

**В ПОМОЩЬ ЭКСПОРТЕРУ:**

**КАК ВЫЙТИ  
НА ВНЕШНИЙ РЫНОК?**



Комитет торговли  
Министерства индустрии и торговли  
Республики Казахстан



АО "Корпорация по развитию  
и продвижению экспорта  
"KAZNEX"

## СОДЕРЖАНИЕ:

<b>Обращение к предпринимателям .....</b>	<b>3</b>
<b>Экспорт: от идеи до практики.....</b>	<b>4</b>
• Государственное регулирование экспорта в Казахстане	
• Определяем готовность к экспорту: начальный этап	
• Преимущества и риски экспортера	
• Что такое План экспортера?	
<b>Разработка экспортной стратегии .....</b>	<b>9</b>
• Выбор страны для экспорта	
• Способы организации экспорта	
• Зарубежный потребитель и конкурент	
• Где искать информацию?	
• Посещая страны, опыт мирового экспортера: взгляд изнутри	
• Вперед вместе с «KAZNEX»	
<b>Краткий обзор по экспортным рынкам стран мира ...</b>	<b>13</b>
• Германия	
• Индия	
• Китай	
• Россия	
<b>Полезная информация .....</b>	<b>31</b>

## ОБРАЩЕНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ

### Чем сегодня характеризуется международный бизнес?

Активный рост торговли и инвестиций, феномены слияний и поглощений, транснациональное перемещение производства, аутсорсинг компаний из развивающихся стран, жесткие правила конкурентной борьбы, интернационализация и глобализация бизнеса.

В этом контексте особо актуально звучит вопрос о завоевании казахстанскими компаниями позиций на мировом рынке посредством экспорта товаров и услуг под маркой «Сделано в Казахстане».

Любой казахстанский предприниматель не раз задумывался о том, как расширить производство и продажи продукции за пределы родной страны. Среди отечественных товаров есть немало примеров производства качественной, экологически чистой продукции, которая при небольших улучшениях, например, в упаковке или дизайне успешно могла бы продаваться за рубежом.

Практика показывает, что малый и средний бизнес слабо вовлечен в процесс экспортной деятельности, и одной из основных причин тому является недостаток знаний и информации по вопросам организации внешнеэкономической деятельности.

В этих целях АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «KAZNEX» предлагает информационную брошюру, содержащую важные сведения о ключевых процедурах, необходимых начинающему экспортеру, а также полезные сведения по особенностям импортного регулирования в четырех государствах мира.

Безусловно, данное издание не в состоянии охватить все вопросы экспортной деятельности, между тем, надеемся, что оно внесет свой вклад в формирование базовых знаний предприятий по вопросам выхода на внешние рынки.

Успехов Вам и процветания Вашему бизнесу!

Коллектив  
АО «Корпорация по развитию и  
продвижению экспорта «KAZNEX»

#### Примечание от авторов

Настоящая инструкция содержит рекомендации и советы по планированию экспорта и не исключает другие подходы в организации данного процесса.

# ЭКСПОРТ: ОТ ИДЕИ ДО ПРАКТИКИ

## Государственное регулирование экспорта в Казахстане

Основным нормативно-правовым актом, регулирующим развитие внешнеторговой деятельности, является Закон Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» от 12.04.2004 г. №544-II, который определяет государственные меры по развитию внешней торговли, инструменты таможенно-тарифного и нетарифного регулирования, количественные ограничения на вывоз товаров и прочие вопросы, касающиеся осуществления внешнеторговых операций.

Мечтая о новых рынках и новых горизонтах, не следует сомневаться в возможностях своего бизнеса.

Хорошо продуманная стратегия и профессиональные консультации помогут бизнесу выйти на внешний рынок.

**На заметку:** в настоящее время в целях развития и стимулирования казахстанского экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью разрабатывается законопроект о внесении изменений и дополнений в части создания институциональной системы государственной поддержки экспорта, совершенствования понятийного аппарата, выделения мер государственной поддержки для развития экспорта.

При планировании экспорта предприятиям следует руководствоваться Законом Республики Казахстан «О техническом регулировании» (дополнительно приказом Министра индустрии и торговли «Об утверждении Правил определения страны происхождения товаров и выдачи сертификатов о происхождении товаров»), постановлением Правительства РК «О лицензировании экспорта и импорта товаров (работ, услуг) в Республике Казахстан», Законом Республики Казахстан «О стандартизации», Законом РК «О валютном регулировании», Налоговым и Таможенным кодексами Республики Казахстан, Постановлением Правительства РК «О таможенном тарифе и товарной номенклатуре внешнеэкономической Республики Казахстан» и другими нормативными правовыми актами, регулирующими осуществление внешнеторговой деятельности.

АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта "KAZNEX" проводит оценку экспортного потенциала предприятия с участием зарубежных и отечественных экспертов, которая позволяет диагностировать имеющиеся ресурсы предприятия, определить потенциальные направления для экспорта, выработать рекомендации по улучшению качественных параметров продукции для соответствия международным стандартам.

Центральным исполнительным органом, осуществляющим формирование государственной политики в сфере развития торговой деятельности и внешних торгово-экономических отношений, а также экспортного контроля Казахстана является Министерство индустрии и торговли РК (Положение о Министерстве индустрии и торговли РК, постановление Правительства РК от 26.11.2004 г. №1237).

Содействие предприятиям в организации экспортной деятельности оказывают деловые ассоциации, консалтинговые компании, торгово-промышленные палаты, таможенно-брокерские и экспедиторские компании, представительства международных организаций в Казахстане (посредством грантов и программ технического содействия).

В целях выработки предложений по вопросам продвижения казахстанских товаров на внешние рынки с 2007 года действует Совет экспортеров при Министре индустрии и торговли РК.

На ежегодной основе среди казахстанских предприятий проводится конкурс на звание «Лучший экспортер года».

## Определяем готовность к экспорту: начальный этап

Предпринимателю, принявшему решение экспортировать продукцию/услуги, следует проанализировать состояние бизнеса и ответить на наиболее важные вопросы, касающиеся планирования экспортного процесса.

Ниже приводятся вопросы, на которые экспортеру следует ответить самостоятельно.

*Вопросы экспортеру для самостоятельной работы:*

<b>Экспортный потенциал предприятия</b>	Анализ рисков и потенциальных трудностей на различных этапах экспортной деятельности предприятия; Анализ имеющихся производственных мощностей, сырьевых ресурсов, квалифицированного персонала для выпуска достаточного объема конкурентоспособной, востребованной продукции.
<b>Экспортный товар</b>	Соответствие товара требованиям целевого зарубежного рынка в плане дизайна, размеров, цвета, упаковки, маркировки, других требований и параметров; Классификация товара в соответствии с кодом ТН ВЭД, правила экспорта данного товара.
<b>Способ осуществления экспорта</b>	Выбор наиболее приемлемого способа продажи товара за границу – посредством контракта с импортером, посредничества внешнеторговой организации, товарную биржу или совместное предприятие.
<b>Экспортные процедуры</b>	Особые предписания к экспортным товарам; Алгоритм выполнения экспортных процедур; Влияние расходов по выполнению экспортных процедур на весь процесс по организации экспорта; Система льготных/ограничительных условий для экспорта (практическое использование, эффективность).
<b>Документация по экспорту товаров/услуг</b>	Наличие сертификатов качества и соответствия, гигиенических, экологических свидетельств, необходимых для экспорта в избранную страну, а также оформление требуемой документации (количество экземпляров, копий, нотариальное заверение, юридически правильное оформление); Сбор документов, необходимых для получения разрешений на экспорт товара, а также прохождение других установленных законодательством процедур; Оценка времени и расходов на оформление экспортных документов в соответствующих учреждениях.
<b>Партнеры</b>	Поиск казахстанских организаций, оказывающих услуги по поддержке экспортера на разных этапах экспортного процесса (контактные данные, условия сотрудничества); Поиск потенциальных импортеров товаров; Поиск иностранных организаций, оказывающих посреднические, консалтинговые, представительские функции за рубежом; Установление и поддержание деловых контактов с иностранными партнерами на постоянной основе (знание культурных особенностей, делового этикета, переписки на иностранном языке).

АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта "KAZNEX" проводит оценку экспортного потенциала предприятия с участием зарубежных и отечественных экспертов, которая позволяет диагностировать имеющиеся ресурсы предприятия, определить потенциальные направления для экспорта, выработать рекомендации по улучшению качественных параметров продукции для соответствия международным стандартам.

<b>Маркетинг</b>	Конкуренция и насыщенность выбранного зарубежного рынка товарами-аналогами; Сильные и слабые стороны конкурентов; Факторы, влияющие на ценообразование; Эффективность использования средств продвижения товаров за рубежом.
<b>Финансы</b>	Расходы на прохождение экспортных процедур; Расходы на банковское, транспортно-экспедиторское обслуживание, таможенное и юридическое оформление; Неофициальные расходы; Форма расчетов по экспортному контракту в соответствии с требованиями отечественного и зарубежного законодательства; Вид валюты по экспортному контракту; Базисные условия поставки по ИНКОТЕРМС; Страхование экспортного контракта.
<b>Упаковка и маркировка</b>	Обеспечение требований к упаковке товаров на экспорт.
<b>Транспортно-экспедиторское обеспечение</b>	Оценка наиболее приемлемого способа доставки товаров импортеру с учетом характеристики, свойств товаров, а также стоимости перевозки, складирования, погрузочных работ; Заключение договоров по доставке экспортного груза с транспортными/транспортно-экспедиторскими компаниями; Страхование экспортного груза, критерии выбора страховых компаний; Оформление документов, необходимых для страхования экспортного груза; Влияние затрат на транспортно-экспедиторское обслуживание экспортера и страхование экспортного груза на ценообразование экспортного товара.

### *Какие преимущества и риски возникают у экспортера при выходе на внешний рынок?*

<b>Преимущества</b>	
<b>Эффект масштаба</b>	Сравните число потребителей, живущих в Казахстане с потенциальными потребителями, живущими в соседних государствах и дальнем зарубежье, разница составляет внушительные цифры. К примеру, численность населения в близлежащих странах, таких как Китай, Кыргызстан, Россия, Узбекистан, Таджикистан в совокупности составляет более 1,5 миллиарда человек.
<b>Сезонные преимущества</b>	Экспортируя сезонную продукцию, производство которой для многих стран мира не представляется возможным в силу природно-климатических особенностей, предприятию можно избежать сокращения продаж внутри страны. К примеру, северные регионы с долгим зимним периодом не могут в полном объеме обеспечивать себя овощами и фруктами круглый год.
<b>Продлевая жизнь продукта</b>	Товары и услуги, предлагаемые производителем на местном рынке, могут столкнуться с ограниченным спросом со стороны местных потребителей. Новые рынки откроют новые возможности, новый спрос, а зарубежные потребители оценят новизну товара.

<i>Новые горизонты для роста</i>	Если предприятие имеет возможность производить продукцию / услуги в большем количестве, чем может быть реализовано на местном рынке, верное направление – максимально использовать свои возможности и продвигаться на внешние рынки.
<i>Улучшая бизнес</i>	Конкурируя на международном рынке, предприятие приобретает эффективность и представительность. Эксперты говорят, что экспортирующий бизнес имеет большие перспективы для роста, обученный и мотивированный штат, способность к быстрому внедрению и адаптации технологий.

