



Новости внешнеэкономической деятельности

Общие вопросы

В последние несколько недель в мире произошли достаточно известные политические события, главными из которых явилась агрессия Грузии против Южной Осетии, и ряд последовавших событий. Все это наложило отпечаток и на внешнеэкономические связи России.

Некоторые политики стран Запада стремятся возродить дух холодной войны путем политизации экономических отношений. Однако предприниматели многих стран высказываются против влияния политических событий на развитие торгово-экономических связей. Так в заявлении председателя Восточного комитета немецкой экономики (ВКНЭ) К. Мангольда отмечается, что деятельность политиков, предприятий Германии и ЕС должна быть сейчас направлена на то, чтобы “по-прежнему вести интенсивный диалог с Россией”. Он подчеркивает, что “убеждать можно только путем ведения переговоров, а не за счет прерывания переговоров”. Именно сейчас придается особое значение таким платформам диалога, как Германо-российская стратегическая рабочая группа, общественный форум “Петербургский диалог” и германо-российские переговоры предпринимателей, полагает немецкий промышленник.

С точки зрения германских деловых кругов, продолжал он, по-прежнему представляется важным вовлечение России в международные структуры - с учетом интересов всех сторон. Отметив, что Россия и Запад “завязаны” на партнерство, К.Мангольд приветствовал “усилия федерального канцлера Ангелы Меркель и министра иностранных дел ФРГ Ф.-В. Штайнмайера, направленные на устранение конфронтации и продолжение диалога”.

ВКНЭ выступает против часто употребляемого сейчас понятия “холодная война”, отмечается в заявлении. “В настоящее время налицо кризисная ситуация между Россией и Западом, однако мы должны сделать все, чтобы

избежать возврата к риторике “холодной войны”, - убежден К.Мангольд. “Необходимо сделать все для того, чтобы остановить спираль эскалации (событий на Кавказе)”, - добавил он.

Германский бизнесмен назвал “популистскими” предложения исключить Россию из G8, отказаться от переговоров о заключении нового соглашения о партнерстве и сотрудничестве между РФ и ЕС или заблокировать вступление России в ВТО. По мнению К. Мангольда, эти вопросы должны оставаться на повестке дня.¹

Несмотря на попытки руководства США обострить отношения с Россией, многие частные компании, включая самые известные, выступают против сокращения торгово-экономических отношений. Американские экспортеры обратились к администрации Дж. Буша быть осторожнее в отношении Москвы, поскольку заинтересованы в развитии торговли с Россией. “Мы попросили администрацию очень серьезно подумать, прежде чем предпринимать какие-либо действия”, - заявил президент Национального совета по международной торговле Б. Райнх. Совет объединяет представителей более 300 американских компаний. В том числе Boeing, Caterpillar, General Electric, Microsoft.²

Произошло улучшение торгово-экономических отношений России с Молдавией. Проблемы недавнего времени практически исчезли в российско-молдавских экономических отношениях, констатировал президент России Дм. Медведев. “Отношения России и Молдавии за последнее время развиваются в торгово-экономической сфере, проблемы, которые были некоторое время назад, фактически исчезли, оборот растет внушительно”, - сказал Д. Медведев, заметив, что “потенциал сотрудничества высок”. В. Воронин заметил, что, по его мнению, российско-молдавские отношения “развиваются динамично”. “Это доказывает и миллиардный товарооборот”, - сказал он. “Даже 1 млрд 400 тыс. (долларов)”, - добавил Д.Мед-



ведов. “Есть результаты и основа для продолжения наших отношений”, - убежден В.Воронин.³

Деятельность западных компаний на российском рынке

В условиях намерения определенных кругов стран Запада сократить внешнеэкономические отношения с Россией многие частные предприниматели активизируют усилия по расширению деятельности на российском рынке. Это связано с высокой оценкой российского рынка потребительских товаров.

Россия является самой привлекательной страной Восточной Европы для инвестиций в сферу розничной торговли. К такому выводу пришли эксперты польской исследовательской компании PMR, занимающейся изучением рынков в Центральной и Восточной Европе. Российская розничная торговля интересна инвесторам благодаря покупателям, считают аналитики компании. “Российские потребители не только весьма многочисленны, но и становятся все более состоятельными”, – отмечается в исследовании.⁴ Оптимизм польской консультационной фирмы по поводу российской розничной торговли подтверждают и данные Росстата. Оборот розничной торговли в январе – июле 2008 года вырос на 15,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 7 417,8 млрд рублей. Средний месячный рост розничных продаж составил в этом году 14% в годовом исчислении.

