**Информация**

**о перспективных направлениях для российского экспорта и условиях доступа на рынки Индии, Ирана, Китая и Японии**

**Индия**

Перспективные направления расширения российского экспорта

Существуют значительные возможности для расширения российского экспорта в Индию, в частности, за счет энергетического, транспортного, металлургического и горно-шахтного оборудования, электроники, оборудования для очистки воды и сжигания мусора, нефти, газа и угля, черных и цветных металлов, древесины и газетной бумаги, химической продукции и удобрений, пищевой и сельскохозяйственной продукции, предоставления информационных, финансовых, страховых, инжиниринговых, консалтинговых, образовательных, туристических и других услуг.

*Энергетическая сфера*

Перед Индией по-прежнему остро стоит проблема нехватки электроэнергии. Дефицит будет расти по мере реализации программы индустриализации страны. В связи с этим перспективны поставки энергетического оборудования как для атомных электростанций, так и для электростанций на традиционных и нетрадиционных источниках энергии.

*Металлургическая промышленность*

Обе стороны заинтересованы в использовании современных технологий, которыми располагает российская промышленность, в строительстве новых и модернизации уже имеющихся (в том числе построенных при содействии СССР/России) объектов металлургической промышленности в Индии.

*Горнодобывающая промышленность*

На ближайшее время Индия останется перспективным рынком для сбыта российского горно-шахтного оборудования. Спросом в этой стране пользуются длиннозабойные механизированные очистные комплексы, крупные драглайны, карьерные экскаваторы, бульдозеры, большегрузные автосамосвалы и буровые установки.

*Машиностроение и инфраструктура.*

В связи с планами модернизации и развития железнодорожного транспорта Индии существует спрос на современные локомотивы и подвижной состав, современные системы сигнализации и безопасности движения, передовые технологии строительства и эксплуатации железнодорожной инфраструктуры.

В рамках реализации планов по развитию городского транспорта интерес представляет специальная техника, предназначенная для обслуживания системы метро, а также электрические автобусы.

В целях развития использования внутренних водных путей для транспортировки пассажиров и грузов индийская сторона проявляет интерес к российским судам на воздушной подушке и подводных крыльях.

Одной из перспективных статей российского экспорта в Индию может считаться российская сельскохозяйственная техника, оборудование для обработки и переработки сельхозпродукции.

Есть потребность в развитии инфраструктуры, в первую очередь, связанную со строительством объектов водопотребления и очистки сточных вод в крупных городах.

*Авиастроение*

В последние годы активно развивается гражданская авиация Индии. Создаются новые частные пассажирские и грузовые авиакомпании, действующие компании объявляют о планах значительного увеличения своего авиапарка. Перед гражданской авиацией Индии стоит задача кардинального улучшения авиасообщения между штатами, особенно в северо-восточном направлении. Индийские авиакомпании нуждаются в самолетах малой и средней вместимости. Это обстоятельство необходимо использовать для продвижения на индийский рынок российской авиатехники данного класса.

Перспективными видятся поставки в Индию удовлетворяющих современным требованиям российских пассажирских самолетов, прежде всего таких, как Суперджет-100 и МС-21. Существуют возможности для организации совместного производства среднемагистральных самолетов, а также вертолетов и авиационных двигателей.

Имеются хорошие перспективы для продажи российских вертолетов гражданских модификаций.

*Химическая промышленность и удобрения.* Имеющиеся в России природные ресурсы для производства химической продукции и удобрений должны использоваться в качестве конкурентного преимущества в торговле с Индией, обладающей ограниченными возможностями в этой сфере.

*Фармацевтика и медицинское оборудование*

Существуют перспективы в организации комплексных поставок в Индию российских медицинских изделий для лечебно-профилактических учреждений, мобильных медицинских комплексов для экспресс-оценки эпидемиологической обстановки и состояния здоровья населения в удаленных районах и оказания услуг специализированных медицинских подразделений.

