	14,6	10,0	7,3	7,9	7,5
Фотобумага (код 3703)	7,8	7,3	7,1	6,7	6,2	5,6	5,2
Фотоматериалы непроявленные (код 3704)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фотоматериалы проявленные (код 3705)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,4	0,1
Фотоматериалы со звуковой дорожкой (код 3706)	0,6	0,4	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0
Фотохимикаты (код 3707)	25,4	26,4	32,4	36,3	40,3	50,1	52,8
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Анализ полученных результатов позволяет сделать вывод о том, что доля

²⁹ ФТС РФ. ТСВТ [Электр. источник]. – URL: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:3705191069194564::NO.> – 01.06.2017.

фотопластинок и фотоплёнки снижалась. Если на начало периода данная доля была 44,6 %, то на конец периода – уже только 34,5 % или более чем на 10 % меньше. Также снижалась доля и фотоплёнки в рулонах – от 21,5 % в начале до 7,5 % – в его конце.

Доля фотобумаги по коду ТН ВЭД 3703 наблюдается постепенное снижение доли – с 7,8 % до 5,2 % в периоде. Доля непроявленных фотоматериалов во всём периоде исследования была нулевой, а проявленных – от 0,1-0,4 %, что свидетельствует о малой значимости данных товарных групп в импорте. Также, снизилась с 0,6 % до нуля доля фотоматериалов со звуковой дорожкой. Доля фотохимикатов на начало периода была существенной, но не определяющей в размере 25,4 %. Однако, в последствии она выросла до 52,8 % или более чем в 2 раза в доле, став основной статьёй импорта. Данный факт свидетельствует о том, что импорт сместился в пользу расходных материалов, нежели в пользу готовых товаров.

Проведём анализ динамики экспорта фототоваров из РФ по странам, которые не входят в состав ЕАЭС. Соответствующие данные представлены в таблице 13.³⁰

Таблица 13 – Состав экспорта кино- и фототоваров по странам в 2010-2016 гг.

В миллионах долларов

Страна	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Украина	1,9	0,7	0,8	0,6	3,4	3,7	2,6
Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6
Франция	0,8	1,8	1,3	0,3	1,3	0,1	0,0
Нидерланды	0,0	0,0	0,0	0,6	0,7	0,3	0,0
Япония	0,0	0,4	0,0	0,0	0,9	0,0	0,0
США	0,0	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1
Прочие	4,0	5,8	4,2	4,8	3,7	3,5	3,8
Итого	6,7	9,0	6,5	6,4	10,2	7,8	8,1

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что крупнейшим импортёром российских фото- и кинотоваров является

³⁰ ФТС РФ. ТСВТ [Электр. источник]. – URL: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:3705191069194564::NO.> – 01.06.2017.

Украина, объёмы экспорта в которую увеличились в периоде с 1,9 до 2,6 млн. долл. Также, на конец периода велика доля КНР – 1,6 млн. долл. Среди других крупнейших импортёров данных товаров – Франция (от нуля до 1,8 млн. долл.), Нидерланды (от нуля до 0,7 млн. долл.), Япония (от нуля до 0,9 млн. долл.) и США (от нуля до 0,3 млн. долл.). При этом, следует отметить, что объёмы экспорта из РФ, кроме Украины – нестабильны.

Рассмотрим импорт данных товаров по странам (таблица 14).

Таблица 14 – Состав импорта фото- и кинотоваров по странам в 2010-2016 гг.

В миллионах долларов

Страна	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Япония	28,2	33,8	51,1	55,3	61,4	55,3	52,3
КНР	24,3	29,6	33,8	32,2	30,4	31,9	43,4
США	71,7	66,8	70,7	54,5	38,7	29,8	27,4
Бельгия	24,7	31,2	29,3	32,8	31,7	28,7	29,6
Германия	26,8	23,1	23,3	24,4	24,3	12,1	17,2
Нидерланды	23,7	17,8	20,2	20,7	14,9	13,2	14,3
Прочие	45,1	39,0	30,8	28,2	27,9	32,4	33,7
Итого	244,5	241,3	259,2	248,1	229,3	203,4	217,9

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что на конец периода наибольшие объёмы поставок в РФ фото- и кинотоваров пришлось из Японии. Так, в период 2011-2016 гг. объёмы импорта превышали ежегодно 50 млн. долл. Второй страной по объёмам импорта на конец периода стал КНР. Из неё импорт увеличился с 24,3 до 43,4 млн. долл. в периоде. Объёмы импорта из США, напротив, снизились – с 71,7 млн. долл. в начале периода до 27,4 млн. долл. – в его конце. Также, крупными экспортёрами в РФ выступают такие страны, как Бельгия, Германия и Нидерланды, объём поставок которых составляет 10-30 млн. долл., однако, уступает первым трём. Прочие страны-поставщики формируют от 45,1 млн. долл. в начале до 33,7 млн. долл. – в конце периода.

Рассмотрим структуру импорта фото- и кинотоваров по основным

странам (таблица 15).³¹

Таблица 15 – Структура импорта фото- и кинотоваров по странам в 2010-2016 гг.

В процентах

Страна	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Япония	11,5	14,0	19,7	22,3	26,8	27,2	24,0
КНР	9,9	12,3	13,0	13,0	13,3	15,7	19,9
США	29,3	27,7	27,3	22,0	16,9	14,7	12,6
Бельгия	10,1	12,9	11,3	13,2	13,8	14,1	13,6
Германия	11,0	9,6	9,0	9,8	10,6	5,9	7,9
Нидерланды	9,7	7,4	7,8	8,3	6,5	6,5	6,6
Прочие	18,4	16,2	11,9	11,4	12,2	15,9	15,5
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что доля Японии в периоде увеличивалась. Если на начало периода она составляла 11,5 %, то на конец – уже 24 % или более чем в 2 раза больше. На начало периода крупнейшим импортёром в РФ были США с долей 29,3 %, однако, на конец периода их доля сократилась до 12,6 %. В то же время, доля КНР выросла в 2 раза – с 9,9 % до 19,9 %. Доля Бельгии выросла в периоде с 10,1 % до 13,6 %, а Германии – снизилась с 11 % до 7,9 %. Также снижалась и доля Нидерландов – с 9,7 % до 6,6 %. Доля прочих поставщиков составила от 18,4 % в начале до 15,5 % в конце периода.

Рассмотрим динамику торговли фото- и кинотоварами в рамках ЕАЭС. Динамика основных показателей внешней торговли РФ со странами ЕАЭС представлена в таблице 16.³²

Анализ данных, представленных в таблице, даёт возможность сделать

³¹ ФТС РФ. ТСВТ [Электр. источник]. – URL: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:7:3705191069194564::NO.> – 01.06.2017.

³² ЕЭК ЕАЭС. Статистика взаимной торговли [Электр. источник]. – URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/intra/Pages/default.aspx – 01.06.2017.

вывод о том, что объёмы экспорта фото- и кинотоваров из РФ в рассматриваемом периоде составляли от 4,8 до 9,4 млн. долл.

Таблица 16 – Динамика объёмов внешней торговли РФ со странами ЕАЭС фото- и кинотоварами в 2010-2016 гг.

В тысячах долларов

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Экспорт	9400,3	6228,2	6448,2	8382,2	9356,5	5951,6	4848,0
Импорт	112,6	237,4	214,1	217,4	881,6	1843,1	984,2
Сальдо	9287,7	5990,8	6234,1	8164,8	8474,9	4108,5	3863,8

При этом, в период 2010-2014 гг. объёмы экспорта данных товаров были достаточно стабильными, однако затем, в 2015 году объёмы экспорта данных товаров снизились до 6,0 млн. долл., а в 2016 году – до 4,9 млн. долл. Объёмы импорта в рассматриваемом периоде были стабильными в период 2010-2013 гг., составляя около 200 тыс. долл. Однако, уже по итогам 2014 года фиксируется рост показателя до 0,9 млн. долл., а в 2015 году он вырос до 1,8 млн. долл. Данный рост был недолгим, так как уже в 2016 году фиксируется снижение объёмов импорта до 1,0 млн. долл. Сальдо внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ положительное во всём периоде исследования. Однако, наблюдается снижение данного показателя. Если в 2010-2014 гг. он составлял от 6,0 до 9,3 млн. долл., то в 2015 году фиксируется его снижение до 4,1 млн. долл., а в 2016 году – ещё до 3,9 млн. долл. Тем не менее, наша страна остаётся чистым нетто-экспортёром данных товаров в страны ЕАЭС.

Рассмотрим динамику экспорта по составу, что представлено в таблице 17.³³

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что по фотопластинкам наблюдалась повышательная динамика объёмов

³³ ЕЭК ЕАЭС. Статистика взаимной торговли [Электр. источник]. – URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/intra/Pages/default.aspx – 01.06.2017.

экспорта в период с 2010 по 2014 годы включительно. За этот период объём экспорта данных товаров увеличился с 462,4 до 4581,9 тыс. долл. или более чем в 10 раз, однако, затем он снизился до 1,8 млн. долл. по итогам 2016 года.

Таблица 17 – Динамика экспорта фото- и кинотоваров из РФ по видам в 2010-2016 гг.

В тысячах долларов

Товар	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Фотопластинки и фотоплёнка (код 3701)	462,4	1300,6	2342,3	3145,9	4581,6	1921,3	1795,6
Фотоплёнка в рулонах (код 3702)	0,0	0,0	1,6	1143,2	590,9	615,8	452,5
Фотобумага (код 3703)	269,2	384,5	502,5	618,2	797,2	558,9	444,2
Фотоматериалы непроявленные (код 3704)	0,0	4,7	33,7	5,5	0,3	165,4	26,0
Фотоматериалы проявленные (код 3705)	21,2	65,9	75,7	271,7	22,3	12,8	3,7
Фотоматериалы со звуковой дорожкой (код 3706)	8140,9	3526,4	2596,3	1819,5	217,4	0,0	0,0
Фотохимикаты (код 3707)	506,6	946,1	896,1	1378,2	3146,8	2677,4	2126,0
Итого	9400,3	6228,2	6448,2	8382,2	9356,5	5951,6	4848,0

Объёмы экспорта фотоплёнки в рулонах в период 2010-2012 гг. оставались минимальными, однако, затем, в 2013 году они резко увеличились до 1,1 млн. долл., после чего наблюдалось снижение объёмов экспорта до 0,5-0,6 млн. долл. ежегодно. Объёмы экспорта фотобумаги в периоде выросли с 269,2 тыс. долл. в начале до 444,2 тыс. долл. в конце него. Объёмы экспорта непроявленных фотоматериалов в 2010-2014 гг. были очень небольшими, после чего в 2015 году их экспорт несколько вырос. Также, невелики и объёмы проявленных фотоматериалов, экспорт которых не превышал во всём периоде 300 тыс. долл. В период с 2010 по 2013 годы объём фотоматериалов со звуковой дорожкой был значительным, и составлял от 1,8 до 8,1 млн. долл., однако, по итогам 2016 года данная статья экспорта снизилась до нуля. Объёмы экспорта фотохимикатов, напротив, увеличивались. Если в 2010 году они составляли 0,5 млн. долл., то по итогам 2014-2016 гг. их объём вырос до 2-3 млн. долл.

