



USAID
ОТ АМЕРИКАНСКОГО НАРОДА



ЦЕНТР
“КЫРГЫЗ ЭКСПОРТ”

Кыргызстан

Страновой путеводитель по экспорту

Республика

Южная

Корея

2023

О Центре по развитию и продвижению экспорта "Кыргыз Экспорт"

Центр по развитию и продвижению экспорта "Кыргыз Экспорт" при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики, был основан в сентябре 2023 года и начал свою оперативную деятельность в феврале 2024 года. Он принял на себя несколько ключевых задач, включая участие в разработке и реализации мер по стимулированию экспортного потенциала страны, развитие международных и межрегиональных экономических связей с упором на продвижение экспорта, содействие диверсификации экономики путем расширения экспорта, а также обеспечение координации и взаимодействия различных структур - от государственных органов и местного самоуправления до международных организаций и бизнес-сообществ - в сфере развития и продвижения экспорта.

О программе USAID по торговле в Центральной Азии

Программа USAID по торговле в Центральной Азии направлена на улучшение взаимодействия в сфере торговли в регионе для содействия экономическому росту и расширению экономических возможностей в Центральной Азии путем гармонизации процедур таможенного и пограничного контроля, укрепления партнерства между государственным и частным секторами в вопросах торговли и инвестиций, укрепления трансграничного взаимодействия между коммерческими предприятиями, а также решения гендерных вопросов в сфере торговли. В рамках программы USAID по торговле в Центральной Азии будет оказываться поддержка женщинам-предпринимателям в области торговли и коммерции путем пересмотра существующих политик и практик в сфере торговли, ущемляющих возможности женщин, и разработки мер по оказанию содействия женщинам в преодолении таких трудностей.

Дисклеймер

Данная публикация стала возможной благодаря помощи, оказанной офисом в Центральной Азии, бюро по Азии Агентства США по международному развитию, в соответствии с условиями контракта № 720-115-21-C-0002. Мнения, выраженные здесь, представляют собой мнения автора(-ов) и не обязательно отражают позицию Агентства США по международному развитию.

ОГЛАВЛЕНИЕ

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ	8
ВВЕДЕНИЕ	9
РАЗДЕЛ 1: ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТРАНЕ.....	10
Факты о стране	10
Обзор политической ситуации.....	11
Обзор социально-демографической ситуации	12
Технологические тенденции.....	14
Обзор логистики.....	16
Обзор экономической ситуации	17
РАЗДЕЛ 2: ВНЕШНЕТОРГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИМПОРТА	24
Описание торгового режима Южной Кореи	24
Таможенное регулирование и налогообложение импорта.....	27
Нетарифные меры регулирования	30
РАЗДЕЛ 3: АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ЭКСПОРТНЫХ СЕКТОРОВ.....	37
Потенциальные возможности экспорта КР в Южную Корею.....	38
Анализ рынка мяса	39
Анализ рынка рыбной продукции	42
Анализ рынка молочной продукции	45
Анализ рынка меда.....	49
Анализ рынка фруктов и овощей.....	51
Анализ рынка готовых продуктов питания	59
Анализ рынка одежды.....	65
РАЗДЕЛ 4: ОБЗОР ЛАНДШАФТА ДЕЛОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА.....	70
Межправительственные платформы сотрудничества	71
Список основных торговых выставок и b2b площадок.....	71
Список государственных организаций и бизнес-ассоциаций	73

Список таблиц

Таблица 1. Туристы, приезжающие в Южную Корею (в разбивке по регионам)	14
Таблица 2. Список регулярных авиасообщений между КР и Южной Кореей.....	17
Таблица 3. ТОП-10 импортных отраслей Южной Кореи, млрд. долл. США	23
Таблица 4. ТОП-10 экспортных отраслей Южной Кореи, млрд. долл. США	24
Таблица 5. Торговые соглашения Южной Кореи	25
Таблица 6. Структура тарифов в 2016 и 2021 годах.....	28
Таблица 7. Требования по вторичной переработке к упаковке	36
Таблица 8. Внешнеторговый оборот КР, тыс. долл. США	38
Таблица 9. Анализ потенциальных товарных позиций для экспорта в Южную Корею	39
Таблица 10. Импорт мяса Южной Кореи по странам и товарным позициям 2022 года	41
Таблица 11. Импорт рыбы Южной Кореи по странам и товарным позициям 2022 года	44
Таблица 12. Импорт сыров в Южной Корее по странам и субпозициям 2022 года	46
Таблица 13. Импорт сливочного масла Южной Кореи по странам 2022 года.....	49
Таблица 14. Импорт меда Южной Кореи по странам 2022 года.....	51
Таблица 15. Импорт бобовых Южной Кореи по странам и субпозициям 2022 года.....	53
Таблица 19. Импорт овощей Южной Кореи по странам 2022 года.....	55
Таблица 17. Импорт фруктов Южной Кореи по странам 2022 года.....	56
Таблица 18. Импорт орехов и сухофруктов Южной Кореи по странам 2022 года	58
Таблица 19. Импорт выпечки Южной Кореи по странам 2022 года.....	61
Таблица 23. Импорт соков Южной Кореи по странам 2022 года	63
Таблица 24. Импорт бутилированной воды Южной Кореи по странам 2022 года	65
Таблица 22. Лидеры на рынке женской одежды.....	67
Таблица 23. Лидеры на рынке мужской одежды	67
Таблица 24. Импорт одежды (товарные группы 61 и 62) Южной Кореи 2022 года.....	68
Таблица 25. Перечень выставок в Южной Корее	72
Таблица 26. Контактная информация государственных и иных организаций Южной Кореи.....	73

Список изображений

Рисунок 1. Динамика населения Южной Кореи и прогноз до 2050 года, млн. чел.	12
Рисунок 2. Населения Южной Кореи по полу и возрасту (август 2023 г.).....	13
Рисунок 3. Статистика рабочей силы Южной Кореи (старше 15 лет), тыс. чел.	13
Рисунок 4. Национальный состав населения Южной Кореи (2022), тыс чел.	14
Рисунок 5. Индекс сетевой готовности по показателю «Доступ к технологиям»	15
Рисунок 6. Распределение трафика среди сервисов E-commerce в Южной Корее (июнь — август 2023 г.).....	15
Рисунок 7. Показатели Южной Кореи в Индексе эффективности логистики в 2023 году	17
Рисунок 8. ВВП Южной Кореи в текущих ценах, млрд. долл. США.....	18
Рисунок 9. ВВП по отраслям экономики в 2022 г. (в текущих ценах)	19
Рисунок 10. Инфляция в Южной Корее в период 2012-2021 гг. и прогноз до 2028 г.	20
Рисунок 11. Динамика курса южнокорейского вона к доллару США за 5 лет.....	20
Рисунок 12. Динамика базовая ставка Банка Кореи (за 10 лет)	21
Рисунок 13. Показатели внешнеторгового оборота Южной Кореи 2013–2022 гг.	22
Рисунок 14. Топ-10 торговых партнеров Южной Кореи в 2022 г.....	22
Рисунок 15. Динамика и прогноз продаж мяса в Южной Корее, тыс. тонн	40
Рисунок 16. Каналы продаж «Переработанное мясо» в Южной Корее, тыс. тонн	40
Рисунок 17. Динамика и прогноз продаж рыбы и морепродуктов в Южной Корее	42
Рисунок 18. Каналы продаж «Переработанные морепродукты» в Южной Корее, тыс. тонн	43
Рисунок 19. Динамика и прогноз продаж сыров в Южной Корее	45
Рисунок 20. Каналы продаж «Сыры» в Южной Корее, тыс. тонн	46
Рисунок 21. Динамика и прогноз продаж сливочного масла в Южной Корее.....	47
Рисунок 22. Каналы продаж «Сливочное масло» в Южной Корее, тыс. тонн	48
Рисунок 23. Динамика и прогноз продаж сладких спредов в Южной Корее	49
Рисунок 24. Каналы продаж меда в Южной Корее, тыс. тонн.....	50
Рисунок 25. Динамика и прогноз продаж бобовых в Южной Корее.....	52
Рисунок 26. Объем производства бобовых в Южной Корее	52
Рисунок 27. Динамика и прогноз продаж фруктов в Южной Корее, млрд вон.....	54
Рисунок 28. Динамика и прогноз продаж фруктов в Южной Корее, тыс. тонн.....	54
Рисунок 29. Динамика и прогноз продаж овощей в Южной Корее, млрд вон.....	54
Рисунок 30. Динамика и прогноз продаж овощей в Южной Корее, тыс. тонн.....	55
Рисунок 31. Динамика и прогноз продаж орехов в Южной Корее, тыс. тонн.....	57
Рисунок 32. Динамика и прогноз продаж орехов в Южной Корее, млрд вон.....	57
Рисунок 33. Динамика и прогноз продаж сухофруктов в Южной Корее, тыс. тонн	57
Рисунок 34. Каналы продаж фруктовых батончиков в Южной Корее, тонны	58
Рисунок 35. Динамика и прогноз продаж выпечки в Южной Корее	60
Рисунок 36. Каналы продаж продукции выпечки в Южной Корее, тыс. тонн.....	60

Рисунок 37. Динамика и прогноз розничных продаж безалкогольных напитков в Южной Корее, млн литров.....	62
Рисунок 38. Каналы продаж безалкогольных напитков в Южной Корее, млн. литров.....	62
Рисунок 39. Динамика и прогноз продаж соков в Южной Корее, млн. литров.....	63
Рисунок 40. Каналы продаж соков в Южной Корее, млн. литров.....	63
Рисунок 41. Динамика и прогноз по бутилированной воде в Южной Корее.....	64
Рисунок 42. Каналы продаж бутилированной воды в Южной Корее.....	64
Рисунок 43. Динамика и прогноз продаж женской, мужской и детской одежды.....	66
Рисунок 44. Структура продаж женской одежды в Южной Корее.....	66
Рисунок 45. Структура продаж мужской одежды в Южной Корее.....	67
Рисунок 46. Оборот крупнейших розничных компаний в 2021 году.....	71

Аббревиатура

АСЕАН	(ASEAN - англ. Association of Southeast Asian Nations) – Ассоциация государств Юго-Восточной Азии
ВВП	валовой внутренний продукт
ВТО	Всемирная торговая организация
долл. США	доллары США
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
ЕС	Европейский союз
КР	Кыргызская Республика
МВФ	Международный валютный фонд
МИД	Министерство иностранных дел
млн	миллион
млрд	миллиард
Нацстатком	Национальный статический комитет КР
НДС	налог на добавленную стоимость
ОАЭ	Объединенные Арабские Эмираты
ООН	Организация объединенных наций
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
ППС	паритет покупательской способности
СФС	санитарные и фитосанитарные меры
США	Соединенные Штаты Америки
ТБТ	технические барьеры в торговле
ТН ВЭД	товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
тыс	тысячи
ФАО	Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН
ФРС	Федеральная резервная система США
Хорека	HoReCa – англ. Hotels, Restaurants, Catering – сегмент рынка гостиниц, ресторанов и кейтеринга
B2B	с англ. business-to-business - бизнес для бизнеса
C2C	с англ. consumer-to-consumer - потребитель потребителю
COVID-19	Коронавирусная инфекция (COVID-19)
IMD	с англ. Institute on Management Development - Международный институт развития менеджмента
USAID	Агентство США по международному развитию

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Программа USAID по торговле в Центральной Азии (2021–2026) направлена на улучшение взаимодействия в сфере торговли в регионе для содействия экономическому росту и расширению экономических возможностей в Центральной Азии.

Данная публикация представляет собой сотрудничество между Программой USAID по торговле в Центральной Азии и Центром по развитию и продвижению экспорта «Кыргыз Экспорт» при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики по оказанию содействия в составлении страновых путеводителей по приоритетным рынкам: ОАЭ, Катар, Саудовская Аравия, Япония, Корея, Германия.

О путеводителе по Южной Корее

Добро пожаловать в наш путеводитель по экспорту в Южную Корею. Мы предоставляем вам компактный и информативный ресурс, который поможет вам успешно ориентироваться на рынке экспорта Южной Кореи.

Южная Корея прославилась своим выдающимся экономическим ростом и стала одной из крупнейших мировых экономик. Её экономика сосредоточена в высокотехнологичных секторах, таких как информационные технологии, автомобильное производство, электроника и судостроение. Имена таких крупных компаний, как Samsung, Hyundai, LG и Kia, известны всему миру. Южная Корея также обладает развитой финансовой системой с крупными банками и активным фондовым рынком. В этом руководстве мы рассмотрим ключевые аспекты экспорта в Южную Корею, включая рыночные тенденции, правовые и регуляторные аспекты и перспективы в различных отраслях. Мы также подчеркнем конкурентные преимущества и сильные стороны экспорта в эту страну.

Несмотря на многочисленные возможности, важно осознавать потенциальные риски и сложности. Мы обратим ваше внимание на них и предоставим рекомендации по навигации через регуляторные барьеры и культурные особенности.

Это руководство будет вашим надежным спутником, обеспечивая вас знаниями и инструментами, необходимыми для успешного экспорта и раскрытия потенциала вашей компании на рынке Южной Кореи.

В нашем путеводителе вы найдете общую информацию о Южной Корее, анализ её экономики с учетом внешней торговли, прогнозы потенциальных рынков и оценку рисков, связанных с изменениями как на внешнем, так и на внутреннем экономическом фронте. Мы также предоставим подробные сведения о возможностях для экспорта кыргызской продукции, государственном регулировании импорта в Южной Корее, макроэкономической политике страны, логистике, визовых требованиях и потенциальных выставочных возможностях.

ВВЕДЕНИЕ

Данный путеводитель предназначен для предпринимателей и экспортеров из Кыргызстана, заинтересованных в расширении своих экспортных возможностей на рынке Южной Кореи.

Южная Корея выделяется своим высоким экономическим ростом и значительными изменениями в последние десятилетия, что привело к её статусу одной из крупнейших мировых экономик. Настоящий Путеводитель предоставляет обзор ключевых аспектов южнокорейского рынка.

Раздел 1 охватывает общую ситуацию в стране, включая политический ландшафт, социально-демографическое развитие, технологические тенденции и логистические аспекты. Этот раздел также предоставляет подробную информацию о текущей экономической обстановке в Южной Корее, включая показатели роста, инфляции, обменного курса и внешней торговли.

В **Разделе 2** представлен обзор национальных особенностей регулирования импорта в Южную Корею, включая более подробное изучение торгового режима, а также тарифного и нетарифного регулирования, особенно в сфере продуктов питания. Здесь представлены краткие описания основных регуляторных механизмов, а также ссылки на официальные веб-ресурсы государственных органов, управляющих импортом.

Раздел 3 содержит анализ важных секторов южнокорейского рынка для всех производителей и экспортеров. Здесь представлены данные о размерах рынков, их особенностях, текущих трендах и потенциале для экспорта из Кыргызстана. В этом разделе предоставлена глубокая аналитика, основанная на последних статистических данных и маркетинговых исследованиях, касающихся важных секторов южнокорейской экономики, а также предпочтениях местных потребителей.

Раздел 4 содержит полезную информацию о каналах для установления сотрудничества с южнокорейскими партнерами. Здесь также представлены сведения о ключевых государственных и негосударственных организациях, которые имеют значение при планировании и осуществлении экспорта. Важными аспектами для экспортеров также являются сведения о торгово-выставочных мероприятиях, их значимости для приоритетных секторов экспорта из Кыргызстана, и такая информация также доступна в этом разделе.

Этот Путеводитель структурирован для удобства чтения и содержит много информативных графических материалов, которые обобщают обширные статистические данные и позволяют выявить тенденции на исследуемом рынке. Также на протяжении всего Путеводителя представлены вставки, которые имеют важное значение при планировании экспортных операций и следует обратить на них внимание.

Наша цель - предоставить вам ценную информацию и аналитику, которые помогут вам принимать обоснованные решения в области экспорта. Мы надеемся, что этот Путеводитель станет полезным инструментом для вас и поможет успешно начать и развивать экспорт в Южную Корею.

РАЗДЕЛ 1: ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТРАНЕ

В данном разделе для экспортеров представлена информация, которая поможет понять условия среды на целевом рынке для принятия бизнес-решений и покажет политические, социально-демографические, технологические и экономические факторы важные для планирования экспортной деятельности на целевом рынке.

ФАКТЫ О СТРАНЕ

Южная Корея – конституционная демократия с президентской формой правления. Исполнительная и законодательная власти действуют национально, но также выполняются и местные функции через министерства исполнительной власти. Судебная власть функционирует как на национальном, так и на местном уровне. Местные органы власти имеют полуавтономные полномочия, включая исполнительные и законодательные функции.

Административное деление. Основными административными единицами в Южной Корее являются 8 провинций, одна особая самоуправляющаяся провинция, 6 мегаполисов (самоуправляющихся городов, которые не являются частью какой-либо провинции), один особый город и один особый самоуправляющийся город.

Столица – город Сеул.

Южная Корея занимает южную часть Корейского полуострова, которая простирается примерно на 1100 км от материковой части Азии. Этот гористый полуостров омывается Желтым морем на западе и Японским морем на востоке. Его южная оконечность омывается Корейским проливом и Восточно-Китайским морем. Страна, включая все ее острова, расположена между 33° и 39° северной широты и 124° и 130° восточной долготы. Его общая площадь составляет 100 тыс. кв. км. Поэтическое название — Страна утренней свежести.

Численность населения — 51,831 млн человек¹ (на 1 января 2023 год), из которых около 95% местное население.

Основные религии: нерелигиозное население (60%), христианство (23%), буддизм (16%) и другие религии (1%).

Официальный язык – корейский.

В декабре 1991 года Республика Корея одной из первых признала государственную независимость Кыргызстана. В январе 1992 г. были установлены дипломатические отношения между Кыргызской Республикой и Республикой Корея.

