



*Электронное научное издание  
«Ученые заметки ТОГУ»  
2015, Том 6, № 2, С. 105 – 110*

*Свидетельство  
Эл № ФС 77-39676 от 05.05.2010  
[http://pnu.edu.ru/ru/ejournal/about/  
ejournal@pnu.edu.ru](http://pnu.edu.ru/ru/ejournal/about/ejournal@pnu.edu.ru)*

УДК 339.564 (470) (510)

© 2015 г. **А. С. Даниленко,  
Л. Л. Бияк**, канд. экон. наук

(Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск)

## **ПЕРВООЧЕРЕДНЫЕ ЗАДАЧИ ПРИ ВЫХОДЕ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНОК КИТАЯ**

В статье ставится задача рассмотреть основные этапы для расширения деятельности российских компаний за счет выхода на рынок Китая, с целью дальнейшего роста компании и получения дополнительной прибыли.

**Ключевые слова:** выход на рынок Китая, маркетинговое исследование, правовая форма бизнеса, экспортно-импортные операции.

**A. S. Danilenko, L. L. Biyak**

## **PRIORITIES AT THE OUTPUT OF RUSSIAN COMPANIES TO THE CHINESE MARKET**

The article seeks to examine the main stages for the expansion of Russian companies to enter the Chinese market, with the aim of further growth of the company and obtaining of additional profit.

**Keywords:** entrance into the Chinese market, marketing research, legal form of business, export-import operations.

Усиление влияния на внутренние и внешние рынки является одной из самых актуальных задач для участников мирового экономического процесса на этапе глобализации. Выдвижение этой задачи на первый план обусловлено тем, что каждая страна или группа стран должны обладать способностью отстаивать и продвигать свои интересы в жесткой борьбе с другими, не менее успешными соперниками, нередко использующими агрессивные методы игры, для сохранения своих позиций и обеспечения стабильного роста.

Экономика каждой страны состоит не только из государственных, но и из частных компаний, имеющих разные организационно-правовые формы, сферы и масштабы деятельности. Множество компаний обладают гибкостью, умением использовать любую возможность для расширения масштабов деятельности, а также готовностью перенести свое предприятие туда, где бизнес-климат наиболее благоприятен с точки зрения либеральности правовой системы, глубины рынков сбыта, доступности и качества материальных и человеческих ресурсов. [1]

Целью данной статьи является разработка механизма выхода российских компаний на рынок Китая.

Возможность расширения деятельности российских компаний за счет выхода на рынок КНР рассмотрена на примере дальневосточного промышленного предприятия ОАО «ХЗ «Базалит ДВ», относящего к всероссийскому промышленному холдингу «Корпорация ТехноНИКОЛЬ».

Корпорация ТехноНИКОЛЬ осуществляет деятельность по 11 производственным направлениям, занимает 55 место в рейтинге крупнейших частных компаний России по версии FORBES. Ежегодный оборот компании составляет более 60 млрд. рублей.

Продукция холдинга представлена в 2300 наименованиях, 30 собственных брендах, 52 готовых решениях для строительства. [2]

Одним из направлений деятельности корпорации является – производство каменной ваты (теплозвукоизоляционные плиты изготовленные из чистого минерального сырья – базальта). Именно эта продукция будет объектом экспорта.

По данным федеральной таможенной службы в 2014 году доля продукции высокой степени переработки в структуре Российского экспорта в Китай составила менее 15%. Этому есть две причины.

Во-первых, Россия имеет экспортно-сырьевую направленность, прежде всего из-за высокого уровня развития добывающей промышленности. Основу российского экспорта составили минеральное топливо, нефть и нефтепродукты (71,63%), древесина и изделия из нее (6,97%), а также прочие природные ископаемые и водные биоресурсы (9,9%). Итого продукция низкой степени переработки составила 88,5% от суммы экспортных поставок в Китай. [3]

Во-вторых, китайский рынок является насыщенным и высоко конкурентным, по этой причине ввозимый продукт должен отвечать высоким критериям качества в своей области, либо представлять собой интеллектуальную ценность. В случае выхода на рынок КНР «Корпорация ТехноНИКОЛЬ» станет первой российской компанией, совершающей экспортные отгрузки каменной ваты, которая относится к продуктам высокой степени переработки.