Рассмотрим структуру экспорта фото- и кинотоваров из РФ в страны ЕАЭС, что представлено в таблице 18.

Таблица 18 – Структура экспорта фото- и кинотоваров из РФ в страны ЕАЭС в 2010-2016 гг.

В процентах

Товар	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Фотопластинки и фотоплёнка (код 3701)	4,9	20,9	36,3	37,5	49,0	32,3	37,0
Фотоплёнка в рулонах (код 3702)	0,0	0,0	0,0	13,6	6,3	10,3	9,3
Фотобумага (код 3703)	2,9	6,2	7,8	7,4	8,5	9,4	9,2
Фотоматериалы не проявленные (код 3704)	0,0	0,1	0,5	0,1	0,0	2,8	0,5
Фотоматериалы проявленные (код 3705)	0,2	1,1	1,2	3,2	0,2	0,2	0,1
Фотоматериалы со звуковой дорожкой (код 3706)	86,6	56,6	40,3	21,7	2,3	0,0	0,0
Фотохимикаты (код 3707)	5,4	15,2	13,9	16,4	33,6	45,0	43,9
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Расчёты автора

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что фотопластинки как товар существенно увеличили свою долю – с 4,9 % в начале периода до 37 % в его конце, достигая почти 50 % в 2014 году. Доля фотоплёнки в рулонах в экспорте увеличилась с нуля до 9,3 % в периоде, а фотобумаги – с 2,9 % до 9,2 %. Доли не проявленных и проявленных фотоматериалов не превышали 2,8 % и 3,2 % соответственно, и не оказывали значимого влияния на структуру экспорта фото- и киноматериалов. Доля фотоматериалов со звуковой дорожкой активно снижалась. Если в начале периода данный показатель составлял 86,6 %, то на конец периода он стал нулевым. Доля фотохимикатов, напротив, увеличилась с 5,4 % до 43,9 %. Указанные изменения свидетельствуют о существенном изменении структуры

экспорта из РФ указанных материалов.

Динамика импорта фото- и киноматериалов в РФ из ЕАЭС представлена в таблице 19.³⁴

Таблица 19 – Динамика импорта фото- и киноматериалов в РФ из ЕАЭС в 2010-2016 гг.

В тысячах долларов

Товар	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Фотопластинки и фотоплёнка (код 3701)	43,9	262,2	126,5	186,1	395,9	143,9	190,3
Фотоплёнка в рулонах (код 3702)	0,0	0,0	0,4	0,0	123,1	10,2	11,8
Фотобумага (код 3703)	0,0	0,0	0,0	10,1	162,5	238,5	168,0
Фотоматериалы непроявленные (код 3704)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фотоматериалы проявленные (код 3705)	66,7	0,4	22,8	3,4	2,2	613,8	22,0
Фотоматериалы со звуковой дорожкой (код 3706)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	2,3
Фотохимикаты (код 3707)	2,0	9,9	64,4	27,8	197,9	836,4	589,8
Итого	112,6	237,4	214,1	217,4	881,6	1843,1	984,2

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что наблюдается рост объёмов импорта фотопластинок и фотоплёнки в РФ в периоде. Если на начало периода он составлял 43,9 тыс. долл., то в конце – уже 190,3 тыс. долл. более чем в 4 раза больше. Импорта фотоплёнки в рулонах в период до 2014 года практически не осуществлялся, однако, затем наблюдаются объёмы импорта в размере от 10,2 до 123,1 тыс. долл.

Также, до 2014 года в РФ не импортировалась из стран ЕАЭС фотобумага, однако, затем её импорт составил около 0,2 млн. долл. в год. Непроявленные фотоматериалы в РФ практически не поставлялись, также, как и фотоматериалы со звуковой дорожкой. Объёмы импорта проявленных фотоматериалов до 2015 года были минимальными, в 2015 году фиксируется ввоз данных товаров на сумму более 0,6 млн. долл., после чего снова

³⁴ ЕЭК ЕАЭС. Статистика взаимной торговли [Электр. источник]. – URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/intra/Pages/default.aspx – 01.06.2017.

наблюдается снижение объёмов. Объём импорта фотохимикатов в РФ также вырос – с 2 тыс. долл. в начале до почти 600 тыс. долл. в конце периода.

Структура импорта фото- и кинотоваров представлена в таблице 20.

Таблица 20 – Структура импорта фото- и кинотоваров в РФ из стран ЕАЭС в 2010-2016 гг.

В процентах

Товар	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Фотопластинки и фотоплёнка (код 3701)	39,0	110,4	59,1	85,6	44,9	7,8	19,3
Фотоплёнка в рулонах (код 3702)	0,0	0,0	0,2	0,0	14,0	0,6	1,2
Фотобумага (код 3703)	0,0	0,0	0,0	4,6	18,4	12,9	17,1
Фотоматериалы непроявленные (код 3704)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фотоматериалы проявленные (код 3705)	59,2	0,2	10,6	1,6	0,2	33,3	2,2
Фотоматериалы со звуковой дорожкой (код 3706)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Фотохимикаты (код 3707)	1,8	4,2	30,1	12,8	22,4	45,4	59,9
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Расчёты автора

Представленные в таблице данные позволяют сделать вывод о том, что по фотопластинкам и фотоплёнке, поставляемой из стран ЕАЭС наблюдается снижение доли с 39 % в начале до 19,3 % в конце периода. Доля фотоплёнки в рулонах кроме 2014 года не превышает в структуре 1,2 %, а по фотобумаге наблюдается рост доли с нуля до 17,1 % в периоде. Доля непроявленных материалов структуре нулевая во всём периоде. Доля проявленных материалов существенно колебалась – от 0,2 % до 59,2 %. Доля фотоматериалов со звуковой дорожкой не превышала 0,2 % и не оказывала значимого влияния на структуру импорта. Доля фотохимикатов, напротив, увеличилась в периоде с 1,8 % до 59,9 % и стала в нём определяющей статьёй.

Рассмотрим состав и структуру экспорта фототоваров из РФ в страны ЕАЭС, что представлено в таблице 21.³⁵

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том,

³⁵ ЕЭК ЕАЭС. Статистика взаимной торговли [Электр. источник]. – URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/intra/Pages/default.aspx – 01.06.2017.

что основными импортёрами фото- и кинотоваров в рассматриваемом периоде были Белоруссия и Казахстан. При этом, объёмы экспорта в Белоруссию колебались от 2,6 до 5,8 млн. долл., а в Казахстан они снизились с 6,8 млн. долл. по итогам 2010 года до 2,1 млн. долл. – в 2016 году. Объёмы экспорта в Армению и Казахстан минимальны. Соответственно, на долю Армении и Киргизии в целом приходится не более 3 % данного российского импорта, в то время, как на долю Белоруссии в периоде увеличилась с 27,3 % до 54,1 %, а доля Казахстана – снизилась с 72,7 % до 43,7 %.

Таблица 21 – Состав и структура экспорта фото- и кинотоваров из РФ в страны ЕАЭС в 2010-2016 г.

Страна	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Сумма, тыс .долл.							
Армения-	–	–	–	–	–	1,1	33,4
Белоруссия	2570,1	2861,2	4049,8	5135,8	5787,5	3706,4	2623,0
Казахстан	6830,2	3367,0	2398,4	3246,4	3568,8	2174,8	2116,6
Киргизия	–	–	–	–	–	69,3	108,4
Итого	9400,3	6228,2	6448,2	8382,2	9356,5	5951,6	4848,0
Доля, проценты							
Армения	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
Белоруссия	27,3	45,9	62,8	61,3	61,9	62,3	54,1
Казахстан	72,7	54,1	37,2	38,7	38,1	36,5	43,7
Киргизия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	2,2
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Состав и структура импорта фото- и кинотоваров в РФ из стран ЕАЭС представлена в таблице 22.³⁶

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что основным поставщиком фото- и кинотоваров в РФ из стран ЕАЭС была Белоруссия, доля которой колебалась от 65,3 % до 100 % в периоде. Вторым по поставкам был Казахстан, на который приходится доля от нуля до 34,6 %. Поставки из Армении и Киргизии нерегулярны и носят разовый характер.

На основании проведённого в пункте 2.3 исследования возможно сделать

³⁶ ЕЭК ЕАЭС. Статистика взаимной торговли [Электр. источник]. – URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/intra/Pages/default.aspx – 01.06.2017.

следующие выводы:

1) ввиду того, что фото- и кинотовары являются продукцией со значительным объёмом добавленной стоимости, меры таможенно-тарифного регулирования их внешнеторгового оборота направлены, прежде всего, на обеспечение их соответствия нормативным требованиям по сертификации. При этом, экспортные пошлины на данный товар не установлены, а уровень импортных пошлин имеет тенденцию к снижению. При этом, максимальный уровень импортных пошлин наблюдается по фотобумаге как товару, производимому в значительных количествах в РФ;

Таблица 22 – Состав и структура импорта фото- и кинотоваров в РФ из стран ЕАЭС в 2010-2016 г.

Страна	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Сумма, тыс .долл.							
Армения-	–	–	–	–	–	–	–
Белоруссия	110,6	237,4	174,7	198,6	723,2	1203,0	893,0
Казахстан	2,0	–	39,4	18,8	158,4	637,5	91,2
Киргизия	–	–	–	–	–	2,6	–
Итого	112,6	237,4	214,1	217,4	881,6	1843,1	984,2
Доля, проценты							
Армения	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Белоруссия	98,2	100,0	81,6	91,4	82,0	65,3	90,7
Казахстан	1,8	0,0	18,4	8,6	18,0	34,6	9,3
Киргизия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

2) объёмы экспорта данных товаров существенно уступают объёмам импорта. При этом, если в качестве основных импортёров в РФ выступают такие страны, как Япония, КНР и США, то экспорт из РФ нацелен, прежде всего, на страны ЕАЭС и СНГ;

3) особенностью внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ в современных условиях является то, что основным объектом и в экспорте и в импорте выступают фотохимикаты, а также – фотопластинки.