В сентябре 2007 г. в Бишкеке начало функционировать Посольство Республики Корея, в октябре 2008 аккредитован первый Чрезвычайный и Полномочный Посол Республики Корея с резиденцией в г. Бишкек.

В июне 2008 г. открылось Посольство Кыргызской Республики в Республике Корея, в октябре 2008 года состоялось вручение Верительных грамот первого Чрезвычайного и Полномочного Посла Кыргызской Республики в Республике Корея².

Чрезвычайный и Полномочный Посол Республике Кореи в КР Ли Вонджэ был аккредитован в г. Бишкек 24 июня 2021 года.

Телефонный код страны - +82.

Национальная валюта – южнокорейская вона (аббр. KRW – англ. *the Korean Won*).

¹ Департамент по экономическим и социальным вопросам, Отдел народонаселения ООН, 2022.

² МИД КР.

ОБЗОР ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Форма правления в Республике Корея – конституционная демократия. Президент является главой государства, главой правительства и главнокомандующим вооруженными силами. Он или она избирается всенародным голосованием на один пятилетний срок. Президент обладает исполнительной властью и назначает премьер-министра и Государственный совет (кабинет) с согласия парламента. Премьер-министр не обязан быть членом парламента, и его или ее основная роль заключается в оказании помощи президенту.

Законодательная власть в Южной Корее однопалатная. Парламент, называемый Национальной ассамблеей, имеет 300 мест, распределенных между партиями пропорционально их доле голосов. Каждый член избирается сроком на четыре года. Исполнительная ветвь власти прямо или косвенно зависит от поддержки Национального собрания, часто выражаемой посредством вотума доверия.

На Корейском полуострове продолжаютсЯ долгосрочные и нестабильные конфликты. Бывший президент Мун Чжэ Ин предложил стратегию денуклеаризации и «мирной экономики» в отношении Северной Кореи. Его правительство работало над укреплением экономического сближения между двумя Кореями с целью достижения мира и возможного объединения к 2045 году. Также были предприняты шаги для развития отношений с Индией и АСЕАН для диверсификации экономических и стратегических связей, учитывая конкуренцию между США и Китаем³.

Под руководством нынешнего президента Юн Сук Ёля Южная Корея стремится укрепить свой международный авторитет и улучшить отношения с ключевыми союзниками. Этот стратегический сдвиг требует более глубокой институциональной поддержки внутри страны и на мировой арене. Южная Корея также должна активнее участвовать в международных институтах и сетях для решения глобальных проблем.

Президенту Юн Сок Ёлю придется справляться с внутрИполитическими сложностями из-за узкой поддержки, борьбы за власть и экономических вызовов. Он также должен учитывать напряженность на Корейском полуострове и балансировать отношения с США и Китаем.

Основные политические партии включают:

- Демократическую партию (Миндзё): прогрессивная.
- Партию народной власти (ранее Партия Свободы Кореи): правая.
- Партию справедливости: левоцентристская.

В 2023 году Южная Корея заняла 15-е место по Индексу экономической свободы⁴, что ставит страну в группу «умеренно свободных» стран и занимает пятое место в Азиатско-Тихоокеанском регионе, а также помещает страну в группу «в основном свободных». Надежная защита прав собственности дает Южной Корее один из самых высоких баллов по этому компоненту, а также улучшился показатель «эффективности судебной системы», поскольку судебная система пользуется независимостью и прозрачностью.

В 2022 году Южная Корея заняла 32-е место в Индексе восприятия коррупции⁵, что свидетельствует о низком уровне коррупции. Однако последние события указывают на ее наличие. Партия нового президента, хотя и ставит целью борьбу с коррупцией, столкнулась с обвинениями в кумовстве среди некоторых членов кабинета. В последние годы произошли

³ Платформа Santander Trade <https://santandertrade.com>

⁴ Индекс экономической свободы разработан Фондом *Heritage Foundation* и оценивает экономическую свободу на основе 12 факторов, разделенных на четыре категории: верховенство закона, размер правительства, эффективность регулирования и открытые рынки.

⁵ Индекс восприятия коррупции, созданный в 1995 году *Transparency International*, измеряет восприятие коррупции в государственном секторе в разных странах. За последние два десятилетия методология этого индекса была усовершенствована, включая важные изменения в 2012 году, что позволило сравнивать баллы во времени.

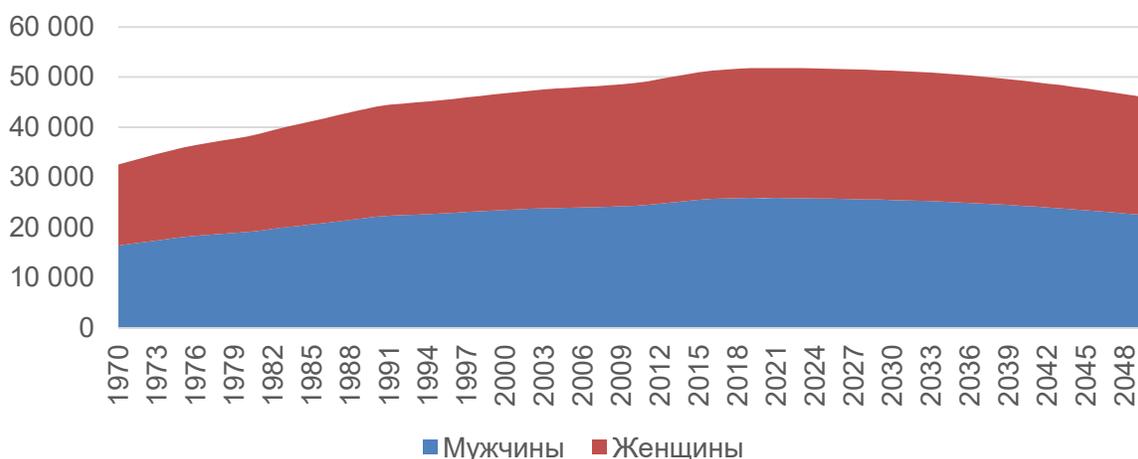
коррупционные скандалы как в государственном, так и в частном секторах, включая взяточничество и конфликты интересов среди чиновников. Коррупция мешает бесперебойному функционированию и увеличивает коммерческие расходы.

ОБЗОР СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

В 2022 году Южная Корея была двадцать девятой по численности населения страной в мире. На 1 февраля 2023 года население Южной Кореи составляло 51,831 миллион человек. За последние 10 лет оно увеличилось на 5,4%. Однако согласно прогнозам ООН, население будет сокращаться в долгосрочной перспективе на 0,1%–0,2%, и к 2050 году оно достигнет 45,8 миллионов человек. Это связано с быстрым старением населения. К 2050 году ожидается снижение населения на 12%, с 52 миллионов до 46 миллионов. Согласно данным статистической информационной службы Кореи, доля людей старше 65 лет возрастет с 23% сегодня до 64% к 2060 году, что будет оказывать увеличивающееся давление на государственные ресурсы.

Плотность населения в Южной Кореи на данный момент составляет 524 человека на каждый квадратный километр, и прогнозируется, что к 2050 году она снизится до 463 человек на квадратный километр. В сравнении со средним значением по всему миру, которое составляет 60 человек на квадратный километр, плотность населения в Южной Кореи значительно выше.

Рисунок 1. Динамика населения Южной Кореи и прогноз до 2050 года, млн. чел.

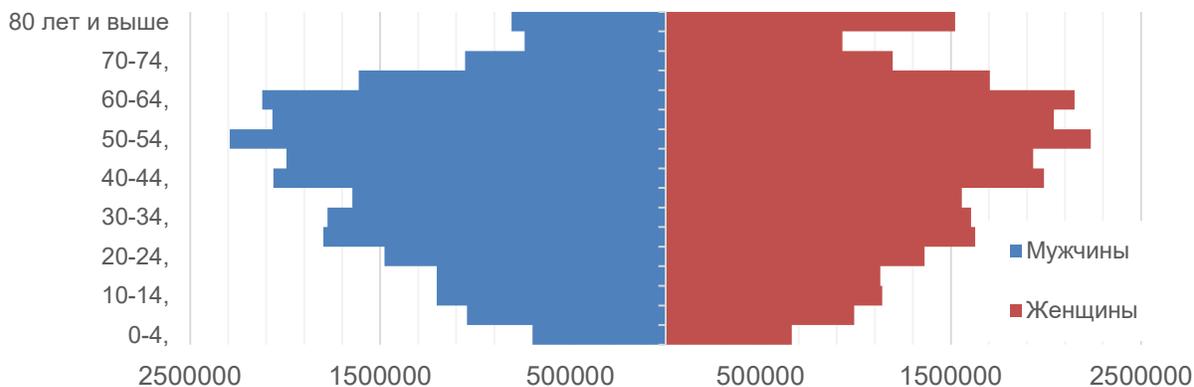


Источник: Подразделение по населению ООН

Население Южной Кореи занимает 22 место по «старости», и более две трети (70%) населения составляет в возрасте 15–54 лет и в 2023 году средний возраст жителей равнялся 43 лет. В демографическом разрезе незначительно преобладают женщины (Рисунок 2). Население быстро стареет, рождаемость низкая. По прогнозам, к 2040 году средний возраст населения Южной Кореи составит 54,6 года. Это сделает Южную Корею самой старой страной в мире.

При создании экспортных стратегий и продуктов экспортеры должны учитывать важность анализа демографической структуры населения и долгосрочного процесса старения населения, чтобы определить, какие товары будут наиболее востребованы на рынке Южной Кореи.

Рисунок 2. Населения Южной Кореи по полу и возрасту (август 2023 г.)



Источник: Статистическая информационная служба Кореи

Помимо изучения демографической структуры населения Южной Кореи, важным аспектом является анализ рынка труда и сектора туризма, так как они также оказывают влияние на объемы потребления товаров и услуг. Для экспортеров полезно знать, что за последние 6 лет количество работоспособных мужчин и женщин сократилось на 706 тысяч.

Рисунок 3. Статистика рабочей силы Южной Кореи (старше 15 лет), тыс. чел.



Источник: Международная организация труда

Очень важным сектором для продвижения продукции на экспорт является сектор туризма. Поэтому экспортерам важно следить за статистикой по туристическому сектору, особенно для экспортеров, которые нацелены на сегмент Хорека⁶.

В 2022 и 2023 годах, число приезжающих в Южную Корею значительно увеличилось, достигнув трехзначных цифр. Групповой туризм из Китая ограничен из-за визовой политики, что влияет на общее количество туристов и доход Южной Кореи, так как Китай является важным источником туристов. Внутренний туризм в 2023 году замедлился по сравнению с предыдущим годом, так как местные жители предпочитают активнее путешествовать за границу. С ростом инфляции многие южнокорейцы выбирают более экономичные варианты для своих поездок.

В 2022 году, после снятия ограничений на въезд, количество прибывающих туристов значительно увеличилось. Этот тренд ожидается сохраниться в 2023 году, но вероятно,

⁶ Хорека (англ. HoReCa Hotels, Restaurants, Catering) – сегмент рынка гостиниц, ресторанов и кейтеринга

цифры останутся ниже уровня до пандемии. Тем не менее, расходы прибывающих туристов значительно выросли, превышая даже уровень до пандемии, благодаря сдержанному спросу иностранных посетителей. Международный аэропорт Инчхон проводит рекламные акции, включая предложение бесплатных авиабилетов в Южную Корею, чтобы привлечь больше туристов.

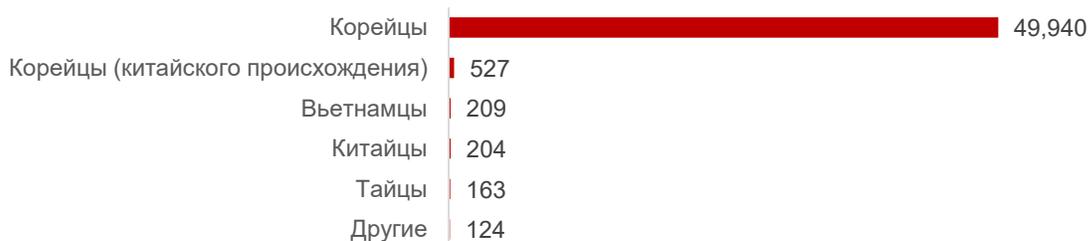
Таблица 1. Туристы, приезжающие в Южную Корею (в разбивке по регионам)

Регионы	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Всего	12 176	14 202	13 232	17 242	13 336	15 347	17 503	2 519
Африка	34	35	36	48	40	43	50	12
Америка	916	974	974	1 116	1 117	1 243	1 346	272
Восточная Азия и Тихий океан	9 826	11 682	10 754	14 389	10 552	12 362	14 335	1 895
Европа	864	961	936	1 093	1 107	1 196	1 299	251
Ближний Восток	40	46	42	45	46	49	56	8
Южная Азия	188	211	219	274	203	202	226	54
Другие	310	293	271	277	270	252	193	27

Источник: Всемирная туристическая организация ООН

96,2% населения Южной Кореи являются гражданами. Хотя доля неграждан растет, она остается низкой. В Южной Корее проживает не более 5% иностранных резидентов, а самыми большими группами являются граждане стран Восточной Азии (Рисунок 4).

Рисунок 4. Национальный состав населения Южной Кореи (2022), тыс. чел.



Источник: Статистическая информационная служба Кореи

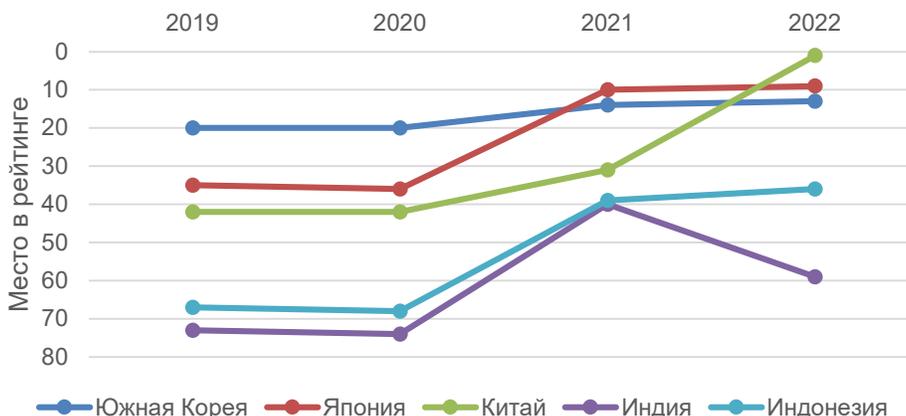
С учетом моноэтнической природы страны и доминирования как традиционных, так и современных предпочтений среди потребителей, экспортерам необходимо углубленно изучать культурные и социальные аспекты, влияющие на потребительское поведение. При планировании экспорта также следует учитывать технологические факторы, связанные с потреблением товаров и услуг, которые будут рассмотрены в следующем разделе.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ

Почти все жители Южной Кореи будут использовать интернет к 2026 году, доля пользователей вырастет с 97,1% в 2021 году до 98,6% в 2026 году. Это свидетельствует о широком распространении информационных и коммуникационных технологий в стране, что стимулирует экономический прогресс. Таким образом, компании, включая Samsung, могут продолжать внедрять передовые технологии, такие как искусственный интеллект и Интернет вещей, для улучшения производительности и удовлетворения потребительских потребностей.

К 2026 году в Южной Корее будет 80,3 миллиона абонентов мобильной связи, что превысит общее население страны. Это связано с широким использованием мобильных технологий в рабочих целях и повышением спроса на смартфоны с услугами 5G. В 2026 году страна будет полностью охвачена сетями 4G/5G, что также способствует увеличению числа абонентов мобильной связи.

Рисунок 5. Индекс сетевой готовности по показателю «Доступ к технологиям»

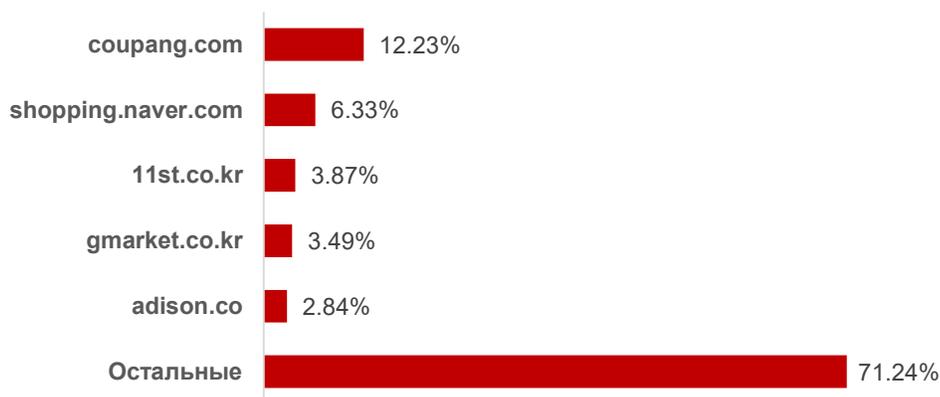


Источник: *Networkreadinessindex.org*

Южная Корея обладает значительным инновационным потенциалом благодаря высоким инвестициям в исследования и разработки, а также активности компаний, таких как *Samsung* и *LG*. По данным Индекса сетевой готовности (NRI) 2021 года, Южная Корея занимает 12-е место в мире, что подчеркивает ее инновационные возможности.

Правительство Южной Кореи активно поддерживает технологии 5G+ и инвестирует в развитие 5G-связи в различных отраслях. Целью стратегии 5G+ является доминирование на мировом рынке промышленных решений, основанных на 5G. Это стимулирует инновации и технологический прогресс в стране⁷.

Рисунок 6. Распределение трафика среди сервисов E-commerce в Южной Корее (июнь — август 2023 г.)