Высокую активность на российском рынке проявляют многие зарубежные фирмы. Так, известная компания Christian Dior объявила о намерении открыть собственный бутик в Петербурге. Марка неплохо продается в России, хотя рынок люксовых бутиков уже близок к насыщению.⁵

Инвестиции в открытие бутика Christian Dior оцениваются от 500 тыс. до 1 млн долл. Согласно отчетности Christian Dior компания инвестировала в свое развитие в первом полугодии 2008 года 513 млн евро. Продажи за этот же период превысили 8,1 млрд евро.

Ожесточается конкуренция на рынке легковых автомобилей. Компания Ford Motor намерен увеличить в 2008 г. план продаж на российском рынке. Об этом заявил вице-прези-

дент по маркетингу сервису и продажам европейского отделения Ford Motor И. Свиггум. В 2007 г. Ford реализовал в РФ 175,8 тыс. автомобилей. И.Свиггум отметил, что по итогам 7 месяцев Ford уже реализовал в России более 120 тыс. автомобилей, поэтому можно говорить об увеличении плана продаж на текущий год.⁶ Российский рынок станет для Ford 4-м по объему рынком в Европе, добавив, что РФ вносит большую долю в показатели европейского отделения Ford. Компания рассматривает различные варианты увеличения производственных мощностей в России, однако о конкретных планах пока не говорит, но объявлено, что мощности завода “Форд Всеволожск” будут увеличены до 125 тыс. автомобилей в год за счет начала производства модели Ford Mondeo. Дополнительные инвестиции в расширение производства превысят 100 млн долл., а общий объем инвестиций в российский завод достигнет 330 млн долл.

Германский автомобильный концерн BMW также планирует увеличить продажи на российском рынке по итогам 2008 г. до 19 тыс. автомобилей. Об этом сообщил глава российского подразделения BMW К. Кремер. По итогам 2007 г. в России было продано чуть более 14 тыс. автомобилей BMW. В текущем году будет собрано около 6,5 тыс. автомобилей BMW на мощностях Калининградского завода “Автотор”, где собираются автомобили BMW 3-й, 5-й серии и X3.

По словам К. Кремера, компания пока не приняла решения о расширении модельного ряда в Калининграде, однако такое решение может быть в принципе принято, т. к. российский автомобильный рынок растет. Говоря о планах по продаже автомобилей в 2009 г., К. Кремер отметил, что продажи будут расти, однако “не так быстро, как в последние годы, но рост будет обязательно”. Компания BMW в последние 5 лет инвестировала в Россию в развитие дилерских центров около 500 млн долл., и к концу 2008 года в России будет насчитываться 59 дилеров в 43 городах.

В свою очередь, германский автомобильный концерн Porsche планирует реализовать в России в 2008 финансовом году (с 1 августа 2008 г. по 31 июля 2009 г.) 2,5-3 тыс. автомобилей Porsche.



Об этом заявил на Московском международном автомобильном салоне гендиректор ООО «Порше Руссланд» У. Тилиманн. По его словам, годом ранее в России было продано 1900 автомобилей Porsche. У. Тилиманн отметил, что Porsche будет продолжать работу над увеличением количества дилерских центров и до конца 2009 г. планирует увеличить их число до 24 против 18 на сегодняшний день.

Растут инвестиции зарубежных фирм в производство промышленных товаров. Немецкий концерн Knauf, насчитывающий по всему миру полторы сотни заводов гипсоплит, сухих строительных смесей, изоляционных материалов и оборудования для машинной штукатурки, принял стратегическое решение построить производство под Тюменью. Соответствующее соглашение о намерениях подписали генеральный директор Knauf Insulation Ж. Кеуп и заместитель губернатора области А. Моор.

Нынешним соглашением региональные власти гарантируют потенциальному инвестору всемерную административную поддержку на всех этапах реализации проекта, налоговые льготы на период его окупаемости и, самое главное, уже готовую для строительства производственных корпусов площадку в районе поселка Богандинский.