По итогам проведённого в главе 2 исследования возможно сделать следующие обобщающие выводы:

1) наблюдается стагнация рынка фото- и кинотоваров, прежде всего, по причине перехода к цифровой форме фотографии и цифровой же форме хранения фото, кино и видеодокументов. В качестве основных стран-поставщиков на данном рынке выступают Япония, США и Германия;

2) меры таможенно-тарифного регулирования внешнеторгового регулирования оборота фото- и кинотоваров нацелены, прежде всего, на регулирование их соответствия техническим условиям, значительных требований к ним не предъявляется, режим ввоза и вывоза существенно либерализован;

3) объёмы экспорта фото- и кинотоваров из РФ в страны, не относящиеся к ЕАЭС и СНГ очень малы, традиционным покупателем здесь выступает Украина. Объёмы импорта существенно больше экспорта, отрицательное сальдо торговли данными товарами ежегодно превышает 200 млн. долл.;

4) в ЕАЭС РФ является крупнейшим поставщиком фото- и кинотоваров, основными импортёрами на нём являются Белоруссия и Казахстан, однако, последний сокращает свою долю. При этом, наблюдается определённое сокращение экспорта данных товаров при росте импорта. Тем не менее, наблюдается положительное сальдо торговли данными товарами в ЕАЭС.

3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО И НЕТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ФОТО- И КИНОТОВАРАМИ В РФ В УСЛОВИЯХ ЕАЭС

3.1 Оценка факторов, влияющих на внешнюю торговлю фото- и кинотоварами в РФ на современном этапе

Проведём анализ факторов, влияющих на внешнюю торговлю фото- и кинотоварами. В качестве важнейшего фактора, который оказывает влияние на все производственные процессы, выделим сырьевой фактор. При этом, ввиду того, что фото- и кинотовары в своей основе имеют полимерную плёнку, объёмы торговли данными товарами должны в определённой степени зависеть от цены на нефть как исходного сырья для производства полимерной плёнки для них.

Оценка влияния среднегодовой цены на нефть на экспорт фото- и кинотоваров из РФ представлена на рисунке 6.

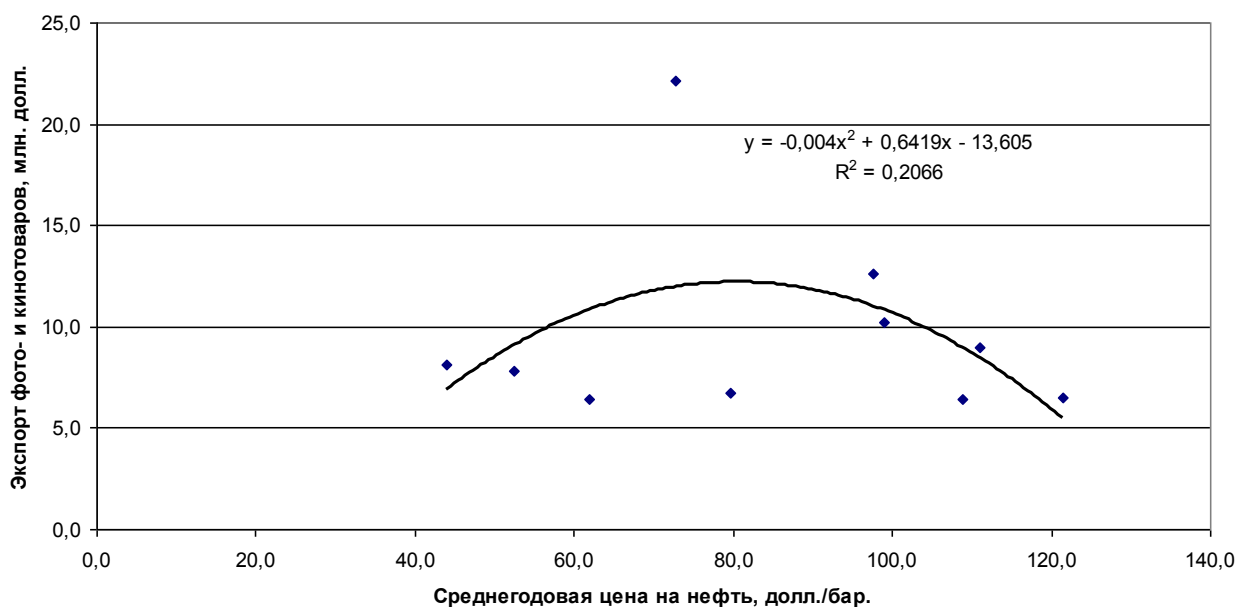


Рисунок 6 – Оценка влияния среднегодовой цены на нефть на экспорт фото- и кинотоваров из РФ в 2007-2016 гг.

Анализ представленных на рисунке данных позволяет сделать вывод о

том, что в целом зависимость экспорта фото- и кинотоваров из РФ от среднегодовой цены на нефть носит сложный характер. Применение к данной зависимости квадратичного полинома показывает, что полученное уравнение зависимости имеет разные знаки при членах уравнения, что свидетельствует о том, что с ростом среднегодовой цены на нефть объём экспорта российских фото- и кинотоваров может как уменьшаться, так и увеличиваться.

Следует отметить, что согласно полученной зависимости, оптимальным для экспорта рассматриваемых товаров из РФ является цена на нефть в размере 80 долл./барр., при которой объёмы экспорта составляют около 12,5 млн. долл. Во всех остальных случаях объёмы экспорта существенно меньше.

Полученный коэффициент детерминации в размере 0,2066 свидетельствует о том, что только 20,66 % всей дисперсии объясняется за счёт дисперсии среднегодовой цены на нефть, а остальные 69,34 % – за счёт факторов, которые не учитываются в уравнении регрессии.

Коэффициент корреляции составляет 0,4545, что позволяет сделать вывод о том, что зависимость объёмов экспорта от уровня среднегодовой цены на нефть – умеренной силы.

Также, необходимо указать тот факт, что с точки зрения макроэкономики, снижение стоимости нефти должно вести к снижению цены на полимеры, в том числе – на плёнку, используемую для производства фото- и кинотоваров, что, в свою очередь, должно приводить к росту экспорта. Однако, в реальности ситуация обратная, что свидетельствует о наличии и других зависимостей, среди которых возможно указать зависимость спроса на плёнку от общего количества денег в мировой экономике, так как дорогая нефть способствует разгону инфляции, что было продемонстрировано в период высоких цен на нефть в 2011-2013 гг.

Рассмотрим влияние среднегодовых цен на нефть как сырьё для производства фото- и кинопродукции. Можно предположить, что с ростом стоимости нефти будет наблюдаться рост импорта, так как нефть является для нашей страны одним из основных экспортных товаров.

Анализ влияния среднегодовой цены на нефть на импорт фото- и кинотоваров представлен на рисунке 7.

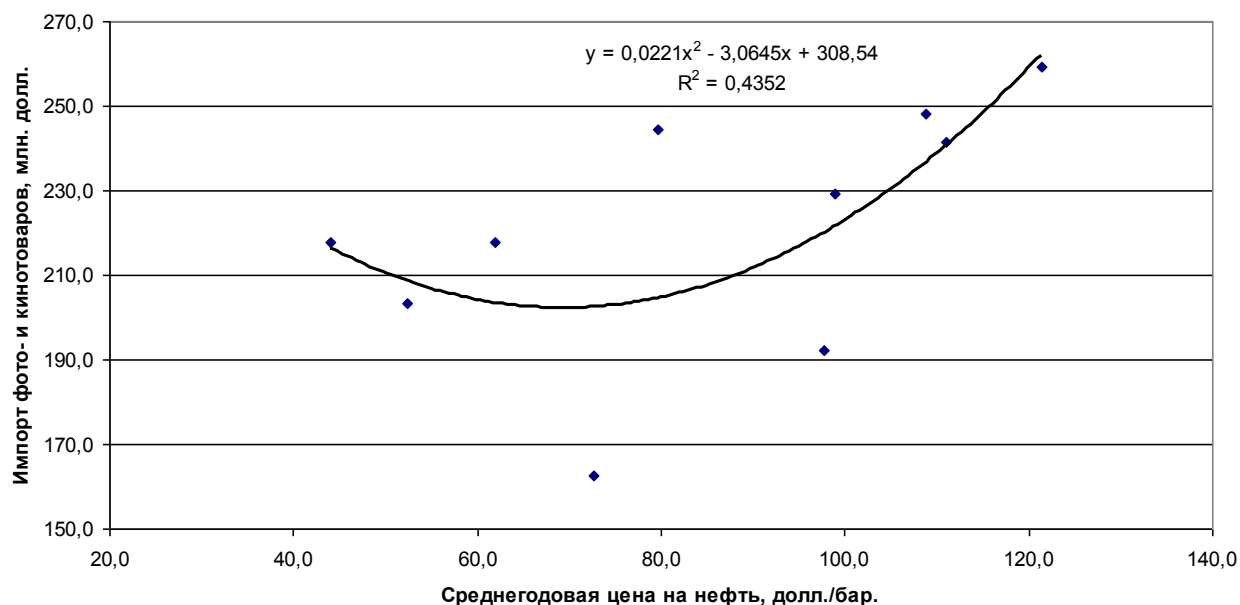


Рисунок 7 – Оценка влияния среднегодовой цены на нефть на импорт фото- и кинотоваров из РФ в 2007-2016 гг.

Анализ представленных на рисунке данных позволяет сделать вывод о том, что минимальные объёмы импорта приходятся на уровень среднегодовой цены на нефть в размере 70 долл./бар. Во всех остальных случаях объёмы импорта существенно больше при применении квадратичной модели тренда. Минимальное значение объёмов при данном значении составляет около 200 млн. долл.

При этом коэффициенты в уравнении тренда при неизвестных величинах разного знака, что свидетельствует о том, что при увеличении среднегодовой цены на нефть как фактора модели, объёмы импорта могут как увеличиваться, так и снижаться.

Полученное значение коэффициента детерминации свидетельствует о том, что 43,52 % всей дисперсии объёмов объясняется дисперсией среднегодовой цены на нефть, а остальные 56,48 % – прочими факторами, которые не были учтены в уравнении регрессии. Коэффициент корреляции для

данной зависимости составляет 0,6597, что позволяет сделать вывод о наличии заметной связи между рассматриваемыми величинами.

Проведём анализ влияния общих объёмов экспорта на экспорт фото- и кинотоваров, что представлено на рисунке 8.