Источник: *Similarweb.com*

⁷ Euromonitor International, 2022.

Во время пандемии Южная Корея активно использует цифровые технологии, включая искусственный интеллект, для предоставления услуг с минимальным физическим контактом. Эти усилия привели к созданию «нетронутого» общества, но только 40% потребителей, включая 33% бэби-бумеров, оценивают виртуальные онлайн-опыты.

Цифровизация проникает в различные аспекты жизни, включая шопинг, финансы и развлечения. Например, более половины используют приложения для обмена сообщениями и онлайн-банковские услуги каждую неделю. Половина также делает онлайн-покупки еженедельно⁸.

Южная Корея имеет отлично развитую электронную коммерцию благодаря высокой скорости передачи данных и связи. Здесь 48% респондентов делают еженедельные онлайн-покупки из дома, против 32% глобальных значений. 50% жителей покупают товары или услуги онлайн еженедельно в сравнении с 36% глобальных значений. Основной мотив – это удобство заказа в любое время и в любом месте (44% против 31% среднемирового показателя).

Рост электронной коммерции в Южной Корее за последние шесть лет, особенно после пандемии, способствовал росту розничных продаж. В 2021–2022 годах электронная коммерция увеличилась на 8,8% до 157,0 миллиардов долларов США. Южнокорейские компании, такие как *Coupage* и *Naver*, доминируют на рынке, предоставляя быструю доставку и потоковые услуги. Прогнозируется, что среднегодовой темп роста электронной коммерции к 2027 году составит 4,2%, опережая офлайн-продажи.

С 2017 по 2022 год розничная электронная коммерция росла на 16,3% в год, в то время как офлайн-торговля сокращалась на 0,6%. Все розничные продажи, как онлайн, так и офлайн, выросли на 4,9% в год в этот период. Пандемия ускорила эти тенденции: электронная коммерция выросла на 25,3%, а офлайн-продажи сократились на 8,5% в 2019–2020 годах. В 2021–2022 годах офлайн-продажи выросли на 4,1%, а электронная коммерция на 8,8%. Ожидается, что рост электронной коммерции замедлится, но все равно опережает офлайн-продажи, с прогнозом роста в среднем на 4,2% в год с 2022 по 2027 год. Офлайн-продажи, с другой стороны, ожидаются с ростом на 2,5% за тот же период.

Большинство (52%) потребителей внимательно изучают продукты и услуги, сравнивая цены (42%) и читая отзывы (43%). Однако, корейцы менее активны в социальных сетях: только 28% подписываются или лайкают бренды, и всего 16% оставляют отзывы через соцсети.

Помимо онлайн-покупок, корейцы также часто посещают обычные магазины (64%). Тем не менее, торговые центры (25%) и путешествия на основе качества покупок (9%) менее популярны. Только 9% ищут инновационный опыт покупок в магазинах.

Экспортеры из КР также должны учитывать растущую цифровизацию и отслеживать, какие новые участники приобретают большие доли на рынке.

ОБЗОР ЛОГИСТИКИ

Индекс эффективности логистики (*LPI – Logistics Performance Index*), разработанный Всемирным банком, оценивает уровень удобства логистических систем в различных странах. В последние 5 лет Южная Корея улучшила свои позиции в этом рейтинге, поднявшись на 8 позиций и заняв 17-е место по сравнению с 25-м местом в 2018 году.

⁸ Euromonitor International, 2023.

Рисунок 7. Показатели Южной Кореи в Индексе эффективности логистики в 2023 году



Источник: Всемирный банк

Согласно информации логистических компаний экспортеры Кыргызстана могут отправлять свою продукцию в Южную Корею авиатранспортом.

Авиаперевозки

Груз может быть доставлен регулярными авиалиниями или грузовым чартером с использованием авиатранспорта. Из Кыргызстана в Южную Корею с 2022 года существует нерегулярное авиасообщение южнокорейской компании T-Way, а также есть рейсы с непрямыми авиарейсами таких компаний, как Turkish Airlines, Pegasus и другие⁹.

Таблица 2. Список регулярных авиасообщений между КР и Южной Кореей

Авиакомпания	Направления рейсов	Частота рейсов
T-Way Air	Бишкек – Инчхон (Южная Корея) и обратно	Нерегулярные рейсы (уточнять у авиакомпании)
Turkish Airlines	Бишкек – Стамбул (Турция) – Сеул и обратно	Ежедневно

Стоимость авиаперевозки логистических грузов в Южную Корею различается в зависимости от вида товаров. Тарифы на авиаперевозки начинаются от 3 долларов США за килограмм. Среднее время доставки составляет 2–4 дня, включая процессы выгрузки и таможенного оформления.

ОБЗОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Показатели роста национальной экономики

В 2021 году ВВП Южной Кореи впечатляюще вырос на 4,3% благодаря восстановлению после пандемии. Однако в 2022 году он замедлился до 2,6%, в основном из-за снижения экспорта, который составляет значительную часть экономики (41,3% ВВП). Слабый мировой спрос, особенно со стороны Китая, наряду с рисками рецессии и ростом стоимости заимствований негативно повлияли на экспорт. Несмотря на это, значительные частные и государственные расходы помогли смягчить риски. Дополнительный бюджет в размере 14 триллионов вон (10,6 миллиарда долларов США) был направлен на поддержку самозанятых

⁹ Сайт международного аэропорта «Манас».

лиц и малого бизнеса, пострадавших от ограничений COVID-19, что привело к увеличению частного потребления.

Ожидается, что в 2023 году рост ВВП Южной Кореи снизится до 1,4%¹⁰, что будет сигнализировать о продолжающемся замедлении. Это связано со слабым экспортом, связанным с медленным ростом в США и ЕС, а также с замедлением глобального цикла производства электроники.

Рисунок 8. ВВП Южной Кореи в текущих ценах, млрд. долл. США



Источник: Международный Валютный Фонд

Один из индикаторов, который отражает экономическое положение страны, — это ВВП на душу населения. Этот показатель косвенно отражает покупательную способность населения и служит ориентиром для компаний, занимающихся экспортом. В 2021 году в Южной Корее этот показатель составил 34 998 долларов США, что приблизительно в 4 раза превышает средний мировой уровень. А по показателю ВВП на душу населения по паритету покупательной способности¹¹ (ППС) в тот же период он составил 44 279 долларов США. В среднесрочной перспективе до 2028 года также ожидается улучшение этого показателя, и ожидаемые значения составят 41 380 долларов США и 52 068 долларов США по ППС соответственно.

¹⁰ МВФ, 2023.

¹¹ ВВП на душу населения ППС – показатель внутреннего валового продукта на душу населения по паритету покупательской способности.

Рисунок 9. ВВП по отраслям экономики в 2022 г. (в текущих ценах)



Источник: Статистическая информационная служба Кореи

В 2021 году экспорт Южной Кореи вырос на 25,7%, но в 2022 году этот рост замедлился до 6,1% из-за глобального экономического спада. Однако с введением Регионального всеобъемлющего экономического партнерства (ВРЭП) в январе 2022 года ожидается восстановление экспорта. Прямые иностранные инвестиции в 2021 году составили 15,7 млрд долларов США, сектор услуг получил наибольшее внимание. Введение программы *Invest Seoul* в феврале 2022 года должно привлечь больше иностранных финансовых компаний. Однако вторжение России в Украину и другие факторы могут повлиять на приток ПИИ. В 2022 году государственные расходы выросли на 8,0%, что привело к дефициту бюджета в размере 1,8% ВВП. Расходы на социальное обеспечение составили 24,4% от общих расходов. Государственный долг в 2022 году увеличился на 6,6%, достигнув 55,2% от ВВП. Однако в 2023 году ожидается улучшение финансового состояния с прогнозируемым профицитом бюджета¹².

Показатели денежно-кредитной политики

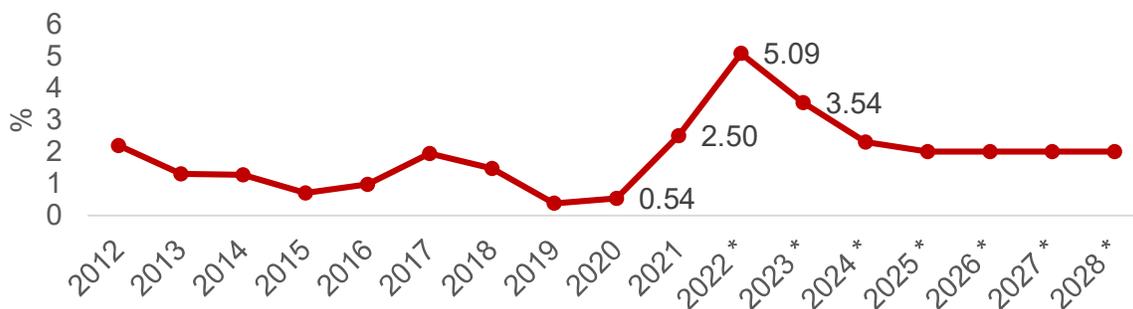
УРОВЕНЬ ИНФЛЯЦИИ

Годовая инфляция в Южной Корее достигла 3,4% в августе, с самыми высокими месячными темпами роста с 2017 года, подчеркивая важность стабилизации цен для правительства. Банк Кореи сохраняет стабильные процентные ставки из-за повышенных рисков инфляции. Месячный индекс потребительских цен вырос на 1,0%, превысив ожидания экономистов. Базовый индекс потребительских цен, исключая продукты питания и энергию, остался на уровне 3,3%. Министерство финансов Республики Корея отметило, что инфляция была временным явлением, связанным с неблагоприятной погодой и ростом цен на энергоносители, и общая тенденция остается умеренной¹³.

¹² Reuters, сентябрь 2023.

¹³ Euromonitor International, 2023.

Рисунок 10. Инфляция в Южной Корее в период 2012-2021 гг. и прогноз до 2028 г.



Источник: Международный Валютный Фонд

«Базовый индекс потребительских цен, который остался неизменным, показывает, что инфляция в августе была вызвана временными факторами, а не изменением основной тенденции», — сказал Ким Бо Гён, представитель Статистического управления Кореи.¹⁴

КУРС НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ

Банк Кореи был основан 12 июня 1950 года и выпустил свои первые банкноты во время Корейской войны. В 1953 году в результате денежной реформы старая валюта, деноминированная в хване, была заменена новой, деноминированной вонами. Монеты были введены в обращение в 1959 году. Еще одна денежная реформа, проведенная в 1962 году, ввела вонную валюту, которая используется до сих пор. Банкноты более высокого номинала, такие как 5 000 вон и 10 000 вон, были введены в обращение в 1970-х годах. В 1980-х годах банкноты номиналом 500 вон были заменены монетами, а в 1983 году был представлен новый дизайн монет. Со временем функции безопасности были улучшены. С 2006 года были приняты передовые меры по борьбе с подделками, включая устройства с оптически изменяющимися характеристиками и красочный дизайн. Для банкнот использовались различные темы и сложные фоновые узоры. На банкнотах разных номиналов были разные портреты и дизайн: на банкнотах номиналом 50 000 вон был уникальный портрет Шин Саймданга на аверсе и вертикальный рисунок на реверсе¹⁵.

Рисунок 11. Динамика курса южнокорейского вона к доллару США за 5 лет



Источник: tradingview.com

¹⁴ Статья Pulse «Инфляция в Кореи в августе выросла быстрее всего за 4 месяца из-за жары», сентябрь 2023. © Pulse by Maeil Business News Korea & mk.co.kr

¹⁵ Банк Кореи.

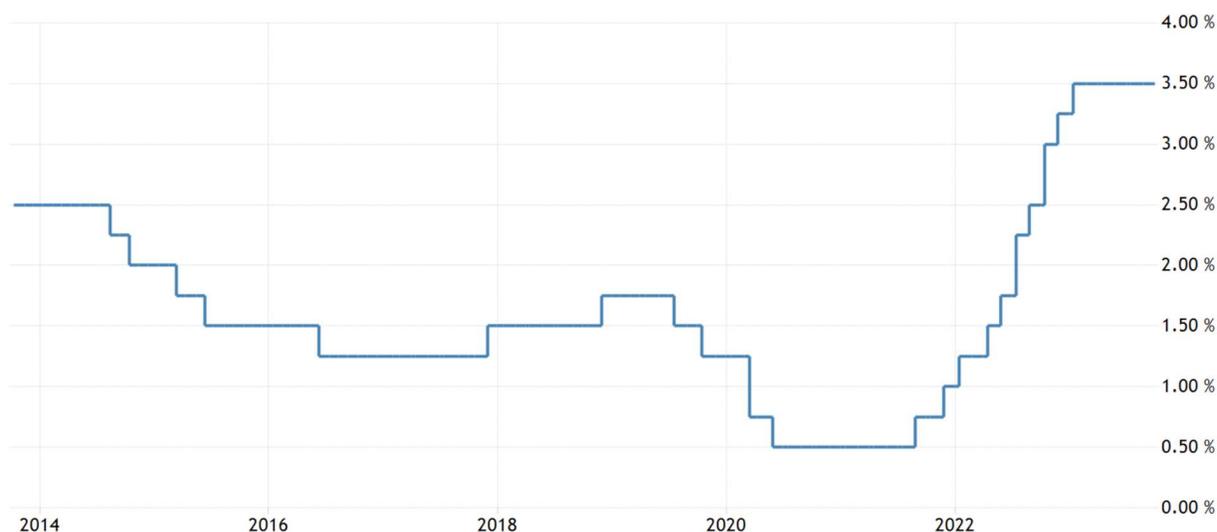
УРОВЕНЬ ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК

Базовая ставка Банка Кореи — это базовая политическая ставка, применяемая в сделках между Банком Кореи и финансовыми учреждениями, таких как соглашения РЕПО¹⁶ и депозиты и кредиты Банка для корректировки ликвидности. Сокращенно она называется базовой ставкой.

Банк Кореи использует базовую ставку в качестве фиксированной ставки предложения для продаж 7-дневных РЕПО и в качестве минимальной ставки предложения для покупок 7-дневных РЕПО. Процентные ставки по депозитам и кредитам, регулирующим ликвидность, на 100 б.п.¹⁷ ниже и выше базовой ставки соответственно.

Совет по денежно-кредитной политике Банка Кореи собирается восемь раз в год для определения базовой ставки, принимая во внимание движение цен, внутренние и зарубежные экономические и финансовые условия рынка и так далее. Базовая ставка оказывает быстрое влияние на ставку отзыва, то есть ставку однодневного межбанковского кредитования, и это приводит к изменениям краткосрочных и долгосрочных рыночных ставок, а также ставок по депозитам и кредитам, что в итоге влияет на деятельность в реальной экономике.

Рисунок 12. Динамика базовая ставка Банка Кореи (за 10 лет)



Источник: *tradingeconomics.com*

Показатели внешней торговли

В 2022 году объем товарооборота вырос на 12,3%, преимущественно из-за роста импорта на 18,9% и экспорта на 6,1%.

¹⁶ Сделка РЕПО, или соглашение РЕПО (от англ. repurchase agreement, repo) — сделка купли (продажи) ценной бумаги с обязательством обратной продажи (покупки) через определённый срок по заранее определённой в этом соглашении цене.

¹⁷ Базисный пункт (сокр. – б.п.) — это общепринятая единица измерения процентных ставок и других процентов в финансах. Один базисный пункт равен 1/100 от 1% или 0,01%.

Рисунок 13. Показатели внешнеторгового оборота Южной Кореи 2013–2022 гг.



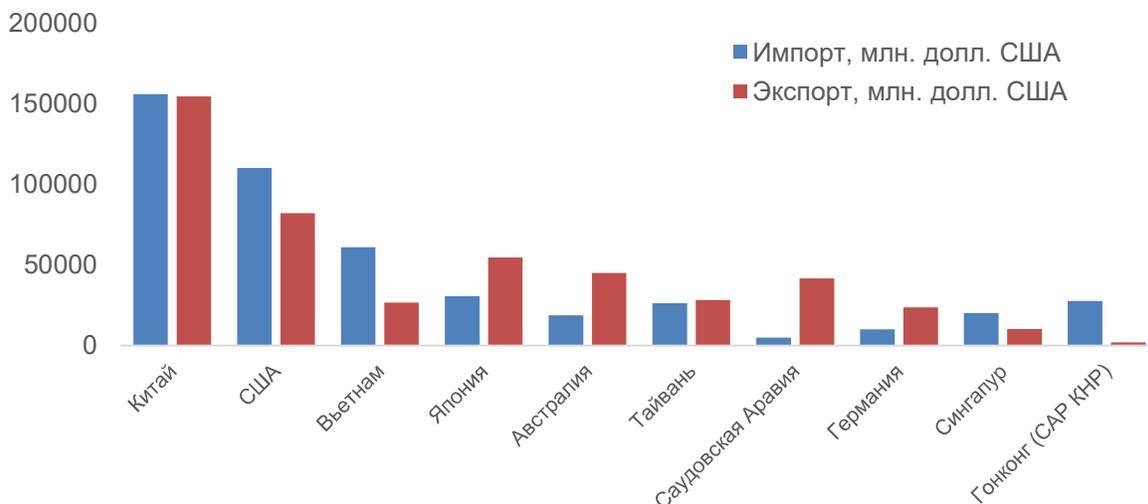
Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

За последние 5 лет внешнеторговый оборот Южной Кореи вырос на четверть и роста стоимости импорта в период 2021–2022 годы после событий на Украине, что привело к отрицательному торговому балансу в 2022 году.

ОСНОВНЫЕ ТОРГОВЫЕ ПАРТНЕРЫ

Для Южной Кореи ведущими 10 торговыми партнерами являются страны из Азиатско-Тихоокеанского региона, такие как Китай, Вьетнам, Япония, Австралия, Тайвань, Сингапур и Гонконг, а также США, Саудовская Аравия и Германия. Вышеперечисленные страны составляют 66% от общего внешнеторгового оборота Южной Кореи.