Власти региона рассчитывают, что Knauf Insulation станет одним из первых резидентов пилотной промышленно-производственной площадки. На начальном этапе ее площадь составит 218 гектаров. Именно здесь за счет бюджета создадут всю необходимую инфраструктуру, включающую обеспечение энергией, водой, газом, а также автомобильную и железную дороги. Желание стать резидентами изъявили еще три компании. В перспективе на Богандинской площадке разместятся до полутора десятка крупных производств. А Knauf окажется образцом для подражания другим компаниям.

Прежде чем принять решение, компания изучила в России около тридцати возможных площадок. В частности, речь шла о размещении производства в Екатеринбурге или на Южном Урале. Но тюменцы сделали наилучшее предложение. В результате нескольких раундов переговоров и маркетинговых исследований на тюменском юге решено построить завод теплоизоляционных материалов, анало-

гичный тому, что осенью прошлого года фирма «Knauf Insulation» запустила в Подмоскowie.

Уже в 2010 году состоится открытие производства. Компания взяла на себя обязательство запустить тюменский завод быстрее, чем в Ступине, на строительство которого потребовалось два года. Knauf Insulation инвестирует в проект 120 млн евро, оснастив новое предприятие самым передовым оборудованием и технологиями для ежегодного производства 65 тысяч тонн, или 5,2 млн кубометров изоляционных материалов на основе стеклянного штапельного волокна. Высококачественный продукт позволит существенно сократить потери тепла и снизить уровень шума в помещениях, одновременно уменьшив расход дорогостоящих кирпича и бетона.

Объемы производства таковы, что готовой продукции хватит не только для нужд Урало-Сибирского региона, но и для динамично развивающегося Казахстана. Завод будет плавить стекло круглые сутки, без праздников и выходных. Именно поэтому ему необходима гарантированная бесперебойная поставка газа и электроэнергии. Что касается сырья, то потребуются десятки тысяч тонн специального кварцевого песка, который будут поставлять из близлежащих районов. Вместе с тем производство способно перерабатывать отходы стекла, как промышленные, так и бытовые. Следовательно, появляется еще одна ниша для малого бизнеса.

«Knauf Insulation, – отметил Ж. Кеуп, – обеспечивает строительный комплекс качественными теплозвукоизоляционными материалами, что позволяет сделать дома удобными и комфортабельными, и в то же время минимизировать расходы тепловой энергии и энергопотребление. Удвоение объемов строительства в России, диктуемое национальным проектом доступного и комфортного жилья, а также понимание важности сохранения природных ресурсов, таких как нефть и газ, делают использование качественных теплоизоляционных материалов не просто желательным, а необходимым».⁷

В борьбе за российский рынок зарубежные предприниматели используют и нестандартные методы работы. Так, итальянский частный предприниматель Ф. Казадеи построил в



Санкт-Петербурге первую джелатерию - кафе с итальянским домашним мороженым ручной работы.⁸ В планах нового представителя российского малого бизнеса запуск еще одного заведения.

“Открыть что-либо малому предпринимателю на моей родине сейчас сложно: многие ниши уже довольно плотно заняты, а в России рынок все еще находится в стадии активного развития. Для бизнеса здесь множество возможностей”, - рассказал владелец кафе “Венеция” Ф. Казадеи. Задумав начать свой бизнес в России, предприниматель неожиданно потратил на поиск помещения много времени - полгода. “Цены здесь такие, что окупать аренду по силам лишь продавцам наркотиков”, - пошутил итальянец. В результате подходящее помещение на Невском просп. было решено оборудовать под кафе на семь столиков, в открытие было вложено 200 тыс. евро.

Новые требования к экспорту химических товаров

Обострение конкуренции на европейском рынке химических товаров частично связано с ужесточением требований к товарам, поставляемым на внутренний рынок Европейского Сообщества.

С 1 июня 2008 г. вступил в силу новый регламент по химическим веществам REACH № 1907/2006, обязательный для всех государств-участников Европейского союза. Он касается не только европейских производителей и импортеров химической продукции, но и российских производителей, продвигающих свою продукцию на мировые рынки.⁹

Однако многие предприятия, особенно малого и среднего бизнеса, до сих пор не располагают даже базовыми знаниями о системе REACH. А между тем невыполнение законодательства ЕС об обороте химических веществ может привести к приостановке или полной остановке экспортных поставок российских предприятий.