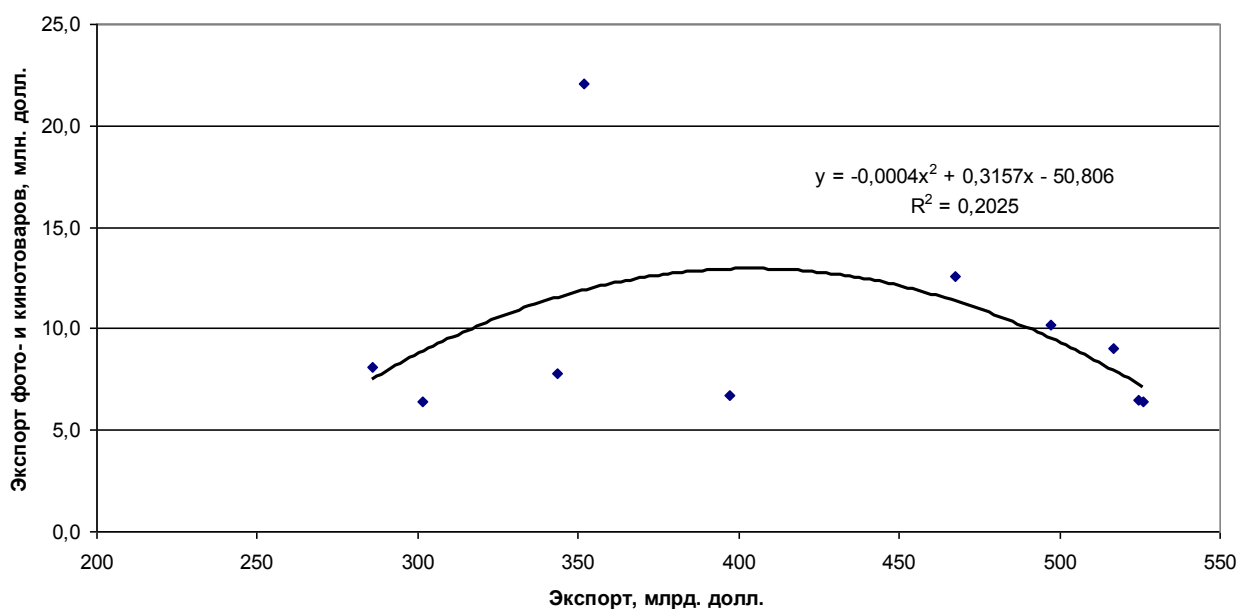


Рисунок 8 – Зависимость экспорта фото- и кинотоваров от общих объёмов экспорта из РФ в 2007-2016 гг.

Необходимость рассмотрения данной зависимости обуславливается тем, что общие объёмы экспорта являются показателем, характеризующим общее благоприятствование внешней торговли с РФ в мире. В связи с этим, рассмотрение данной зависимости позволяет определить параметры такого благоприятствования.

Анализ представленных на рисунке данных позволяет сделать вывод о том, что максимальные объёмы экспорта фото- и кинотоваров из РФ наблюдаются при экспорте в размере около 410 млрд. долл. При этом, прогнозное значение экспорта составляет около 13 млн. долл.

Применённое квадратическое уравнение тренда показывает, что в нём наличествуют коэффициенты разного знака при неизвестных, что позволяет сделать вывод о том, что при росте объёмов экспорта объёмы экспорта фото- и

кинотоваров могут как уменьшаться, так и увеличиваться.

Коэффициент детерминации составляет 0,2025, что свидетельствует о том, что 20,25 % дисперсии экспорта фото- и кинотоваров обуславливаются экспортом в целом, то есть общими условиями внешнеэкономической деятельности, а остальные 79,75 % – прочими факторами, не вошедшими в уравнение зависимости.

Коэффициент корреляции для данной зависимости составляет 0,4500, что свидетельствует о наличии умеренной зависимости экспорта фото- и кинотоваров от общих объёмов экспорта РФ.

Рассмотрим, исходя из тех же соображений, зависимость импорта фото- и кинотоваров от объёмов импорта РФ в целом, что представлено на рисунке 9.

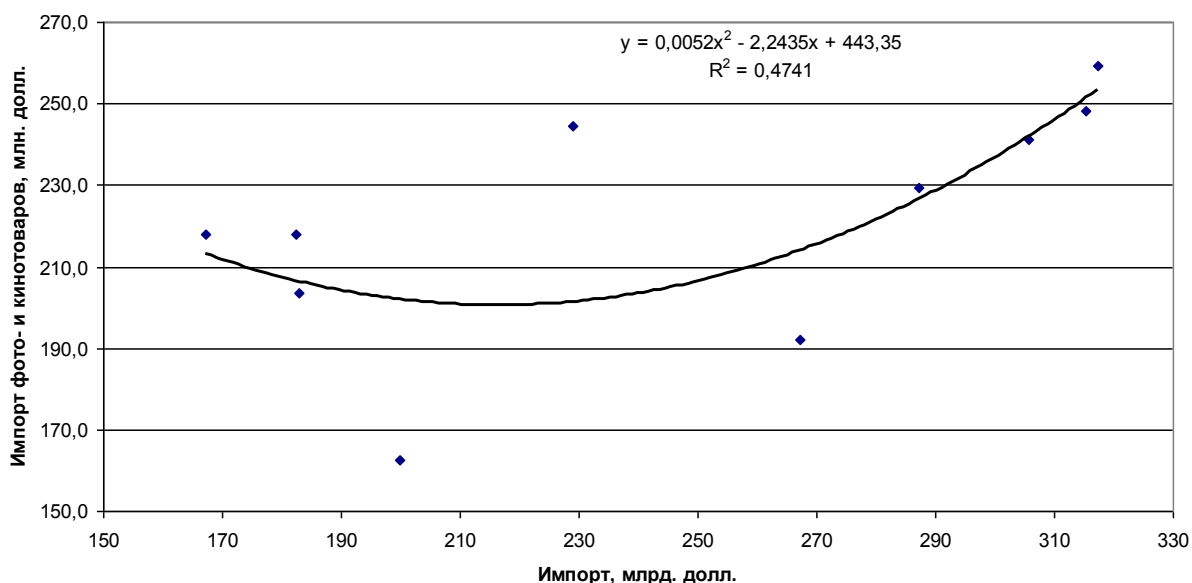


Рисунок 9 – Зависимость импорта фото- и кинотоваров от общих объёмов импорта РФ в 2007-2016 гг.

Анализ представленных на рисунке данных показывает, что при использовании квадратического тренда наблюдается минимальное значение объёмов импорта фото- и кинотоваров при общем объёме импорта в размере 215 млрд. долл. Во всех прочих случаях объёмы импорта несколько больше. При этом, полученное уравнение зависимости имеет разные знаки при факторе (x), что указывает на то, что при увеличении объёмов импорта в целом по

стране, объёмы импорта фото- и кинотоваров могут как увеличиваться, так и уменьшаться.

Значение коэффициента детерминации составляет 0,4741, что указывает на то, что 47,41 % дисперсии размеров импорта фото- и киноматериалов обуславливаются дисперсией импорта в целом по стране, тогда как остальные 52,59 % – прочими факторами, которые не учтены в уравнении регрессии. Коэффициент корреляции данной зависимости составляет 0,6885, что свидетельствует о заметной силе связи между импортом фото- и киноматериалов и импортом всего объёма товаров в РФ.

Рассмотрим зависимость экспорта фото- и кинотоваров от среднегодового курса доллара, что представлено на рисунке 10.

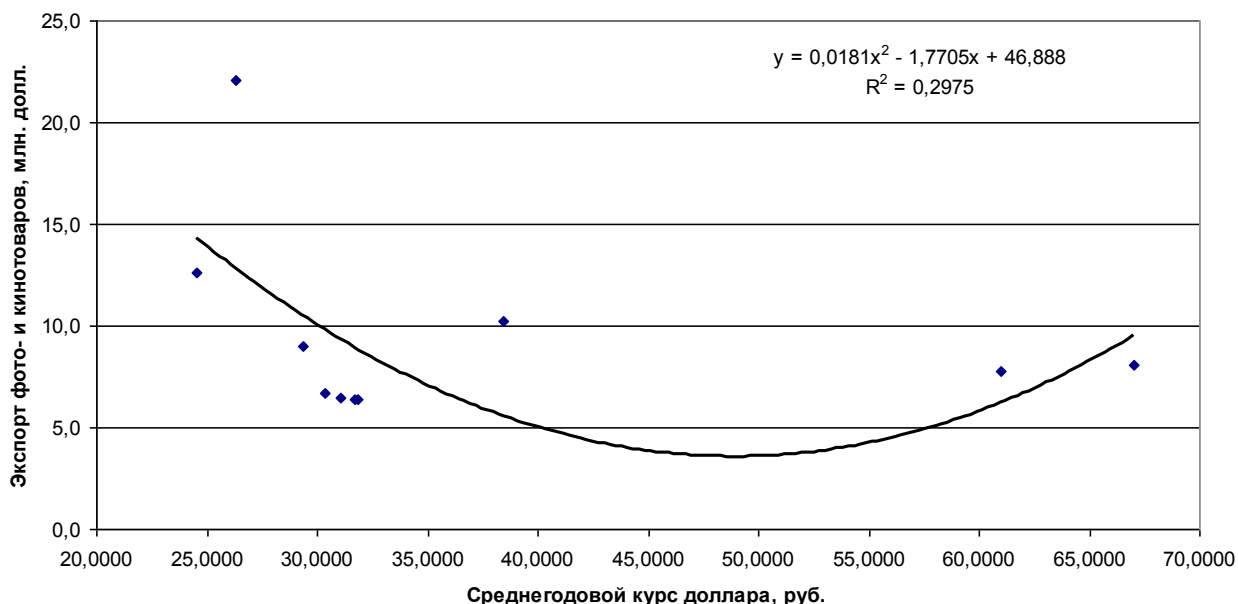


Рисунок 10 – Зависимость экспорта фото- и кинотоваров от среднегодового курса доллара к рублю в 2007-2016 гг.

Анализ представленных на рисунке данных позволяет сделать вывод о том, что при использовании квадратичного тренда минимальные объёмы экспорта наблюдаются при курсе доллара к рублю 50 руб./долл. Во всех остальных случаях объёмы экспорта несколько больше. При этом, со снижением курса доллара наблюдается рост объёмов экспорта (правая часть

графика), на которую приходится 8 значений из 10 против 2 значений из 10, приходящихся на рост среднегодового курса доллара.

Коэффициенты при факторе в данном тренде – разного знака, что указывает на то, что с ростом курса доллара объёмы экспорта фото- и кинотоваров могут как увеличиваться, так и уменьшаться.

Значение коэффициента детерминации 0,2975 свидетельствует о том, что 29,75 % вариации экспорта фото- и кинотоваров обуславливается изменение курса доллара, а остальные 70,25 % – факторами, которые не указаны в уравнении регрессии.

Значение коэффициента корреляции составляет 0,5454, что говорит о заметном уровне связи между показателями.

Проведём аналогичный анализ относительно импорта фото- и кинотоваров, что представлено на рисунке 11.