Рекомендации по доступу на рынок Индии

Ключевыми этапами работы по продвижению продукции на индийском рынке являются:

1. Участие в специализированных выставках-ярмарках, проводимых на территории Индии, для оценки экспортного потенциала собственной продукции и поиска возможных партнеров.

2. Проведение анализа рынка, логистики, вопросов экспортного финансирования.

3. Анализ таможенного, корпоративного, налогового, договорного и арбитражного законодательства Индии.

4. Установление и развитие контактов с национальными объединениями предпринимателей - Федерацией индийских торгово-промышленных палат (*FICCI*, [www.ficci.com](http://www.ficci.com)), Конфедерацией индийской промышленности (*CII*, [www.cii.in](http://www.cii.in)) с целью презентации предполагаемой к экспорту продукции и оценки ее соответствия критериям рынка.

5. Обеспечение соответствия предполагаемой к экспорту продукции индийским стандартам по качеству, промышленной и продовольственной безопасности, требованиям к маркировке, получение необходимых лицензий и разрешений на экспорт российской продукции в Индию.

6. Поиск прямых покупателей или дистрибьюторских компаний на местном рынке.

7. Открытие в случае необходимости представительства или дочерней компании в Индии.

Более подробную информацию о доступе на рынок Индии, а также содействие в поиске партнеров можно получить в представительстве ТПП России в Индии (г. Нью-Дели).

Контакты: Кочкин Вячеслав Александрович, представитель ТПП РФ в Индии, тел.: +9 011 2411-6295, факс: +9011 4157-4557, e-mail: india@tpprf.ru, tpp-india@yandex.ru.

**Иран**

Перспективные направления расширения российского экспорта

При условии сохранения торгового режима без санкций с Ираном наиболее правильным было бы сосредоточить усилия российских экспортеров на отдельных проектах и направлениях, согласно шкале приоритетов иранского правительства и с учетом возможностей их лоббирования на государственном уровне с обеих сторон.

В целом сегодня Иран обладает достаточно развитой промышленностью, выстроенной в основном вокруг сырьевого, машиностроительного и металлургического секторов. Большое внимание уделяется развитию горнодобывающей промышленности, в частности, добыче меди, цинка и других полезных ископаемых. Дальнейшее развитие получила алюминиевая промышленность. Планируется строительство заводов для производства глинозема. Также развиты пищевая и текстильная промышленность, энергетика и машиностроение. Однако практически все промышленное производство выстроено для работы на внутренний рынок – сказывается воздействие долголетних санкций на страну.

*Нефтегазовый сектор*

Очевидным и наиболее перспективным направлением совместного бизнеса является сотрудничество в нефтегазовом секторе, особенно в области разведки, применения современных методик повышения отдачи пластов, особых технологий бурения, прокладки газопроводов, в т.ч. подводных (проект газопровода Оман-ИРИ), технического обследования и диагностики газо-нефтепроводов, проектировании систем безопасности и т.д.

*Экология, сохранение природных ресурсов, опреснение воды*

С учетом острейшего дефицита воды в Иране и принятия национальных программ в этой области, необходимо путем организации научно-технического обмена выявить отдельные проекты по сохранению запасов пресной воды в водохранилищах, технологиям переработки и очистки любой воды, проектам ее переброски, опреснению соленой воды по новейшим технологиям без ущерба экологии, очистке сточных вод, сбору и сохранению всех типов осадков, где присутствует вода, разведке и разработке месторождений подземных вод, искусственного выделения осадков и т.д. То же касается проблем экологии, загрязнения воздуха, безопасного обращения с отходами, систем мониторинга, оценки и прогнозирования состояния окружающей среды, включая инновационные средства инструментального контроля загрязнения и своевременного выявления опасностей.