В этой связи ТПП РФ обратило внимание российских экспортеров на то, что в соответствии с регламентом REACH с 1 июня по 30 ноября 2008 года в странах-членах ЕС проводится предварительная регистрация химических веществ. Участие в предварительной регистрации позволит предприятиям воспользо-

ваться продленными сроками регистрации химических веществ до 2010 года. Ответственность за регистрацию возложена на каждое отдельное предприятие. Процедура регистрации зависит от состава выпускаемой продукции и объемов содержания в ней конкретных химических веществ. Органы государственной власти не являются участниками системы REACH.

Согласно новому регламенту, производители, импортеры и последующие пользователи несут ответственность за то, что вещества, которые они производят, размещают на рынках или используют, не оказывают отрицательного воздействия на здоровье человека или окружающую среду. Говоря юридическим языком, введение REACH означает смещение бремени доказательств с государства на производителя. Если раньше органы власти в Евросоюзе должны были доказывать, что производимое на предприятии вещество является опасным, то теперь предприятия должны сами доказать, что производимые ими вещества, смеси и изделия, которые их содержат, безопасны для последующего изготовления и использования.

Требования REACH касаются всей продукции, поставляемой в страны ЕС, за исключением той, по которой жесткие требования по безопасности были регламентированы ранее специальными директивами, — продукция пищевой промышленности, медицинские препараты, радиоактивные материалы и некоторые другие товары. Вся остальная продукция должна быть занесена в регистрационную базу Европейского химического агентства (ЕХА). Паспорт безопасности, в соответствии с требованиями REACH, должен быть предоставлен в течение 45 дней по запросу любого европейского потребителя: “зеленых”, конкурентов, случайного прохожего — на вещества, содержащиеся в любом товаре, даже в том, на который формально регистрации не требовалось.

Поэтому, как считает президент Всероссийской организации качества (ВОК), главный редактор журнала “Стандарты и качество” Г. Воронин, “каждый российский экспортер в страны ЕС, что бы он ни производил, должен иметь перед собой регламент REACH в качестве настольной книги, чтобы, с одной стороны, найти ответы на вопросы по поставкам



товаров в Евросоюз, с другой — в кратчайшие сроки освоить правила составления таких документов, как паспорт безопасности, отчет по химической безопасности, техническое досье и т.д.”¹⁰

В ВОК выполнен качественный перевод регламента на русский язык. Теперь не только организации, входящие в ВОК, но и любое предприятие может приобрести перевод регламента REACH. Кроме того, поскольку средним и малым экспортерам одним не потянуть содержание специального представителя в Евросоюзе, ВОК создает консорциум, который будет работать в ЕС, проводить предварительную регистрацию, а затем последующие регистрации в Европейском химическом агентстве. В этом случае затраты предпринимателей уменьшатся как минимум в пять—десять раз по сравнению с тем, если действовать в одиночку. Кроме того, разделение затрат позволит привлечь для работы с ЕХА консалтинговые компании с мировым именем, чтобы не допустить сбоя в экспорте товаров из-за бюрократических проволочек и юридических казусов, неизбежных при внедрении нового механизма поставок.

Согласно REACH, осуществить процедуру регистрации импортируемой продукции могут либо импортер, либо специальный представитель. Довериться импортеру можно, если не считать того, что он, во-первых, все равно попросит денег за регистрацию, а во-вторых, будет обладателем регистрационного номера на продукцию, т.е. исключительного права на ее импорт в ЕС. Рано или поздно, но он начнет диктовать свои условия. Специальным представителем можно назначить юридическое или физическое лицо, зарегистрированное на территории ЕС.

Согласно ст. 8 REACH спецпредставитель обязан: иметь достаточное образование и опыт в области практического обращения с веществами, предоставлять и обновлять информацию по объемам веществ, экспортированных и проданных покупателям в ЕС, а также передавать информацию о веществе по цепи поставки, собирать и хранить всю информацию в соответствии с правилами REACH в течение десяти лет, в том числе паспорт безопасности, и представлять ее по запросу в страны, где он зарегистрирован, и в ЕХА.