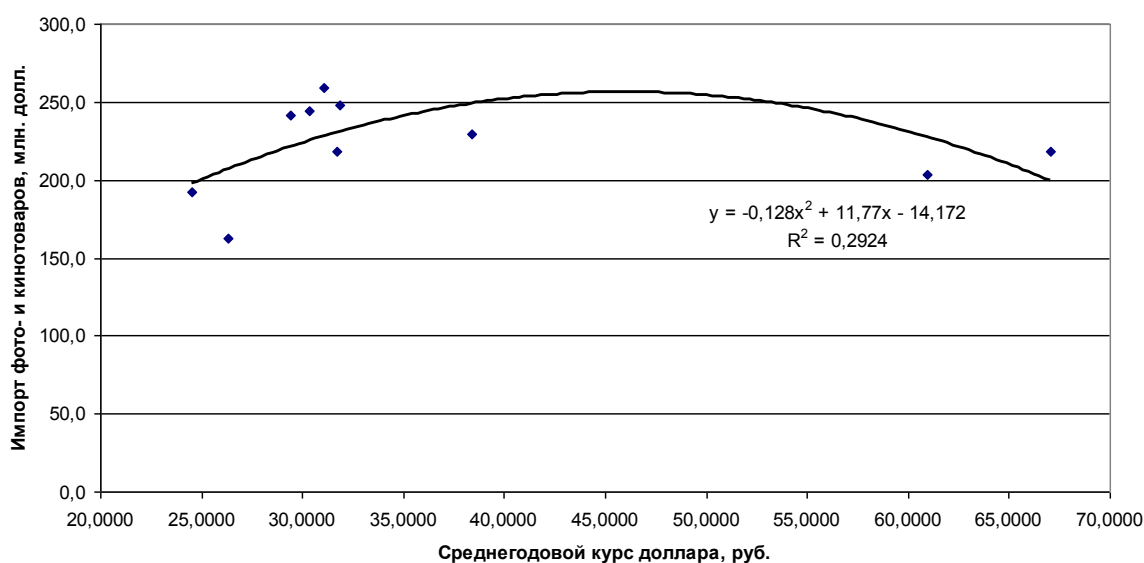


Рисунок 11 – Зависимость импорта фото- и кинотоваров от среднегодового курса доллара к рублю в 2007-2016 гг.

Необходимость рассмотрения данной зависимости обуславливается тем, что с ростом курса доллара должно наблюдаться снижение такого импорта, и, наоборот – снижение курса доллара должно приводить к росту импорта фото- и кинотоваров. Полученное уравнение тренда показывает, что максимальный

уровень импорта ожидается при данных условиях при курсе, составляющем 45 руб./долл. При этом, полученное уравнение регрессии имеет разные знаки при переменной – факторе среднегодового курса доллара, в связи с чем можно сделать вывод о том, что с ростом курса доллара импорт фото- и кинотоваров в РФ может как увеличиваться, так и уменьшаться. Полученное значение показателя детерминации в размере 0,2924 позволяет сделать вывод о том, что 29,24 % всей дисперсии объёмов импорта фото- и кинотоваров в РФ объясняется за счёт вариации среднегодового курса доллара, а остальные 70,76 % – за счёт факторов, не вошедших в уравнение регрессии.

Для данной зависимости коэффициент корреляции составляет 0,5407, что говорит о том, что связь между объёмами импорта фото- и кинотоваров в РФ от среднегодового курса доллара – заметной силы. Тем не менее, полученная зависимость не носит определяющего характера.

Основным экспортным товаров РФ в настоящее время является нефть. Проведём анализ зависимости экспорта фото- и кинотоваров от объёмов экспорта нефти из РФ (рисунок 12).

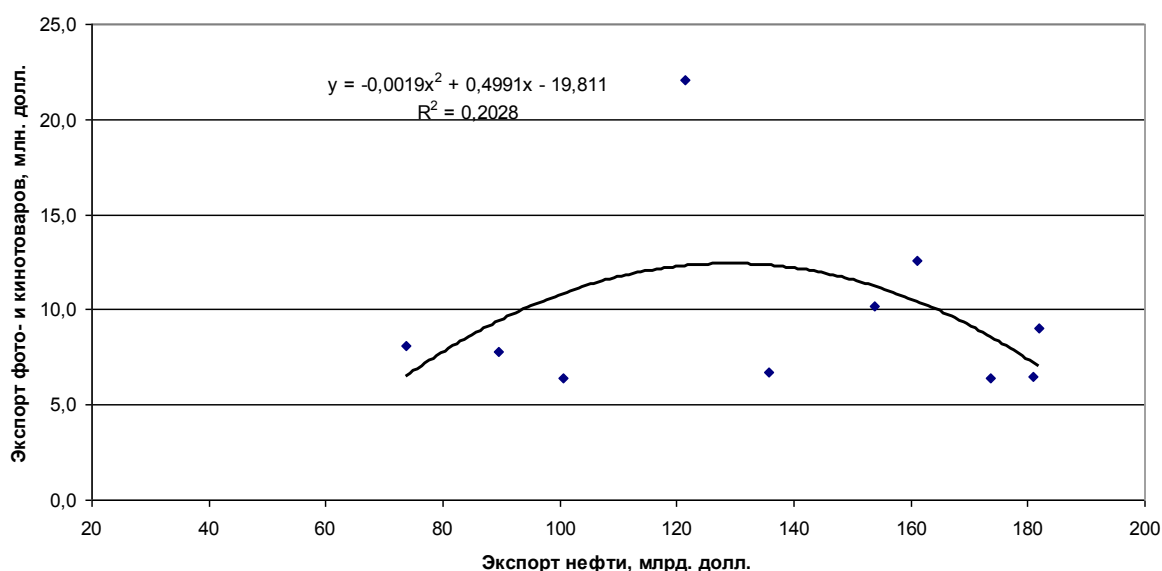


Рисунок 12 – Зависимость экспорта фото- и кинотоваров от объёмов экспорта нефти из РФ в 2007-2016 гг.

Представленные на рисунке данные позволяют сделать вывод о том, что

для описания данной зависимости более подходит квадратичный полином. При этом, для данного полинома характерны коэффициенты различных знаков при переменной (факторе), которым является экспорт нефти. При этом, максимум импорта наблюдается при экспорте нефти на 130 млрд. долл.

Полученное уравнение тренда имеет коэффициент детерминации в размере 0,2028, что свидетельствует о том, что 20,28 % дисперсии объёмов экспорта фото- и кинотоваров обуславливаются именно экспортом нефти, а на остальные 79,72 % – факторами, отсутствующими в уравнении тренда.

Коэффициент корреляции для зависимости составляет 0,4503, что позволяет сделать вывод об умеренной силе связи между объёмами экспорта нефти в денежном выражении и экспортом фото- и кинотоваров.

Рассмотрим ту же зависимость для импорта фото- и кинотоваров, что представлено на рисунке 13.

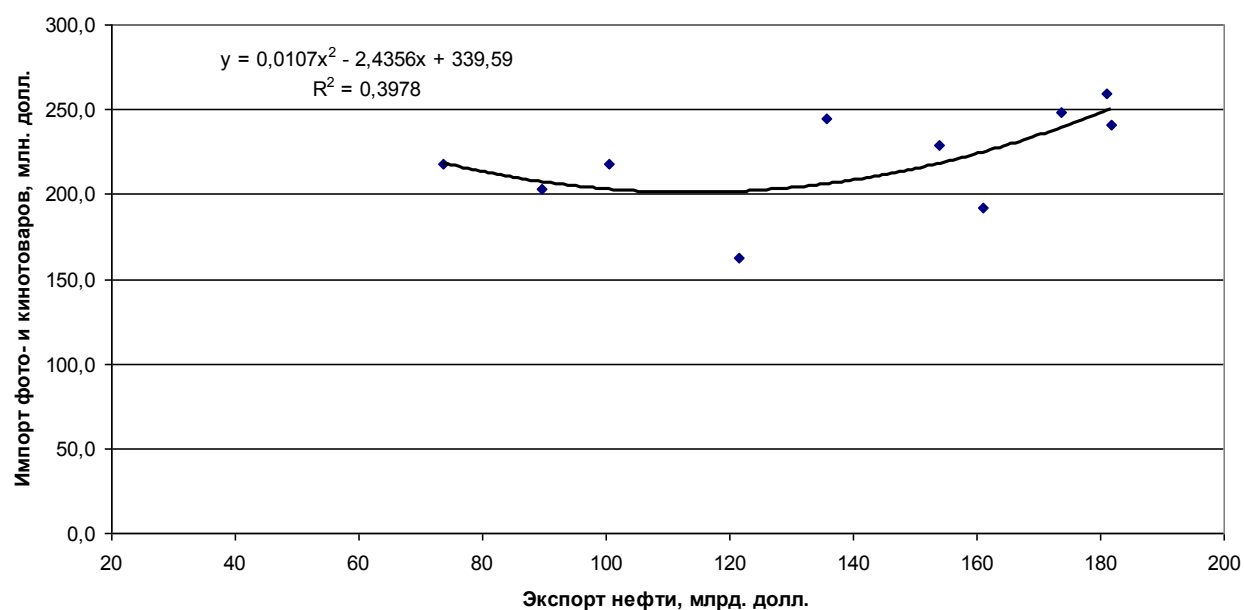


Рисунок 13 – Зависимость импорта фото- и кинотоваров от объёмов экспорта нефти из РФ в 2007-2016 гг.

Анализ представленных на рисунке данных позволяет сделать вывод о том, что наиболее верно отражает зависимость объёмов фото- и кинотоваров от экспорта нефти в денежном выражении квадратическая зависимость. При этом,

ввиду того, что коэффициенты при неизвестной величине (факторе – экспорте нефти в денежном выражении) имеют различные знаки, то с ростом объёмов экспорта нефти возможно как увеличение, так и уменьшение размеров импорта данных товаров.

Полученное значение коэффициента детерминации показывает, что только 39,78 % всей дисперсии импорта фото- и кинотоваров объясняются дисперсией объёмов экспорта нефти в денежном выражении. На остальные 60,22 % дисперсия не объяснена.

Коэффициент корреляции данной зависимости составляет 0,6307, что указывает на наличие заметной корреляционной связи импорта фото- и киноматериалов от объёмов экспорта нефти в денежном выражении.

По итогам проведённых расчётов построим следующую таблицу 23.

Таблица 23 – Оценка влияния факторов на внешнюю торговлю РФ фото- и киноматериалами в 2007-2016 гг.

Факторы	Экспорт		Импорт	
	Коэффициент корреляции	Экстремум и его вид	Коэффициент корреляции	Экстремум и его вид
Среднегодовая цена на нефть	0,4545	Max 80 долл./бар.	0,6597	Min 70 долл./бар.
Экспорт из РФ	0,4500	Max 410 млрд. долл.	0,6885	Min 220 млрд. долл.
Среднегодовой курс доллара	0,5454	Min 49 руб./долл.	0,5407	Max 46 руб./долл.
Экспорт нефти из РФ	0,4503	Max 130 млрд. долл.	0,6307	Min 110 млрд. долл.

Анализ представленных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что коэффициент корреляции для экспорта в рассмотренных зависимостях составляет 0,45-0,55, в то время, как для импорта данный диапазон составляет 0,54-0,69. Данные отличия обуславливаются, прежде всего, более значительным объёмом импорта фото- и кинотоваров в РФ, нежели чем экспорта. Соответственно, возможно сделать вывод о том, что экспорт фото- и кинотоваров в значительной степени зависит от факторов, не относящихся к макроэкономическим, в то время, как импорт обладает большей зависимостью

от них, что и обуславливает имеющееся отличие в коэффициентах корреляции.