*Борьба с чрезвычайными ситуациями и последствиями природных катаклизмов*

Серия недавних аварий и катастроф в ИРИ на производственных и гражданских объектах в Иране (например, разрушение при пожаре здания в центре Тегерана 20.01.17) выявила недостаток современных инновационных технологий и оборудования по борьбе с ЧС и ликвидации их последствий. В этой связи перспективным было бы продвижение информационных технологий выявления пожаров и задымлений, российского аварийно-спасательного оборудования, пожарной и аварийно-спасательной техники, автомобилей, вертолетов, самолетов, систем инженерной и противопожарной сигнализации и защиты зданий (сооружений), диспетчеризации и программного обеспечения и т.д.

*Информационные технологии*

Учитывая имеющиеся у России конкурентные преимущества на рынке защитного программного обеспечения, онлайн-приложениях, в поисковых системах, а также стремление Ирана и России ограничить доминирование США в Интернете, сотрудничество в этой области обладает очень хорошим потенциалом.

Рекомендации по доступу на рынок Ирана

Первый шаг при экспорте товара в Иран – анализ перспективности реализации данной продукции в Иране и проверка на наличие любых торговых ограничений, которые устанавливает таможня обеих стран. Второй шаг – найти потенциального клиента на товар посредством маркетинга и рекламы. Дальше нужно выполнить ряд формальностей, таких как:

оформление пакета документов, связанных с таможней;

подготовка сертификата происхождения для экспорта товара в Иран;

заключение внешнеэкономического контракта;

решение налоговых вопросов;

обеспечение валютного контроля.

Почетный представитель ТПП РФ в Иране готов оказать содействие в выполнении указанных процедур на территории Ирана. Для этого проработаны различные варианты и установлены соответствующие контакты.

Особенности делового общения с иранскими партнерами

В Иране, как и в большинстве стран Востока, культурным и религиозным традициям и обычаям уделяется особое внимание. Простое знание иранского менталитета и традиций поможет расположить к себе бизнес-партнеров и наладить взаимопонимание. Вот некоторые из правил:

нельзя допускать перерыва в отношениях с деловыми партнерами, нужно регулярно напоминать о себе различными способами – поздравлениями, осведомлениями о здоровье и т.д.;

нужно терпеливо ждать ответа, не проявлять излишней поспешности, не выказывать своего нетерпения. Важно излучать уверенность;

требования партнеров могут показаться завышенными (чтобы всё оборудование соответствовало международным сертификатам, с поставкой всех комплектующих и т.д.). В ходе переговоров можно урегулировать все требования;

при встрече необходимо всегда приветствовать партнеров вставанием;

нужно быть предельно вежливыми (пропускать партнеров впереди себя, всегда извиняться, если первыми проходите в дверь);

общаясь с иранскими женщинами, нельзя делать двусмысленных комплиментов, нужно избегать любых телесных контактов, включая пожатие руки, а также пристальных взглядов;

женщины при поездке в Иран обязаны соблюдать нормы исламской одежды: закрывать платком волосы, оставлять открытыми только лицо и кисти рук, не носить обтягивающие и прозрачные вещи;

иранцы крайне чувствительны к уровню представительства – не будут вступать в переговоры с лицом, более низким по должности и степени ответственности;

при планировании поездок всегда нужно учитывать праздники и выходные дни. Нельзя назначать деловой визит в месяц Рамадан, траурные дни Ашура и Тасуа, в период Новруза. Во время лунного месяца Рамадан правоверные мусульмане в дневное время постятся, а пищу принимают только с наступлением темноты, поэтому обычный ход событий в этот период часто нарушается. Многие магазины и рестораны не работают днем. Официальный выходной день в стране – пятница. Не работают учреждения и большинство магазинов. Госучреждения не работают еще и в четверг. Они также не функционируют в дни национальных и религиозных праздников;

при ведении деловых переговоров нужно избегать общения «с глазу на глаз», все серьезные беседы в Иране принято вести только в присутствии 2-3 сопровождающих лиц;

при подписании документов важно добиваться предельной четкости формулировок. В текстах должна быть максимальная ясность. При переводе нужно с иранской стороной согласовать все термины.