Под регистрацией понимается сбор предприятием полной информации о веществе, оценка рисков работы с веществом и представление такой информации в ЕХА. Подготовку к регистрации осуществляет производитель или импортер вещества в сотрудничестве с другими производителями или импортерами того же вещества, в том числе из разных стран. При этом каждый из них проходит регистрацию и получает собственный регистрационный номер. Все вещества регистрируются в создаваемой ЕХА базе данных, в процессе ее обработки агентство принимает решение о необходимости проведения дополнительных тестов на безопасность регистрируемой продукции. Сумма сборов за регистрацию одного вещества относительно невелика — от 1200 до 24000 евро, в зависимости от поставляемого тоннажа.

В Минэкономразвития РФ уточнили, что с новыми правилами REACH можно ознакомиться на сайте ЕХА, туда же можно обратиться за консультацией по возникающим вопросам или же можно обратиться в Департамент торговых переговоров Минэкономразвития России. Аналогичные услуги оказывают и консультационные центры по REACH - так называемые доски помощи, которые открылись в 27 странах-членах ЕС.

Если предприниматель решил, что ему необходима регистрация, в Минэкономразвития советуют начать с предварительной регистрации. Это процедура несложная. Надо скачать из Интернета программу, затем в электронном виде заполнить несколько полей. Сделать это необходимо для того, чтобы впоследствии можно было воспользоваться большим переходным периодом, который составляет до 10 лет. Кроме того, предварительная регистрация дает право с 1 января 2009 года продолжать поставки параллельно с формированием досье на химические вещества. Предварительная регистрация - это шанс всем производителям удлинить для себя сроки предоставления регистрационного досье на те вещества, которые уже находятся в обороте.

Действия у опоздавших сильно меняются: вначале необходимо предоставить регистрационное досье в ЕХА, а потом, спустя 3 недели, осуществлять поставки.

Фактом прохождения предварительной регистрации является присвоение ЕХА регистра-



ционного номера, который приходит автоматически в ответ на нотификацию. Причем предварительная регистрация предусматривается только в электронном виде - никакими другими способами она невозможна. О получении регистрационного номера впоследствии необходимо будет уведомить потребителей своей продукции в ЕС.

Это положение представляется весьма серьезным, поскольку многие импортеры уже сейчас составляют портфель своих договоров на предстоящий период. Они делают у себя пометки, согласен ли этот экспортер из третьей страны принять участие в REACH, и если нет, то напротив этого поставщика ставится красный флажок - это опасность. А это значит, что деловые отношения с этим экспортером, скорее всего, будут свернуты. Над теми, кто сейчас поставляет продукцию, но проявляет пассивность, нависает дамоклов меч разрывов контрактов. Более подробную информацию о системе REACH можно получить на сайте.

Вносятся определенные изменения и российские документы, регулирующие внешнюю торговлю РФ. Так, в рамках подготовки следующей редакции Таможенного кодекса РФ, в конце августа в Госдуме на заседании рабочей группы по институту УГП Экспертного совета по таможенно-тарифной политике состоялось некоторое уточнение статуса нового для отечественного законодательства понятия "уполномоченного грузополучателя" (УПГ).

Экспертный совет предлагает создать институт так называемых уполномоченных грузополучателей. С похожей инициативой еще год назад выступила Федеральная таможенная служба (ФТС). Речь идет о создании по европейскому образцу института уполномоченного экономического оператора (грузополучателя). В ЕС уполномоченный грузополучатель, получив по внутреннему транзиту груз на свой склад, сам вправе его растаможить и передать электронную декларацию в таможенные органы.

Члены экспертного совета считают, что претендовать на звание уполномоченного смогут, прежде всего, крупнейшие плательщики в бюджет. Это практически весь нефтяной и газовый сектор, градообразующие предприятия, а также компании, работающие по госзаказу.

Решение о наделении статусом уполномоченного грузополучателя и выдаче ему соответствующего свидетельства будет принимать ФТС.

Но критерии отбора уполномоченного грузополучателя должны стать жестче, чем действующая сегодня процедура получения права на применение упрощенных процедур таможенного оформления. Предполагается, например, что для получения статуса уполномоченного грузополучателя необходимо осуществлять внешнеэкономическую деятельность не менее трех лет¹¹.