3.2 Мероприятия по совершенствованию таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами

На основании проведённого исследования возможно выделить следующие недостатки таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ на современном этапе:

1) предельно небольшие объёмы экспорта российских фото- и кинотоваров;

Особенностью существующей ситуации с экспортом российских фото- и кинотоваров является то, что наша страна имеет крайне слабые позиции по данному направлению. Это обуславливается, прежде всего, тем, что в нашей стране отсутствуют крупные производители фото- и кинотоваров, которые бы могли поставлять качественную продукцию, прежде всего, на потребительский рынок.

Следует отметить тот факт, что существующие на сегодняшний день производства фото- и киноматериалов ориентированы, прежде всего, на потребление в производственном процессе – для лабораторий, рентгенкабинетов, в военных целях и прочих. В результате этого, так как данный рынок относительно невелик и специфичен, объёмы производства потребительских фото- и кинотоваров в нашей стране существенно отстают от других развитых стран.

Ситуацию отчасти спасает то, что страны СНГ являются традиционными потребителями данной российской продукции. При этом, помощь отрасли производства фото- и киноматериалов оказала также фактическая девальвация рубля в 2014 году, в результате чего долларové цены на внутреннем рынке на эти товары существенно снизились, что открыло путь к экспорту их на рынки СНГ и ЕАЭС. Однако, данный эффект оказался весьма краток по времени, распространив своё влияние только на 2014 год. В 2015 году наблюдается обвальное снижение экспорта – в 2 раза, которое продолжилось и в 2016 году.

На основании данного наблюдения можно сделать вывод о том, что проблема в производстве фото- и киноматериалов в РФ носит системный характер, что требует принятия таких же системных мер к развитию внутреннего производства.

Аспектом, который необходимо учитывать, является тот, что общее снижение внешней торговли фото- и кинотоварами наблюдается и в мире, прежде всего, за счёт увеличения количества использующих цифровые технологии, которые, зачастую, не требуют применения фотобумаги и связанных с ней товаров.

2) переориентация с экспорта фотобумаги на экспорт фотохимикатов как отражение структурной проблемы производства фото- и киноматериалов в РФ;

Суть данной проблемы состоит в том, что структура российского экспорта фото- и кинотоваров существенно изменилась в периоде. Так, если на начало периода основной объём экспорта приходился на фотобумаги, то на конец периода – уже на фотохимикаты. При этом, особенностью фотохимикатов является их близость в производстве к химической продукции. В то же время, фотобумага относится больше к продукции полиграфической отрасли. Если в производстве химических полуфабрикатов наша страна в значительной степени обеспечивает себя сама, то в производстве полиграфической и бумажной промышленности ситуация существенно хуже.

Так, значительные объёмы импорта в РФ составляет качественная бумага и связанные с ней товары. Прежде всего, речь идёт о видах бумаги, которая используется для полноцветной печати, и которая не производится в нашей стране.

В применении к РФ, подобная динамика структуры могла бы быть нивелирована за счёт развития производства бумаги для фотопечати на принтерах. Так, крупнейшим производителем данной бумаги является Япония, в том числе, за счёт того, что на её территории располагается значительное количество фирм, производящих печатающие устройства, которые потребляют данную бумагу. К ним относятся такие фирмы, как Epson, OKI, Konica, Fuji и

некоторые другие.

Наша страна не производит ни принтеров или устройств печати, ни бумаги для таких устройств, в связи с чем компенсировать изменения, идущие на мировом рынке фото- и кинопленки наша страна не имеет возможности. В результате этого, формируется отсталая структура экспорта, в которой основной объём занимают товары, производство которых доступно большинству развитых стран в мире, в результате чего норма прибыли на них очень небольшая.

3) значительное превышение объёмов импорта над экспортом.

Основной особенностью российского рынка фото- и киноматериалов является то, что на нём объёмы импорта существенно превышают объёмы экспорта. Данный факт свидетельствует о том, что современная российская промышленность не выпускает достаточных объёмов фото- и кинотоваров для удовлетворения имеющегося потребительского спроса.

Следует отметить также и тот факт, что изменения ситуации с импортом в период девальвации рубля не произошло. Так, объёмы экспорта не выросли, а объёмы импорта снизились незначительно. Данный факт свидетельствует о том, что, с одной стороны, за прошедшие три года производство не сумело адаптироваться к реалиям рынка, а с другой – данные фото- и кинотовары возможно отнести к товарам, которые имеют большое значение в деятельности людей, что позволяет объяснить слабое снижение объёмов их импорта.

Также, не просматривается политика российских властей по изменению сложившейся ситуации. Так, крупнейшая российская госкомпания «Ростехнологии» на данном направлении практически не имеет каких-либо достижений. При этом, необходимо учитывать и тот факт, что продукция рассматриваемой отрасли непосредственно соприкасается с военной продукцией, то есть служит обороноспособности нашей страны. Так, полиэтилентерефталатные (лавсановые) плёнки используются в качестве изоляции в военном деле, они же используются как подложка для магнитных лент. Кроме того, технология магнитных лент предусматривает технологию

формирования и нанесения мелкодисперсных металлических и оксидных порошков, что используется для создания «невидимых» покрытий для самолётов. Технологии инфракрасной фотографии используются для спутниковых снимков различного назначения и так далее.

В этих условиях возможно сделать вывод о том, что отсутствие государственного регулирования, прежде всего, в сфере нетарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами также может существенно влиять и на отрасли деятельности страны, существенно отдаленные от неё, что требует реализации мероприятий, направленных на повышение эффективности таможенно-тарифного регулирования внешней торговли фото- и кинотоварами.

По результатам выявленных недостатков предлагаются к реализации следующие мероприятия по таможенно-тарифному и нетарифному регулированию внешней торговли фото- и кинотоварами:

1) введение субсидируемых квот на дефицитные виды фотоматериалов и для электронной промышленности;

Особенностью современного мирового рынка фото- и кинотоваров является наличие на нём отдельных сегментов, в которых рыночные механизмы имеют очень слабое действие. Это относится, прежде всего, к передовым материалам, используем, например, в электронике. Как показывает практика, отдельные виды материалов, несмотря на их продажи, достаточно сложно продать в РФ. Основной причиной здесь является то, что такие материалы являются материалами двойного назначения. В результате этого, если во взаимодействии между основными производителями таких материалов (Япония, США, ЕС) данные материалы передаются практически без ограничений, то их экспорт в РФ существенно затруднён. Примером здесь являются фотоматериалы, используемые в качестве масок для производства микросхем с малыми технологическими нормами.

Особенностью современной электроники является потребление значительного количества специфических фотоматериалов, существенно

привязанных к конкретным производителям. В результате этого, переход на отечественные фотоматериалы является практически невозможным.

В качестве примера здесь возможно указать на то, что в нашей стране на сегодняшний день освоено производство электроники по технологическим нормам 90 нм, и осваивается – по нормам 65 нм, в то время, как фирмы Intel, TSMC освоили технологический процесс по нормам 14 нм. При этом, запуск в производство российской линии 90 нм в значительной степени был заморожен в 2014 году ввиду отказа от поставки расходных фотоматериалов, а также прочих расходных материалов.

Расширение производства отечественной электроники, которое наблюдается в настоящее время, будет приводить к тому, что потребность в специфических фотоматериалах для электронной промышленности будет возрастать. Основной причиной данного роста является стремление российских властей к обеспечению информационной безопасности нашей страны за счёт исключения возможностей несанкционированного доступа к её информационным ресурсам и нарушения их функционирования. Как показывает практика, в современной экономике значительное количество процессов связано с движением значительных объёмов информации, что требует её защиты. С этой целью в нашей стране разработаны такие процессоры, как Эльбрус и Байкал. Однако, ввиду отсутствия технологий производства микросхем, а также ввиду того, что развитие данной деятельности может быть ограничено в любой момент, они производятся на Тайване.

В этой связи, предлагается установление субсидируемых квот на поставку фотоматериалов для электронной промышленности. В рамках данных квот предлагается следующее распределение функций государственных органов (таблица 24).

Предлагается следующая градация субсидий в зависимости от срока их предоставления на квоты для электронной промышленности (таблица 25).

Предполагается, что в течение 5-летнего периода российская химическая промышленность сможет существенно заместить импортные фотоматериалы,

используемые для производства электроники, на отечественные. При этом, в первые 2 года ставка субсидии будет составлять 5 %, а на внеквотные объёмы ввоза будет установлена нулевая субсидия.

Таблица 24 – Распределение функций государственных органов при выделении субсидируемых квот на импорт фотоматериалов для электронной промышленности

Минпромторг РФ	ФТС России
– установление базисной цены на фотоматериалы	– выплата субсидии будет осуществляться ФТС России за счёт зачёта между стоимостью ввозных пошлин на ввозимые материалы для электронной промышленности
– установление ставки таможенной субсидии, выделяемой импортёру при поставке товара	
– установление ставки таможенной субсидии, выделяемой импортёру при поставке товара	
– подтверждение соответствия импортируемой продукции требованиям потребителей электронной промышленности	
– установление сроков, в течение которых будет осуществляться уплата субсидии, как периода времени, в который будет происходить адаптация российской химической промышленности для выпуска необходимых фототоваров для электронной промышленности	

Таблица 25 – Градация уровня субсидий по субсидируемым квотам в зависимости от срока их предоставления

Год	В пределах установленных квот, в % от базисной стоимости	При ввозе за пределами квот, в % от базисной стоимости
1	5	0
2	5	
3	3	
4	2	
5	1	

Разработано автором

2) увязка импорта технологий для фотоматериалов и объёмов уплачиваемых таможенных пошлин по фото- и кинотоварам;

Если первое мероприятие состоит в том, что увязать поставки расходных фотоматериалов для электронной промышленности, то данное мероприятие состоит в том, чтобы увязать импорт технологий в РФ по производству фото- и киноматериалов инновационного характера, а также – обладающих

значительной новизной и перспективами на российском рынке.

Мероприятие состоит в том, чтобы стимулировать развитие производства фото- и кинотоваров в РФ, с учётом имеющихся потребностей. При этом, в качестве льготы будет выступать установление нулевой ставки по импорту фото- и кинотоваров по утверждённому перечню. При этом, суммы разницы между действующими таможенными пошлинами, а также нулевой ставкой, используются для капитальных вложений в строительство производства.

С этой целью предлагается следующее распределение функций (таблица 26).