Для снижения экспортных рисков необходимо прежде всего провести маркетинговое исследование состояния рынка каменной ваты в Китае. На рисунке 1 представлен прогноз динамики производства каменной ваты и теплоизоляционных материалов в целом с 2008 по 2022 гг. на китайском рынке по данным маркетингового исследования QYResearchCompany. [4]

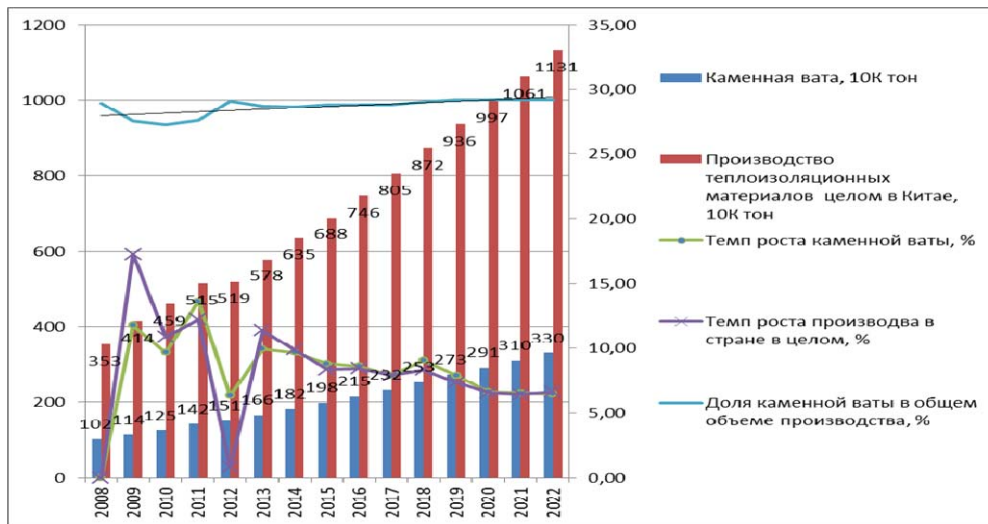


Рис. 1. Прогноз динамики производства каменной ваты и теплоизоляционных материалов с 2008 по 2022 гг. на рынке Китая

Как показано на рисунке 1, темпы роста производства в отрасли теплоизоляционных материалов выше, чем темпы роста каменной ваты – это говорит о росте объема рынка, а также о наращивании объема производства субститутов с относительно худшими техническими характеристиками. Так как объем рынка, а значит и спрос на товар ежегодно растет, можно сделать вывод о рентабельности выхода на китайский рынок.

Товарами-субститутами каменной ваты являются экструдированный пенополистирол, шлаковая вата и стеклянная вата. Сравнительный анализ технических показателей представлен в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ технических показателей теплозвукоизоляционных материалов

Показатель	Значение показателя			
	Каменная вата [2]	Шлаковая вата	Экструдированный пенополистирол [2]	Стеклянная вата
Теплопроводность, Вт/мК	0,040- 0,049	0,46-0,48	0,032-0,036	0.38-0.46
Плотность, кг/м <sup>3</sup>	30-40	-	От 26 до 36	-
Температурный режим, С	От -60 до +200	-	От -70 до +75	От -60 до +450
Температура плавления, С	Более 1000	300	200	500
Группа горючести	НГ	НГ	Г3 - Г4	НГ
Водопоглощение, %	1,5	1,9	0,2	1,7
Коэффициент паропроницаемости, мг/(м.ч.Па)	0,30	-	0,010-0,011	-
Цена за м <sup>3</sup> , тыс. руб.	3,9	2,2	4,8	2,4

По представленным значениям технических показателей видно преимущество каменной ваты над остальными теплоизоляционными материалами. Цена – единственный

показатель, по которому каменная вата уступает прочим теплоизоляторам, за исключением пенополистирола. Такой анализ позволяет сделать вывод о том, что при ужесточении требований государственных строительных стандартов к пожаробезопасности и ограничении использования легковоспламеняющихся материалов спрос на каменную вату будет увеличиваться, не смотря на ценовой показатель.