Изучив международный опыт, в частности, недавние новации белорусского законодательства, эксперты рабочей группы постановили, что норма об удовлетворительности бухгалтерского баланса (отсутствии задолженности) для российских условий неприемлема: статус УГП должны получать в том числе и компании с текущей задолженностью. Актуальность введения в законодательство понятия УГП продиктована слишком значимыми нуждами российских участников ВЭД, чтобы можно было вычеркнуть из числа обладающих статусом УГП компании с неудовлетворительным бухгалтерским балансом.

Кроме того, в связи с вступлением в силу Указа ФТС РФ N1307 особую остроту приобретает вопрос о том, кто вправе осуществлять внутренний таможенный транзит, кто несет ответственность за груз, его утрату.¹²

Как отметили эксперты рабочей группы, нужно прежде всего дать развернутое и вместе с тем ясное определение УГП, дающее понять, входят ли в их число таможенные брокеры, склады, экспортеры, импортеры, экспедиторы, банковские организации и т.п., любое ли лицо, действующее по поручению участника ВЭД, может получить статус УГП, пользуется ли оно просто "особыми правами", обладает ли "особыми обязанностями" или все эти права и обязанности должны быть оговорены заранее. Дилеммой явилось также конкретное место в ТК РФ, куда можно было бы вставить подобное определение (статья 11 или статья 92).

Проблемным в контексте присвоения статуса УГП оказалось и понятие склада: не секрет, что российские склады, являясь юридическими лицами, функционируют по двучаст-



ной схеме: часть их отдается под коммерческие площади, и ответственность за хранение товаров в этом случае ложится на склад, но остальная часть порой превращается в склад временного хранения, где мера ответственности совершенно другая. Присваивать ли складу целиком статус УГП, остается пока не выясненным.

Юридическое лицо, не имеющее собственного склада, решили эксперты по итогам обсуждения, вряд ли может быть уполномоченным грузополучателем. Это понимание основывается на принципах ст. 68 ТК РФ. Проблема состоит в том, что некоторые крупные предприятия не имеют собственных складов, арендуя их у других компаний, что развивает аутсорсинг услуг в стране.

Эксперты рабочей группы согласились с определением УГП, данным статс-секретарем и заместителем руководителя ФТС РФ С. Шохиним, согласно которому уполномоченный грузополучатель – юридическое лицо, осуществляющее внешнеэкономическую деятельность и в отношении которого устанавливаются новые таможенные процедуры.

При этом законодателям, которые будут принимать окончательную редакцию нового Таможенного кодекса РФ, еще на стадии консультаций будет важно отдавать себе отчет, создает ли понятие УГП новый бизнес для лиц, облеченных этим статусом, или просто более выгодные условия для крупных промышленных предприятий-участников ВЭД, и как будет связано с понятием уполномоченного грузополучателя понятие “добросовестности” УГП и чем именно это понятие будет подтверждаться.

Опубликованы и вступают в силу новые правила принятия предварительных решений о стране происхождения товаров и классификации товаров в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД), разработанные Федеральной таможенной службой в рамках административной реформы. Как подчеркивается в сообщении, опубликованном на официальном сайте ФТС России, их отличают прозрачность и детализация процедур.

В Административных регламентах впервые вводится понятие государственной услуги по принятию предварительных решений, определены цели ее оказания, детально разработаны

механизмы информирования и консультирования заинтересованных лиц, подробно изложены процедуры обжалования участниками ВЭД предварительных решений, действий (бездействия) должностных лиц, осуществляющих предоставление данной услуги.¹³

Систематизированы и подробно описаны административные процедуры по принятию решений с учетом практики их реализации, четко регламентированы сроки и контроль за их исполнением.

В приложениях административных регламентов размещены удобные для восприятия блок-схемы, в которых отражены порядок принятия предварительного решения и выдачи дубликата предварительного решения. На любом этапе принятия решения заявитель может уточнить информацию о ходе рассмотрения.