Рисунок 14. Топ-10 торговых партнеров Южной Кореи в 2022 г.



Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Исследование географического распределения импорта и экспорта Южной Кореи указывает на заметную степень концентрации.

Южная Корея занимает в мире 9 место по объемам импорта. В 2022 году 66,8% импорта Южной Кореи пришлось на 10 стран-экспортеров. Основные показатели и продукция, импортируемая в Южную Корею, представлены в Таблица 3. Китай является лидирующим поставщиком на сумму 154,6 млрд. долларов США, что является ростом на 11,5% по

сравнению с 2021 годом. За Китаем следуют США на сумму 82,1 млрд. долларов США и ростом на 11,6% за последний год. Большинство импорта из топ-10 стран импорта были положительными за последние 5 лет, кроме Японии (0,1% роста). Наибольший рост за последний год показали поставщики сырья Саудовская Аравия (72% роста), Индонезия (47%), Катар (43%) и Австралия (36%).

Южная Корея занимает 7 место по объемам экспорта. В 2022 году 70,5% экспорта Южной Кореи пришлось на 10 стран-импортеров. Таблица 4 представляет основные показатели и продукцию, экспортируемую из Южной Кореи. Китай является лидирующим поставщиком на сумму 155,8 млрд. долларов США, что является снижением на 4,4% по сравнению с 2021 годом. За Китаем следуют США на сумму 110,2 млрд. долларов США и ростом на 14,4% за последний год. Большинство экспорта в топ-10 стран экспорта были положительными за последние 5 лет, кроме Гонконга (-26,2%) и Китая (-4,4%). Наибольший рост экспорта был направлен в Австралию (92%), Сингапур (43%), Индия (21%), США (14%) и Мексика (12%).

ТОВАРНАЯ СТРУКТУРА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

В 2022 году, 75,7% объема импорта Южной Кореи приходилось на 10 категорий товаров. Наибольший долю составили продукты нефтегазовой отрасли (30%), электроника и компьютеры (включая вычислительную технику) (27%). Повышение общего объема импорта с 2018 по 2022 годы в значительной степени было обусловлено увеличением импорта основных товарных групп, что связано с глобальной инфляцией.

Таблица 3. ТОП-10 импортных отраслей Южной Кореи, млрд. долл. США

Наименование товара	2018	2019	2020	2021	2022
Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки; битуминозные вещества; воски минеральные	146,9	127,3	86,6	137,6	218,7
Электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура	84,8	89,7	94,1	114,8	131,8
Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части	60,2	51,6	57,4	69,1	68,4
Инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, ...	22,4	18,5	19,4	22,5	22,7
Руды, шлак и зола	15,0	15,1	15,9	24,6	21,9
Средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава	16,8	16,7	18,2	20,0	21,7
Продукты неорганической химии; соединения неорганические или органические драгоценных металлов	9,3	8,0	7,4	11,0	20,0
Черные металлы	16,5	15,7	11,1	18,5	18,9
Органические химические соединения	14,2	12,7	12,1	16,0	16,1
Пластмассы и изделия из них	11,8	11,5	11,5	14,2	13,8

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

В 2022 году на 10 товарных позиций пришлось 83,2% объема экспорта Южной Кореи. Наибольшую долю занимали оборудование и устройства (31%), автомобильный транспорт и автозапчасти (11%), электроника (11%). Среди отраслей положительную динамику с 2018 по 2022 год продемонстрировали следующие позиции: продукты неорганической химии (28%), средства наземного транспорта (6%), продукты нефтепереработки (6%), пластмассы (6%).

Таблица 4. ТОП-10 экспортных отраслей Южной Кореи, млрд. долл. США

Наименование товара	2018	2019	2020	2021	2022
Электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, ...	184,6	153,6	159,7	200,8	210,4
Средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава	61,2	62,9	54,2	67,0	75,6
Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части	77,7	70,9	67,9	76,0	73,0
Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки; битуминозные вещества; воски минеральные	48,2	42,1	25,4	40,0	64,8
Пластмассы и изделия из них	34,9	32,6	31,6	43,2	41,2
Черные металлы	24,8	23,1	19,7	27,9	28,1
Органические химические соединения	25,4	21,0	15,4	23,5	24,7
Инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные	27,8	21,0	20,1	22,3	18,2
Суда, лодки и плавучие конструкции	20,3	18,9	18,7	22,0	17,1
Продукты неорганической химии; соединения неорганические или органические драгоценных металлов	5,5	5,1	5,3	7,8	15,6

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

РАЗДЕЛ 2: ВНЕШНЕТОРГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИМПОРТА

ОПИСАНИЕ ТОРГОВОГО РЕЖИМА ЮЖНОЙ КОРЕИ

Республика Корея является членом ВТО с 1 января 1995 года и членом ГАТТ¹⁸ с 14 апреля 1967 года, и по отношению к КР применяет торговый режим – режим наибольшего благоприятствования.

Министерство торговли, промышленности и энергетики (MOTIE) отвечает за разработку и реализацию торговой и промышленной политики. В процессе формирования этой политики и принятия решений MOTIE сотрудничает с различными заинтересованными сторонами, в том числе:

- Представители других правительственных министерств (таких как министерства экономики и финансов, сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел, юстиции, земли, инфраструктуры и транспорта).
- Заинтересованные стороны частного сектора, включая Корейскую торгово-промышленную палату (KCCI) и Корейскую ассоциацию международной торговли (KITA).
- Государственные исследовательские институты, в том числе финансируемые государством аналитические центры, такие как Корейский институт международной экономической политики, Корейский институт промышленной экономики и торговли, Корейский институт развития, Корейский институт экономических исследований и Корейский институт сельской экономики.

Общей целью торговой политики Кореи остается построение свободной и открытой экономики. Ее политическими приоритетами являются: (i) содействие свободной и открытой торговле при одновременном укреплении ценностей инклюзивности и устойчивости; (ii)

¹⁸ Генеральное соглашение по тарифам и торговле (с англ. GATT – the General Agreement on Tariffs and Trade) — международное соглашение, заключенное в 1947 году с целью восстановления экономики после Второй мировой войны, которое на протяжении почти 50 лет фактически выполняло функции международной организации. Основная цель ГАТТ — снижение барьеров в международной торговле.

поддержка основанной на правилах многосторонней торговой системы; и (iii) повышение прозрачности и предсказуемости, чтобы сделать Корею более благоприятной для бизнеса.

Южная Корея сохраняет общую направленность торговой политики, которая осталась относительно неизменной, хотя особый акцент сделан на малое и среднее предпринимательство и инновациях. Несмотря на то, что односторонняя либерализация не проводилась, в определенных областях произошли нормативные или институциональные изменения, включая упрощение процедур торговли, антидемпинг, экспортный контроль стратегических товаров, репатриацию/перебазирование предприятий, стандарты, санитарные и фитосанитарные требования (СФС), государственные закупки, политика в области конкуренции и права интеллектуальной собственности. Обстоятельства COVID-19 привели к введению временных мер, связанных с торговлей, в определенных областях. Некоторые меры продолжают защищать отечественных производителей, особенно фермеров, от иностранной конкуренции.

Закон о внешней торговле и Закон о таможене являются основными законодательными актами в области международной торговли. Последние поправки были внесены поправки в правила их применения¹⁹:

- Указ о введении в действие Закона о таможене (Указ Президента № 32274) в редакции от 1 января 2022 года;
- Правила применения Закона о таможене (Постановление Министерства № 842) в редакции от 16 марта 2021 года;
- Указ о введении в действие Закона о внешней торговле (Указ Президента № 33042) в редакции от 11 декабря 2022 года;
- Положение о предоставлении преференциального тарифного режима наименее развитым странам (Указ Президента № 31662) в редакции от 4 мая 2021 года.

Корея продолжает активно участвовать в ВТО. В 2019 году она обязалась не добиваться особого и дифференцированного режима для развивающихся стран на текущих и будущих переговорах в ВТО. Корея продолжает использовать возможности открытия рынков посредством Региональных торговых соглашений (РТС)²⁰. Так, например, МОТІЕ провело 25 августа общественные слушания в Сеуле относительно соглашений об экономическом партнерстве с семью странами, а именно Кенией, Танзанией, Марокко, Таиландом, Пакистаном, Сербией и Доминиканской Республикой. МОТІЕ находится в процессе обсуждения соглашений с 10 странами для укрепления глобальной торговой солидарности, а Монголия и Грузия являются двумя странами, с которыми планы переговоров были завершены в апреле 2023 года²¹.

Таблица 5. Торговые соглашения Южной Кореи

Название	Год вступления в силу	Страны-участницы
Азиатско-Тихоокеанское торговое соглашение (АРТА)	1976	Бангладеш; Индия; Республика Корея; Лаос; Шри-Ланка
Соглашение о глобальной системе торговых преференций между развивающимися странами (GSTP)	1989	Алжир; Аргентина; Бангладеш; Бенин; Боливия; Бразилия; Камерун; Чили; Колумбия; Куба; Эквадор; Египет; Гана; Гвинея; Гайана; Индия; Индонезия; Иран; Ирак; КНДР; Республика Корея; Ливия; Малайзия; Мексика; Марокко; Мозамбик; Мьянма; Никарагуа; Нигерия; Пакистан; Перу; Филиппины; Сингапур; Шри-Ланка; Судан; Танзания;

¹⁹ Информационный центр законодательства Кореи <https://www.law.go.kr/LSW/eng/engMain.do>.

²⁰ Обзор торговой политики: Республика Корея. ВТО, декабрь 2021.

²¹ Сайт МОТІЕ «Корея проводит публичные слушания по вступлению в ЕРА с 7 странами», августа 2023.

		Таиланд; Тринидад и Тобаго; Тунис; Венесуэла; Вьетнам; Зимбабве
Соглашение о свободной торговле между Чили и Республикой Корея	2004	Республика Корея и Чили
Соглашение о свободной торговле и Соглашение об экономической интеграции между Европейской ассоциации свободной торговли (ЕФТА) и Республикой Корея	2006	Республика Корея и страны ЕФТА: Исландия, Лихтенштейн, Норвегия, Швейцария.
Соглашение о свободной торговле между Сингапуром и Республикой Корея	2006	Республика Корея и Сингапур
Соглашение о свободной торговле между АСЕАН и Республикой Корея	2009	Бруней-Даруссалам; Мьянма; Камбоджа; Индонезия; Лаос; Малайзия; Филиппины; Сингапур; Вьетнам; Таиланд; Республика Корея
Комплексное соглашение об экономическом партнерстве между Индией и Республикой Корея	2010	Республика Корея и Индия
Соглашение о свободной торговле между Европейским Союзом и Республикой Корея	2011	Республика Корея и страны-члены ЕС
Соглашение о свободной торговле между Перу и Республикой Корея	2011	Республика Корея и Перу
Соглашение о свободной торговле между США и Республикой Корея	2012	Республика Корея и США
Соглашение о свободной торговле между Австралией и Республикой Корея	2014	Республика Корея и Австралия
Соглашение о свободной торговле между Канадой и Республикой Корея	2015	Республика Корея и Канада
Соглашение о свободной торговле между КНР и Республикой Корея	2015	Республика Корея и КНР
Соглашение о свободной торговле между Вьетнамом и Республикой Корея	2015	Республика Корея и Вьетнам
Соглашение о свободной торговле между Новой Зеландией и Республикой Корея	2015	Республика Корея и Новая Зеландия
Соглашение о свободной торговле между Турцией и Республикой Корея	2015	Республика Корея и Турция
Соглашение о свободной торговле между Колумбией и Республикой Корея	2016	Республика Корея и Колумбия
Соглашение о свободной торговле между Республикой Корея и странами Центральной Америки	2019	Республика Корея и страны Центральной Америки: Коста-Рика; Сальвадор; Гондурас; Никарагуа; Панама
Соглашение о свободной торговле между Великобританией и Республикой Корея	2021	Республика Корея и Великобритания
Соглашение о свободной торговле между Израилем и Республикой Корея	2021	Республика Корея и Израиль
Соглашение о свободной торговле между Камбоджа и Республикой Корея	2022	Республика Корея и Камбоджа
Всестороннее региональное экономическое партнёрство	2022	Австралия; Бруней-Даруссалам; Камбоджа; Китай; Япония; Лаос; Новая Зеландия; Индонезия; Малайзия; Филиппины; Сингапур; Вьетнам; Таиланд; Республика Корея
Соглашение о свободной торговле между Индонезией и Республикой Корея	2023	Республика Корея и Индонезией

Источник: Таможенный портал Республики Корея

Корея предоставляет преференциальный тарифный режим для ограниченного числа импортных товаров из некоторых развивающихся стран, в том числе тех, которые входят в Соглашение о глобальной системе торговых преференций между развивающимися странами (GSTP) и в соответствии с Протоколом ГАТТ, касающимся торговых переговоров между развивающимися странами. Однако, в 2019 году годовой импорт, на который

распространяются фактические преференциальные ставки по этим схемам, составил всего лишь 11,5 млн долларов США²².

ВАЖНО ПОМНИТЬ:

Данная публикация служит для помощи в планировании экспорта на этапе предэкспортной подготовки, но она не служит руководством для реализации внешнеторговых операций.

Рекомендуется готовить необходимую документацию и подготовку отгрузки продукции на основании консультаций с транспортными, брокерскими и таможенными организациями.

Настоятельно рекомендуется, чтобы экспортеры проверяли полный набор импортных требований со своими иностранными клиентами, которые могут уточнять такие вопросы с местными органами до отправки товаров.

ТАМОЖЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИМПОРТА

Таможенная служба Кореи – это уполномоченный орган, ответственный за управление таможенными пошлинами, налогами и правилами международной торговли, надзор за таможенными зонами, контроль над таможенными брокерами и специалистами, обработку грузов через автоматизированную систему, ведение торговой статистики и другое.

Таможенные тарифы

ПРИМЕНЯЕМЫЙ ТАРИФ РНБ

Простое среднее (невзвешенное) значение тарифов РНБ²³ в 2021 году несколько снизилось до 13,9% (по сравнению с 14,1% в 2016 году), главным образом, в результате выполнения обязательств, связанных с расширением Соглашения ВТО по информационным технологиям. Экспортерам Кыргызстана необходимо учитывать тарифный протекционизм, который может существенно различаться между секторами и внутри них: в 2021 году в среднем 60,4% для сельскохозяйственной продукции (в сравнении с 60,0% в 2016 году) и 6,3% для промышленных товаров (6,6% в 2016 году)²⁴. При этом средние тарифы для овощной продукции (раздел 2 ГС²⁵) существенно выше на уровне 107,9%. Производственные тарифы на обувь и головные уборы (раздел 12 ГС) выше на уровне 10,1%, а на текстиль и изделия (раздел 11 ГС) – 9,7%. Предоставляя разнообразные и существенные уровни защиты отдельным отраслям промышленности, особенно сельскому хозяйству, тарифы искажают конкуренцию, благоприятствуя некоторым видам деятельности.

Более 99% взимаемых тарифов – это адвалорные пошлины и, следовательно, прозрачные. Тарифные ставки продолжают находиться в диапазоне от 0 до 887,4%. Почти 85% ставок составляют 10% и ниже, а ставки свыше 30% применяются к 3,4% тарифных статей.

²² Обзор торговой политики: Республика Корея. ВТО, декабрь 2021.

²³ Тариф РНБ – это обычный недискриминационный тариф, взимаемый на импорт (исключая преференциальные тарифы в соответствии с соглашениями о свободной торговле и другими схемами или тарифами, взимаемыми внутри квот).

²⁴ По классификации ВТО.

²⁵ Гармонизированная система – международная номенклатура, разработанная Всемирной таможенной организацией и состоящая из шестизначных кодов, позволяющая всем странам-участницам классифицировать продаваемые товары на единой основе. За пределами шестизначного уровня страны могут свободно вводить национальные различия в тарифах и во многих других целях.

Таблица 6. Структура тарифов²⁶ в 2016 и 2021 годах

	Применяемые тарифы РНБ		Связанные тарифные ставки ²⁷
	2016	2021	
Связанные тарифные линии (%-ая доля в тарифных линиях)	90,1	90,7	90,7
Простое среднее значение тарифов	14,1	13,9	18,1
По разделам 01-24 ГС	51,3	50,7	66,9
По разделам 25-97 ГС	6,4	6,0	9,2
Продукция сельского хозяйства (по ВТО)	60,0	60,4	69,0
Продукция не сельского хозяйства (по ВТО)	6,6	6,3	8,8
Беспошлинные тарифные линии (%-ая доля в тарифных линиях)	15,9	19,6	17,4
Простой средний тариф облагаемых пошлинами линий	16,8	17,3	22,4
Тарифные квоты (%-ая доля в тарифных линиях)	1,9	1,9	1,9
Неадвалорные тарифы (%-ая доля в тарифных линиях)	0,8	0,7	0,9
Пики внутренних тарифов (%-ая доля в тарифных линиях)	2,7	2,8	2,0
Пики международных тарифов (%-ая доля в тарифных линиях)	10,7	11,0	18,5
Общее количество тарифных линий	12 243	12 242	12 242
Беспошлинные тарифные линии	1 952	2 403	2 132
Адвалорные тарифные линии	10 197	9 751	8 856
Альтернативные тарифы	93	88	116
Специфические тарифы	1	0	0
Несвязанные тарифы	-	-	1 138

Источник: ВТО

«ГИБКИЕ» ТАРИФЫ

Корея продолжает применять временные пошлины РНБ (называемые «гибкими» тарифами), включая корректировочные и сезонные пошлины, а также автономные тарифные квоты и специальные пошлины для регулирования импорта и поддержания стабильности цен. Количество товаров, на которые распространяются гибкие тарифы, увеличилось с 145 в 2016 году до 184 в 2021 году. Гибкие тарифы остаются важным инструментом промышленной политики. Кроме того, корректировочные пошлины и сезонные пошлины применяются в некоторых случаях для защиты отечественных производителей и регулирования импорта определенных товаров. В 2021 году корректировочные пошлины применялись к 19 видам товаров, включая рыбу и морепродукты, а сезонные пошлины остаются активными для некоторых сельскохозяйственных товаров.