Контакты почетного представителя ТПП РФ в Исламской Республике Иран:

Максимов Александр Анатольевич, тел. офиса в Иране +98 (21) 88987435-6, тел. офиса в Москве +7 495 937 9507, e-mail: info@iran-tpprf.ru.

**Китай**

Перспективные направления расширения российского экспорта

Анализ номенклатуры российского экспорта в Китай показывает, что основную долю поставок занимают товары сырьевой группы (по данным за первую половину 2017 г., минеральные продукты (в основном продукция ТЭК) составляют 69,7% совокупного объема экспорта; древесина и целлюлозно-бумажные изделия – 11,0%; продукция химической промышленности – 5,1%). Доля машин, оборудования и транспортных средств, а также продовольственных товаров (включая сельхозсырье) составляет 8,1% и 4,3% соответственно. Эти данные говорят о том, что, к сожалению, востребованность отечественной готовой продукции в Китае пока невысока.

Реальные перспективы расширения экспорта связаны с высокотехнологичными товарами и продуктами питания.

Рекомендации по доступу на рынок Китая

При принятии решения о продвижении продукции в Китай следует учитывать особенности местного рынка, характеризующегося большим ассортиментом представленных товаров и торговых марок, жесткой конкурентной средой, невысокой рентабельностью и разнообразием маркетинговых решений. Опыт иностранных и российских предпринимателей свидетельствует, что залогом успеха в КНР является тщательно продуманная бизнес-стратегия, которой должна предшествовать серьезная предварительная работа по исследованию рынка, нормативно-правовых документов, действующих стандартов и барьеров, а также анализ возможных «подводных камней» и сложностей, с которыми придется столкнуться компании при осуществлении деятельности в Китае.

В условиях повсеместного развития высоких технологий первичное знакомство с китайским рынком следует начать с изучения местных интернет-ресурсов. Так можно получить начальное представление о наличии или же об отсутствии в Китае аналогов планируемой к продвижению продукции, выявить основных игроков рынка, понять особенности формирования местного спроса на конкретный товар. При этом следует учитывать языковой фактор: англоязычной информации в китайском интернете крайне мало и зачастую она не соответствует действительности. В связи с этим целесообразно иметь в штате сотрудника, владеющего китайским языком. В дальнейшем наличие «карманного» китаиста будет являться серьезным подспорьем в работе с местными партнёрами.

Определить целесообразность «входа в Китай» в целом и выявить востребованность своего товара возможно также с помощью маркетингового исследования рынка. Вместе с тем это является достаточно затратным и не всегда оправданным. Альтернативный вариант - делегирование представителей российской компании на одну из многочисленных в Китае отраслевых выставок. На практике такой поездки достаточно для понимания положения дел в отдельно взятом сегменте рынка.

Выбор выставки в КНР можно осуществить самостоятельно, придерживаясь некоторых правил. В частности, государственную поддержку и, соответственно, наивысший статус имеют выставки, англоязычные названия которых начинаются со слов «China International». Кроме того, следует обращать внимание на организаторов мероприятий. Лучше, если это будут китайские органы государственной власти (например, Министерство коммерции, Министерство промышленности и информатизации) или ведущие ассоциации (Китайский комитет содействия развитию международной торговли (Китайская международная торговая палата), Китайская ассоциация по экспорту-импорту продуктов питания и т.д.). Список крупнейших в Китае выставок регулярно публикуется на сайтах Роспосольства и Торгового представительства РФ в КНР.

Один из вариантов знакомства с китайским рынком – участие в организуемых по линии регионов и территориальных ТПП торгово-экономических миссиях. Обычно такие мероприятия уже включают в себя посещение тематических выставок и участие в B2B переговорах с представителями местного делового сообщества.