<b>Риски</b>	
<i>Политические</i>	Нестабильность на мировом рынке может рассматриваться как угроза для успешного проекта. Политические риски следует ставить в один ряд с чисто рыночными тенденциями на выбранном для экспорта рынке.
<i>Юридические</i>	Каждое государство имеет свою юридическую систему и юридические требования, включая импортные процедуры, налогообложение, вопросы привлечения рабочей силы, интеллектуальную собственность, валюту и контракты. Получите квалифицированную юридическую помощь и консультационную помощь от эксперта.
<i>Финансовые</i>	Удостоверьтесь в решаемости всех финансовых вопросов (таких как финансирование, трансферты, риски обмена валют, система международных расчетов) перед тем, как экспортировать продукцию.
<i>Транспорт и логистика</i>	Будьте готовы к риску порчи, потери, кражи товара при экспорте, внимательно исследуйте наиболее подходящие каналы поставок, складирования и хранения продукции, а также обратите внимание на вопрос страхования соответствующих рисков.
<i>Прочие требования</i>	Удостоверьтесь, каковы требования нового зарубежного рынка, предъявляемые к Вашей продукции, проанализируйте соответствие.

**АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта "KAZNEX" оказывает содействие казахстанским экспортерам в поиске потенциальных импортеров посредством:**

- организации выездных казахстанских деловых миссий за рубеж и встреч с иностранными импортерами в Казахстане;
- поддержки интернет-площадки для экспортеров [www.kaznex.kz](http://www.kaznex.kz);
- распространение за рубежом реестра экспортеров и экспортной продукции Казахстана.

## Что такое План экспортера?

Прежде чем принять решение ориентировать бизнес на экспорт, нужно изучить два основных вопроса – собственный бизнес и рынок, потому что нельзя выходить на внешний рынок, не оценив всей специфики сферы деятельности.

В этой связи рекомендуется составить экспортный план или план экспортера, который будет являться основным документом для целенаправленного и планомерного ведения бизнеса. План экспортера следует рассматривать как достаточно «мобильный» документ, содержание которого будет меняться в зависимости от полученного опыта, достигнутых результатов, стратегии и целей.

Примерный план экспортера содержит следующую информацию:

<b>I. Введение</b>	<b>II. Организационные вопросы</b>	<b>III. Продукция (товары, услуги)</b>
История бизнеса Цели и задачи бизнеса Сфера деятельности предприятия, описание продукции/услуг Цели экспортного плана Описание текущей экспортной деятельности (если есть)	Форма собственности Учредители, партнеры Организационная структура Персонал, квалификация	Описание основных характеристик продукции/услуг Описание процесса производства и предоставления услуг Сфера использования продукции/услуги Описание деятельности по развитию продукции (дизайн, упаковка, качество) Лицензии, сертификаты, разрешения
<b>IV. Оценка рынков сбыта</b>	<b>V. Стратегия внедрения</b>	<b>VI. Логистика</b>
Исследование потенциального рынка Политическая и экономическая ситуация Описание основных конкурентов, их сильные и слабые стороны Аналогичная продукция/услуги у конкурентов Тарифные и нетарифные барьеры Прогноз по рынку, тенденции	Анализ конкурентоспособности бизнеса Позиционирование продукции/услуги SWOT анализ Ценовая политика Дистрибуция и продвижение на рынок Посредники, партнеры, дистрибьюторы	Транспортировка и страхование Наличие инфраструктуры Торговая документация
<b>VII. Анализ рисков</b>	<b>VIII. План реализации</b>	<b>IX. Финансы</b>
Политические Валютные, кредитные Форс-мажор Другие риски	Основные этапы Оценка работы, методы	Доходы и источники финансирования Прогноз по продаже Прогноз по прибыли и денежному потокам Анализ инвестиций Расчет окупаемости проекта Стоимость маркетинга, услуг по продвижению продукции Расходы

Подготовкой плана экспортера можно заняться самостоятельно или обратиться к услугам консалтинговых компаний.



## РАЗРАБОТКА ЭКСПОРТНОЙ СТРАТЕГИИ

Не важно выходит ли экспортер на внешний рынок в первый или двадцать первый раз, основные вопросы при подготовке к экспорту у компании одинаковы.

Будет ли экспортируемая продукция востребована на внешнем рынке, как найти этот рынок, какое качество можно предложить на новом рынке, как осуществить послепродажный сервис?

Чтобы получить ответы, экспортеру необходимо изучить технический уровень, качество и другие параметры продукции, выпускаемой конкурентами, специфические требования к экспортируемой продукции в зарубежной стране. Особое внимание следует уделить принятым в данной стране нормам, стандартам, требованиям безопасности, экологическим предписаниям (изучить возможность получения необходимых сертификатов). Ответы на данные вопросы позволят экспортеру определить, насколько конкурентоспособным будет его товар или услуга.

Участники экспортного процесса общаются на языке терминов и аббревиатур. Общепринятый язык международного делового общения – английский.

### Выбор страны для экспорта:

В мире существует свыше 200 государств. Выбор экспортного рынка, в первую очередь, предполагает проведение всеобъемлющего рыночного исследования. Исследование может проводиться как экспортером (самостоятельно), так и отраслевыми ассоциациями/консалтинговыми компаниями. В результате исследования определяются два-три наиболее «подходящих» зарубежных рынка, которые обладают потенциалом для экспортного развития, среди которых выбирается рынок с наиболее низкой степенью риска и сравнительно облегченным доступом.

Определение доступности рынка зависит от возможностей и текущей ситуации, сложившейся на данный момент в самой компании, но все же есть определенные параметры, которые позволяют охарактеризовать страну как «доступную» и «сложную для доступа». Страны, имеющие облегченный доступ, как правило, имеют сходство (с «родной» страной) в плане языка, культуры, практики ведения бизнеса, географической близости, банковской и юридической системы, рыночных правил и требований. Напротив, страны, имеющие сложный доступ, имеют высокую степень зарегулированности, сложные требования к импорту, недостаточно развитый рынок.

Выбирая рынок для экспорта необходимо балансировать между такими понятиями, как «доступность» внешнего рынка и потенциальными возможностями, который предлагает рынок. Это можно сделать посредством сравнения позиций экспортера и внешнего рынка с точки зрения рисков, издержек, контактов, удобства, интересов.

Как выбрать направление для экспорта?

Китай, Индия, Германия, Россия – как сделать выбор?

Больше информации об этих странах можно получить в этой Брошюре.

Для казахстанских экспортеров АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «KAZNEX» проводит исследования товарных рынков

[www.kaznex.kz](http://www.kaznex.kz)

### Способы организации экспорта:

Выбор наилучшего способа организации экспорта продукции/услуг зависит от сложившихся условий на внешнем рынке, эффективности затрат и ожидаемой окупаемости проекта. Экспортеру необходимо знать, что он имеет возможность комбинировать способы организации экспорта даже в рамках одного государства.

В международной практике существуют несколько форм по организации экспорта: дистрибьюторы, агенты-представители, франшиза, совместные предприятия, прямой экспорт, офшорные зоны.

Прямой экспорт предполагает продажу товара непосредственно покупателю. Преимущество данного метода состоит в том, что он обеспечивает большую прибыль экспортеру, в отличие от экспорта через посредников, позволяет быть близким к клиентам, однако при реализации данного метода требуется больше времени для того, чтобы создать клиентуру и войти на зарубежный рынок.

Экспорт через посредников предполагает продажу экспортных товаров через специализированные внешнеторговые организации, обладающие достаточным кадровым и информационно-организационным обеспечением для организации экспорта.

Дистрибьютор, агент или представитель по продажам – различие в данных видах посредников заключается в том, что агент обеспечивает реализацию поручений экспортера и получает в качестве вознаграждения

**АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «KAZNEX» оказывает консультационные услуги потенциальным импортерам:**

- предоставление информации о казахстанских экспортерах и экспортной продукции;
- проведение исследований товарных рынков, консультирование по взаимодействию с государственными органами и коммерческими компаниями, организация встреч с потенциальными партнерами в Казахстане.

[www.kaznex.kz](http://www.kaznex.kz)

комиссионные, представитель – специализированный агент, работающий в определенном географическом регионе. Обычно и агент, и представитель по продажам уполномочены вступать в контрактные отношения с покупателями и клиентами. Комиссионные выплачиваются после осуществления продаж.

Экспортный дистрибьютор покупает у экспортера товары и услуги и перепродает их местным потребителям. Дистрибьюторы самостоятельно определяют цену на продукцию, обеспечивают гарантийное и послепродажное обслуживание. В данном случае экспортер теряет контроль за продукцией, проданной дистрибьютору.

### *Зарубежный потребитель:*

Выбирая продукцию /услуги для экспорта важно иметь четкое представление о предпочтениях зарубежного потребителя, о том, что будет двигать им при выборе того или иного товара.

Для того чтобы понять предпочтения и ожидания потребителей, необходимо разделить потенциальных клиентов на подгруппы по основному параметру «предпочтения».

На основе данного разделения экспортер будет иметь возможность определить те потребительские потребности, которые еще не были удовлетворены на рынке – в этом и будет заключаться конкурентное преимущество экспортера. Конкурентные преимущества экспортируемой продукции/услуг также могут основываться на ценовом параметре, качестве, уникальности товара, наличия обратной связи с потребителями, сервисному обслуживанию. В целом, процесс экспорта требует определенного изменения организации бизнеса с тем, чтобы он имел возможность успешно конкурировать на внешнем рынке.

### *Зарубежный конкурент:*

Успех экспортера во многом определяется рыночными силами конкурентов, так же как и собственными возможностями.

Оценивая внешний рынок с позиции присутствия на нем конкурентов экспортеру необходимо ответить на следующие вопросы - кто основные конкуренты, какова их доля на рынке, какая продукция, выпускаемая ими, конкурирует с Вашей, какие факторы будут влиять на бизнес, какие дополнительные преимущества продукции предлагают Ваши конкуренты потребителю, насколько конкуренты удовлетворяют предпочтения потребителей и насколько Вы понимаете их? Ответив на данные вопросы результаты можно обобщить в так называемый SWOT анализ. Обсудите с руководителями подразделений и ключевыми фигурами компании сильные и слабые стороны бизнеса, а также угрозы и возможности, в заключение сравните эти данные с аналогичными позициями конкурентов. Также проанализируйте образ, с которым компания предстанет перед потребителями на зарубежном рынке.

## **Где искать информацию?**

Для того чтобы провести исследование зарубежного рынка, необходимо составить информационную картину, состоящую из политических, экономических и культурных факторов, которые могут повлиять на экспортный процесс в данную страну.

### **Существуют несколько форм изучения рынка:**

**А.** Поверхностное изучение основных рынков – соберите статистику по отрасли, показывающую экспорт аналогичных товаров и услуг в различные страны, выберите 5-10 крупных и быстрорастущих рынков, проанализируйте их темпы роста и тенденции роста/падения импорта на эти рынки в период экономического спада. Выберите несколько рынков с наиболее подходящими условиями для ведения бизнеса и потенциалом для экспорта и проведите более детальное исследование.

**Б.** Углубленное изучение регионального рынка предполагает изучение внутренней и внешней конкуренции, потребления, тарифных и нетарифных барьеров, тенденции на данном рынке.

В. Детальное изучение, выбор рынка и страны для экспорта – изучение статистической информации по выбранному рынку, продукции или услугам.

### *Международные источники по торговой статистике:*

Международный торговый центр (International Trade Center, ITC) предлагает бесплатные и простые в обращении информационные базы данных, доступные на сайте [www.intracen.org](http://www.intracen.org), которые содержат данные (за последние пять лет) по импорту и экспорту товарных групп («Product approach»-«Aggregated Trade Statistics») и в разбивке по 120 странам («Country approach»-«Trade Statistics»).