Сезонные преференциальные пошлины также применяются в рамках соглашений о свободной торговле с различными странами, включая Евросоюз, Перу, США и другие, в зависимости от сезонных факторов и видов товаров.

СВЯЗАННЫЕ ТАРИФЫ

Корея связала 90,7% всех тарифных позиций Уругвайского раунда, включая 99,7% сельскохозяйственных и 89,2% промышленных позиций. Связанные ставки на продукцию имеют средние значения 69,0% для сельскохозяйственной и 8,8% для промышленной продукции. Разрыв между применяемыми и связанными ставками составляет 4,2 процентных пункта. Корея использует эту возможность для временной защиты отечественных производителей.

²⁶ В процентах, если иное не указано.

²⁷ Связывание тарифов – это обязательство не повышать ставку пошлины сверх согласованного уровня. Если ставка пошлины установлена, она не может быть повышена без выплаты компенсации пострадавшим сторонам.

Тарифные преференции

Усилия Кореи по расширению своих двусторонних и региональных соглашений о свободной торговле в течение рассматриваемого периода означали, что ее простая средняя тарифная ставка на импорт из РТС/ССТ (например, 2,5% для импорта из США, 6,1% из Колумбии, 2,9% из Евросоюза), 5,4% от АСЕАН и 5% от Вьетнама), АРТА (13,3%) и торговых партнеров из наименее развитых стран (7,8%) оставались значительно ниже средней тарифной ставки РНБ в размере 13,9%. Однако она остается неизменным для импорта из стран, получающих преференции в рамках Глобальной системы торговых преференций среди развивающихся стран (ГСТП) и Протокола ГАТТ, касающегося торговых переговоров между развивающимися странами (ТНДС). Корея сохраняет практически неизменным количество товаров, на которые распространяются односторонние (невзаимные) беспошлинные и неквотируемые тарифные преференции для наименее развитых стран. Таможенная служба ведет веб-страницу, на которой представлены все льготные импортные тарифы (<https://www.customs.go.kr/ftaportalkor/ad/ftaCnvn/txrtlInfo.do?mi=3526>). РТС, подписанные с Евросоюзом (в силе с января 2011 года) и США (пересмотренное соглашение, вступившее в силу с января 2019 года), привели к существенной отмене тарифов; однако правительство продолжает использовать «корректирующие тарифы» в соответствии с графиком, публикуемым в начале каждого года, для управления импортом конкретных товаров, в основном для предотвращения демпинга и защиты отечественных производителей.

Тарифные квоты (для продукции сельского хозяйства)

Корея в 2021 году использовала тарифные квоты для 229 тарифных позиций (10-значные), включая рис с 2015 года. Ставки внутри квоты варьируются от 0% до 50%, но ставки вне квоты остаются высокими, например, фасоль, кедровые орехи, зеленый чай, мармелад, зерновые культуры, крахмалы и женьшень, достигая максимума 887,4% для маниоки. Уровень заполнения тарифных квот снизился до 58% в 2020 году, частично из-за снижения внутреннего спроса, увеличения импорта из других стран и мер по борьбе с COVID-19.

Квоты администрируются 24 разными организациями, включая министерства, государственные торговые организации и ассоциации производителей. Механизмы распределения квот варьируются и включают аукционы, назначенных агентств, распределение на основе реального спроса и другие методы. Государственные торговые предприятия также взимают дополнительные надбавки к квотному тарифу для различных товаров.

Более подробно по таможенному тарифу Южной Кореи можете найти пройдя по ссылке:

<https://www.customs.go.kr/engportal/main.do>

НДС взимается по ставке 10% на поставку товаров и услуг, за исключением НДС по нулевой ставке на определенные поставки товаров и услуг (например, товары для экспорта, определенные соответствующие критериям услуги, оказываемые нерезидентам, получающим иностранную валюту, международные транспортные услуги). морскими и воздушными судами) и освобождение от налога на определенные товары и услуги (например, предметы первой необходимости и услуги, такие как необработанные продукты питания и сельскохозяйственная продукция; медицинские и медицинские услуги; финансовые и страховые услуги; товары, освобожденные от пошлин). НДС с нулевой ставкой применяется только к поставке определенных услуг, которые предоставляются нерезиденту или иностранной корпорации без наличия постоянного представительства в Кореи на взаимной основе. Они включают в себя профессиональные услуги (например, юридические, бухгалтерские, налоговые, консультационные, исследование рынка, управленческий консалтинг), услуги по поддержке бизнеса (например, аутсорсинг человеческих ресурсов,

офисную поддержку, агентство по трудоустройству) и консультативные услуги по инвестициям²⁸.

Дополнительную информацию об НДС можно найти по ссылке:

<https://www.nts.go.kr/english/main.do>

НЕТАРИФНЫЕ МЕРЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ

Законодательство в области технического регулирования и стандартизации

Корейское агентство по технологиям и стандартам (KATS²⁹) при MOTIE разрабатывает стандарты для большинства промышленных товаров в Корее. KATS сотрудничает с девятью министерствами, включая министерства науки и информационных технологий, окружающей среды, а также министерств океанов и рыболовства, в разработке и внедрении корейских промышленных стандартов на основе национального законодательства о стандартах. KATS служит официальным справочным центром по промышленной продукции в соответствии с Соглашением ВТО о технических барьерах в торговле. Корейская ассоциация стандартов, филиал KATS, предлагает обширные услуги, связанные со стандартизацией, сертификацией и обучением.

Министерство безопасности пищевых продуктов и лекарств (MFDS³⁰) устанавливает стандарты исследований, оценки новых продуктов, разработки методов испытаний, мониторинга продуктов питания, медицинского оборудования, фармацевтических препаратов и радиационных технологий, распространяемых в Корее.

Ассоциация телекоммуникационных технологий (ТТА³¹) занимается телекоммуникациями, информационными технологиями, радиосвязью и радиовещанием. Ассоциация устанавливает отраслевые стандарты и сыграла важную роль в создании действующих корейских стандартов информации и коммуникации. ТТА также сотрудничает с международными и национальными организациями по стандартизации, такими как ITU и другими организациями.

Разработка стандартов в Корее осуществляется в соответствии с положениями Международной организации по стандартизации (ISO³²), Международной электротехнической комиссии (IEC³³) и Соглашения ВТО о технических барьерах в торговле.

KATS курирует разработку корейских стандартов (KS³⁴), собирая информацию как от государственного, так и от частного секторов через свои технические комитеты. Сегодня насчитывается более 20 000 KS. Помимо KS, в Корее используется множество других типов стандартов, в том числе разработанных ISO, IEC и другими разработчиками международных стандартов; региональные стандарты; зарубежные национальные стандарты; и другие.

Корейская система стандартизации включает технические регламенты (обязательные стандарты) от различных министерств, а также добровольные стандарты KS и KCS³⁵. KATS передаёт свою роль в разработке стандартов **Организации по сотрудничеству в разработке стандартов**, способствуя развитию частных стандартов.

²⁸ Samil PricewaterhouseCoopers (Корейское подразделение PricewaterhouseCoopers).

²⁹ The Korean Agency for Technology and Standards.

³⁰ The Ministry of Food and Drug Safety.

³¹ The Telecommunications Technology Association.

³² The International Organization for Standardization.

³³ The International Electrotechnical Commission.

³⁴ The Korean Standard.

³⁵ The Korean Communication Standards.

По состоянию на 2020 год, принято 20 916 КС, охватывая различные отрасли, с большей частью гармонизированы с международными стандартами (97%). Корея также установила сотрудничество в глобальной стандартизации с 76 агентствами из 41 страны.

Технические регламенты включают около 15% всех КС (3072) по состоянию на 2016 год. Категории КС охватывают разные отрасли, с химической, текстильной и керамической промышленностью составляющими 21,8%.

КС без привязки к международным стандартам составляют примерно 3%. В 2020 году 67% КС были гармонизированы с ISO/IEC³⁶.

Меры в области регулирования продуктов питания и здоровья

За последнее десятилетие Корея приняла более научно обоснованный подход к регулированию пищевых продуктов. Однако временами корейские правила двусмысленны и могут вызвать путаницу и неправильное толкование среди соответствующих заинтересованных сторон. Кроме того, на процесс регулирования в Корее влияют активные представители промышленности и потребительских групп, а также политики. В некоторых случаях регулирующие органы проявляют уважение к протекционистским взглядам при разработке нормативных актов. Исторически сложилось так, что Корея моделировала свой подход к регулированию по образцу системы США; однако из-за влияния НПО нынешняя нормативная позиция Кореи в большей степени имитирует европейский осторожный подход к безопасности пищевых продуктов.

Иногда корейские регулирующие органы ссылаются на права потребителей как на основу для введения новых правил в отношении пищевых продуктов, не принимая во внимание их научную ценность³⁷.

Министерство безопасности пищевых продуктов и лекарств (MFDS³⁸) защищает здоровье населения, регулируя безопасность продуктов питания и продуктов животноводства. Оно разрабатывает стандарты и правила для продуктов питания, включая пищевые добавки и упаковку. MFDS также надзирает за функциональными продуктами питания и продуктами, потребляемыми детьми.

Основные законы и нормы, управляемые MFDS, включают:

- Закон о пищевой санитарии, регулирующий стандарты пестицидов и ветеринарных препаратов.
- Закон о функциональных продуктах питания, контролирующий функциональные продукты и пищевые добавки.
- Специальный закон об управлении безопасностью детского питания, ограничивающий продажу и рекламу определенных продуктов для детей.
- Специальный закон об управлении безопасностью импортируемых пищевых продуктов, регулирующий импорт продуктов питания.
- Закон о маркировке и рекламе пищевых продуктов, устанавливающий правила маркировки.
- Пищевой кодекс, определяющий стандарты для производства и обработки продуктов питания.
- Кодекс пищевых добавок, устанавливающий стандарты для пищевых добавок.
- "Стандарты маркировки пищевых продуктов", содержащие требования к маркировке продуктов питания.
- "Стандарты маркировки генетически модифицированных продуктов питания", регулирующие маркировку биотехнологических продуктов.

³⁶ ВТО, 2021.

³⁷ Государственный департамент США по сельскому хозяйству, 2023.

³⁸ The Ministry of Food & Drug Safety.

- Кодекс функциональных продуктов питания, определяющий стандарты для функциональных продуктов.
- "Руководство по проверке импортируемых пищевых продуктов", предоставляющее контрольный список импортируемых продуктов.
- Закон о санитарном управлении продуктами животноводства, регулирующий продукты животноводства.

Эти нормы и законы обеспечивают безопасность продуктов питания и продуктов животноводства в Корее.

Министерство сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел (MAFRA³⁹) устанавливает правила для общей сельскохозяйственной политики и карантинного контроля сельскохозяйственной продукции, включая животноводческую, молочную и лесную продукцию. Оно включает в себя агентства, такие как **Агентство по карантину животных и растений (APQA⁴⁰)**, **Национальная служба управления качеством сельскохозяйственной продукции (NAQS⁴¹)** и Управление сельского развития.

APQA заботится о карантинном и санитарном контроле продуктов животного и растительного происхождения. Они работают над предотвращением вредных вредителей и болезней, вызванных импортируемыми растениями и растительными продуктами.

NAQS устанавливает стандарты качества для сельскохозяйственной продукции и следит за соблюдением маркировки страны происхождения и маркировки органических продуктов.

Ключевые правила MAFRA/APQA/NAQS включают санитарные требования к импорту живых животных и продуктов животного происхождения, правила карантина для растений, проверку импортируемых растений, а также маркировку страны происхождения для сельскохозяйственной продукции и органических продуктов.

Министерство торговли, промышленности и энергетики Кореи (MOTIE) обладает полномочиями по реализации Картахенского протокола по биобезопасности (CPB). Корея ратифицировала Картахенский протокол по биобезопасности (CPB⁴²) в 2007 году. В 2008 году Корея приняла Закон о живых модифицированных организмах (Закон о LMO⁴³), который является исполнительным законодательством для CPB и всеобъемлющим законом, регулирующим правила и положения страны, связанные с биотехнологиями.

Оценка соответствия

KATS занимается оценкой соответствия, сертификацией, регистрацией и тестированием добровольных стандартов (KS) в Корее. KATS управляет Корейской схемой аккредитации лабораторий (KOLAS), аккредитующей испытательные, калибровочные и медицинские испытательные лаборатории, а также Корейской системой аккредитации (KAS), аккредитующей органы по сертификации продукции. Эти аккредитации соответствуют международным стандартам. По состоянию на март 2021 года насчитывалось 613 испытательных лабораторий, 260 калибровочных лабораторий, 12 медицинских испытательных лабораторий, аккредитованных KOLAS, и 23 органа по сертификации продукции, аккредитованных KAS.

Корея использует знак *the Korea Certification* (KC) для различных продуктов, подтверждающий соответствие корейским стандартам безопасности, часто аналогичным

³⁹ The Ministry of Agriculture, Forestry and Rural Affairs.

⁴⁰ The Animal and Plant Quarantine Agency.

⁴¹ The National Agricultural Product Quality Management Service.

⁴² CPB – (с англ. the Cartagena Protocol on Biosafety) Картахенский протокол по биобезопасности.

⁴³ LMO – (с англ. Living Modified Organisms) живые модифицированные организмы.

стандартам IEC. Этот знак распространяется на 730 различных товаров, включая автомобильные детали и электронику, и полностью действует с января 2011 года.

Четвертый комплексный план управления качеством Кореи на 2016–2020 годы включал проекты по интеллектуальному управлению качеством, глобальным тенденциям, усилению управления качеством для малых и средних производственных компаний, а также совершенствованию инфраструктуры управления качеством.

Корея поощряет сертификационные органы заключать соглашения многосторонние соглашения о признании (MRA⁴⁴) с зарубежными коллегами. KOLAS, KAS и KAB подписали различные международные соглашения MRA по испытаниям, калибровке, сертификации продукции и т. д.

В рамках системы сертификации *New Excellent Product* (NEP) продукция, произведенная с использованием новых технологий, разработанных или усовершенствованных в Корее, получает государственную поддержку. Продукция, сертифицированная NEP, приносит дополнительные баллы при закупках государственных и общественных организаций, но не влияет на международную торговлю.

MFDS оптимизирует импорт продуктов питания посредством системы «авторизации иностранных испытательных лабораторий», признавая результаты испытаний агентств, уполномоченных страной-экспортером и MFDS. Корея не присоединилась к соглашению APEC MRA⁴⁵ по оценке соответствия пищевых продуктов и продуктов питания.

В соответствии с Новым органическим законом, программа обязательной органической сертификации требует сертификации NAQS MAFRA для всех отечественных и импортируемых органических свежих и переработанных продуктов и продуктов животноводства. Корея придерживается политики абсолютной нетерпимости к ГМО в переработанных органических продуктах и имеет двусторонние соглашения об эквивалентности с США и Евросоюзом для переработанных органических продуктов.

Требования к маркировке

MFDS устанавливает стандарты маркировки продуктов, включая продукты животноводства. Региональные отделения контролируют импортированные продукты и проверяют их маркировку. Все импортные продукты должны иметь четкую этикетку на корейском. Требования включают информацию о пищевой ценности, цветовую кодировку, маркировку с высоким содержанием кофеина, а также маркировку страны происхождения и ГМ-продуктов.

Розничные продавцы говядины должны отслеживать транзакции с импорта до розничной продажи. Такая система требуется и для детского питания, функционального питания и молочных смесей. С 2019 года введена система отслеживания для определенных категорий продуктов.

ГМО-продукты подлежат обязательной маркировке. Продукты с документами о ГМО освобождаются от этого требования. Касательно продуктов из США Корея принимает нотариально заверенную самодекларацию вместо полной документации.

Кодекс упаковки и тары устанавливает стандарты для упаковки пищевых продуктов и материалов. В 2019 году внесены поправки, способствующие вторичной переработке и сокращению отходов.

⁴⁴ MRA – (с англ. Multilateral Recognition Arrangement) многосторонние соглашения о признании.

⁴⁵ APEC MRA – многосторонние соглашения о признании стран организации Азиатско-Тихоокеанского Экономического сотрудничества.

Маркировка происхождения остается обязательной для импортных товаров определенных категорий. Система позволяет проверить маркировку по торговцу или товару⁴⁶.

ТРЕБОВАНИЯ К МАРКИРОВКЕ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Отдел политики маркировки и рекламы пищевых продуктов MFDS разрабатывает стандарты маркировки продуктов питания, включая продукцию животноводства, а региональные офисы проверяют импортируемые продукты питания и обеспечивают соблюдение требований к маркировке по прибытии. Провинциальные власти также имеют право проверять маркировку отечественных и импортных товаров на рынке⁴⁷.