Государственная услуга по принятию предварительного решения может быть оказана заявителю заблаговременно до представления в таможенный орган товара для таможенного оформления и таможенного контроля с целью сокращения времени проведения таможенных процедур, необходимого при осуществлении мер тарифного регулирования, соблюдении запретов и ограничений, установленных законодательством Российской Федерации о государственном регулировании внешнеторговой деятельности, единообразного применения Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности.

Предварительное решение о стране происхождения товаров позволяет декларанту ускорить процесс таможенного оформления товаров при прибытии на таможенную территорию РФ, а также дает возможность получать тарифные преференции. Так, товары развивающихся стран облагаются 75%-ной ставкой от размера таможенной пошлины, установленной Таможенным тарифом РФ, а к товарам стран СНГ ввозные таможенные пошлины не применяются.

В регламентах предусматривается возможность продления действия предварительных решений. Для обеспечения непрерывности действия предварительного решения, пятилетний срок действия которого в отношении конкретного товара истекает, Управление может принять к рассмотрению запрос о принятии предварительного решения в отношении этого же товара не ранее чем за 90 дней, но не позднее



чем за 30 дней до окончания срока действия ранее выданного предварительного решения (п. 21.5. Административного регламента).

Вся информация об адресах, телефонах, времени работы содержится в отдельных разделах регламентов. Формы письменного запроса и самого предварительного решения приводятся в регламентах. Информация о принятых предварительных решениях размещается на официальном сайте Федеральной таможенной службы.

Новые регламенты нацелены на повышение эффективности государственного управления в таможенной сфере. Принятие этих документов будет способствовать созданию прозрачных технологий оказания услуг, упрощению и оптимизации административных процедур, уменьшению сроков исполнения отдельных этапов услуг, созданию благоприятных условий для участников внешнеэкономической деятельности по взаимодействию с ФТС России, повышению качества предоставления государственных услуг путем информирования заинтересованных лиц о ходе рассмотрения запросов и принятия предварительных решений.

Примечания:

¹ Немецкий бизнес – за продолжение диалога с Россией // Прайм-ТАСС, 28.08.2008

² Американские экспортеры не хотят портить отношения с Россией // ИА “Альянс Медиа” по материалам Vesti.ru /29.08.2008

³ Проблемы в российско-молдавских экономических отношениях исчезли // Прайм-ТАСС, 28.08.2008

⁴ Россия - самая привлекательная страна для инвестиций в розничную торговлю // “Газета.ру”, 25.08.2008/

⁵ CHRISTIAN DIOR планирует открыть собственный бутик в Петербурге // “Деловой Петербург”, 16.08.2008/

⁶ Европейские автопроизводители намерены увеличить продажи в России // ПРАЙМ-ТАСС, 26.08.2008/

⁷ Немецкий инвестор построит производство в Тюмени /ИА “УралПолит.Ru”, 19.08.2008/

⁸ Итальянец в Петербурге делает мороженое вручную // “Деловой Петербург”, 27.08.2008/

⁹ Без регламента REACH российских экспортеров не пустят на рынок Евросоюза // “Альянс Медиа”, 27.08.2008/

¹⁰ Без регламента REACH российских экспортеров не пустят на рынок Евросоюза // “Альянс Медиа”, 27.08.2008/

¹¹ 29.08.2008 14:30:00 Госдума готовит поправки в Таможенный кодекс ИА “Альянс Медиа” по материалам “Газеты”

¹² Понятие “Уполномоченного грузополучателя” будет еще уточняться // “Альянс Медиа”, 27.08.2008/

¹³ Вступают в силу новые правила принятия решений о классификации товаров // “Альянс Медиа”, 22.08.2008/

Соб. инф.



Н. Ю. Кони́на

Менеджмент в международных компаниях. Как побеждать в конкурентной борьбе.

– М.: ТК Велби, 2008. - 560 с.

В монографии, написанной на основе большого фактического материала, раскрываются сущность, механизм и специфика менеджмента крупных международных компаний в последние годы.

Работа представляет собой системное исследование различных аспектов корпоративного управления международных фирм в условиях глобализации. Рассмотрены различные аспекты организации бизнеса крупнейшими транснациональными корпорациями на современном этапе. Большое внимание уделено особенностям и механизму реализации стратегий международных фирм.

Книга предназначена для менеджеров, предпринимателей, слушателей школ бизнеса, студентов и преподавателей экономических вузов и факультетов.