Международный торговый центр также предлагает услуги интерактивной системы TradeMap (охватывает более чем 95% мировой торговли), содержащей информацию по более чем 220 странам и регионам и более чем 5000 видам продукции на 2-, 4-, и 6-значном уровне Гармонизированной Системы товарной номенклатуры. Сайт: [www.trademap.org](http://www.trademap.org).

Организация по экономическому сотрудничеству и развитию (Organization of Economic Cooperation and Development, OECD) предлагает базу данных по 29 странам-членам OECD. Более подробная информация на сайте [www.oecd.org/std/tradhome.htm](http://www.oecd.org/std/tradhome.htm).

Межамериканский банк развития (Inter American Development Bank, IADB) располагает статистической торговой информацией по 29 государствам американского континента на сайте [www.iadb.org/intal/ingles/bdi/-dataintal.html](http://www.iadb.org/intal/ingles/bdi/-dataintal.html).

Всемирная торговая организация (World Trade Organization, WTO) располагает данными по международной торговой статистике на сайте [www.wto.org](http://www.wto.org).

Глобальные торговые информационные услуги (Global Trade Information Services, GTIS) предлагают для использования Всемирный торговый атлас, содержащий торговую информацию по 30 странам мира на сайте [www.gtis.com](http://www.gtis.com). Информационные услуги также предоставляются компанией «Dialog» [www.tradstat.com](http://www.tradstat.com).

Торговые данные также можно найти на сайтах международных интеграционных объединений и организаций, таких как Азиатско-Тихоокеанский регион (Asia Pacific Economic Cooperation, APEC) – [www.apecsec.org.sg](http://www.apecsec.org.sg), Организация по продовольствию и сельскому хозяйству (Food and Agriculture Organization, FAO) – [www.fao.org](http://www.fao.org), Международный валютный фонд (International Monetary Fund, IMF) – [www.imf.org](http://www.imf.org), EUROSTAT [europa.eu.int](http://europa.eu.int), Конференция ООН по торговле и развитию – [www.unctad.org](http://www.unctad.org), Организация ООН по Промышленному развитию – [www.unido.org](http://www.unido.org).

Статистическую информацию по социально-экономическим показателям Казахстана можно найти на сайте Агентства РК по статистике [www.stat.kz](http://www.stat.kz), внешнеторговые данные – на сайте Комитета таможенного контроля РК [www.customs.kz](http://www.customs.kz).

### *Посещая страны, опыт мирового экспортера: взгляд изнутри*

Посещение страны/рынка необходимо не только с позиции изучения возможностей и перспектив ведения бизнеса с практической стороны, но и с позиции знакомства с культурой, общественной жизнью, бытом ее народа.

Итак, экспортер готов к экспорту и выбрал территорию для расширения своего бизнеса, настало время посетить рынок. В данном случае эксперты советуют запланировать выезд с детальной программой и адресным посещением предприятий, либо участвовать в качестве члена торговой миссии/зарубежной торговой выставки.

Одна из причин, побуждающая экспортера выезжать на предполагаемый внешний рынок – поиск потребителя или дистрибьютора. Перед тем как выходить на внешний рынок, экспортеру необходимо иметь хорошее представление о ключевых контактах в данной стране. Банки, посредники, соответствующие государственные и торговые структуры могут оказать определенные консультации.

Как часто экспортер будет посещать страну, в которой планирует развивать экспорт, зависит от того, как скоро будет развиваться взаимоотношения с ключевыми игроками на рынке. Это также зависит от размера биз-

Время от времени у предпринимателя возникает желание побывать на производственной площадке другого предприятия, обменяться опытом и мнениями по последним разработкам и технологиям, применяемым в производстве.

Тем более ценной будет встреча с лучшими зарубежными предприятиями-производителями. В организации таких встреч поможет Департамент по продвижению экспорта "KAZNEX".

неса и формы организации экспорта. Если экспортер планирует уполномочить официального представителя в данной стране или определить дистрибьютора, в таком случае достаточно будет двух-трех посещений. В случае если экспортер планирует создать торговую сеть или совместное предприятие для производства / реализации, то определенно это займет больше времени.

Терпение – вот что необходимо экспортеру в начале пути. Некоторым компаниям удастся установить нужные контакты в течение одного посещения. В реальности утверждение компании на внешнем рынке занимает, в общей сложности, до двух лет. В случае если это новый рынок, экспортеру нужно быть готовым к тому, что уйдет в два раза больше времени.

## Вперед вместе с «KAZNEX»

АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «KAZNEX» создана 20 февраля 2008 года, входит в состав АО «Фонд национального благосостояния «СамрукКазына».

Миссия Корпорации «KAZNEX» – стать движущей силой в построении институциональной системы развития и продвижения экспорта на основе эффективного сотрудничества государства и бизнеса.

Наши услуги и продукты:

- диагностика экспортного потенциала
- помощь в разработке индивидуальных программ по выводу продукции на экспорт
- помощь в поиске и привлечении международных и отечественных экспертов
- содействие бизнес-ассоциациям в открытии представительств за рубежом
- содействие лабораториям в подготовке к международной аккредитации
- организация учебно-ознакомительных туров на зарубежные производства
- содействие иностранным предприятиям и деловым ассоциациям в реализации инициатив в Казахстане
- справочно-информационные услуги (каталог услуг обучения в области управления экспортом, справочник казахстанской экспортной продукции, реестр казахстанских экспортеров)
- другие.

Наша организационная структура:

- Департамент по развитию экспорта
- Департамент по продвижению экспорта
- Департамент по аналитике
- Департамент по корпоративному развитию

[www.kaznex.kz](http://www.kaznex.kz)

# КРАТКИЙ ОБЗОР ПО ЭКСПОРТНЫМ РЫНКАМ СТРАН МИРА

Германия  
Индия  
Китай  
Россия

## Федеративная Республика Германия

Официальное название:	Федеративная Республика Германия
Официальный язык:	немецкий
Столица:	г. Берлин
Население:	82,3 млн человек
Территория:	357000 км <sup>2</sup>
Государственный строй:	Парламентская федеральная республика
Глава государства:	Федеральный Президент профессор Хёрст Келлер
Глава правительства:	Федеральный Канцлер доктор Ангела Меркель
Денежная единица:	евро
ВВП:	2 423,8 млрд евро (2007 г.)
Объем экспорта:	969 млрд евро (2007 г.)
Объем импорта:	772,5 млрд евро (2007 г.)
Экспорт Казахстана в Германию:	326 млн евро (2007 г.)
Импорт из Германии в Казахстан:	2,5 млрд евро (2007 г.)

## Экономический обзор

Германия является одним из самых развитых индустриальных государств мира. По уровню экономического развития она занимает третье место среди мировых экономик, уступая лишь США и Японии. Сегодня Германия занимает одно из ведущих мест на международных рынках в таких секторах экономики, как общее машиностроение (гидравлические, пневматические, деревообрабатывающие и перерабатывающие машины, текстильное и полиграфическое оборудование, механизмы, двигатели, металлургическое, пищевое и упаковочное оборудование), электротехника, автомобилестроение, химическая промышленность.

Германия имеет высокопроизводительную индустриальную и легкую промышленность, высокий уровень доходов, хорошо развитую социальную сферу и достаточно высокий уровень общего благосостояния. Как место вложения капитала и ведения бизнеса Германия обладает целым рядом неоспоримых преимуществ: хорошим профессиональным уровнем рабочей силы; высоким научно-технологическим уровнем; высокоразвитой инфраструктурой и транспортом; хорошо развитой социальной сферой; надежной валютой; хорошим географическим положением; стабильной политической обстановкой.

Бавария, Северная Рейн-Вестфалия, Баден-Вюртемберг считаются самыми богатыми землями, далее следуют Берлин, Нижняя Саксония, Шлезвиг-Гольштейн и др. В федеральных землях Шлезвиг-Гольштейн, Мекленбург-Форломмерн и Бавария основной отраслью является сельское хозяйство, в Баден-Вюртемберг – машиностроение и автомобильная промышленность, в западных федеральных землях – химическая и тяжелая промышленность, а в регионе Рейн-Майн – хорошо развита банковская структура и сфера услуг.

## Импортные процедуры

В Германии происхождение товара играет большую роль в таможенной очистке. Товары государств-участников ЕС не облагаются таможенными пошлинами при импорте в Германию. Товары могут свободно циркулировать в пределах единого европейского рынка, на котором действует правило свободного перемещения рабочей силы, товаров, капитала и услуг. Правило свободного перемещения товаров на едином европейском рынке означает, что они могут быть транспортированы без какой-либо таможенной очистки в пределах границ государств-членов Евросоюза. Такая циркуляция товаров не является экспортом или импортом товаров, а рассматривается как внутренняя торговая операция.

## Импорт в Германию для государств, не входящих в ЕС

Товары, производимые вне единого европейского рынка, при импорте в Германию пересекают границу ЕС. В связи с этим вступают в силу единые европейские таможенные тарифы, которые действуют в пределах всего ЕС. При ввозе товаров в ЕС они проходят процедуру обязательной таможенной очистки. Импортёры должны обращаться в таможенное управление с представлением всех необходимых грузовых и иных сопутствующих документов. В целом таможенные пошлины в ЕС рассчитываются по заявленной таможенной стоимости импортируемого товара. Данная совокупная стоимость представляет собой сумму всех ввозимых товаров по инвойсу + транспортные расходы (в том числе погрузка, разгрузка) + страхование. Транспортные расходы в пределах ЕС могут быть вычтены из совокупной заявленной стоимости при условии, если они были заранее заложены продавцом в конечную цену товара.

Существуют различные способы таможенной очистки. В обычном случае товары должны проходить процедуру таможенной очистки для свободного перемещения в пределах ЕС, которая предусматривает собой уплату таможенных пошлин. В таможенную пошлину входят: пошлина с оборота импорта (в некоторых случаях определяется льготный тариф или беспошлинный ввоз), дополнительно может взиматься акцизный сбор, размер которого зависит от импортируемого товара (пошлина на товары потребления), пошлина на некоторую продукцию аграрного сектора и т.д.

### **Пошлина с оборота импорта**

Весь индустриальный импорт облагается налогом в 19%. Он равен налогу на добавленную стоимость (НДС), который заложен во всех товарах локального производства, создавая тем самым эквивалентную налоговую нагрузку для продукции как импортного, так и местного происхождения. К пошлине с оборота импорта в некоторых случаях дополнительно добавляется акцизный сбор, который варьирует в зависимости от товара и/или товарной группы. В некоторых случаях применяется льготная ставка пошлины с оборота импорта в 7% или Общая система преференций (GSP) (а также для реэкспорта, транзита, участия в выставках и т.д.). В некоторых случаях акцизный сбор начисляется, например, на минеральные масла, алкоголь и алкогольные напитки, табачные изделия и жареный кофе (а также их экстракты).

При этом ставки акцизных пошлин эквивалентны как для импортированных, так и для произведенных в стране товаров. Для получения более подробной информации по Вашей продукции можно воспользоваться онлайн-ресурсом ЕС (Integrated Tariff of the European Communities – «TARIC») по таможенным кодам, преференциям, акцизным сборам, документам регулирующего, разрешающего, а также запрещающего характера по следующему адресу: [http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds/tarhome\\_en.htm](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_en.htm).