Таблица 26 – Распределение функций при увязке импорта технологий для фотоматериалов и объёмов уплачиваемых таможенных пошлин по фото- и кинотоварам

Минпромторг	Инвестор	ФТС России
Заключение инвестиционного договора (7-10) лет		
Определение перечня фото- и кинотоваров для локализации	Обеспечение производства в РФ фото- и кинотоваров согласно утверждённому перечню	Учёт поступления импортных фото- и киноматериалов
Определение сроков ввоза по льготированным фото- и киноматериалам	Импорт товаров по согласованному перечню для обеспечения капитального строительства	
Контроль объёмов капитальных вложений в строительство		

Такой подход необходим по той причине, что для большинства фирм, производящих фото- и киноматериалы, создание производства в РФ не является жизненно необходимым. В связи с этим, необходимо создать условия, при которых у них на местном рынке будут конкурентные преимущества за счёт обязательств по строительству мощностей по выпуску необходимых для РФ фото- и киноматериалов.

Полученные от сокращения объёмов пошлин средства фирма будет обязана направить на капитальное строительство объектов, по которым с Минпромторгом будет заключено соглашение на выпуск дефицитной

продукции, прежде всего, фотоматериалов для электронной промышленности.

При этом, в функции Минпромторга будет входить контроль капитальных вложений в новое производство. Так как направление производства, которое предлагается финансировать таким образом, является капиталоемким, предлагается установить срок инвестиционного договора в течение 7-10 лет, что позволит в этот период отладить технологию производства.

По истечению данного срока зачёт стоимости таможенных пошлин в капитальное строительство прекращается.

3) создание компании – национального лидера в производстве фото- и киноматериалов (РусФото);

В современной экономике получила распространение политика формирования компаний – национальных лидеров в тех или иных областях. Данные компании представляют собой наиболее мощные и продвинутые, как в части производства, так и в части управления организации, имеющие весомую долю мировых рынков той или иной продукции.

Практика формирования национальных лидеров в отдельных отраслях экономики показала, что существует несколько моделей данной деятельности:

а) преимущественно частная модель;

В рамках данной модели национальными лидерами в производстве становятся частные фирмы. Так, в качестве мировых лидеров в США выступают такие компании, как Intel, Boeing и другие. Данная модель применяется, преимущественно, в США, Великобритании, Японии;

б) преимущественно государственная модель;

В рамках данной модели национальными лидерами становятся государственные фирмы. Подобный подход свойственен, например, КНР, где присутствуют такие государственные компании, как CNPC, CNOOC и другие.

в) смешанная модель.

Смешанная модель характерна для стран Западной Европы. В качестве примера такой корпорации можно назвать Alcatel. В нашей стране смешанная

модель используется, например, в АО Газпром.

Ввиду того, что современное российское производство фото- и кинотоваров очень небольшое по размерам, и не может конкурировать с зарубежными производителями, предлагается рассмотреть возможность создания государственной корпорации, которая бы ориентировалась на производство данной продукции – «РусФото».

Достоинством такого подхода было бы то, что появилась бы возможность модификации таможенного тарифа, исходя из потребностей данной организации. Следует отметить, что в состав данной корпорации могли бы войти следующие предприятия, производящие фото- и кинотовары:

- БелОМО – Белорусское оптико-механическое объединение – фотоаппаратура «БелОМО» – в рамках союзной кооперации;
- Вологодский оптико-механический завод;
- Государственный оптический институт им. С. И. Вавилова;
- Загорский оптико-механический завод;
- Красногорский механический завод им. С. А. Зверева (фотоаппараты «Зенит», фотоаппараты «Зоркий», фотоаппараты «Москва»);
- Казанский оптико-механический завод;
- Лыткаринский завод оптического стекла;
- Ленинградское оптико-механическое объединение (фотоаппаратура ЛОМО).
- Ростовский оптико-механический завод;
- Уральский оптико-механический завод.

В результате этого, на рынке появился бы значительный по размерам игрок, что позволило бы в кратчайшие сроки нарастить объёмы производства и экспорт фото- и кинопродукции, а также отчасти заместить импорт.

По итогам проведённого в главе 3 исследования возможно сформулировать следующие выводы:

1) проведённое исследование зависимости внешней торговли фото- и кинотоварами от различных факторов показало, что зависимость объёмов

внешней торговли данных товаров от макроэкономических факторов носит сложный характер. Данная зависимость описывается квадратичной линией регрессии, однако она не объясняет значительных объёмов вариации экспорта и импорта фото- и кинотоваров из РФ. Наиболее высокий уровень коэффициента корреляции приходится на импорт, так как он существенно больше в размерах экспорта и более стабилен. При этом, наиболее сильными факторами для импорта фото- и кинотоваров в РФ являются общие объёмы экспорта как показатель общей благоприятности ведения внешнеэкономической деятельности, а по экспорту – среднегодовой курс доллара. При этом, коэффициент корреляции не превышает 0,7, что указывает на существенное влияние прочих факторов;

2) в качестве основных недостатков деятельности по таможенно-тарифному и нетарифному регулированию внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ в условиях ЕАЭС выступают такие, как предельно небольшие объёмы экспорта российских фото- и кинотоваров, переориентация с экспорта фотобумаги на экспорт фотохимикатов как отражение структурной проблемы производства фото- и киноматериалов в РФ, значительное превышение объёмов импорта над экспортом. В целом, для нашей страны характерна как системная проблема недостаточности производства фото- и кинотоваров, так и проблема устаревшей и несовременной структуры выпуска, что обуславливается, прежде всего, отставанием в производстве наиболее современных видов товаров, среди которых – бумага для фотопечати на принтерах, а также фотоматериалы для электронной отрасли;

3) с целью преодоления данных недостатков предлагается комплекс мероприятий, среди которых введение субсидируемых квот на дефицитные виды фотоматериалов и для электронной промышленности, увязка импорта технологий для фотоматериалов и объёмов уплачиваемых таможенных пошлин по фото- и кинотоварам, а также создание компании – национального лидера в производстве фото- и киноматериалов (РусФото);

4) первое мероприятие предусматривает выделение субсидий,

уплачиваемых при импорте критически важных фототоваров для электронной промышленности, на которые существуют ограничения неформального характера от поставщиков. Перечень данных товаров устанавливается Минпромторгом РФ, а уплата субсидий производится ФТС России после получения от Минпромторга информации о соответствии импортируемого товара установленным требованиям;

5) второе мероприятие направлено на то, чтобы стимулировать строительство (капитальные вложения) на территории РФ производств фотоматериалов для электроники, которые не производятся в нашей стране. Инструментом для частичной компенсации затрат на строительство выступает нулевая ставка ввозной таможенной пошлины, которую инвестор обязуется направить на капитальные вложения продукции, по перечню согласованному с Минпромторгом, как имеющей критическое значение для развития производства в нашей стране;

6) третье мероприятие состоит в организации холдинга «РусФото», в состав которого будут входить крупные российские производители фото- и кинотоваров. Это позволит сконцентрировать усилия по развитию отрасли в условиях стагнации её традиционных направлений деятельности. Ожидаемый результат – рост качества продукции, рост объёмов экспорта и частичное импортозамещение в РФ по фотопродукции, которая до того времени не выпускалась.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таможенно-тарифное регулирование представляет собой метод государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, посредством которого возможно прямое влияние на экспорт и импорт, пополнение государственного бюджета, регулирование рынка.

Основным инструментом таможенно-тарифного регулирования выступают таможенные пошлины. Их использование многообразно, однако, наибольшее значение имеет защита национальных производителей, что позволяет экономике страны поступательно развиваться.

Нетарифное регулирование является методом государственного регулирования внешней торговли, который осуществляется путём введения количественных ограничений и иных запретов и ограничений экономического характера.

В составе нетарифного регулирования выделяются три группы мер – экономические, административные и технические. Экономические меры реализуются с учётом реалий рынка, административные меры есть меры прямого воздействия на участников внешнеэкономической деятельности, технические меры предполагают выполнение специальных условий для проведения внешнеэкономической операции.

Наиболее сложными являются технические меры, так как они в наименьшей степени формализованы, причём их введение признаётся безусловным правом государства, если цель введения состоит в сохранении жизни и здоровья населения, а также животных и растений.

В рамках ТН ВЭД фото- и кинотовары классифицируются в группе 37. При этом, классификация данных товаров проводится по таким признакам, как вид товара, его размер, наличие или отсутствие экспонирования, наличие звуковой дорожки, вид отснятого материала и прочим.

Особое значение классификация имеет для подгруппы 3707, в которой классифицируются фотохимикаты. Для их классификации в качестве таковых

номенклатурой установлены требования соответствующей фасовки, а также применения непосредственно для процессов в фотографии – проявления, фиксации и прочих.

Качественной особенностью фотоматериалов является то, что при их проявке они переходят в состав группы 49 как печатные материалы, а при нанесении на текстильные поверхности и использовании получившихся товаров в качестве текстильных – относятся в раздел XI ТН ВЭД ЕАЭС.

Наблюдается стагнация рынка фото- и кинотоваров, прежде всего, по причине перехода к цифровой форме фотографии и цифровой же форме хранения фото, кино и видеодокументов. В качестве основных стран-поставщиков на данном рынке выступают Япония, США и Германия.

Меры таможенно-тарифного регулирования внешнеторгового регулирования оборота фото- и кинотоваров нацелены, прежде всего, на регулирование их соответствия техническим условиям, значительных требований к ним не предъявляется, режим ввоза и вывоза существенно либерализован.

Объёмы экспорта фото- и кинотоваров из РФ в страны, не относящиеся к ЕАЭС и СНГ очень малы, традиционным покупателем здесь выступает Украина. Объёмы импорта существенно больше экспорта, отрицательное сальдо торговли данными товарами ежегодно превышает 200 млн. долл.

В ЕАЭС РФ является крупнейшим поставщиком фото- и кинотоваров, основными импортёрами на нём являются Белоруссия и Казахстан, однако, последний сокращает свою долю. При этом, наблюдается определённое сокращение экспорта данных товаров при росте импорта. Тем не менее, наблюдается положительное сальдо торговли данными товарами в ЕАЭС.

Проведённое исследование зависимости внешней торговли фото- и кинотоварами от различных факторов показало, что зависимость объёмов внешней торговли данных товаров от макроэкономических факторов носит сложный характер. Данная зависимость описывается квадратичной линией регрессии, однако она не объясняет значительных объёмов вариации экспорта и

импорта фото- и кинотоваров из РФ. Наиболее высокий уровень коэффициента корреляции приходится на импорт, так как он существенно больше в размерах экспорта и более стабилен. При этом, наиболее сильными факторами для импорта фото- и кинотоваров в РФ являются общие объёмы экспорта как показатель общей благоприятности ведения внешнеэкономической деятельности, а по экспорту – среднегодовой курс доллара. При этом, коэффициент корреляции не превышает 0,7, что указывает на существенное влияние прочих факторов.