Следует отметить, что рынок КНР наводнен большим количеством фирм-«однодневок», мошенников, а также компаний, намеренно завышающих свои бизнес-возможности. В связи с этим рекомендуется осуществлять проверку благонадежности местных партнеров до вступления с ними в договорные отношения и, что крайне важно, до перечисления денежных средств.

Органом, ответственным за регистрацию компаний и предоставление соответствующих выписок, является Государственное торгово-промышленное управление/администрация ([www.saic.gov.cn](http://www.saic.gov.cn)). Местные подразделения этого ведомства предоставляют возможность получения электронной выписки на зарегистрированные в данном регионе юридические лица. Такая выписка обычно включает в себя информацию о регистрационном номере компании, дате и месте ее регистрации, размере уставного капитала, учредителях и т.д. Вместе с тем получение соответствующей информации возможно только при условии регистрации в системе с использованием местного номера идентификации личности (аналог паспорта в Китае). Иностранные компании могут получить сведения на платной основе через возможности соответствующих консалтинговых или юридических структур в КНР. Такие услуги также оказывают представительства ТПП России в Китае для предприятий из числа членов Палаты.

После принятия принципиального решения о выводе продукции на китайский рынок следует озаботиться защитой собственной торговой марки. Процедура ее регистрации в Китае предполагает инициирование соответствующего обращения в Управление по торговым маркам Главного управления промышленно-торговой администрации КНР.

Вопрос защиты товарного знака в последние годы приобретает крайне важное значение. Китайские компании в приграничных районах провинции Хэйлунцзян (Хэйхэ, Суйфэньхэ) и автономного района Внутренняя Монголия (Маньчжурия) массово регистрируют на свое имя товарные знаки, индивидуализирующие российские товары, которые в наибольшем количестве завозятся в Китай, а потом пытаются «выкручивать руки» российским правообладателям, навязывая продажу захваченного товарного знака по завышенной цене или требуя эксклюзивных условий поставки.

Важной составляющей предварительной подготовки к экспорту продукции в Китай является изучение действующих в стране сертификационных требований и лицензий.

Кроме сертификации в отдельных отраслях КНР действуют собственные «правила игры», подразумевающие необходимость оформления специальных разрешений. Так, например, в 2015 году одна из российских компаний столкнулась с требованием маркировки горнорудного оборудования.

Кроме того, необходимо обратить внимание на наличие ограничений в российско-китайской торговле продуктами питания. Так, на настоящий момент полностью запрещен ввоз в КНР из России «мяса парнокопытных и продукции из него», «мяса овец и коз, а также продукции из них», «мяса птицы и продукции из птицы», «мяса свиней и продукции из них», а также молочной продукции (сюда попадают все молочные изделия, кроме мороженого). Помимо изложенного, имеются ограничения при экспорте в Китай большинства видов зерновых (пшеница, рис, рапс, соя, кукуруза).

Применительно к допущенным на китайский рынок видам сельскохозяйственной продукции действует ряд фитосанитарных и других нетарифных барьеров. Так, например, растительное масло должно соответствовать сразу нескольким действующим государственным стандартам безопасности продуктов питания, а разрешенная к ввозу в КНР пшеничная мука, рис и кукуруза подлежат квотированию. Для понимания, квоты на импорт пшеницы (сюда же входит и мука) ежегодно распределяются Государственным комитетом по реформам и развитию между госпредприятиями КНР по принципу их участия в социальных программах. Получателем порядка 90 процентов квот является корпорация COFCO, не импортирующая муку из России. Таким образом, все отечественные поставщики этого продукта в Китай должны платить пошлину в размере 65 процентов (в рамках квоты ставка составляет 6 процентов).

Еще более сложным является порядок импорта в Китай рыбы и морепродуктов. В соответствии с действующим законодательством российская компания – экспортер должна заранее предоставить в Ассоциацию океанического рыболовства КНР оригинал сертификата законности вылова (IUU-catch certificate). После проверки подлинности сертификата указанный китайский орган уведомит соответствующий таможенный пункт пропуска о завершении процедуры проверки законности происхождения улова и разрешении начала процедуры таможенного оформления.