В тех случаях, если товар находится на предписанных СВХ в пределах ЕС, например для реэкспорта, то он освобождается от уплаты таможенных пошлин. Кроме того, товары могут быть освобождены от таможенных пошлин в случае, если они являются компонентами для производства другой продукции на территории данного государства. В данной ситуации таможенная пошлина уплачивается тогда, когда готовый продукт продается на европейском рынке и облагается обязательным НДС (19%). Таким образом, производители получают дополнительную прибыль, так как, в конечном счете, сумма уплаченных налогов на произведенный продукт ниже суммы таможенных пошлин. Продукция, произведенная вне территории ЕС, но имеющая в своей составляющей элементы, произведенные в Евросоюзе, может быть частично освобождена от оплаты таможенной пошлины по совокупной стоимости составляющих из ЕС, на них распространяется лишь уплата НДС. Определение товара «транзитным» (т.е. беспошлинным) осуществляется посредством контроля перемещения импортируемых товаров по территории ЕС. Продукция, определенная для реэкспорта без модификации, а также временно ввезенные в ЕС товары, к примеру в выставочных целях, также освобождаются от уплаты таможенной пошлины. Однако необходимо отметить существование депозитной системы, согласно которой



поставщик вносит страховочную сумму, которая равна сумме таможенных пошлин ввозимых товаров. Данная сумма денег возвращается поставщику по факту вывоза его продукции за пределы ЕС. Это не распространяется на товары, к которым применима таможенная лицензия А.Т.А., определяющая статус временного импортирования. На территории ЕС действует Общая система преференций (GSP), согласно которой существуют определенные товары или группы товаров, на которые не распространяются общие правила взимания таможенных пошлин. Правила GSP распространяются на товары по различным критериям: острая потребность единого европейского рынка в данной продукции; помощь регионам со слаборазвитой экономикой; межгосударственные соглашения; различные программы содействия и развития.

Поэтому при импорте продукции в Германию казахстанским предпринимателям важно осведомиться о статусе и таможенных ставках на ввозимый товар.

## Таможенное оформление

Таможенное декларирование происходит при помощи электронной системы «АТЛАС». Система «АТЛАС» представляет собой стандартизированные формы, которые используются для таможенного декларирования, передачи документов и данных. Электронная система «АТЛАС» создана для облегчения таможенных процедур посредством передачи документов в онлайн-режиме и для повышения эффективности обмена данными. Импортируемые товары должны проходить процедуру таможенного декларирования в письменной форме с приложением инвойса. Как правило, таможенная декларация заполняется немецким импортером. Таможенное декларирование необходимо для проведения процедуры таможенной очистки в течение 20 дней для товаров, доставленных сухопутным путем, и 45 дней для морского фрахта со дня представления декларации.

Логистическая индустрия является одной из крупнейших отраслей экономики Германии. По обороту (150 млрд евро) она занимает четвертое место (после автомобилестроения, электротехнической промышленности, общего машиностроения), а по числу задействованного персонала находится на первом месте (2,6 млн человек).

## Необходимые документы для импорта товаров

- Инвойсы на импортируемую продукцию (без учета иностранного НДС)
- Заполненная заявка на ввоз (единый формуляр 0737, дополнительный формуляр 0738) подается в Координационный центр «АТЛАС» (Koordinierende Stelle «АТЛАС») в случае, если сумма ввозимого товара составляет 1000 евро и более
- Заявление о таможенной стоимости предоставляется в немецкое таможенное управление в случае, если стоимость партии товара превышает сумму в 10 000 евро
- Сертификат или декларация о происхождении товара предоставляется в регламентированных случаях, например при импорте текстильных изделий, предоставление данных документов обязательно
- Декларация на ввоз, разрешение на ввоз, лицензия на ввоз, контрольная заявка на ввоз, документы о контроле-разъяснении
- Международные декларации о конечном местонахождении/справки о поступлении товара. При ввозе оружия, установок и оборудования ядерной техники, а также других товаров и технологий, имеющих стратегическое значение (например, компьютеров и высокоточного станочного оборудования), зарубежный партнер может потребовать международную декларацию о конечном местонахождении товара или справку, подтверждающую его поступление
- Документы на предоставление льгот при таможенной очистке
- Сертификат происхождения (форма А), декларация о происхождении. Эти документы необходимы, если Вы намерены воспользоваться таможенными льготами при ввозе товаров из соответствующих развивающихся стран
- Справка о торговых отношениях (EUR, 1, A, TR, EUR-MED). Этот документ позволяет воспользоваться таможенными льготами или правом беспошлинного ввоза из стран, с которыми подписаны соответствующие соглашения.

Согласно немецкому законодательству по внешней торговле, в коммерческих инвойсах должны быть указаны страна приобретения и место происхождения товара. Ответственное за уплату таможенных пошлин лицо указывает всю необходимую для таможенного оформления информацию (например: наименование, назначение, характеристика, спецификация товара) с присвоением ему классификационного кода Немецкого управления таможенных тарифов, который определяет степень таможенных обязательств (в том числе уплату таможенных пошлин, акцизных сборов и др. условия). Данная классификация соответствует «Гармонизиро-

ванной системе» («Harmonised System», HS-номенклатура), которая была разработана при содействии Мировой таможенной организации (WCO). В этой классификационной системе все товары сгруппированы в категории, имеющие свои идентификационные номера.

## Право иностранца на ведение предпринимательской деятельности

Для ведения иностранцем предпринимательской или иной сравнимой с предпринимательской деятельности требуется получение разрешения на жительство с правом на занятие этой деятельностью. Решение о предоставлении вида на жительство принимает ведомство по делам иностранцев той федеральной земли ФРГ, где заявитель предполагает жить. Согласие ведомства по делам иностранцев необходимо для выдачи национальной въездной визы. Если иностранец, легально проживающий в Федеративной Республике Германии, имеет ограниченное по времени разрешение на жительство с запретом любой предпринимательской или сравнимой с предпринимательской деятельностью, но желает открыть в Германии собственное дело либо расширить или сменить разрешенную его статусом деятельность, он должен напрямую подать ходатайство в ведомство по делам иностранцев.

В Германии различают предпринимательскую (самостоятельную) и сравнимую с предпринимательской (несамостоятельную) деятельности.

К самостоятельным видам деятельности относятся:

- коммерческая и ремесленная деятельность (такая, к примеру, как торговля оптом и в розницу, импорт и экспорт, маклерское дело, управление рестораном);

• деятельность на гонорарной основе (например, художник, музыкант, писатель, журналист, инженер, архитектор);

- производство сырья (сельскохозяйственные и лесозаготовительные предприятия).

К самостоятельной трудовой деятельности причисляется также деятельность в качестве самостоятельного торгового представителя (*selbstaendiger Handelsvertreter*), которому другими предпринимателями поручено заключение договоров или посредничество между ними и его партнерами.

Сравнимые с самостоятельной несамостоятельные виды деятельности: уполномоченные представители юридических лиц, доверенные лица и полномочные представители.

Управляющие обществ с ограниченной ответственностью (*Gesellschaft mit beschränkter Haftung – GmbH*) и члены правлений акционерных обществ (*Aktiengesellschaft – AG*) не являются предпринимателями – они являются полномочными представителями юридических лиц. Но так как юридические лица не могут осуществлять деятельность без своих уполномоченных представителей, управляющие обществ с ограниченной ответственностью и члены правлений акционерных обществ рассматриваются как предприниматели, даже если они, как, например, наемный управляющий, являются наемными работниками. Таким образом, они не нуждаются в разрешении на работу, но обязаны иметь разрешение на занятие предпринимательской деятельностью.

В рамках процедуры регистрации GmbH или AG в Торговом реестре (*Handelsregister*) суд, проводящий регистрацию, проверяет, имеет ли иностранец с постоянным местом жительства в Германии и назначенный законным представителем фирмы, разрешение, требуемое для занятия предпринимательской деятельностью.

### Важно знать!

Иностранцу для въезда и нахождения на территории Германии необходимо иметь один из видов разрешения на пребывание:

- визу (*Visum*);
- разрешение на проживание (*Aufenthalts-erlaubnis*);
- разрешение на постоянное проживание (*Niederlassungserlaubnis*).



## Индийская Республика

Столица:	Нью-Дели
Площадь:	3 287 590 кв. км
Население:	1 147 995 904 человек
Государственный язык:	хинди, английский
Государственный строй:	Федеративная республика
ВВП:	1 232,9 млрд долл. США
ВВП на душу населения:	1 082 долл. США
Инфляция:	5,2%
Основные экспортные рынки Индии:	США, ОАЭ, Китай, Сингапур, Великобритания
Основные импортеры Индии:	Китай, Саудовская Аравия, США, Швейцария, ОАЭ
Экспорт Казахстана в Индию:	48,096 млн долл. США (2007 г.)
Импорт Индии в Казахстан:	147, 647 млн долл. США (2007 г.)

### Экономический обзор

В последнее десятилетие значительные экономические реформы помогли Индии стать одной из самых динамично и быстроразвивающихся стран. Либерализация экономики и рост доходов населения стимулировали международную торговлю и приток иностранных инвестиций в Индию. С 1991 г. Индия открыла доступ частному сектору ко многим отраслям индийской экономики, которые ранее подлежали государственному регулированию.

Если раньше Индия считалась страной, в которой свыше четверти населения проживало за чертой бедности, то теперь «новая» Индия все больше характеризуется как:

- вторая страна в мире по производству малогабаритных машин;
- вторая страна в мире, экспортирующая сложное компьютерное программное обеспечение;
- одна из шести стран в мире, запускающих космические спутники;
- девятая в мире страна-производитель готовой продукции;
- 100 компаний из журнала «Fortune 500» имеют свои объекты НИОКР в Индии;
- имеет 6 600 компаний в листинге Бомбейской фондовой биржи (только Нью-Йоркская фондовая биржа имеет большее число компаний);
- крупный в мире производитель молока и второй в мире производитель продуктов питания, включая фрукты и овощи;
- имеет вторую в мире фармацевтическую промышленность (после Китая);
- имеет хорошо обученную и квалифицированную рабочую силу, владеющую английским языком;
- имеет активно развивающийся фондовый рынок, сектор информационных технологий, недвижимости и т.д.

Многие консалтинговые фирмы мирового значения прогнозируют, что в последующие 15-20 лет более 400 млн человек (или 40% населения Индии) переместятся в категорию среднего класса. Также ожидается, что индийская экономика будет расти и станет к 2032 г. 3-й по величине экономикой в мире.

С населением свыше 1 миллиарда человек и стремительно развивающейся экономикой Индия является потенциальной рыночной нишей и страной больших экспортных возможностей для многих компаний. Особый интерес Индия может представлять и для казахстанских предприятий, для которых этот рынок все еще остается далеким и неизведанным.

## Импортные тарифы

В 1991 г. Индия инициировала ряд экономических реформ, направленных на снижение ставок импортных тарифов. В частности, в течение последних 15-ти лет импортные тарифы были снижены от 350 до 10%. Однако, несмотря на это понижение, тарифы Индии все еще остаются высокими в сравнении с международными стандартами. Экспортно-импортная деятельность в Индии регулируется положениями Экспортно-импортной политики 2002-2007 гг. В большинстве случаев импорт товаров разрешается без получения соответствующих лицензий. Однако существуют исключения, когда импорт отдельных товаров запрещен или ограничен (при наличии соответствующей лицензии), а также разрешен только для государственных компаний. В апреле 2001 г. Индия отменила количественные ограничения по последней группе 715 товаров, завершив, таким образом, последнюю фазу либерализации торговли, начавшейся в 1991 г. В настоящее время для большинства товаров ставки импортных тарифов в Индии составляют порядка 10%.

## Лицензирование

Несмотря на то, что Индия упразднила требования по лицензированию для большинства товаров, определенная импортируемая продукция все еще подлежит лицензированию. Например, лицензированию подлежат мотоциклы и транспортные средства. В настоящее время лицензии на ввоз мотоциклов и транспортных средств предоставляются только иностранным гражданам, постоянно проживающим в Индии и/или являющимся сотрудниками иностранных компаний и дипломатических миссий.