В качестве основных недостатков деятельности по таможенно-тарифному и нетарифному регулированию внешней торговли фото- и кинотоварами в РФ в условиях ЕАЭС выступают такие, как предельно небольшие объёмы экспорта российских фото- и кинотоваров, переориентация с экспорта фотобумаги на экспорт фотохимикатов как отражение структурной проблемы производства фото- и киноматериалов в РФ, значительное превышение объёмов импорта над экспортом. В целом, для нашей страны характерна как системная проблема недостаточности производства фото- и кинотоваров, так и проблема устаревшей и несвоевременной структуры выпуска, что обуславливается, прежде всего, отставанием в производстве наиболее современных видов товаров, среди которых – бумага для фотопечати на принтерах, а также фотоматериалы для электронной отрасли.

С целью преодоления данных недостатков предлагается комплекс мероприятий, среди которых введение субсидируемых квот на дефицитные виды фотоматериалов и для электронной промышленности, увязка импорта технологий для фотоматериалов и объёмов уплачиваемых таможенных пошлин по фото- и кинотоварам, а также создание компании – национального лидера в производстве фото- и киноматериалов (РусФото).

Первое мероприятие предусматривает выделение субсидий, уплачиваемых при импорте критически важных фототоваров для электронной промышленности, на которые существуют ограничения неформального характера от поставщиков. Перечень данных товаров устанавливается

Минпромторгом РФ, а уплата субсидий производится ФТС России после получения от Минпромторга информации о соответствии импортируемого товара установленным требованиям.

Второе мероприятие направлено на то, чтобы стимулировать строительство (капитальные вложения) на территории РФ производств фотоматериалов для электроники, которые не производятся в нашей стране. Инструментом для частичной компенсации затрат на строительство выступает нулевая ставка ввозной таможенной пошлины, которую инвестор обязуется направить на капитальные вложения продукции, по перечню согласованному с Минпромторгом, как имеющей критическое значение для развития производства в нашей стране.

Третье мероприятие состоит в организации холдинга «РусФото», в состав которого будут входить крупные российские производители фото- и кинотоваров. Это позволит сконцентрировать усилия по развитию отрасли в условиях стагнации её традиционных направлений деятельности. Ожидаемый результат – рост качества продукции, рост объёмов экспорта и частичное импортозамещение в РФ по фотопродукции, которая до того времени не выпускалась.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Акашева, В. В. Правовое регулирование таможенно-тарифной системы / В.В. Акашева, Е.В. Аниськина // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 220-225.
- 2 Баландина, Г. Таможенно-тарифная политика и стимулирование инноваций в России / Г. Баландина. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС. – 220 с.
- 3 Барковский, А.Н. Внешнеэкономическая политика России в глобальном экономическом пространстве / А.Н. Барковский // Россия и современный мир. – 2012. – №3. – С. 23-25.
- 4 Верстова, М.Е. К вопросу о понятии таможенных платежей как источника доходов бюджета / Верстова М.Е. // Внешнеторговое право. – 2011. – №6. – С.15-18
- 5 Вступление России в ВТО: подробный анализ последствий для отечественных отраслей. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.vtb.ru/group/press/news/expert/151183/> – 01.06.2017.
- 6 Евразийская экономическая комиссия [Электр. источник]: офиц. сайт. – www.eurasiancommission.org. – 01.06.2017.
- 7 Грошев, Д.А. Нетарифные методы в современной системе государственного регулирования внешней торговли товарами в России // Terra Economicus. – 2014 – №2-2. – С. 260-265.
- 8 Дюмулен, И.И. Всемирная торговая организация. Экономика, политика, право: монография / И.И. Дюмулен. – М.: ВАВТ, 2012. – 180 с.
- 9 Евразийская экономическая комиссия. Техническое регулирование. – М.: Евразийская экономическая комиссия, 2012. – 38 с.
- 10 Евразийская экономическая комиссия. Внешняя торговля товарами государств – членов Таможенного союза и Единого экономического пространства за 2016 год. Статистический бюллетень. – М.: Евразийская экономическая комиссия, 2017. – 362 с.

11 Евразийская экономическая комиссия. Об итогах внешней и взаимной торговли товарами Таможенного союза и Единого экономического пространства за 1-й квартал 2017 г.. – М.: Евразийская экономическая комиссия, 2017. – 12 с.

12 Евразийская экономическая комиссия. Единое экономическое пространство равных возможностей. – М.: Евразийская экономическая комиссия, 2012. – 132 с.

13 Единый таможенный тариф [Электр. источник]. Утверждён Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 года № 54. [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

14 Килин, В.В. Таможенно-тарифное и нетарифное регулирование внешнеторговой деятельности России в условиях Таможенного союза ЕврАзЭС и ВТО / В.В. Килин // Управленец. – 2014. – №4. – С. 20-26.

15 Киреев, А. П. Международная экономика. Ч. I.: Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства / А.П. Киреев. – М.: Междунар. отношения, 2017. – 384 с.

16 Кузнецов, С.В. Вступление Российской Федерации в ВТО: текущее состояние и прогнозная оценка эффектов / С.В. Кузнецов, А.Г. Полякова // Налоги, инвестиции, капитал. – 2013. – №1-3. – С.40

17 Маховикова, Г. Таможенное дело / Г. Маховикова. – М.: Юрайт, 2012. – 320 с.

18 Международные связи Дальнего Востока России: учебное пособие для студентов специальности «Мировая экономика» / НОУ ВПО Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы (Благовещенский филиал). Составители: Юсупова И.А., Москаленко Ю.С., – Благовещенск, Изд-во ООО «Основа», 2016. – 152 с.

19 Милосердов, В.В. Санкции, эмбарго продовольствия, импортозамещение / В.В. Милосердов // Экономика сельского хозяйства России. – 2014. – №11. – С.15-18.

20 Министерство финансов РФ [Электр. источник]: офиц. сайт. – www.minfin.ru. – 01.06.2017.

21 Молчанова, О.В Таможенное дело / О.В. Молчанова. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 317 с.

22 Налоги и налогообложение / под ред. М.В. Романдовского, О.В. Врублевской. – СПб.: Питер, 2016. – 512 с

23 Налоговый Кодекс РФ [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

24 Невешкина, Е. Таможенное дело / Е. Невешкина. – М.: Омега-Л, 2011. – 384 с.

25 Николаева, И. Мировая экономика / Николаева И. – М.: Юнити-Дана, 2011. – 400 с.

26 О единой системе тарифных преференций Таможенного союза [Электр. источник]: протокол № 1 от 12.12.2008. [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

27 О едином таможенно-тарифном регулировании Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации [Электр. источник]: решение Межгоссовета ЕврАзЭС от 27.11.2009 г. №18. [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

28 О направлении дальнейшего развития интеграционных процессов [Электр. источник]: решение № 30 от 29.05.2013 г. Высшего Евразийского экономического совета на уровне глав государств. [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

29 О применении специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер по отношению к третьим странам [Электр. источник]: соглашение, закл. в г. Москве 25.01.2008. [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

30 О таможенном регулировании в Российской Федерации : федер. закон №311-ФЗ от 27.11.2010 г. [Электр. источник]. [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

31 О таможенном регулировании в РФ : федер. закон №311-ФЗ от 27.11.2010 г. [Электр. источник]. [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

32 Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности : федер. закон № 164-ФЗ от 08.12.2003 г. [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

33 Основы таможенного дела / под общ. ред. В.Г. Драганова. – М.: Изд-во «Экономика», 2013. – 687 с.

34 Свинухов, В.Г. Таможенное дело / В.Г. Свинухов. – М.: Экономистъ, 2005. – 298 с.

35 Сейфуллаева, М.В. Экспортный потенциал российских регионов в условиях глобализации мировой экономики / Сейфуллаева М., Капицын В. // Маркетинг. – 2010. – № 1. – С. 6, 10–11.

36 Селиверстов, А.И. Оценка экономических последствий вступления России в ВТО / А.И. Селиверстов // ВТО-Информ, 2012. – С.28

37 Смитиенко, Б. Мировая экономика / Б. Смитиенко. – М.: Юрайт, 2011. – 592 с.

38 Сокольников, О.Б. Таможенные платежи как инструмент государственного регулирования ВЭД и экономики России / О.Б. Сокольников // Финансы и кредит. – 2015. – С. 47-49.

39 Стровский, Л. Е. Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности // Внешнеэкономическая деятельность предприятия / под ред. проф. Л. Е. Стровского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 847 с.

40 Сучков, Ю.И. Таможенные преступления / Ю.И. Сучков. – Калининград, 2015. – 128 с.

41 Таможенная стоимость: Учебник / Под общ. ред. Л.А. Бондарь, В.А.

Шамахов. –М.: Софт Издат, 2007. – 256 с.

42 Таможенный Кодекс Таможенного союза [Электр. источник] : принят Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 № 17. [Электронный ресурс]: электрон. правовой справ. ГАРАНТ. – М.: ГАРАНТ, 2017 – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

43 Толкушкин, А.В. Таможенное дело / А.В. Толкушкин. – М.: Инфра-М, 2013. – 440 с.

44 Томашевский, В. Реализация внешнеторговых контрактов в рамках Таможенного союза / В. Томашевский. – М.: ГОУВПО ВАВТ Минэкономразвития России, 2012. – 64 с.

45 Федеральная таможенная служба РФ [Электр. источник]: офиц. сайт. – www.customs.ru. – 01.06.2017.

46 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2007 году. – М.: ФТС РФ, 2008. – 97 с.

47 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2008 году. – М.: ФТС РФ, 2009. – 101 с.

48 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2009 году. – М.: ФТС РФ, 2010. – 79 с.

49 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2010 году. – М.: ФТС РФ, 2011. – 82 с.

50 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2011 году. – М.: ФТС РФ, 2012. – 66 с.

51 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2012 году. – М.: ФТС РФ, 2013. – 79 с.

52 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2013 году. – М.: ФТС РФ, 2014. – 67 с.

53 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2014 году. – М.: ФТС РФ, 2015. – 67 с.

54 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2015 году. – М.: ФТС РФ, 2016. – 78 с.

55 Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная служба Российской Федерации в 2016 году. – М.: ФТС РФ, 2017. – 83 с.

56 Чекмарёва, Г.И. Основы таможенного дела: Краткий курс / Г.И. Чекмарёва. – Ростов н/Д: Издательский центр «Март», 2001. – 208 с.

57 Чинько, В.А. Таможенное право / В.А. Чинько. – М.: Омега-Л, 2011. – 256 с.

58 Щербанин, Ю. Мировая экономика / Ю. Щербанин – М.:Юнити-Дана, 2011. – 520 с.

59 Экономическая статистика / под ред. Ю.Н. Иванова. – М.: Инфра-М, 2009. – 480 с.

60 Ясников, Д. С. Таможенные платежи: понятие, виды и способы расчета / Д.С. Ясников // Молодой ученый. – 2014. – № 21.2. – С. 58-63.