Следующим этапом, после принятия решения о целесообразности вложения средств в открытие бизнеса в КНР, необходимо перевести название фирмы на иностранный язык. Дело в том, что иероглифы, используемые для транскрипции звучания торговой марки, могут совершенно изменить истинное значение концепции бренда, что повлечет за собой снижение спроса на продукцию. Например, организовывать конкурс в одном из лингвистических институтов на перевод своего бренда на китайский язык. Вышеуказанное мероприятие позволит компании выбрать вариант, который в большей степени отразит качество товаров фирмы. [5]

При выходе на высоко конкурентный рынок целесообразно провести мероприятия по защите интеллектуальной собственности, т.к. некачественные подделки, выпускаемые с использованием нашего бренда могут нанести серьезный урон репутации компании. Например, защита товарных знаков и патентов.

Географическое положение офиса имеет важную роль при входе на новый рынок. На мой взгляд, г. Пекин является наиболее подходящим для открытия бизнеса в сфере продаж теплоизоляционных материалов. Во-первых, город является столицей Китая, с высокой концентрацией представительств крупных компаний, в том числе строительных, что важно для налаживания деловых контактов с представителями потенциальных бизнес-партнеров. Во-вторых, этот город входит в пятерку самых благоприятных для бизнеса городов Китая, наряду с такими городами, как Шанхай, Гонконг, Гуанчжоу и Шэньчжэнь. В-третьих, он находится в относительной близости с г. Хабаровском по сравнению с остальными крупными бизнес центрами, преимущественно расположенными в южной части КНР, что позволит оптимизировать логистические издержки.

Важно определить правовую форму бизнеса. Для иностранных компаний китайское законодательство предусматривает пока всего три формы прав организации (представительство иностранной компании, предприятие со 100%-ми иностранными инвестициями, совместное предприятие). В зависимости от выбранной стратегии компании целесообразно выбрать либо представительство иностранной компании, либо предприятие со 100%-ми иностранными инвестициями, т.к. эти формы предоставляют разный спектр полномочий для организации деятельности. Рассмотрим их подробнее:

Открытие представительства является самой простой формой ведения бизнеса в стране, т.к. для них предусмотрена простая процедура регистрации и отсутствие требований к уставному капиталу.

Деятельность представительства заключается в координации и развитии сотрудничества в области экономики и торговли, инвестиций и внешнеэкономических связей. Оно должно осуществлять только тот вид деятельности, который указан в ратификационном свидетельстве.

Основные налоги представительства в Китае - налог на хозяйственную деятельность и налог на прибыль предприятий.

Предприятие со 100%-ми иностранными инвестициями - компания с ограниченной ответственностью, т.е. юридическое лицо.

Предусмотрено три типа компаний с ограниченной ответственностью:

- с правом производства
- с правом предоставления форм услуг

- с правом оптовой торговли, экспорта и импорта

Такие предприятия имеют права, ответственность и пользуются защитой в соответствии с законодательством КНР. Учредители компании - только иностранные лица (физические либо юридические). Минимальный размер уставного капитала – 140'000 - 200'000 долларов США. [6]

Для «Корпорации ТехноНИКОЛЬ» будет целесообразно открыть предприятие со 100% иностранными инвестициями – предприятие будет осуществлять импорт продукции в оптимальном объеме на свои склады, с учетом транспортного и страхового запасов. Централизованно распространять каменную вату по сбытовым системам партнеров, а также напрямую вести договорную работу с крупными заказчиками, в лице строительных фирм, неся полную ответственность за свои действия. В случае открытия представительства невозможно выполнять данные операции, в том числе аккумулировать выручку на своих счетах, так как полномочия такой правовой формы ограничиваются координацией торговых и экономических отношений между сторонами.

Очень важно разобраться в процедуре экспортно-импортных операций.

Согласно ТК ТС товары помещаются под таможенную процедуру экспорта при соблюдении следующих условий:

- 1) уплаты вывозных таможенных пошлин, если не установлены льготы по уплате вывозных таможенных пошлин;
- 2) соблюдения запретов и ограничений;
- 3) представления сертификата о происхождении товара.[7]

Товар «Каменная вата» в соответствии с единой Товарной номенклатурой ВЭД относится к разделу XIII «Изделия из камня, гипса, цемента, асбеста, слюды или аналогичных материалов; керамические изделия; стекло и изделия из него», и имеет код ТН ВЭД 6806 9 с наименованием позиции «Прочие». Ставка ввозной таможенной пошлины (в процентах от таможенной стоимости либо в евро, либо в долларах США) для данного товара составит 13,5%. Льгот на данную категорию товаров не предусмотрен. [8]

В соответствии с законодательством Китая, все товары классифицируются следующим образом:

- 1) Товары, запрещенные к импорту/экспорту;
- 2) Товары, подлежащие обязательному лицензированию и квотированию;
- 3) товары с ограниченным количеством, допустимые к экспорту/импорту;
- 4) товары, которые могут свободно импортироваться и экспортироваться.[9]

При таможенном досмотре товаров, экспорт или импорт которых ограничен, должны прилагаться документы о разрешении экспорта или импорта от соответствующих структур, а также необходимые лицензии. Законом Китая также предусмотрена обязательная сертификация продукции на безопасность, сокращенно именуемая ССС (China Compulsory Product Certification). Такой сертификации подлежат 20 категорий товаров, в том числе моторные транспортные средства, мотоциклы, бытовую технику и т.д. [10] Каменная вата относится к 4 категории товаров и может свободно перевозиться через таможенную границу. Оформление сертификата безопасности товара не требуется, т.к. не относится ни к одной категории, обязательной к сертификации. [11]

Услугу по оформлению сертификата о стране происхождения товара оказывает Дальневосточная торгово-промышленная палата. [12]

Все вышеперечисленные этапы являются обязательными при экспорте собственной продукции в Китай. Выход на внешний рынок может придать хороший потенциал для дальнейшего роста компании и получения дополнительной прибыли, но необходимо серьезно изучить правила работы на китайском рынке, адаптироваться к новым, непривычным условиям, учитывая специфику национального рынка КНР.

## Список литературы

- [1] Гурин А.Ю. Интернационализация бизнеса: мировой опыт и практика российских компаний [Электронный ресурс] / А.Ю. Гурин. – Москва, 2009. – 25с. URL:<http://www.dlib.rsl.ru/viewer/01003460258#?page=1>(Дата обращения 31.03.2015)
- [2] Официальный сайт «Корпорации ТехноНИКОЛЬ» [Электронный ресурс] URL: <http://www.tn.ru>(Дата обращения 31.03.2015)
- [3] Портал внешнеэкономической информации [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/cn\\_ru\\_relations/cn\\_ru\\_trade/](http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/cn_ru_relations/cn_ru_trade/)(Дата обращения 31.03.2015)
- [4] 2013 MarketSurveyReportonChinaRockWoolIndustry [Текст] / Co.,Ltd (QYResearch). – 2013. – 125с.
- [5] Ульянова Н. За китайской стеной / Бизнес журнал [Электронный ресурс] // Н. Ульянова. – Москва, 2015. URL:<http://b-mag.ru/2015/eksportnoe-orientirovanie/za-kitayskoystenou/>(Дата обращения 31.03.2015)
- [6] Бизнес в Китае: формы организации бизнеса / Журнал о бизнесе в России и за рубежом [Электронный ресурс]. – 2014. – 17 декабря. – URL: <http://btimes.ru/business/biznes-v-kitae-formy-organizatsii-biznesa>(Дата обращения 31.03.2015)
- [7] ТК ТС Глава 31 Статья 213 [Электронный ресурс]. – URL: <http://base.garant.ru/12171455/31/>(Дата обращения 31.03.2015)
- [8] Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 г. N 54 "Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза" [Электронный ресурс]. – URL: [http://base.garant.ru/70205520/1/#block\\_6806](http://base.garant.ru/70205520/1/#block_6806)(Дата обращения 31.03.2015)
- [9] Официальный сайт «UGL Corporation» [Электронный ресурс]. – URL: <http://uglc.ru/china-export-import/quota.htm>(Дата обращения 31.03.2015)
- [10] АРКЭС Процедура сертификации импортируемых в Китай товаров [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.importfromchina.ru/index.php/information/impex/130-import-certification>(Дата обращения 31.03.2015)
- [11] Официальный сайт «CHINAQUALITYCERTIFICATIONCENTER» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cqc.com.cn/english/index.htm> (Дата обращения 31.03.2015)
- [12] Официальный сайт «Дальневосточной Торгово-промышленной палаты» [Электронный ресурс]. – URL: <http://dvtp.ru/organ-po-sertifikacii-2/>(Дата обращения 31.03.2015).

*E-mail:*

*Даниленко А. С. - [lexandro7@yahoo.com](mailto:lexandro7@yahoo.com)*

*Бияк Л. Л. - [lbiyak2010@mail.ru](mailto:lbiyak2010@mail.ru)*