## Импорт товаров, запрещенных к ввозу в Индию

В настоящее время в Индии запрещен импорт 58 товаров. Информацию по этим товарам можно найти на: <http://exim.indiamart.com/freedlist/prohibited.html>.

## Маркировка и сертификация

Индийское правительство составило перечень из 109 товарных позиций, которые подлежат обязательной сертификации со стороны национального органа по сертификации – Бюро стандартов Индии (Bureau of Indian Standards). Маркировка импортируемой продукции осуществляется на английском языке или хинди. В соответствии с постановлением Министерства коммерции Индии от 24 ноября 2000 г., все импортируемые товары, предназначенные для прямой розничной продажи, должны содержать следующую информацию на упаковке:

- наименование и адрес импортера;
- наименование продукции в упаковке;
- нетто-вес продукции (метрическая система);
- дата производства, упаковки и импорта продукции;
- максимальная розничная цена продукции, включающая все налоги, транспортные затраты и комиссию, оплаченную дилерам, а также затраты на рекламу, упаковку и т.д.

Перечисленные требования по маркировке продукции не относятся к промежуточной продукции, используемой для последующей переработки и производства других видов продукции.

Требования по маркировке пищевой продукции отражены в части VII Правил по предотвращению пищевых отравлений (Prevention of Food Adulteration (PFA) Rules, 1955 г.) и включают наличие следующей информации на упаковке:

- наименование, торговое название и описание продукции;
- наименование ингредиентов, содержащихся в продукте, и их количество;
- наименование и полный адрес производителя/упаковщика, импортера, страну происхождения продукта (в случае, если продукт произведен в другой стране, но упакован в Индии);
- нетто-вес, число и объем содержимого;
- номер и код партии;
- дата производства и упаковки продукции;
- срок годности продукции;
- максимальная розничная цена продукции.

*Невегетарианские пищевые продукты* – продукты, содержащие полностью или частично продукты животного происхождения – должны иметь специальный логотип (круг коричневого цвета, помещенный внутри коричневого квадрата). Этот логотип должен размещаться вблизи наименования продукта;

*Вегетарианские пищевые продукты* должны также иметь специальный логотип (круг зеленого цвета, помещенный внутри зеленого квадрата), размещаемый вблизи наименования продукта.

## Маркетинговые особенности Индии

Экспортируя в Индию, не стоит забывать о том, что в Индии существуют значительные различия в части благосостояния и коммерческой активности населения. Так, сельскохозяйственные территории преимущественно бедны, а коммерческие центры, являющиеся целью для экспортеров, расположены в основном в крупных городах.

Индия также этнически многообразная страна с большим количеством языков и религий. Несмотря на то, что хинди является официальным языком, менее половины населения говорит на нем. Английский является языком делового общения. Большинство людей, с которыми Вам придется общаться при ведении экспортной деятельности в Индии, может хорошо изъясняться по-английски.

Наибольшая половина населения Индии – люди молодого возраста. Так, около 50% населения Индии или свыше 550 млн человек возрастом не старше 25 лет. Это факт говорит о том, что эти и другие будущие предшественники индийской расы станут впервые в жизни потребителями многих товаров и услуг, ранее не доступных людям старшего поколения. Уже сейчас это становится очевидностью для таких продуктов, как автомобили, мобильная связь и средства коммуникации, потребительские товары, а также для услуг кафе, ресторанов, салонов красоты.

Продвигая свой продукт внутри страны, Вам, возможно, придется адаптировать его в соответствии с особенностями индийского рынка. Любой маркетинг в Индии – реклама или продвижение продукта – должен быть адаптирован к индийской культуре и традициям.

## Что можно экспортировать в Индию

Растущие доходы среднего класса индийского населения и, как результат, их растущие расходы повлекли за собой стремительный рост импортных товаров. Наибольшая доля импорта Индии приходится на зерновые культуры, растительные масла, нефтяные продукты, продукты питания и т.д. Потенциальными продуктами экспорта казахстанских производителей на рынок Индии могут быть такие товары, как:

### **Шерсть**

Традиционно Индия является крупным экспортером текстильных изделий и одежды, поэтому ей приходится импортировать большие объемы качественной шерсти. Большая часть шерсти, используемой для выпуска текстильной продукции, производится внутри страны (1,8% мирового производства) и предназначена в основном для производства теплой одежды для военнослужащих. Около 85% грубой шерсти используется в основном для производства вязаных ковров, 5% шерсти используется для производства одежды, а 10% для производства покрывал. Индия целиком зависит от поставок шерсти высокого качества, используемой в производстве одежды. Большая часть импорта шерсти высокого качества поступает из Австралии, Новой Зеландии, Китая, Ближнего Востока и других стран.

Сектор по выпуску изделий из шерсти играет большую роль в экономике Индии, т.к. он связывает сельское хозяйство с производством и обеспечивает рабочими местами свыше 270 тыс. человек. Данная отрасль хорошо развита в сельских и городских территориях Индии, в частности в штатах Пунджаб, Харьяна, Раджастан, Утар Прадеш, Махараштра и Гуджарат.

Значительную часть импорта Индии составляет шерсть с диаметром волокна от 17,5 до 25,5 микронов, где наибольшим спросом пользуется шерсть с диаметром волокна 20,5, 21 и 22,5 микронов. Шерсть импортируется в Индию местными фабриками для производства товаров для внутреннего рынка. Этот сектор долгое время находился в упадке по причине климатических изменений и недостатка знаний в области технологических новшеств отрасли.

### **Продукты питания и сельскохозяйственная продукция**

С ростом доходов населения и изменениями вкусов и предпочтений потребителей в Индии стремительно стал расти спрос на снеки, шоколад, прохладительные напитки и другие продукты питания.

Пшеница становится одной из основных зерновых культур, используемых в Индии. В частности, пшеница заменяет грубые зерновые культуры и с каждым годом все больше увеличивает свою долю в сегменте, где

доминируют рисовые культуры. Также в последнее время в Индии увеличился спрос на такие продукты, как пшеничная мука.

В то время как в Индии быстро возрос спрос на растительное масло, его местное производство остается практически на нулевом уровне. Сегодня растительное масло является одним из тех продуктов, которые больше всего импортируются в Индию. Наиболее популярными среди населения видами растительного масла являются: подсолнечное, соевое и пальмовое.

Также в Индии растет спрос на переработанные молочные продукты, такие как обезжиренное сухое молоко, цельное сухое молоко, сливочное масло, лактоза, энергетические и здоровые продукты (например, витаминизированные и обогащенные йогурты, йогуртовые напитки и пр.).

Несмотря на то, что Индия является крупным производителем овощей и фруктов, около одной трети ее ежегодного урожая погибает ввиду плохих и скудных условий хранения, переработки и транспортировки. Около 2% всего урожая подвергается дальнейшей переработке. Так, потенциальными продуктами казахстанского экспорта могут быть бобовые и гороховые культуры, свежие фрукты (яблоки, груши, виноград), переработанные сухие фрукты (изюм, кишмиш, курага) и переработанные фрукты (желе).

Экспорт мясной продукции может быть затруднен ввиду определенных ограничительных мер, введенных Индией. Так, Индия ввела запрет на импорт мясной продукции из ряда европейских стран. Кроме того, сложности экспорта мясной продукции также связаны с культурными и религиозными особенностями индийского рынка. Не стоит забывать о том, что употребление говядины строго запрещено у индусов, а свинины – у мусульманского населения. Компании, которые все же хотят попытаться выйти на этот рынок со своей продукцией, должны тщательно изучить его основные требования.

### **Строительные материалы**

В Индии не хватает хорошего жилья для большей части населения. По оценкам экспертов, стране требуется около 29 млн новых домов, что влечет за собой инвестиции в размере 25 млрд долл. США. Конечно, поставять на индийский рынок простые строительные материалы – цемент, песок или гравий представляется сложным ввиду сильной конкуренции со стороны местных поставщиков, но в этой отрасли существуют отдельные сегменты, где можно занять определенную нишу. Привлекательными продуктами, которые могли бы экспортироваться на рынок Индии, являются легкие стальные конструкции и вторичное древесное сырье (паллеты из опилок и пр.).

## **Ваше пребывание в Индии**

В большинстве крупных индийских городов хорошо работает система общественного транспорта. Однако зачастую общественный транспорт бывает переполненным, вследствие чего не рекомендуется его использовать для деловых поездок.

**Деловой этикет:** обращайтесь к своим индийским партнерам по званию, («профессор» или «доктор»). Если Ваш партнер не имеет звания, тогда необходимо обращаться к нему/ней, используя обращения «господин»/«госпожа» («мисс»), например «господин Джакур»

Такси/машины при гостиницах – самое лучшее средство передвижения во многих индийских городах. В крупных городах тарифы оплачиваются по счетчику, в средних – оговариваются отдельно с таксистами. Также можно отдельно нанять водителя с автомашиной.

Для поездок по городу лучше нанять водителя с автомашиной через гостиницу, в которой Вы останавливаетесь. Можно также заказать такси или нанять водителя с автомашиной, предварительно оговорив время и стоимость через компании по аренде автотранспорта такие, как Hertz India, Orix India или Avis India.

Индия также имеет хорошо разветвленную систему железных дорог, однако лучше всего путешествовать авиатранспортом, т.к. местные железнодорожные перевозки являются очень медленными по сравнению с международными стандартами.

При планировании поездок внутри страны учитывайте большие скопления людей в часы пик, которые обычно бывают с 8.00 до 11.00 и с 17.00 до 20.00.

Подробную информацию по транспортным перевозкам в Индии можно найти на сайте: [www.lonelyplanet.com/worldguide/india/getting-there-and-around](http://www.lonelyplanet.com/worldguide/india/getting-there-and-around).

### **Важно знать!**

Обычно индийские мужчины не пожимают руки женщинам из чувства уважения.

Не следует дарить больших и дорогих подарков, это может вызвать чувство неловкости.

Не стоит забывать о том, что традиционно большинство индийцев являются вегетарианцами и не употребляют алкоголь.

## Визовый режим

Визы в Индию оформляются для всех категорий граждан, въезжающих в страну. Подробную информацию по оформлению визы можно получить в консульском отделе Посольства Индии в Казахстане в г. Алматы по адресу: ул. Казыбек би, 119, уг. ул. Байтурсынова, т. (727) 2330936, ф. (727) 2330933, а также в г. Астана по адресу: ул. Кабанбай батыра, 6/1, Бизнес Центр «Каскад», т. (7172) 925700, 925701, ф. (7172) 925716.