Общий алгоритм оформления документов для поставки продуктов питания в КНР предполагает обязательную регистрацию в специальной системе для экспортеров/импортеров (http://ire.eciq.cn) Главного управления КНР по контролю качества, инспекции и карантину (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the PRC - AQSIQ). В этой же системе должен быть зарегистрирован и импортер. Помимо этого, китайская компания должна иметь «разрешение на работу с продуктами питания», а также лицензию ВЭД.

Применительно к экспортерам рыбы и морепродуктов действует разрешительный порядок регистрации иностранных производителей. В частности, между Россией и Китаем обмен соответствующими данными осуществляется через механизм взаимодействия карантинных ведомств двух стран (Россельхознадзор и AQSIQ). Списки одобренных иностранных производителей морепродуктов публикуются на сайте Управления КНР по сертификации и аккредитации (www.cnca.gov.cn/bsdt/ywzl/jkspjwscpqzc).

Следующий шаг - регистрация этикетки и получение соответствующего сертификата (Label Verification Certificate for Imported Food). Подробная информация о порядке оформления этикетки и сведениях, которые она должны содержать, определены стандартом GB7718-2011 (General Rules for the labeling of prepackaged foods) . Регистрация этикетки обычно занимает до 2 месяцев.

Чтобы избежать «сюрпризов» на таможне, следует провести проверку на соответствие китайским стандартам заранее. Для этого необходимо подобрать стандарт, под который подпадает продукция, и провести анализ соответствия ему качества экспортируемой продукции в одной из аккредитованных в Китае лабораторий (например, Китайский сертификационный центр качества (China Quality Certification Centre – CQC (www.cqc.com.cn). Такие услуги также оказывают специализированные китайские и иностранные фирмы.

Для экспорта продуктов питания в КНР российской компании следует иметь фитосанитарный сертификат (оформляется в Россельхознадзоре), а также сертификат страны происхождения товара (оформляется в ТПП России). Другие документы соответствуют стандартному перечню при экспорте продукции (таможенная декларация, договор, инвойс и т.д.). После проведения инспекции и процедуры оформления импорта на территории КНР импортер должен оформить в карантинных органах гигиенический сертификат, подтверждающий разрешение для свободного обращения продукции на местном рынке.

Важную роль в продажах товара в Китае играет реклама и маркетинг. В отличие от России и стран Запада здесь более эффективной является прямая реклама товара.

В условиях, когда многое зависит от маркетинга, китайские импортеры и дилерские сети в последнее время стали все чаще отказываться от работы с посредниками. Заинтересованные в завоевании местного рынка производители ведут гибкую ценовую политику, готовы нести затраты по продвижению своих товаров, включая участие в акциях по их бесплатному распространению для формирования потребительских предпочтений. Иностранные посреднические компании своей задачей ставят, главным образом, сиюминутную выгоду, в связи с чем они не рассматриваются в настоящее время в Китае в качестве серьёзных деловых партнеров.

Опыт российских производителей, чья продукция уже представлена в КНР, свидетельствует, что в основе успешной работы на китайском направлении лежит многолетний труд менеджмента компании и серьезные финансовые вложения. Это включает в себя маркетинг, последовательную работу с потенциальными партнерами, участие в выставках в КНР, развитие сети продаж, оптимизацию логистики, а также, что крайне важно, местными регулирующими ведомствами. Несомненно, что эффективно вести такую деятельность с территории России практически невозможно.

На первых порах отечественной компании вполне достаточно иметь здесь доверенное лицо, которое будет поддерживать связи с партнерами, отслеживать «судьбу» товара, заниматься развитием деловых связей и т.д. В данном контексте следует избегать так называемого «эксклюзива» - передачи китайскому партнеру прав на единоличное распространение конкретного товара в КНР, что резко ограничивает «возможности для маневра» российской стороны в будущем. По мере расширения объемов поставок продукции, целесообразно рассмотреть вопрос об открытии в КНР экспортно-импортной компании.