Этикетки должны содержать следующую информацию:

- Наименование товара
- Тип продукта
- Имя и адрес импортера
- Название производителя (если иностранное, например, на английском, перевод на корейский язык не требуется)
- Дата производства (для конкретных продуктов)
- Срок годности
- Содержание (вес, объем или количество штук)
- Названия и содержание ингредиентов (пятерка главных для небольших этикеток).
- Названия ингредиентов, используемые при производстве составных ингредиентов.
- Добавки
- Аллергены
- Питательные вещества (для определенных продуктов)
- Прочие предметы согласно стандартам маркировки
- Маркетинговые претензии (с подтверждающими документами)
- Заявление об отсутствии глютена (если применимо)
- Осторожно с продуктами из льняного семени.
- Заявления о безалкогольном, безалкогольном или без добавления алкоголя (только для взрослых)
- Этикетка для охлажденной или замороженной продукции животноводства.
- Этикетка для охлажденной продукции, переработанной в замороженную
- Заявка без кофеина (для чая и кофе).
- Заявление о диете (для низкокалорийных газированных напитков)
- Заявление о фенилаланине (для продуктов, содержащих аспартам)
- Без добавления сахара или без добавления сахара (при соблюдении условий).
- Натрий не добавлен или добавление натрия не заявлено (при соблюдении условий)
- Продукты с добавлением молочнокислых бактерий требуют указания названия и содержания молочнокислых бактерий.

Следующие категории освобождаются от вышеупомянутых требований к маркировке:

- Сельскохозяйственные продукты, такие как зерно, цельная замороженная рыба и неупакованные фрукты.
- Туши (каркасы).
- Массовая продукция животноводства без подходящей маркировки (например, жир, сало).
- Продукты питания собственного производства, требующие соответствующей документации.
- Продукты для приобретения иностранной валюты в соответствии с положениями Закона о внешней торговле.
- Упакованная сельскохозяйственная продукция (например, коробки с апельсинами) с особыми требованиями к маркировке упаковки.

⁴⁶ WTO, 2021.

⁴⁷ Государственный департамент США по сельскому хозяйству, 2023.

- Маркировка внутренней упаковки не является обязательной, с учетом определенной информации, такой как название продукта, чистое содержание, калории, срок годности и питательные вещества.

Важные моменты:

Все импортируемые продукты питания должны иметь разборчивую этикетку на корейском языке. Наклейки или бирки разрешены, но они не должны легко сниматься или закрывать оригинальную этикетку.

Более подробно можете ознакомиться по ссылке:

https://www.mfds.go.kr/eng/wpge/m_14/de011005i001.do

О маркировке пищевой ценности

Маркировка пищевой ценности является обязательной для следующих категорий:

- Пищевые продукты специального питания
- Продукты питания специального медицинского назначения
- Функциональные продукты для здоровья
- Такие продукты, как хлеб, лапша, ретортные продукты, пищевые масла и многое другое.
- Напитки, такие как чай, кофе и фруктовые напитки.
- Соевые соусы и пасты
- Замороженные десерты, молочные продукты и многое другое

С 1 января 2022 года постепенно вводится маркировка пищевой ценности таких продуктов, как рисовые лепешки, тофу и уксус, в зависимости от годовой стоимости продаж. Индивидуальные требования к маркировке должны быть указаны на устройстве, продаваемом потребителю. Небольшие упаковки и продукты, не входящие в эти категории, освобождаются от налога. Требуемая информация о питании включает калории, натрий, углеводы, сахара, жиры, холестерин, белки и любые выделенные питательные вещества.

Маркировка страны происхождения

Согласно руководящим принципам маркировки страны происхождения (COOL⁴⁸), многие сельскохозяйственные продукты, включая большинство импортируемых продуктов, должны иметь маркировку страны происхождения. Что касается импортируемых товаров, Таможенная служба Кореи (KCS) обеспечивает соблюдение требований COOL при таможенном оформлении. NAQS обеспечивает соблюдение требований COOL на рынке.

COOL для мясных продуктов требует внутренней маркировки упаковки. В 2008 году KCS согласилась, что импортные фрукты, такие как апельсины и бананы, не требуют COOL на отдельных фруктах⁴⁹.

Требования к упаковке

«Стандарты и спецификации для оборудования и контейнеров/упаковки» MFDS (так называемый «Кодекс по упаковке и контейнерам») содержат общие стандарты для оборудования, контейнеров и упаковки для пищевых продуктов, а также спецификации для отдельных упаковочных материалов.

По следующей ссылке можно найти Кодекс упаковки и контейнеров MFDS:

⁴⁸ COOL – (с англ. Country of Origin Labeling) маркировка страны происхождения.

⁴⁹ Государственный департамент США по сельскому хозяйству, 2023.

https://www.mfds.go.kr/eng/brd/m_15/view.do?seq=72435&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm seq 1=0&itm seq 2=0&multi itm seq=0&company cd=&company nm=&page=1

Упаковки для вторичной переработки должны иметь маркировку «разделение и выброс», в соответствии с законодательством о переработке ресурсов. Этот знак указывает тип материала упаковки (бумага, металл, стекло, пластик и т.д.) и упрощает процесс переработки отходов. В 2019 году в Корее были введены изменения в законы о стандартах упаковочных материалов и их оценке с целью поощрения вторичной переработки и сокращения отходов. Промышленность теперь должна классифицировать упаковочные материалы по возможности их вторичной переработки и указывать соответствующую информацию на этикетке упаковки. Это требование распространяется на все упакованные продукты.

Таблица 7. Требования по вторичной переработке к упаковке

Требования	Примечания
Класс вторичного материала	Должна быть оценена классификация материалов в зависимости от возможности вторичной переработки.
Маркировка классов	Класс перерабатываемого материала должен быть указан на упаковке. Вина освобождаются от маркировки сортов. При необходимости промышленность может добиваться дополнительных исключений для других продуктов. Министерство окружающей среды формирует комитет для обсуждения деталей требований по вторичной переработке, включая исключения.
Запрет на использование бутылок из ПВХ и цветного ПЭТ для воды и напитков	Использование упаковочного материала ПВХ запрещено. Запрещено использование цветных ПЭТ-бутылок для воды и безалкогольных напитков. Для импортных алкогольных напитков допускается использование цветных бутылок из ПЭТ с соответствующей степенью переработки и маркировкой.

Источник: Государственный департамент США по сельскому хозяйству

Требования к продукту

ПИЩЕВЫЕ ДОБАВКИ

Кодекс пищевых добавок MFDS определяет, как добавки могут использоваться в пищевых продуктах. По состоянию на март 2023 года в Корее имеется положительный список из 625 одобренных пищевых добавок. Помимо отдельных добавок, MFDS допускает использование девяти типов смешанных добавок. Также Кодекс определяет 13 санитайзеров, разрешенных к использованию в пищевом оборудовании.

Большинство добавок и/или консервантов одобрены, а уровни допустимости устанавливаются для каждого отдельного продукта. Иногда это создает трудности, поскольку допуски могут варьироваться от продукта к продукту. Несмотря на то, что для конкретной пищевой добавки может существовать установленный стандарт CODEX, если эта пищевая добавка не зарегистрирована в Кодексе пищевых добавок Кореи или даже если она зарегистрирована, но ее использование в определенном пищевом продукте не указано, то ее использование пищевая добавка в данный пищевой продукт запрещена.

Одобрение новой добавки может занять до года.

Для более подробной информации о добавках доступен на вебсайте:

https://www.mfds.go.kr/eng/brd/m_15/list.do

РЕГУЛИРОВАНИЕ ОСТАТКОВ ПЕСТИЦИДОВ И ДРУГИХ ЗАГРЯЗНИТЕЛЕЙ

Три правительственных агентства – MFDS, MAFRA и Министерство окружающей среды – занимаются вопросами, связанными с пестицидами. MFDS регулирует содержание пестицидов в пищевых продуктах. MAFRA отвечает за регистрацию пестицидов, а Министерство окружающей среды отвечает за тестирование уровней пестицидов в окружающей среде, включая питьевую воду и почву.

MFDS отвечает за регулирование остатков пестицидов в пищевых продуктах в соответствии с максимальными уровнями остатков (MRL), установленными в Пищевом кодексе. По состоянию на март 2023 года MFDS установил МДУ для 525 пестицидов в сельскохозяйственной продукции. В Пищевом кодексе также указаны максимальные уровни содержания 139 пестицидов и 193 ветеринарных препаратов в мясе, рыбе, яйцах и молочных продуктах.

База данных максимальных допустимых остатков для пестицидов и ветеринарных лекарств доступна по ссылке:⁸

<https://residue.foodsafetykorea.go.kr/>

Защита прав интеллектуальной собственности

Ведомство промышленной собственности Кореи отвечает за регистрацию товарных знаков и рассмотрение петиций, связанных с регистрацией товарных знаков. В соответствии с Законом о товарных знаках система регистрации товарных знаков в Корее основана на принципе «первый поданный». Компания, которая первой регистрирует товарный знак, имеет преимущественное право на этот товарный знак и находится под защитой корейского законодательства. Чтобы предотвратить споры о товарных знаках, американским компаниям, рассматривающим возможность ведения бизнеса в Корее, рекомендуется регистрировать свои товарные знаки до начала деятельности.

ИМПОРТНЫЕ ПРОЦЕДУРЫ

В Корее действует система импортных деклараций, которая позволяет немедленно выпустить товары после принятия импортной декларации, поданной без ошибок. За исключением товаров высокого риска, связанных со здравоохранением и санитарией, национальной безопасностью и окружающей средой, которые часто требуют дополнительной документации и технических испытаний, товары, импортируемые компаниями, не имеющими нарушений торгового законодательства, выпускаются после принятия импортной декларации без каких-либо ограничений Таможенной службы. Система электронного обмена данными Таможенной службы для безбумажного оформления импорта позволяет импортерам подавать импортную декларацию с помощью компьютера без посещения таможни.

Импортные декларации могут быть поданы на таможне до того, как судно зайдет в порт или до того, как товары будут разгружены в таможенные зоны. В обоих случаях товары выпускаются непосредственно из порта без хранения в таможенной зоне, если принята импортная декларация⁵⁰.

РАЗДЕЛ 3: АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ЭКСПОРТНЫХ СЕКТОРОВ

Для обеспечения соответствию приоритетов страны по увеличению экспорта, в рамках данного путеводителя будут проанализирован потенциал для следующих товарных групп:

- Мясная продукция – раздел 02 ТН ВЭД.

⁵⁰ Государственный департамент США по торговле, 2022.

- Рыбная продукция – раздел 03 ТН ВЭД.
- Молочная продукция, включая мед – раздел 04 ТН ВЭД.
- Свежая и переработанная продукция растительного происхождения – разделы 07 и 08 ТН ВЭД.
- Безалкогольные напитки – отдельные товарные позиции из разделов 20 и 22 ТН ВЭД.
- Текстиль и швейная продукция – разделы 50-67 ТН ВЭД.

В 2022 году Южная Корея заняла восьмое место по объему товарооборота с Кыргызской Республикой, который составил 157,6 миллионов долларов США. Этот показатель увеличился на 184% по сравнению с предыдущим годом, причем рост взаимной торговли обусловлен значительным увеличением экспорта на 80% и импорта на 186%.

Таблица 8. Внешнеторговый оборот КР, тыс. долл. США

Страны-партнеры	Товарооборот	Экспорт	Импорт	Сальдо
Китай	4 130 269	60 800	4 069 468	-4 008 668
Россия	3 234 563	963 624	2 270 939	-1 307 315
Казахстан	1 188 042	438 179	749 863	-311 684
Турция	628 926	140 674	488 252	-347 577
Узбекистан	599 254	236 647	362 608	-125 961
США	246 834	4 820	242 014	-237 193
Германия	180 424	15 797	164 627	-148 830
Республика Корея	157 598	1 059	156 538	-155 479
ОАЭ	125 739	101 003	24 736	76 267
Индия	117 869	10 478	107 390	-96 912

Источник: Нацстатком КР

Несмотря на впечатляющий рост, важно учесть, что уровень экспорта остается невысоким по сравнению с традиционными рынками.

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЭКСПОРТА КР В ЮЖНУЮ КОРЕЮ

В настоящее время Южная Корея не является для КР традиционным рынком, и экспорт является либо мелкопартийным, либо носит нерегулярный характер (например, для отправки образцов на выставки). Этот рынок рассматривается как перспективный для детального изучения экспортерами КР. Для анализа были использованы нескольких критериев:

- присутствие экспорта из КР в Южную Корею за 5-летний период;
- абсолютные объемы экспорта КР за 5-летний период;
- показатель сравнительного конкурентного преимущество (RCA⁵¹) больше 0,50;
- показатели роста импорта Южной Кореи за 2022 год;
- показатели роста импорта Южной Кореи за последний год (поскольку из-за пандемии статистика за 5 лет может быть заниженной).

⁵¹ RCA (с англ. Revealed Comparative Advantage) – сравнительное конкурентное преимущество.

Таблица 9. Анализ потенциальных товарных позиций для экспорта в Южную Корею

Код ТН ВЭД	Обозначение товара	Экспорт КР в Южную Корею 2018-2022 гг	Экспорт КР (всего) 2018-2022 гг	Импорт Южной Кореи (всего) в 2022 году	RCA (2018 - 2022)	Средне-годовой прирост импорта Южной Кореи за 2018-2022	Годовой прирост импорта Южной Кореи за 2022
0403	Пахта, свернувшиеся молоко и сливки, йогурт, кефир и прочие ферментированные или сквашенные ...	1	27601	14241	12,64	-16%	-43%
0409	Мед натуральный	237	8050	17396	7,20	13%	415%
0710	Овощи (сырые или сваренные в воде или на пару) замороженные	170	1707	312238	0,52	-6%	-8%
0712	Овощи сушеные, целые, нарезанные кусками, ломтиками, измельченные или в виде порошка, но не ...	590	2278	96031	1,10	5%	-8%
0802	Прочие орехи, свежие или сушеные, очищенные от скорлупы или неочищенные, с кожурой или без ...	3	47727	286568	5,30	-3%	-19%
6104	Костюмы, комплекты, жакеты, блайзеры, платья, юбки, юб брюки, брюки, комбинезоны с нагрудниками ...	2	35939	454818	1,96	56%	10%
6214	Шали, шарфы, кашне, мантильи, вуали и аналогичные изделия	1	3935	138204	2,28	-14%	-21%
6307	Готовые изделия прочие, включая выкройки одежды	34	5432	432035	0,38	5%	71%
6309	Одежда и прочие изделия, бывшие в употреблении	3	1579	26685	0,71	-59%	223%
6404	Обувь с подошвой из резины, пластмассы, натуральной или композиционной кожи и с верхом из текстильных ...	12	6078	1225537	0,29	-6%	-20%
6405	Обувь прочая	5	3403	57447	2,10	-6%	14%
9999	Товары, нигде не указанные	2	381825	0	1,02	0%	0%

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

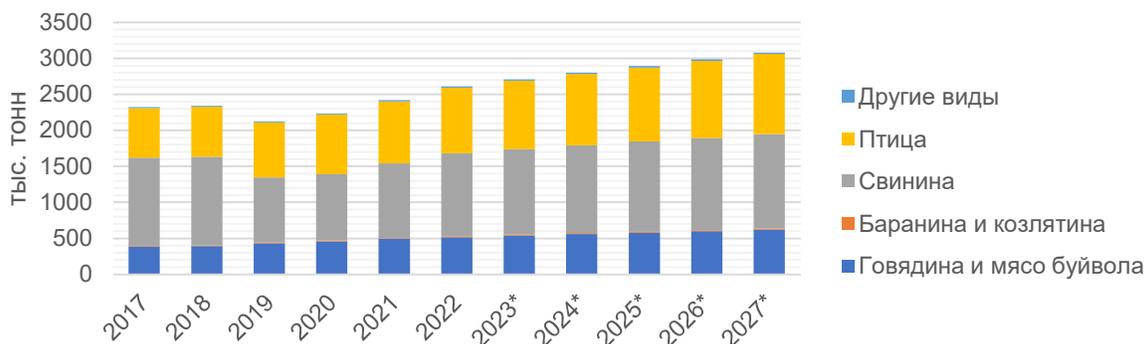
На основе анализа были отобраны для дальнейшего анализа товарные позиции (см. Таблица 9). Анализ рынка будет включать следующие показатели объем рынка, динамика и прогнозы продаж, структура по каналам продаж (включая обзор электронной коммерции), особенности и предпочтения потребителей, обзор тенденций упаковки.

АНАЛИЗ РЫНКА МЯСА

Продажи на рынке мяса Южной Кореи выросли на 7,9% в 2022 году и достигли 2610 тыс. тонн. Прогноз продаж говорит о среднем росте 3,3% или 3981 тыс. тонн в 2027 году. Доминирующей позицией на рынке мяса является свинина, которая занимает 44% от физического объема продаж, однако продажи свинины за 5 лет упали на 5,7%. Самыми быстрорастущими позициями являются говядина и мясо птицы с 5-летним ростом 33,4% и 32,5% соответственно.

Поскольку Кыргызстан экспортирует баранину важно понимать рынок данной позиции, так объем продаж баранины составил 12,3 тыс тонн в 2022 году, а ежегодный прирост продаж ожидается 0,406 тыс. тонн и достигнет 14,3 тыс. тонн к 2027 году.

Рисунок 15. Динамика и прогноз продаж мяса в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Розничные продажи мяса (в стоимостном выражении) опередили показатели в натуральном выражении и составили 11,4% в 2022 году и составил 7444,8 млрд вон (5,843 млрд долл США), который стал восстановлением после ослабления ограничений из-за пандемии, однако, это также говорит о росте цен, которые связаны с глобальной инфляцией. Наибольший рост розничных продаж пришелся на говядину 13,1%⁵².

Хотя снятие ограничений, связанных с пандемией COVID, поддержало работу ресторанов в Корее, однако, новые проблемы сдерживают рост потребления, а именно: инфляция и слабая корейская вона. Резкое повышение стоимости жизни, включая покупку продуктов питания, привело к сокращению располагаемых доходов многих корейцев и заставило правительство принять меры. В июле Корея объявила о введении беспошлинной тарифной квоты (TRQ) на говядину, импортируемую из США, Австралии и других торговых партнеров. Правительство стремилось снизить импортные цены, которые в итоге дойдут до розничных покупателей. Однако обесценивание корейской воны свело на нет такие усилия по снижению импортных цен⁵³.