*Прием документов на оформление визы в консульском отделе Посольства Индии в Казахстане:  
понедельник, вторник и пятница  
с 10.00 до 12.00.*

## Полезные ссылки

Министерство коммерции и индустрии Индии – [www.commerce.nic.in](http://www.commerce.nic.in)  
Министерство финансов Индии – [www.finmin.nic.in](http://www.finmin.nic.in)  
Генеральный директорат по внешней торговле Министерства коммерции и индустрии Индии – <http://dgftcom.nic.in>  
Центральный комитет по акцизам и таможенным пошлинам – [www.customs.gov.in](http://www.customs.gov.in)  
Конфедерация индийской индустрии – [www.cii.in](http://www.cii.in)  
Объединенная Торгово-промышленная палата Индии – [www.assochem.org](http://www.assochem.org)  
Федерация индийских торгово-промышленных палат – [www.ficci.org](http://www.ficci.org)  
Индия брэнд эквити фаундейшн (India Brand Equity Foundation) – [www.ibef.org](http://www.ibef.org)

Информационное бюро – [www.pib.nic.in](http://www.pib.nic.in)  
Газета «Times of India» – [www.timesofindia.indiatimes.com](http://www.timesofindia.indiatimes.com)  
Газета «Economic Times» – [www.economicstimes.indiatimes.com](http://www.economicstimes.indiatimes.com)  
Money Control – [www.moneycontrol.com](http://www.moneycontrol.com)  
The Mint – [www.livemint.com](http://www.livemint.com)

Все об Индии – <http://www.india.ru/>  
Измумительная Индия – [www.incredibleindia.org](http://www.incredibleindia.org)

Импортные тарифы  
<http://dgft.delhi.nic.in/>  
<http://dgftcom.nic.in/exim/2000/policy/contents.htm>  
<http://www.dgciskol.nic.in/>  
<http://www.cbec.gov.in/>

Торговые ограничения  
[http://www.ustr.gov/assets/Document\\_Library/Reports\\_Publications/2004/2004\\_National\\_Trade\\_Estimate/2004\\_NTE\\_Report/asset\\_upload\\_file973\\_4773.pdf](http://www.ustr.gov/assets/Document_Library/Reports_Publications/2004/2004_National_Trade_Estimate/2004_NTE_Report/asset_upload_file973_4773.pdf)  
[http://commerce.nic.in/medium\\_term/contents.htm](http://commerce.nic.in/medium_term/contents.htm)  
<http://www.ustr.gov/>

Документация и требования по импорту  
<http://dgftcom.nic.in>  
<http://dipp.nic.in/>

Требования по упаковке и маркировке  
<http://www.bis.org.in/cert/man.htm>  
<http://www.bis.org.in/cert/prooth.htm>

Импортные ограничения  
<http://commerce.nic.in/qr/default.asp>

## Китайская Народная Республика

Официальное название:	Китайская Народная Республика (КНР)
Официальный язык:	Путунхуа, или мандаринский (пекинский диалект китайского языка)
Столица:	Пекин
Население:	1,314 миллиардов
Территория:	9,6 млн км <sup>2</sup>
Крупнейшие города:	Пекин, Шанхай, Гонконг, Тяньзинь, Чунцин
Государственный строй:	по Конституции, «социалистическое государство с демократической диктатурой народа»
Глава государства:	Председатель КНР (с 18.03.2003 г. – Ху Цзиньтао)
Глава правительства:	Премьер Госсовета КНР (с 18.3.2003 г. – Вэнь Цзябао)
Парламент:	Всеитайское собрание народных представителей, избирающее главу государства и правительства
Денежная единица:	юань (1 юань – 17,53 тенге по курсу на 29.10.2008)
ВВП:	US\$ 3,291 млрд (2007)
ВВП на душу населения:	US\$ 2,491 (2007)
Рост ВВП:	11,9 % (2007)
Безработица:	4,2 % (2007)
Инфляция:	1,5 % (2006)
Экспорт Казахстана в Китай:	5,640 млрд долларов США
Импорт Китая в Казахстан:	3,507 млрд долларов США

### Экономический обзор

Китай играет ведущую роль в развитии глобальной экономики. Согласно данным МВФ, рост экономики Китая в 2007 году составил 11,9% и 10,5% в 2008 году (прогноз).

Экономика Китая имеет как преимущества в виде огромного внутреннего рынка, природных ресурсов, диверсифицированного промышленного сектора, низкой зарплаты, увеличения экспорта, так и слабые стороны – огромную частичную безработицу, плохую транспортную инфраструктуру, неравномерно распределенные ресурсы.

В настоящее время в Китае действуют 4 специальные экономические зоны (регионы) – Шэньчжэнь, Чжухай, Шаньтоу, Сямэнь, 14 зон свободной (беспошлинной) торговли, 53 зоны высоких и новых технологий, 70 с лишним научно-технических зон для специалистов, получивших образование за границей, 38 зон переработки продукции, ориентированной на экспорт. Отличительная черта современной китайской экономики – зависимость её от внешнего рынка.

С начала 80-ых годов, китайская экономика растёт в среднем на 15 % в год. К концу 1990-х годов темпы экономического роста замедлились до 8 % годовых, но с вступлением КНР в ВТО в 2001 году приток прямых иностранных инвестиций и расширение экспорта привели к новому ускорению.

По объему экспорта КНР занимает 16-е место в мире и обеспечивает 80% валютных доходов государства. В экспортных отраслях занято около 20 млн человек. На внешний рынок вывозится 20% валовой продукции промышленности и сельского хозяйства. Номенклатура экспорта насчитывает 50 тыс. наименований. КНР поддерживает торгово-экономические отношения со 182 странами и районами мира, с 80 из них подписаны межправительствен-



ные торговые соглашения и протоколы. Основными торговыми партнерами Китая являются развитые капиталистические страны, прежде всего Япония, США, западноевропейские государства, на которые приходится 55% внешнеторгового оборота.

## Ведение бизнеса в Китае

### Изучение рынка

Прежде всего, необходимо внимательно изучить рынок Китая и обсудить аспекты выхода экспортера на данный рынок с местным китайским экспертом, знающим рынок и экономическую ситуацию региона или страны в целом. Следует знать, что иностранные инвестиции в Китай должны быть зарегистрированы в соответствующих местных и государственных органах. Процедура регистрации является бюрократическим процессом и затратной по времени. До начала ведения бизнеса необходимо ознакомиться с соответствующими законами, регулятивными положениями и актами.

Более подробную информацию о законах и нормативных актах, регулирующих инвестиции в КНР, можно получить на сайте: <http://kz2.mofcom.gov.cn/static/column/chinalaw/investment.html/1>. Подробную информацию о вопросах ведения бизнеса в Китае можно получить на сайте Министерства по коммерции КНР: <http://english.mofcom.gov.cn/aroundchina/index.shtml>. Также казахстанским экспортерам можно воспользоваться полезными консультациями с компаниями / организациями, которые успешно ведут бизнес в Китае, в частности, таковыми являются:

*Генеральное Представительство ТПП РК в КНР и Представительство Союза товаропроизводителей и экспортеров Казахстана/Союза товаропроизводителей пищевой и перерабатывающей промышленности Казахстана, адрес:*

*Room 506  
HuaTengXinTianDi Building,  
No. 195, DaliaoTing Middle Street,  
ChaoYang District,  
Beijing, China  
Post Code: 100022,  
Tel. / fax: +86 (010) 87952533, 87952535  
e-mail: cckirkchina@gmail.com*

### Присутствие в Китае

Компани, принявшей решение вести свою деятельность в Китае, следует ответить на следующие вопросы:

- Разрешен ли предполагаемый бизнес по китайским законам?
- Какой вид инвестиций или юридическую структуру следует использовать для бизнеса в Китае?
- Кто будет иметь контроль над правами существующей или новой интеллектуальной собственности при определенной юридической структуре?
  - Как следует лучше структурировать свой бизнес для налоговых целей?
  - Где следует базировать бизнес (в зависимости от разных видов льгот, близости к партнерам, поставщикам и клиентам, доступности инфраструктуры, ресурсов и работников)?

*Виды предприятий с иностранным участием:*

*А) Предприятия с полным иностранным участием*

Данный вид предприятия является бизнес-структурой с ограниченной ответственностью, где иностранные инвесторы имеют 100% участие в собственном капитале компании. Следовательно, вход на китайский рынок осуществляется без местного партнера. Хотя такая модель выхода на рынок не допускается в некоторых секторах индустрии. Такие предприятия являются инвестиционными двигателями, так как они предоставляют лучший контроль над управлением, бизнес-процессом и интеллектуальной собственностью. Обратная сторона в том что, данная модель входа на рынок требует значительных инвестиций и высокого уровня обязательств.

*Б) Совместное предприятие*

Совместное предприятие является договоренностью или партнерством между иностранным партнером и одним партнером или более, включающим в себя разделение капитала, расходов, ресурсов, доходов и убыт-

### Важно знать!

Всегда обращайтесь за качественным, независимым юридическим и профессиональным советом, прежде чем подписывать какой-либо документ в Китае, имеющий юридическую силу. Используйте квалифицированную юридическую фирму в Китае для проверки всех контрактов.

Неспособность получить полную информацию о репутации потенциального партнера и его профессиональной истории может обернуться серьезными проблемами для вашей компании.

Если вас беспокоит возможность того, что ваш продукт может быть скопирован или подделан, то обратитесь за юридическим советом, как лучше защитить права на интеллектуальную собственность.

ков. Существуют два вида совместных предприятий в Китае: совместное предприятие с долями в уставном капитале и контрактное совместное предприятие. Совместное предприятие с долями в уставном капитале – это компания с ограниченной ответственностью, где партнеры имеют доли в уставном капитале, и партнеры в таких совместных предприятиях делят доходы и убытки пропорционально вложенному капиталу. Контрактное совместное предприятие может не быть юридическим объединением и является более гибкой формой партнерства. Доходы и убытки по бизнесу делятся согласно заключенному контракту. Обязательства каждой стороны должны быть оговорены в контракте.

#### *В) Слияние и поглощение*

Слияния и поглощения стали в большей степени популярным методом выхода на китайский рынок. Иностранные компании могут купить целиком или часть местной компании. Финансовый анализ и аудит должен быть произведен с целью оценки стоимости китайской компании до ее покупки.

#### *Г) Представительство*

Другой легкий и незатратный способ вхождения на китайский рынок иностранными компаниями – открытие представительского офиса. Представительство не считается отдельным юридическим лицом и осуществляет такие поддерживающие функции, как маркетинг, продвижение, рыночные исследования, установка и поддержка бизнес связей и закупок. Представительству не разрешается вести самостоятельно бизнес.

#### **Тарифы и нетарифные барьеры**

С момента вступления во Всемирную Торговую Организацию (ВТО) в декабре 2001 года Китай принял меры по выполнению торговых обязательств перед ВТО. Эти обязательства включают снижение тарифов, сокращение нетарифных барьеров, расширение доступа к рынку иностранным компаниям и улучшение прозрачности бизнеса. Также Китай осуществил ряд прогрессивных реформ, в частности, это сокращение импортных тарифов. Но экспортеры понимают, что существующие нетарифные барьеры все еще препятствуют доступу к китайскому рынку.

#### **Тарифы на импорт**

Существуют два типа тарифов, соответствующих ставке «наиболее благоприятствующие страны» (НБС) и общей ставке. Ставка НБС применяется к тем странам, которые заключили торговые соглашения или взаимные договоры для привилегированной торговли с Китаем, или, в общем, говоря, со странами-членами ВТО.

Уровни импортных тарифов также варьируются согласно виду продукции, компонентам и целям использования продукции. Большинство импортных тарифов взимаются в процентах от таможенной стоимости. В 2007 году средняя тарифная ставка на импорт составляла 9,8 %, ставка на сельскохозяйственную продукцию – 15,3% и ставка на индустриальную продукцию – 8,95%. Китай также принял политику по освобождению от обложения тарифами определенных видов оборудования и техники, которые поддерживают научные исследования и технологическое развитие и способствуют инвестициям в ключевые высокотехнологичные индустрии.

#### **Импортные ограничения, 3 категории:**

- 1) Контрабандные товары и продукция, оружие, яды и токсические химикаты.
- 2) Ограниченные товары, которые требуют импортную лицензию или квоту.
- 3) Разрешенные товары, подпадающие под импорт.

Китайское правительство администрирует систему лицензирования импорта по ввозу определенных ограниченных товаров с целью мониторинга содержания и объема. 1 апреля 2007 года китайское правительство ослабило требования по лицензии на импорт, включающие 338 категорий продуктов.