При направлении коммерческих предложений в региональное представительство ТПП России в Восточной Азии (г. Пекин) следует заранее подготовить описание продукта, его презентацию и другие материалы на английском, а лучше на китайском языке, которые могли бы помочь в привлечении контрагентов. Для публикации информации в сети, например, на сайте представительства ТПП в Восточной Азии (<http://eastern-asia.tpprf.ru>), требуется краткое описание предлагаемого продукта (размером не больше страницы текста формата «А4»), а также рекламное фото (в формате «jpeg»).

Поступающие обращения публикуются на интернет-ресурсах ТПП России в Китае (сайты, We-Chat аккаунты и т.д.) и включаются в т.н. пул проектов, который в дальнейшем доводится до профильных китайских ведомств и организаций.

Контакты регионального представителя ТПП России в Восточной Азии (г. Пекин): Кудрявцев Павел Александрович, тел.: +8610 5838-3551, 5838-3552, 5838-3553, факс: +8610 5838-3550, e-mail: eastasia@tpprf.ru, tppchina@mail.ru.

Контакты представителя ТПП России в КНР (г.Шанхай): Бурыкин Сергей Владимирович, контакты: тел.: +86-21-68877708, +86-21-68876660, факс: +86-21-68876508, e-mail: china@tpprf.ru, tpp.china@gmail.com/

**Япония**

(информация подготовлена на основе материалов Минэкономразвития России)

В Японии действует экономическая модель, суть которой заключается в обработке сырья и экспорте готовых изделий. При этом на территории самой Японии находятся, главным образом, научно-исследовательские, конструкторские и финансово-управленческие центры компаний. Из производственных мощностей в стране остались только предприятия, производящие наиболее высокотехнологичную продукцию (в том числе в аэрокосмической отрасли, производстве оборонной продукции, энергомашиностроении, автомобилестроении, станкостроении, роботостроении, производстве компьютеров, средств связи, аккумуляторов), производства, вынос которых за рубеж неизбежно приведет к утечке технологий (в частности, высокотехнологичный сегмент металлургии), а также предприятия, работающие на внутренний рынок. Большинство комплектующих изделий, полуфабрикатов и сырья для производственных нужд поставляется в Японию по хорошо отлаженным долговременным каналам с японских предприятий за рубежом и от проверенных зарубежных партнеров. Потребительский рынок насыщается за счет внутреннего производства, а также путем импорта по не менее надежным и проверенным каналам.

В России Япония закупает в основном углеводородное топливо: нефть, СПГ и уголь, на долю которых в товарной структуре российского экспорта в Японию в 2016 году пришлось 74% (6,9 млрд. долл.). В целом японский импорт из России ограничен группой товаров, поставки которых реализуются определенными российскими компаниями по отлаженным каналам. Вместе с тем, компании Японии на постоянной основе проводят системную работу по изучению российского рынка в целях поиска новых возможностей для бизнеса, в том числе на перспективу.

Перспективные направления расширения российского экспорта

Товары энергетической группы (нефть, СПГ, уголь) будут составлять основную часть российского экспорта в Японию. Вместе с тем, в 2016 г. наметились позитивные тренды в области диверсификации российского экспорта в Японию. О глобальных изменениях говорить пока рано, однако доля продукции топливно-энергетического комплекса в структуре российских поставок сократилась по итогам 2016 г. по сравнению с 2015 г. с 82,2 % до 74,0 %. Появился ряд новых позиций несырьевого экспорта в Японию, хотя объемы этих поставок пока невелики. Например, на фоне текущей конъюнктуры повысилась конкурентоспособность сельхозпродукции производителей Дальнего Востока на японском рынке. Среди факторов, влияющих на рост экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия из России в Японию, можно выделить поступательный интерес японских импортеров к российской продукции, которая является альтернативой поставкам из Китая и стран ЮВА. Расширение сотрудничества в агропромышленном комплексе рассматривается Правительством Российской Федерации в качестве одного из приоритетов работы на японском направлении, для этого создаются все условия.