Объемы розничных продаж баранины в 2022 году составил 49 млрд вон (38,2 млн долл. США). Прогноз продаж говорит о ежегодном приросте 3,8% (1,715 млн долл США) к 2027 году.

Рисунок 16. Каналы продаж «Переработанное мясо» в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

⁵² Euromonitor International 2023.

⁵³ Государственный департамент США по сельскому хозяйству, 2022.

В рамках анализа каналов продаж мы рассмотрим показатели переработанного мяса. Так в 2022 году на розничные продажи приходится 229,1 тыс. тонн или 57%, а на сети общественного питания 170,6 тыс. тонн (43%).

Таблица 10. Импорт мяса Южной Кореи по странам и товарным позициям 2022 года⁵⁴

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
0202	Мясо крупного рогатого скота, замороженное	2866,5	США	57 %
			Австралия	31 %
			Канада	6 %
0203	Свинина свежая, охлажденная или замороженная	2034,3	Испания	26 %
			США	25 %
			Нидерланды	10 %
0201	Мясо крупного рогатого скота, свежее или охлажденное	1372,0	США	65,5 %
			Австралия	34,3 %
			Канада	0,2 %
0207	Мясо и пищевые субпродукты домашней птицы, указанной в товарной позиции 0105, свежие, охлажденные . . .	452,9	Бразилия	86 %
			Таиланд	10 %
			США	2 %
0206	Пищевые субпродукты крупного рогатого скота, свиней, овец, коз, лошадей, ослов, мулов или лошаков, . . .	301,1	Австралия	45 %
			США	34 %
			Новая Зеландия	10 %
0204	Баранина или козлятина свежая, охлажденная или замороженная	272,6	Австралия	93 %
			Новая Зеландия	7 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

В 2022 году Южная Корея импортировала мяса на 7,4 млрд долл. США, из которых на 4,2 млрд это замороженное и охлажденное мясо крупнорогатого скота, поставляемые США, Канады и Австралией. Баранина и козлятина на 6-м месте 272,6 млн долл. США и основными поставщиками являются Австралия (93%) и Новая Зеландия (7%).

Для кыргызстанских экспортеров важно учесть тенденции роста и особенности данного рынка. Импорт мяса демонстрировал среднегодовой прирост на уровне 9% за период с 2018 по 2022 год, с особенно значительным ростом в 19% в 2022 году, который, возможно, связан с глобальной инфляцией и повышением цен на мясо.

⁵⁴ Примечание. Анализ произведен на основе 4-цифр кодов ТН ВЭД, для понимания структуры рынка по видам мяса. Например, деление на субпозиции выделяет части животных – тушки, голень и т.д.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Экспортерам КР стоит обратить внимание на субпозицию «Туши и полутуши ягнят свежие или охлажденные». Импорт в Южную Корею 2022 году составил 272,6 млн долл. США. Рост импорта составил 18% за последние 5 лет (самый быстрый среди товарных позиций по мясу), нашим экспортерам следует внимательно изучить возможности экспорта и развивать логистику охлажденного мяса. За последние 5 лет максимальный общий объем экспорта баранины Кыргызстана составлял 822 тонны, а в 2022 году – 179 тонн.

Рынок баранины в Южной Корее будет расти и ожидается, что среднегодовой темп роста составит 3,3 % в течение периода 2023–2027 г. Ожидается, что общий объем розничной торговли переработанным мясом в 2023 году продолжит расти; однако в оставшиеся годы прогнозируемого периода ожидается небольшое снижение. Примечательно, что те продукты, которые в основном потребляются в качестве ингредиентов для домашней кухни, такие как обработанное красное мясо длительного хранения и охлажденное обработанное красное мясо, вероятно, уменьшатся или прекратят свою работу в течение прогнозируемого периода.

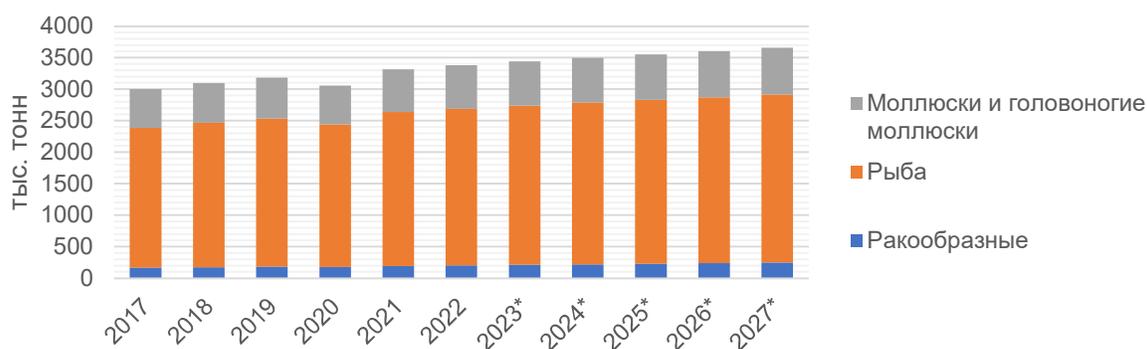
АНАЛИЗ РЫНКА РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ

Несмотря на скромное присутствие в общей структуре импорта форели на корейском рынке, важно осознать, что Южная Корея является одним из крупнейших потребителей морепродуктов. Этот анализ может быть полезным для выявления рыночных возможностей и разработки потенциальных стратегий по продвижению продукции из форели.

Потребление морепродуктов продолжает расти, несмотря на стагнацию производства. Корейская индустрия морепродуктов успешно продвигает морепродукты как здоровую альтернативу красному мясу белка. В период с 2000 по 2018 год потребление морепродуктов росло в среднем на 3,5% в год по сравнению со средним ростом мясных продуктов 3%. Предприятия по производству морепродуктов также работают над диверсификацией рыбной продукции, улучшением качества и исследованием новых технологий переработки. Основными видами морепродуктов, потребляемыми в Корее, являются минтай, кальмары, скумбрия, креветки, камбала, крабы, морской черт, анчоусы, устрицы и осьминоги⁵⁵.

Уровень самообеспеченности морепродуктами в Корее находится между 65–72%.

Рисунок 17. Динамика и прогноз продаж рыбы и морепродуктов в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

⁵⁵ Государственный департамент США по сельскому хозяйству, 2022.

Продажи на рынке рыбы и морепродуктов Южной Кореи выросли на 2,0% в 2022 году и составил 3378,4 тыс. тонн. При этом в денежном выражении розничные продажи составили 6110,4 млрд вон (4,973 млрд. долл. США).

Прогноз продаж ожидается в среднегодовом росте на уровне 1,6% и достигнет 3659,5 тыс. тонн или 7759,2 млрд вон (3,389 млрд. долл. США) в 2027 году.

В данном секторе более 74% занимают продажи рыб, 20% моллюски и 6% ракообразные⁵⁶.

Потребление рыбы и моллюсков в Корее на душу населения в течение последнего десятилетия оставалось стабильным, несмотря на снижение потребления среди молодых потребителей. За последнее десятилетие потребление морских водорослей на душу населения увеличилось почти вдвое.

Корейцы едят свежую, охлажденную и замороженную рыбу в порядке предпочтения. Корейские потребители считают, что свежая рыба вкуснее замороженной, даже после приготовления. Соответственно, свежая или охлажденная рыба, как правило, существенно дороже замороженной.

Рисунок 18. Каналы продаж «Переработанные морепродукты» в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

По структуре продаж через различные каналы продаж рыбы в 2022 году на сети общественного питания приходится 188,4тыс. тонн или 54%, а на розничные продажи 158,7 тыс. тонн (46%).

В Корее растет спрос на полуфабрикаты, готовые и консервированные продукты, включая обработанные морепродукты и продукты в кулинарных наборах (HMR), содержащие ингредиенты из морепродуктов. Это связано с увеличением числа одиноких домохозяйств и активным участием женщин в рабочей силе. HMR наборы облегчают приготовление блюд с морепродуктами и уменьшают рыбный запах. Пандемия COVID-19 также усилила онлайн-продажи продуктов, включая морепродукты, способствуя росту HMR продаж.

В сфере общественного питания и отелей применяются высококачественные морепродукты с более высокими ценами, в то время как в институциональном секторе используются более доступные ингредиенты. Популярными рыбными продуктами в Корее являются мороженая камбала (главным образом желтоперая камбала), горбыль, скумбрия, креветки, мороженный минтай и хвостик⁵⁷.

⁵⁶ Euromonitor International 2023.

⁵⁷ Государственный департамент США по сельскому хозяйству, 2022.

Таблица 11. Импорт рыбы Южной Кореи по странам и товарным позициям 2022 года⁵⁸

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
030389	Прочая рыба мороженая	371,6	Китай	46 %
			Гвинея	9 %
			США	6 %
030367	Минтай (theragra chalcogramma), мороженный	352,7	Россия	98 %
			США	2 %
030214	Рыба свежая или охлажденная, за исключением рыбного филе и прочего мяса рыбы товарной позиции ...	312,9	Норвегия	97 %
			Австралия	2 %
			Чили	1 %
030487	Филе тунца (рода thunnus), скипджека, или тунца полосатого (euthynnus (katsuwonus) pelamis), ...	207,8	Испания	20 %
			Турция	17 %
			Франция	16 %
030199	Прочая живая рыба	199,2	Китай	54 %
			Япония	42 %
			США	4 %
030499	Филе рыбное и прочее мясо рыбы (включая фарш), свежие, охлажденные или мороженые: прочие	195,6	Вьетнам	51 %
			Китай	31 %
			Индия	8 %
030192	Угорь (anguilla spp.) живой	169,3	Гонконг (КНР)	66 %
			Китай	21 %
			Тайвань	10 %
030391	Печень, икра и молоки:	134,0	Россия	87 %
			США	11 %
			Новая Зеландия	1 %
030441	Филе лосося тихоокеанского, лосося атлантического и лосося дунайского	122,0	Норвегия	100 %
030363	Треска (gadus morhua, gadus ogac, gadus macrocephalus) мороженая	121,2	Россия	94 %
			США	5 %
			Нидерланды	1 %
030354	Скумбрия (scomber scombrus, scomber australasicus, scomber japonicus) мороженая	119,4	Чили	52 %
			Таиланд	15 %
			Китай	14 %
030312	Лосось тихоокеанский прочий (oncorhynchus gorbuscha, oncorhynchus keta, oncorhynchus tshawytscha, ...)	104,1	Норвегия	90 %
			Китай	5 %
			Великобритания	3 %
030494	Прочее мясо (включая фарш) минтая (theragra chalcogramma)	101,7	США	94 %
			Россия	6 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

В 2022 году Южная Корея импортировала рыбы и морепродуктов на сумму 5,6 млрд долл. США, из них по товарным позициям «0302 рыба свежая или охлажденная», «0303 Рыба мороженая» и «0304 Филе рыбное и прочее мясо рыбы» на сумму 2,7 млрд долл. США или 48%. Форель практически не импортируется в Южную Корея.

⁵⁸ Из анализа исключены такие морепродукты как моллюски, ракообразные и другие морепродукты кроме рыбы и изделий из нее.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

На текущий момент для экспортеров форели КР рынок Южной Кореи не является даже перспективным.

АНАЛИЗ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

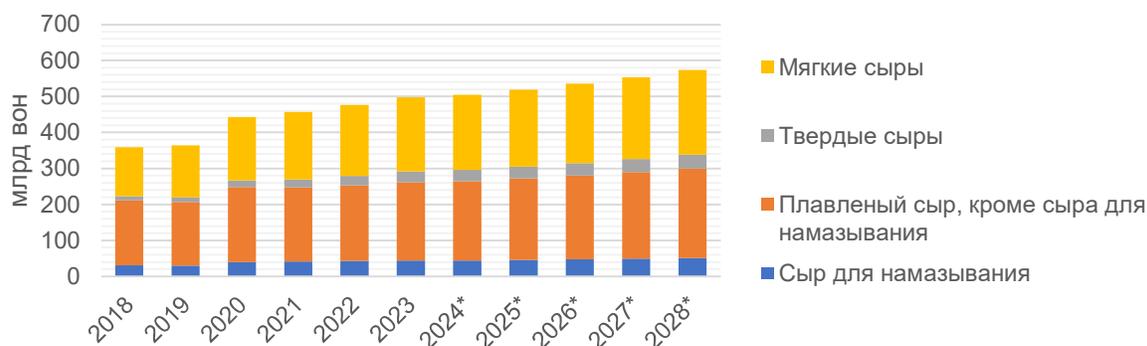
Учитывая структуру экспорта из Кыргызстана и удаленность Южной Кореи, в данном обзоре не будут рассматриваться молочные продукты с ограниченным сроком хранения, такие как молоко, сливки, кефиры и йогурты. Эти продукты требуют короткого расстояния для транспортировки из-за их особенностей и ограниченного срока годности. Вместо этого мы проанализируем две другие позиции: «сыры и твороги» и «сливочное масло».

Рынок сыра

Розничные продажи на рынке сыров Южной Кореи выросли на 4,3% (в текущих ценах) в 2023 году и достигли 497,2 млрд вон (382 млн долл. США). Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 2,9% или 573,8 млрд вон (436,8 млн долл. США) в 2028 году⁵⁹. Плавленный сыр занимает более 60% рынка.

Физический объем продаж⁶⁰ сыров увеличился на 0,9% и составил в 2023 году 133,9 тыс. тонн, а по прогнозам достигнет 148,4 тыс. тонн к 2028 году.

Рисунок 19. Динамика и прогноз продаж сыров в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

В 2023 году в Южной Корее сыр продолжил рост в ценовом выражении благодаря повышению цен на молочные продукты из-за инфляции. Однако объем продаж всех категорий сыра (кроме твердого сыра) уменьшился из-за возвращения людей к обедам вне дома после пандемии COVID-19. Некоторые потребители предпочитают экономить, обедая дома, вместо посещения ресторанов, используя готовые блюда и наборы для приготовления еды.

Сыр в Южной Корее стабильно популярен среди традиционных сортов, но новые сырные продукты сталкиваются с трудностями из-за неудач в прошлом. Потребители стали осторожнее из-за неопределенности, вызванной пандемией и инфляцией, и предпочитают известные сорта сыра, меньше интересуясь новыми предложениями. Это заставляет компании пересмотреть свои стратегии и уделять больше внимания традиционным сортам

⁵⁹ Euromonitor International 2023.

⁶⁰ Включая розничные продажи и продажи в сетях общественного питания.

сыра. Разработка успешных новых продуктов требует тщательного и целенаправленного подхода к изменчивой потребительской базе.

Сегодня Кыргызстан экспортирует сыр только в страны ЕАЭС. Для разнообразия своих экспортных направлений, производителям стоит исследовать рынок Южной Кореи. Рынок сыров в Южной Кореи находится в стагнации, с прогнозируемым годовым ростом продаж 2,1%.

Рисунок 20. Каналы продаж «Сыры» в Южной Кореи, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Ожидается, что продажи сыра будут продолжать расти в цене, но более медленными темпами из-за зрелости рынка. Отчасти это связано с тем, что в Южной Кореи сокращается количество детей, ключевой группы потребителей сыра. Страна сталкивается с серьезной проблемой из-за чрезвычайно низкого уровня рождаемости, который достигнет рекордно низкого уровня в 0,78 в 2022 году.

Ожидается, что в отсутствие явных признаков восстановления уровня рождаемости в категории сыра останется стагнация. Чтобы адаптироваться, местные производители сыра пытаются поощрять потребление сыра среди взрослых, особенно в сочетании с вином. Такие продукты, как мини-порции и сыр, изначально предназначенные для детей, были переименованы, чтобы привлечь более широкую аудиторию. Хотя эти усилия в некоторой степени помогли, общий объем продаж остается ограниченным, поскольку случаи потребления сыра взрослыми реже, чем дети.

Стареющее население Южной Кореи уделяет все больше внимания здоровью, особенно в пожилом возрасте. Пищевая ценность в рационе становится все более важной, что приводит к росту интереса к функциональным продуктам питания, а сыр становится естественным функциональным вариантом.

Белок, жизненно важное питательное вещество, приобрел популярность благодаря продолжающейся тенденции к содержанию белка в упакованных продуктах. Потребители ищут белок из-за его важной роли в организме. Успешный запуск нарезанного сыра *Maeil Dairies*, в котором на 30% меньше жира и на 40% больше белка, что достигается за счет добавления цинка, подчеркивает интерес рынка к таким продуктам. *Dongwon F&B* также воспользовалась этой тенденцией, используя козье молоко для повышения содержания белка и улучшения усвояемости, повышая премиальный имидж своих сырных предложений.

Таблица 12. Импорт сыров в Южной Кореи по странам и субпозициям 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
040610	Сыры молодые (недозрелые или невыдержанные), включая сывороточно-альбуминовые сыры, и творог	481	США	51 %
			Германия	13 %
			Новая Зеландия	6 %
040690	Прочие сыры	214	Новая Зеландия	40 %
			США	23 %
			Нидерланды	9 %

040620	Тертые сыры или сыры в порошке, всех сортов	50	США	72 %
			Дания	9 %
			Италия	7 %
040630	Плавленые сыры, нетертые и не в порошке	45	США	30 %
			Франция	26 %
			Австралия	15 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Для экспортеров Кыргызстана при планировании входа на рынок Южной Кореи необходимо обращать внимание на происходящие изменения в отрасли. Твердый сыр позже появился в Южной Корее из-за его уникального вкуса и аромата, прежде всего как импортный продукт, имеющий ограниченное распространение. Пандемия COVID-19 ненадолго увеличила продажи, поскольку потребители стали сочетать его с вином дома, но эксперты считают это временной тенденцией.