## *Требования к импортной продукции*

Китайские государственные органы имеют различные требования по сертификации продукции, маркировке и упаковке для конкретных импортируемых товаров. Важно отметить, что ввозимые товары должны соответствовать требованиям, чтобы не было отказа при ввозе или задержки товара.



**Сертификация**

Китайская Генеральная Администрация по контролю качества, инспекции и карантину (AQSIQ) отвечает за сертификацию продукции, инспекцию товара и процедур по карантину. Некоторая основная информация на английском языке может быть найдена на сайте [www.aqsic.gov.cn](http://www.aqsic.gov.cn)

**Краткий обзор основных требований по сертификации:**

Знак Обязательной сертификации Китая (CCC) является знаком качества и безопасности товара, который введён 1 августа 2003 года. Производитель определенного товара должен получить этот знак до отправки на экспорт или до продажи в Китае. Такой сертификат требуется для большинства электрических/электронных товаров, автомобильной продукции и других товаров, имеющих влияние на здоровье и безопасность человека. С 1 марта 2007 года вступил в силу новый Закон об ограничении опасных субстанций, который ограничивает и контролирует использование опасных и токсичных субстанций в производстве электронной продукции. Экспорт косметических продуктов в Китай должен сопровождаться санитарно-гигиеническим сертификатом, выданным Министерством Здравоохранения Китая. Все импортируемые в Китай растения и продукты из растений должны пройти фитосанитарную инспекцию.

**Маркировка**

Бюро по Инспекции и карантину требует особую китайскую маркировку для конкретных импортированных товаров, в большинстве это товары народного потребления. Язык маркировки должен соответствовать китайским законам, регулирующим актам и обязательным стандартам. Контроль и сверка китайской маркировки проводится Бюро по инспекции и карантину наряду с инспекцией самого товара. Требования по маркировке продукции могут варьироваться в зависимости от вида импортированной продукции. Маркировка всей продукции должна быть на китайском языке, а на некоторых товарах на двух языках: китайском и английском. В обязательном порядке на упаковке продукции должна быть китайская маркировка до отправки в китайский порт.

**Упаковка**

Весь деревянный упаковочный материал должен соответствовать международному стандарту ISPM 15. Это требование введено 1 июня 2005 года Китайской Генеральной Администрацией за контролем качества, инспекции и карантину (AQSIQ).

**Необходимые документы для импорта товаров**

Нижеследующие документы являются основными при таможенной очистке груза в Китае.

**Счет-фактура**

Данный документ должен указывать название компании, адрес отправителя, место и дату отправки, детальное описание товаров, гармонизированный код отправки (ГК), стоимость товара и валюту счет-фактуры, страну происхождения товара, количество и вес, номер контракта, счет-фактуры и заказа. Стоимость по условиям FOB должна быть указана в счет-фактуре. Грузовые, страховые и другие расходы следует указать отдельно. Удостоверьтесь, что вы предоставили правильную счет-фактуру. Электронные счет-фактуры не принимаются, счет-фактура должна быть подписана и заверена грузоотправителем или агентом.

**Накладная/авианакладная**

В данном документе должны быть указаны название компании, адрес отправителя, описание товаров, код Гармонизированной Системы, стоимость по условиям CIF, количество и упаковка, порт отгрузки и разгрузки.

**Упаковочный лист**

Данный документ указывает название компании, название компании получателя, номер упаковочного листа и номер счет-фактуры, место и дату отправки, метод транспортировки, описание и вид упаковки, вес и отличительные знаки на упаковках. Сертификат происхождения товара данный документ требуется по запросу, и следует предоставить две копии.

## Налоги

За последние годы налоговая система Китая значительно изменилась благодаря переходу от транзитной экономики к открытой рыночной экономике. Экономический рост Китая и увеличение числа иностранных компаний-инвесторов побудило китайское правительство реформировать свою налоговую систему. Эти реформы включают в себя уравнение налогового бремени, как для местных компаний, так и для иностранных компаний. Также китайское правительство привело свое налоговое законодательство в соответствие с международными стандартами.

### **Налоговая политика и администрирование**

Государственное Налоговое Управление и Министерство Финансов являются двумя основными регулирующими органами в Китае, отвечающими за налоговую политику и налоговое администрирование. Китай имеет систему многоуровневых налоговых законов. На национальном уровне Министерство Финансов формулирует налоговые законы, которые после принимаются Национальным Народным Конгрессом Китая.

### **Основные виды налогов**

- Подоходный налог с иностранных компаний
- Налог на добавленную стоимость
- Налог на предпринимательство
- Потребительский налог
- Таможенные сборы

Более подробную информацию о налогах и сборах вы можете найти на вебсайте:

<http://kz2.mofcom.gov.cn/static/column/chinalaw/taxation.html/1>, <http://www.chinatax.gov.cn/>.

## Полезные ссылки

Виза и таможня: [http://english.gov.cn/2005-08/29/content\\_27141.htm](http://english.gov.cn/2005-08/29/content_27141.htm)

Официальный сервер КНР: <http://www.gov.cn/>

Пресс-служба канцелярии Госсовета: <http://www.china.org.cn/>

Министерство иностранных дел: <http://www.fmprc.gov.cn/>

Госкомитет по реформе и развитию: <http://www.sdpc.gov.cn/>

Государственный комитет по экономике и торговле: <http://www.setc.gov.cn/>

Министерство коммерции: <http://www.mofcom.gov.cn/>

Министерство науки и техники: <http://www.most.gov.cn/>

Комитет по науке, технике и оборонной промышленности: <http://www.costind.gov.cn/>

Министерство финансов: <http://www.mof.gov.cn/>

Министерство строительства: <http://www.cin.gov.cn/>

Министерство внутренних дел: <http://www.mps.gov.cn/>

Министерство железных дорог: <http://www.chinamor.cn.net/>

Министерство коммуникаций: <http://www.moc.gov.cn/>

Министерство сельского хозяйства: <http://www.agri.gov.cn/>

Министерство культуры: <http://www.ccnt.gov.cn/>

Министерство здравоохранения: <http://www.moh.gov.cn/>

Народный Банк Китая: <http://www.pbc.gov.cn/>

Главное таможенное управление: <http://www.customs.gov.cn/>

Государственное налоговое управление: <http://www.chinatax.gov.cn/>

Государственное управление по защите окружающей среды: <http://www.zhb.gov.cn/>

Государственное статистическое управление: <http://www.stats.gov.cn/>

Государственное управление по торговле и промышленности: <http://www.saic.gov.cn/>

Государственное управление по контролю за качеством: <http://www.cqi.gov.cn/>

Государственное управление по организации и контролю за оборотом лекарственных средств:

<http://www.sda.gov.cn/>

Государственное управление авторских прав и интеллектуальной собственности: <http://www.cpo.cn.net/>

Китайский Совет по развитию международной торговли и ТПП: <http://www.ccpit.org/>

## Российская Федерация

Официальное название:	Российская Федерация
Столица:	Москва
Территория:	17 075 200 км <sup>2</sup>
Население:	140 702 096 чел. (июль 2008)
Официальный язык:	русский
Государственное устройство:	Президентская республика
Валюта:	рубль
ВВП:	\$ 1 698,6 млрд. (2007 год)
ВВП на душу населения:	\$ 12 012 (2007 год)
Рост ВВП:	6,8 % (в годовом исчислении)
Инфляция:	11,4 % (в годовом исчислении)
Экспорт Казахстана в Россию:	4,659 млрд долларов США
Импорт России в Казахстан:	11,963 млрд долларов США

### Экономический обзор

Российская Федерация является крупнейшим в мире экспортером энергии, с огромными запасами природного газа и нефти. Доля нефти и газа в ВВП России, согласно данным Российского Института экономического анализа, увеличилась с 12,7 % в 1999 году и до 31,6 % в 2007 году. Россия сегодня является ведущим мировым экспортером энергии. Россия занимает третье место в мире по величине золотых и валютных резервов.

Структура обрабатывающей промышленности Российской Федерации представлена следующими секторами:

- машиностроение
- судостроение
- целлюлозно-бумажная промышленность
- производство пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия
- производство металлургических продуктов и готовых изделий
- производство неметаллических минеральных изделий
- обработка дерева и изготовление деревянных изделий
- текстиль
- производство обуви и изделий из кожи
- резинотехнические и пластмассовые изделия
- кокс и нефтепродукты

Таблица 1. Рост ВВП по основным секторам экономики:

Сектора экономики	2003	2004	2005	2006	2007
Рост ВВП, %	7,3	7,2	6,4	7,4	8,1
Сельское хозяйство, лесное хозяйство	5,5	3,0	1,1	3,6	3,1
Добыча полезных ископаемых	10,8	7,9	0,5	1,6	0,3
Обрабатывающие производства	9,5	6,7	6,0	2,9	7,4
Производство и распределение энергии, газа и воды	1,6	2,0	1,2	4,7	-1,9
Строительство	13,0	10,3	10,5	11,6	16,4

Оптовая и розничная торговля	13,2	9,2	9,4	14,6	12,9
Финансовые услуги	9,6	9,9	11,9	10,3	11,4
Транспорт и связь	7,2	10,9	6,2	9,6	7,7

Источник: Росстат

## Нетарифные барьеры

### Сертификаты

Продукция, которая ввозится на территорию Российской Федерации, согласно законам РФ подлежит обязательной сертификации, а также должна соответствовать требованиям государственной сертификации. Для подтверждения соответствия ввозимой продукции установленным требованиям выдаются сертификаты системы сертификации ГОСТ Р.

Сертификат соответствия ГОСТ Р – свидетельство, удостоверяющее качество фактически поставленного товара и его соответствие условиям договора. В сертификате качества дается характеристика товара либо подтверждается соответствие товара определенным стандартам или техническим условиям заказа<sup>1</sup>. Документом, определяющим данные требования, является: «Порядок ввоза на территорию Российской Федерации товаров, подлежащих обязательной сертификации».

Сертификация импортной продукции осуществляется Госстандартом России или территориальным органом Госстандарта России.

Обязательная сертификация – подтверждение соответствия продукции требованиям технических регламентов и безопасности. Производители изделий, которые подлежат обязательной сертификации, могут реализовывать свою продукцию только при наличии сертификата соответствия.

Существуют 3 типа обязательных сертификатов:

1. Обязательный сертификат соответствия ГОСТ Р на поставку (контракт) партии товаров (единичная поставка)

Российская фирма-импортер получает сертификат ГОСТ Р на единичную поставку продукции в соответствии с контрактом, инвойс и др. документами.

2. Обязательный сертификат соответствия ГОСТ Р для серийного производства сроком на 1 год. Данный сертификат выдается фирме-производителю, в данном случае не требуется фирма-импортер. Получив такой сертификат, производитель получает право реализации своей продукции любым фирмам на территории Российской Федерации в течение 1 года.

3. Обязательный сертификат соответствия ГОСТ Р для серийного производства сроком на 3 года. В данном случае не требуется конкретная фирма-импортер. Данный сертификат соответствия ГОСТ Р выдается производителю на 3 года. Для получения данного сертификата обязательны поездки инспекторов с целью проверки производства продукции на месте. Продукция по данному сертификату может доставляться в Россию в течение 3 лет.

Все товары, представляемые на сертификацию для ввоза в Россию, должны содержать инструкции по применению, этикетки и др. информацию на русском языке.

При ввозе товаров вместе с таможенной декларацией и другими документами, предусмотренными таможенными процедурами, должен быть предоставлен сертификат. Предоставляется заверенная копия сертификата, которая остается у таможенных органов. Во время оформления таможенных процедур и документов ввозимые товары находятся на временном хранении под таможенным контролем. Скоропортящиеся товары (товары, требующие поддержания температурных и др. условий) подлежат сертификации и таможенному оформлению во внеочередном порядке<sup>2</sup>.