В качестве перспективного направления взаимодействия рассматриваются экспорт в Японию мяса птицы, свинины, баранины, говядины, готовой мясной продукции, продукции птицеводства и фуража, включая сено. Заинтересованным в экспорте таких мясопродуктов предприятиям необходимо обратиться в Россельхознадзор для включения в реестр компаний-объектов проверки на соответствие японским стандартам качества и безопасности продукции. Ряд японских компаний впервые организовали пробные закупки российской сельскохозяйственной продукции для проведения исследований и оценки качества.

В связи с курсовыми разницами у российских производителей и экспортёров появляется возможность расширить номенклатуру экспорта за счет продвижения на японский рынок химических товаров, биотоплива и даже отдельных видов машинно-технической продукции.

В высокотехнологичных областях возможно предоставление услуг российских центров обработки данных, услуг по разработке игрового контента и программного обеспечения, услуг по разработке новейших сорбентов по очистке жидких радиоактивных отходов от цезия и стронция, расширение предложения транспортных услуг.

Рекомендации по доступу на рынок Японии

В Японии действуют ограничения по ввозу продукции сельского хозяйства. К ввозимой на территорию Японии продукции сельского хозяйства и животноводства, в том числе куриного мяса и яиц, к упаковке и маркировке импортируемых товаров установлены жесткие технические и санитарные требования.

Основное внимание обращается на качественные характеристики продукции, в частности, экологическую чистоту, дозировку компонентов, содержание питательных веществ.

Общим требованием при ввозе продукции сельского хозяйства является заблаговременное извещение карантинных властей о ее ввозе, прохождение проверки и получение соответствующего карантинного импортного сертификата.

В отношениях России и Японии действует особый порядок поставок из России в Японию живых ресурсов Тихого океана на основании Соглашения между Правительством Российской Федерации и правительством Японии от 8 февраля 2012 г. «О сохранении, рациональном использовании, управлении живыми ресурсами в северо-западной части Тихого океана и предотвращении незаконной торговли живыми ресурсами» (действует с 10 декабря 2014 г.). Согласно данному Соглашению, Япония не принимает экспорт живых ресурсов Тихого океана из России в Японию без подтверждающего сертификата, выданного компетентными органами Российской Федерации и направленного ими в соответствующие органы Японии. Также из Российской Федерации (в числе ряда других стран) запрещен импорт живых животных и продукции животного происхождения, предназначенных для использования в качестве племенного материала.

Маркировка всех товаров, продаваемых в Японии (в том числе импортных), должна соответствовать внутренним законам. Законодательство не закрепляет дополнительных требований к маркировке иностранных товаров по сравнению с национальной продукцией. Если товар подлежит тестированию и проверке на безопасность согласно законодательству, на его упаковку должны быть нанесены специальные символы о соответствии всем необходимым стандартам. Дополнительно на японском языке должна быть размещена информация о составе и другие необходимые данные.

Действующие в стране национальные стандарты, системы сертификации и инспекции качества товаров являются объективными препятствиями продвижению российской продукции на японский рынок. Но повышенные требования японской стороны к ввозимым товарам не носят дискриминационного характера по отношению к российским поставщикам и распространяются на всех без исключения зарубежных поставщиков.

Контакты почетных представителей ТПП РФ в Японии:

Тибулевич Александр Анатольевич, тел.: +81 (3) 6805-6072, факс: +81 (3) 6805-6073, моб. +81 80 5072-6807, e-mail: shokokaigi\_japan@ybb.ne.jp.

Пасько Александр Александрович, тел.(моб): +81-80-9105-8999, e-mail: aap@tpprf.ru.