Продукция должна соответствовать требованиям нормативных документов, она должна быть промаркирована знаком соответствия. Производитель должен указать дополнительные сведения о сертификации в сопроводительных документах, а также довести эту информацию до потребителя.

На данный момент введена и действует «Номенклатура продукции и услуг (работ), в отношении которых законодательными актами Российской Федерации предусмотрена их обязательная сертификация».

Данная номенклатура состоит из двух частей:

1. Товары для личных (бытовых) нужд гражданина и продукция производственно-технического назначения

<sup>1</sup> По материалам сайта <http://www.aitest.ru/ru/certification.html#>

<sup>2</sup> По материалам сайта <http://partnerstvo.ru/lib/pp/?q=node/28>

2. Услуги (работы) для личных (бытовых) нужд гражданина и производственно-технических нужд. Перечень документов, необходимых для сертификации соответствия ГОСТ Р, гигиенического заключения, и сертификации по пожарной безопасности.

*Для сертификации серийного производства:*

- Данные о производителе (адрес, телефон, факс)
- Данные о заявителе
- Свидетельство о регистрации фирмы заявителя (представительства)
- Реквизиты фирмы заявителя (представительства)
- Точное название сертифицируемой продукции, включая типы и модели
- Каталог продукции
- Техническая документация
- Ранее полученные сертификаты или протоколы испытаний (желательно)
- Гарантийное письмо от производителя (заявителя)

*Для сертификации партии продукции:*

- Данные о производителе (адрес, телефон, факс)
- Данные о заявителе
- Свидетельство о регистрации фирмы заявителя (представительства)
- Реквизиты фирмы заявителя (представительства)
- Точное название сертифицируемой продукции, включая типы и модели
- Каталог продукции
- Техническая документация
- Ранее полученные сертификаты или протоколы испытаний (желательно)
- Указать количество партии (желательно)
- Копия контракта, по которому поступает продукция
- Образец сертифицируемой продукции
- Приложение к контракту или спецификация с указанием продукции и его количества
- Копия счет-фактуры (желательно)

#### **Гигиенический сертификат**

Показатели безопасности продукции состоят из гигиенически значимых показателей. Эти показатели важны для следующих видов товаров: продукты питания, консерванты, материалы и изделия из них, контактирующие с пищевыми продуктами, парфюмерно-косметические изделия, текстильные, швейные и трикотажные материалы, содержащие химические волокна, некоторые виды продукции машиностроения и еще ряда видов промышленной продукции.

Если качество продукции в большей мере определяется гигиенически значимыми показателями, в дополнение к сертификации предусмотрено получение гигиенического заключения.

Гигиеническое заключение – это документ, подтверждающий разрешение органами и учреждениями Департамента государственного санитарно-эпидемиологического надзора Минздрава РФ производства или ввоза продукции, соответствующей установленным требованиям, и служащий официальным подтверждением безопасности продукции для здоровья человека при соблюдении определенных условий.

Гигиенические сертификаты выдаются органами государственной санитарно-эпидемиологической службы Российской Федерации при согласовании нормативной документации и постановке продукции на производство или оформлении контрактов при закупке продукции за рубежом. Для выдачи гигиенических заключений основанием служат результаты гигиенической оценки продукции и экспертизы нормативной документации на нее, ее производство и использование. Для импортной продукции таким основанием является оценка сертификата безопасности страны-поставщика и результатов исследований продукции, осуществленных в России<sup>3</sup>.

#### **Пожарный сертификат**

«Сертификация продукции и услуг в области пожарной безопасности проводится с целью подтверждения соответствия продукции и услуг требованиям пожарной безопасности, осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации. Сертификат пожарной безопасности является обязательной составной частью сертификата соответствия продукции ГОСТ Р. Порядок организации и проведения сертификации

<sup>3</sup> По материалам сайта <http://www.aitest.ru/ru/certification.html#>

определяется Государственной противопожарной службой по согласованию с Комитетом Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации»<sup>4</sup>.

**Перечень продукции, подлежащей обязательной сертификации в области пожарной безопасности:**

- Средства обеспечения пожарной безопасности
- Вещества и материалы
- Строительные конструкции и изделия
- Устройства электротехнические и приборы электрические
- Аппараты теплогенерирующие

**Ставки таможенных пошлин:**

Россия является членом Евразийского Экономического Сообщества. Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС) – международная экономическая организация, наделенная функциями, связанными с формированием общих внешних таможенных границ входящих в нее стран (Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Россия и Таджикистан), выработкой единой внешнеэкономической политики, тарифов, цен и другими составляющими функционирования общего рынка»<sup>5</sup>.

В рамках Сообщества существует режим свободной торговли. Товары и услуги, произведенные на территории ЕврАзЭС, при их перемещении через внутренние границы Сообщества не облагаются таможенными пошлинами.

## Полезные ссылки

**ПОСОЛЬСТВО РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Адрес: 101000, г. Москва, Чистопрудный бульвар, За  
Казахский культурно-деловой центр: директор Жуков Владимир Степанович  
Тел.: (+7495) 627-18-52, 608-25-32  
Дежурный (круглосуточно): (+7495) 627-18-22  
[www.kazembassy.ru](http://www.kazembassy.ru)

**ПОСОЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**

Адрес: г. Астана, ул. Бараева, 4  
Тел.: (7172) 22-24-83, 22-26-96, 22-15-92  
Факс: (7172) 22-38-49  
E-mail: [rfekz@yandex.ru](mailto:rfekz@yandex.ru)  
[www.rfembassy.kz](http://www.rfembassy.kz)

**ТОРГОВОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В КАЗАХСТАНЕ**

Адрес: г. Астана, ул. Кенесары, 39  
Тел.: (7172) 32-77-89  
Факс: (7172) 32-81-51  
E-mail: [torgrf-astana@mail.ru](mailto:torgrf-astana@mail.ru)

**ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Адрес: 109012, Москва, ул. Ильинка, 6  
Тел.: (495) 620-00-09  
Факс: (495) 620-03-60  
E-mail: [tpprf@tpprf.ru](mailto:tpprf@tpprf.ru)  
[www.tpprf.ru](http://www.tpprf.ru)

<sup>4</sup> По материалам сайта <http://partnerstvo.ru/lib/pp/?q=node/28>

<sup>5</sup> По материалам сайта <http://www.evrases.com/ru/main/faqpage/1/>

## ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

### **Министерство индустрии и торговли РК**

г. Астана, Левобережье, пр-т Кабанбай батыра,  
здание 47, здание Transport Tower  
тел.: 8 (7172) 299000  
[www.mit.kz](http://www.mit.kz)

### **Комитет по техническому регулированию и метрологии**

#### **Министерства индустрии и торговли РК**

г. Астана, район Левый Берег, ул. Орынбора (№35), дом 11.  
тел: 8 (7172) 793301  
факс: 8 (7172) 240248  
e-mail: [standard@memst.kz](mailto:standard@memst.kz)  
[www.memst.kz](http://www.memst.kz)

### **РГП «Казахстанский институт стандартизации и сертификации» Комитета по техническому регулированию и метрологии Министерства индустрии и торговли РК**

г. Астана, левый берег, ул. Орынбор, 11, здание «Эталонный центр»

### **Министерство охраны окружающей среды РК**

г. Астана, Левый берег, Дом министерств, ул. Орынбор, 8, 14-й подъезд  
тел.: 8 (7172) 74-00-75  
факс: 8 (7172) 74 08 18  
[www.nature.kz](http://www.nature.kz)

### **Министерство сельского хозяйства РК**

г. Астана, ул. Кенесары, 36  
тел.: 8 (7172) 555995  
факс: 8 (7172) 555995  
[www.minagri.kz](http://www.minagri.kz)

### **Министерство труда и социальной защиты населения РК**

г. Астана, 35-я улица, дом 2, 6-й подъезд  
тел. 8 (7172) 74 28 51  
[www.enbek.kz](http://www.enbek.kz)

### **Министерство финансов РК**

г. Астана, пр. Победы, 11  
тел.: 8 (7172) 71 77 64, 71 77 65  
факс: 8 (7172) 71 77 85  
e-mail: [administrator@minfin.kz](mailto:administrator@minfin.kz)  
[www.minfin.kz](http://www.minfin.kz)

### **Налоговый комитет Министерства финансов РК**

г. Астана, пр. Победы, 11  
тел.: 8 (7172) 71-71-08  
факс: 8 (7172) 71-80-54  
e-mail: [info@mgd.kz](mailto:info@mgd.kz)  
[www.salyk.kz](http://www.salyk.kz)

### **Комитет таможенного контроля Министерства финансов РК**

г. Астана, ул. Бейбитшилик, 10  
тел.: 8 (7172) 79 46 02  
факс: 8 (7172) 79 45 86  
[www.customs.kz](http://www.customs.kz)



**Информационно-консультативные пункты (по областям, гг. Астана, Алматы) Департаментов таможенного контроля и Комитета таможенного контроля Министерства финансов РК**  
[www.customs.kz](http://www.customs.kz)

**Министерство туризма и спорта РК**

г. Астана, пр. Абая, 33, угол ул. Мира  
тел.: 8 (7172) 75 30 10  
факс: 8 (7172) 75 34 30  
e-mail: [press-center-mts@mail.ru](mailto:press-center-mts@mail.ru)

**Министерство энергетики и минеральных ресурсов РК**

г. Астана, пр. Кабанбай батыра, 22  
тел.: 8 (7172) 97-69-31, 97-68-90, 97-68-89, 97-68-88  
Пресс-служба: 8 (7172) 97-68-83  
E-mail: [ayan@memr.kz](mailto:ayan@memr.kz)

**Министерство по чрезвычайным ситуациям РК**

г. Астана, ул. Бейбитшилик, 22  
тел.: 8 (7172) 93 50 60  
факс: 8 (7172)  
e-mail: [mchs@emer.kz](mailto:mchs@emer.kz)  
[www.emer.kz](http://www.emer.kz)

**Агентство Республики Казахстан по статистике**

г. Астана, левый берег р. Ишим, Дом Министерств, 4-й подъезд  
тел. 8 (7172) 749016  
факс: 8 (7172) 749494  
e-mail: [optima@statbase.kz](mailto:optima@statbase.kz)  
[www.stat.kz](http://www.stat.kz)

**Агентство РК по управлению земельными ресурсами**

г. Астана, ул. № 35, Дом Министерств, 12-й подъезд, 5-й этаж  
тел./факс: 8 (7172) 741652, 742462, 742432, 742440  
Отдел геодезии: 8 (7172) 742574  
Отдел землеустройства: 8 (7172) 742568  
Отдел государственного контроля за использованием и охраной земель : 8 (7172) 742538, 742565  
[www.auzr.kz](http://www.auzr.kz)

**Агентство Республики Казахстан по защите конкуренции**

г. Астана, Левый берег, «Дом министерств», 4-й подъезд  
тел.: 8 (7172) 74-90-68  
факс: 8 (7172) 74-96-25  
[www.azkrk.kz](http://www.azkrk.kz)

**Торгово-промышленная палата Республики Казахстан**

г. Алматы, пр. Аль-Фараби, 5, офис 503, Бизнес-центр «Нурлы-Тау»  
Тел./факс: +7 (727) 2 777 050, 2 777 055, 2 777 005  
E-mail: [info@cci.kz](mailto:info@cci.kz)  
[www.cci.kz](http://www.cci.kz)