Сыр-нитка и мягкие сорта, такие как свежая моцарелла, добились успеха благодаря своему мягкому вкусу, который необходим в Южной Корее, где сыр считается экзотическим. Особый вкус и аромат твердого сыра могут ограничить его привлекательность.

Тем не менее, твердый сыр имеет нишевой потенциал. Развитие стратегий и внедрение новых вкусов могут открыть возможности на южнокорейском рынке, ориентируясь на конкретных потребителей, ищущих уникальные впечатления от сыра.

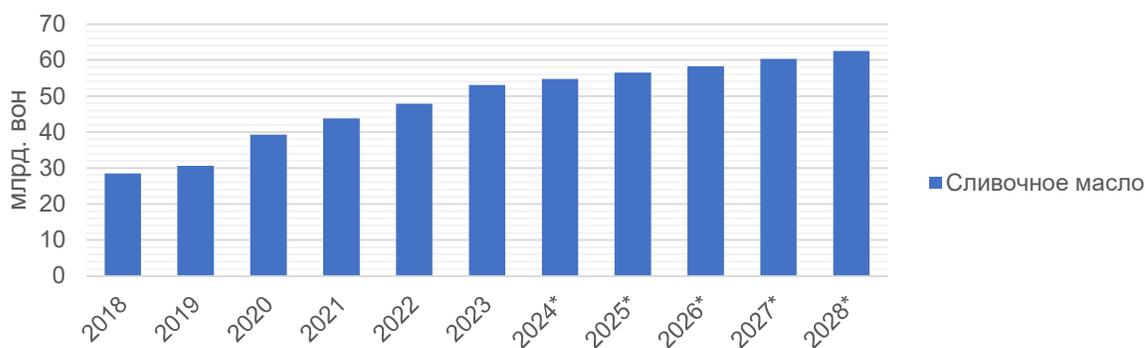
В 2022 году Южная Корея импортировала сыров на 792,7 млн долл. США, из которых на 481 млн это молодые сыры. На втором месте стоят прочие сыры 214 млн долл. США.

Для экспортеров КР важно иметь в виду показатели роста и особенности рынка. Показатели импорта сыра выросли на 9% (в денежном выражении) и на 2% сократились (в натуральном выражении) среднегодового роста за период 2018–2022 годы, а также импорт вырос на 19% в 2022 году, что связано с глобальной инфляцией.

Рынок сливочного масла

Розничные продажи на рынке сливочного масла Южной Кореи выросли на 15,6% (в текущих ценах) в 2023 году и достигли 39,8 млрд вон (30,6 млн долл. США). Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 4,7% или 49,9 млрд вон (38 млн долл. США) в 2028 году⁶¹.

Рисунок 21. Динамика и прогноз продаж сливочного масла в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

⁶¹ Euromonitor International 2023.

Физический объем продаж⁶² сливочного масла составил в 2023 году 6,0 тыс. тонн и по прогнозам достигнет 6,7 тыс. тонн к 2028 году. Сливочное масло занимает 15% рынка масла и спредов.

Рисунок 22. Каналы продаж «Сливочное масло» в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

В 2023 году каналы продаж сливочного масла разделились так: на розничные продажи приходится 1,9 тыс. тонн или 32%, а на сети общественного питания 4,0 тыс. тонн (68%).

В 2023 году розничная стоимость сливочного масла в Южной Корее выросла из-за инфляции и растущей популярности сливочного масла в южнокорейской кулинарии. Масло, которое раньше считалось экзотикой, теперь регулярно используется из-за влияния западной диеты и тенденций домашней выпечки. Сдвиг в сторону сливочного масла приводит к снижению продаж маргарина и распределяет продажи как в натуральном, так и в стоимостном выражении в 2023 году, поскольку потребительские предпочтения меняются.

Универсальность сливочного масла привлекает внимание в Южной Корее. Сливочное масло является ключевым ингредиентом хлебобулочных изделий, что стимулирует спрос в сфере общественного питания. Такие угощения, как батончик с маслом и пикантный соленый хлеб, популярны среди миллениалов и поколения Z, их предлагают ведущие пекарни и кафе.

Сегодня Кыргызстан экспортирует сливочное масло в страны ЕАЭС и пока не экспортирует в Южную Корею. Сливочное масло в Южной Корее ожидается будет расти 2,4% в натуральном выражении, так и в стоимостном выражении 4,7% в ближайшем будущем.

В 2023 году импортные бренды сливочного масла сохраняют популярность в Южной Корее, чему способствовало влияние пандемии COVID-19 на электронную коммерцию. Интернет-платформы предлагают более широкий выбор марок сливочного масла, чем обычные магазины, что делает импортное масло более доступным. Импортное сливочное масло премиум-класса является ключевой маркетинговой стратегией для пекарен и ресторанов, способствующей увеличению розничных продаж импортных брендов.

Южнокорейские потребители предпочитают импортное сливочное масло из-за его более насыщенного вкуса и более высокого содержания молочного жира, что означает чистоту. Европейские бренды, такие как *Beurre D'Isigny*, *Lurpak* и *Président* приобрели популярность. Мини-порционные упаковки масла импортных брендов удобны для тех, кто использует масло преимущественно в качестве спреда. Несмотря на это, южнокорейские бренды сливочного масла сохраняют прочное присутствие на розничном рынке благодаря широкому охвату сбыта. В 2022 году Южная Корея импортировала сливочного масла на 202,2 млн долл США.

⁶² Включая розничные продажи и продажи в сетях общественного питания.

Таблица 13. Импорт сливочного масла Южной Кореи по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
040510	Сливочное масло	202,2	Новая Зеландия	33 %
			Франция	29 %
			США	16 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Экспортеры должны изучать показатели роста и особенности рынка. Показатели импорта сливочного масла выросли на 30% среднегодового роста в стоимостном выражении и 29% в натуральном измерении за период 2018–2022 годы, при этом наблюдался рост импорта в 40% в 2022 году.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Основываясь на структуре импорта сыров и сливочного масла в Южной Корее, компании из Кыргызстана могут заинтересоваться категориями "сливочное масло" и "прочие сыры". За последние 5 лет сливочное масло, прочие сыры и тертые сыры показали стабильный рост, и местным экспортерам стоит рассмотреть возможности входа на этот рынок. Например, в 2017 году Кыргызстан экспортировал 5154 тонны прочих сыров, а в 2022 году - 2385 тонн. Несмотря на снижение импорта сыров за последние 5 лет, розничные продажи продолжают расти. Экспорт сливочного масла из Кыргызстана также достиг своего пика в 2020 году, составив почти 5 тысяч тонн, и в 2022 году оставался на высоком уровне - 4,7 тысячи тонн.

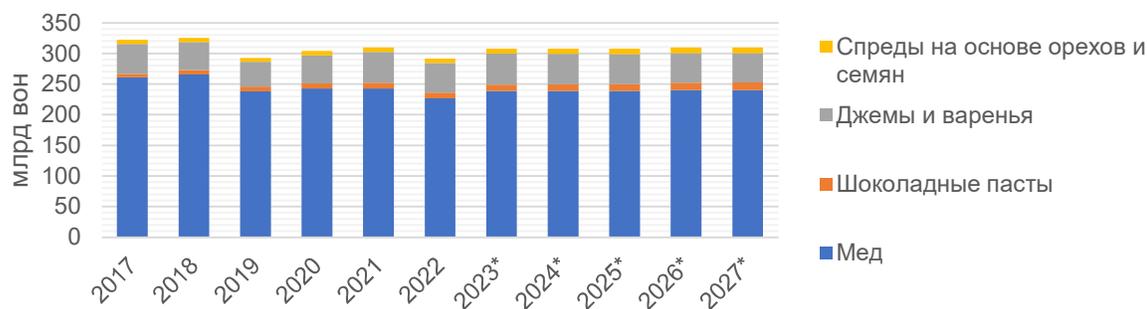
Прогноз продаж сыров и сливочного масла в Южной Корее положителен, но натуральный рост ожидается незначительным, с прогнозируемыми среднегодовыми темпами роста в размере 0,9% (сыры) и 4,7% (сливочное масло) в период с 2023 по 2028 год.

Экспортерам рекомендуется рассмотреть вопросы логистики и возможные каналы распространения, подготовить привлекательные предложения для потенциальных партнеров и разработать план экспортных продаж.

АНАЛИЗ РЫНКА МЕДА

Розничные продажи меда на рынке Южной Кореи выросли на 2,4% (в текущих ценах) в 2022 году и достигли 284,1 млрд вон (226,4 млн долл. США). Прогноз продаж говорит о незначительном о среднегодовом росте 0,5% и достигнет 298,9 млрд вон (240,3 млн долл. США) в 2027 году⁶³. Мед занимает 80% рынка сладких спредов.

Рисунок 23. Динамика и прогноз продаж сладких спредов в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

⁶³ Euromonitor International 2023.

Учитывая образ жизни и рацион питания южнокорейцев, мед используется не как спред, а как натуральный сладкий ингредиент при приготовлении пищи, как более здоровая альтернатива сахару. В этом контексте, когда домашняя кухня естественным образом снизилась в 2021 году, продажи меда также подверглись негативному влиянию, снова снизившись после исключительного роста в 2020 году. Однако стоимостные продажи меда снова вернулись к росту в 2022 году, потому что некоторые потребители вернулись к домашней кухне и домашнему потреблению на фоне роста цен в сфере общественного питания.

Большинство магазинов в Южной Корее, как офлайн, так и онлайн, предлагают широкий выбор отечественного и импортного меда. Супермаркеты специализируются на премиум-медовых продуктах и обычно имеют собственные витрины и компетентный персонал.

Южная Корея имеет крупную пчеловодческую отрасль с 2,7 миллионами местных пчелиных семей и 27 591 пасеками на декабрь 2021 года. Основной мед в стране - многоцветковый, так как большинство пасек небольшие и не могут производить монофлоральный мед. Акация - самый распространенный вид, составляющий 70% отечественного меда, а также популярен мед из цветов каштана.

Отечественный мед в Южной Корее высоко ценится, и согласно опросам большинство респондентов готовы платить больше за него. Среди них 33,6% готовы заплатить на 10% больше, а 40,6% на 20% больше. Факторы, влияющие на выбор меда, включают тип цветка, производственную площадь, вкус, страну происхождения и цену. Бренд и цвет не имеют большого значения.

Кроме натурального меда, в Корее также производится сахарный кормовой мед, который хотя и не пользуется популярностью, легче производить и поддерживать стабильное производство в разных климатических условиях.

Производство меда в Южной Корее может колебаться из-за различных факторов, таких как изменения в урожаях, климатические изменения и проблемы с пчелами, вызванные инфекционными заболеваниями и вредителями. За последние 6 лет (с 2017 по 2022 год) производство меда варьировалось от 25 000 до 79 000 тонн в год⁶⁴.

Физический объем продаж меда составил в 2022 году 12,6 тыс. тонн, из них 82% продается через розничные сети и 18% через сети общественного питания. По прогнозам, объемы продаж сократятся до 11,9 тыс. тонн к 2027 году.

Рисунок 24. Каналы продаж меда в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Хотя это уже не новая тенденция в приготовлении ингредиентов и блюд в Южной Корее, концепция низких калорий может стать новым двигателем роста или угрозой для роста производства сладких спредов. Концепция низкой калорийности может поставить под угрозу

⁶⁴ Агентство развития торговли и предпринимательства Новой Зеландии, 2023.

потребление меда. Примером может служить растущая популярность сиропа аллюлозы, поскольку его используют в кулинарии так же, как и мед, для создания сладкого вкуса.

Импортные бренды расширят свое присутствие во всех спредах, за исключением меда.

Таблица 14. Импорт меда Южной Кореи по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
040900	Мед натуральный	17,4	США	36 %
			Новая Зеландия	34 %
			Австралия	7 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Высокие таможенные тарифы на импорт меда (243%) в Корею защищает внутренних производителей, так в 2022 году импорт меда составил 17,4 млн долл. США, из них из США (36%), Новой Зеландии (34%) и Австралии (7%), а из Кыргызстана на 105 тыс. долл. США (0,6%).

Для экспортеров КР важно учитывать показатели роста и особенности рынка. Показатели импорта меда составили 12% среднегодового роста в стоимостном выражении и 13% в натуральном выражении за период 2018–2022 годы.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Импорт меда в Южную Корею растет, однако как высокий уровень тарифного протекционизма в отношении продукции сельского хозяйства делает рынок сложным для входа особенно в период глобальной инфляции.

За последние годы максимальный объем общего экспорта меда Кыргызстана составлял 704 тонны (в 2017 году), а в 2022 году – 257 тонн.

За период 2018–2022 годы импорт меда из Кыргызстана в Южную Корею показал самый высокий показатель среднегодового роста 310,5% от 72 тыс. долл. США в 2018 году до 20,4 млн. долл. США в 2022 году. Для наращивания продаж меда нашим экспортерам следует внимательно изучить новые маркетинговые возможности с учетом предпочтений потребителей Южной Кореи. Дополнительно следует изучить каким образом, Кыргызская Республика может воспользоваться импортной квотой Республики Кореи на натуральный мед.

Рынок меда в Южной Кореи сокращается и ожидается, что среднегодовой темп роста составит 0,5% (в стоимостном выражении) и будет сокращаться 1,0% ежегодно (в натуральном выражении) в течение прогнозируемого периода 2023–2027 гг.

АНАЛИЗ РЫНКА ФРУКТОВ И ОВОЩЕЙ

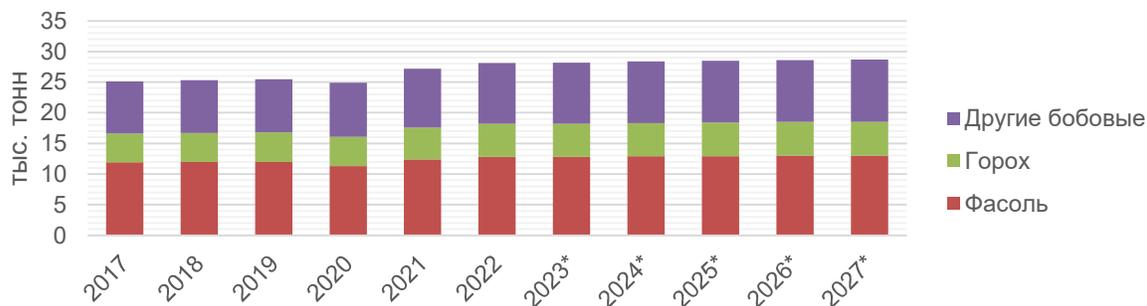
В данном обзоре мы не будем рассматривать овощи и бобовые с низкой стоимостью и коротким расстоянием экспорта из-за особенностей экспортной структуры Кыргызстана и удаленности рынка Южной Кореи. Кроме того, из анализа будет исключен картофель.

Рынок бобовых

Розничные продажи бобовых на рынке Южной Кореи выросли на 3,1% (в натуральном выражении) в 2022 году и достиг 28,1 тыс. тонн или 29,9 млрд вон (23,4 млн долл. США). Прогноз продаж оценивается в 0,3% роста (в натуральном выражении) ежегодно и достигнет 28,5 тыс. тонн к 2027 году⁶⁵.

⁶⁵ Euromonitor International 2023.

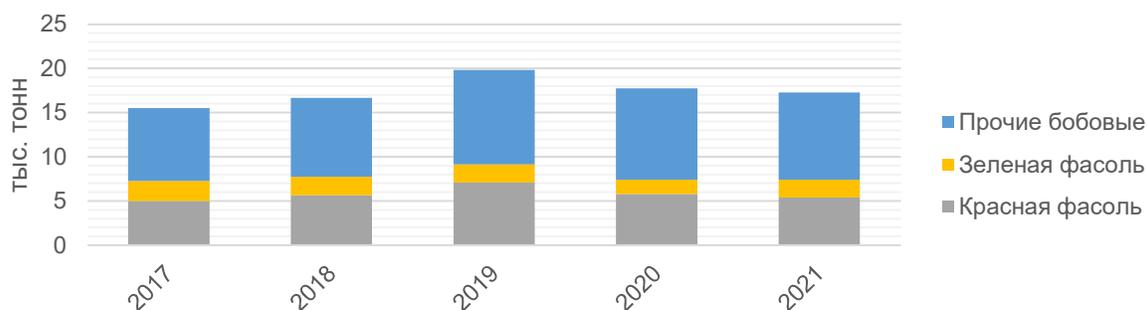
Рисунок 25. Динамика и прогноз продаж бобовых в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

Согласно статистическим данным, основными видами фасоли, выращиваемой в Южной Корее, являются красная фасоль с объемом производства 5,4 тыс. тонн в 2021 году и зеленая фасоль соответственно 2,0 тыс. тонн.

Рисунок 26. Объем производства бобовых в Южной Корее⁶⁶



Источник: Статистическая информационная служба Кореи

Физический объем продаж фасоли в 2022 году составил 12,8 тыс. тонн (11,4 млрд вон или 9 млн долл. США) или 46% от продаж бобовых, а по прогнозам достигнет 13,0 тыс. тонн к 2027 году.

Основные аспекты корейской диеты включают пропорционально высокое потребление овощей, умеренное или высокое потребление бобовых и рыбы, а также низкое потребление красного мяса. Традиционные ингредиенты корейской еды состоят из злаков и овощей, однако в океанических регионах используются рыба и морские водоросли. Лекарственные травы, такие как чеснок, зеленый лук и красный перец, также использовались для улучшения вкуса и повышения пользы для здоровья пищи. Корейская технология ферментации сыграла важную роль в сохранении вышеуказанных пищевых ресурсов, включая бобовые, овощи и рыбу. Исторически бобовые и рыба содержат белок⁶⁷. Корейцы любят разнообразные бобовые, такие как соевые бобы, маш, красная фасоль и вигна.

Сегодня Кыргызстан экспортирует бобовые во многие страны, среди них выделяются Балканские страны, Турция, Россия, страны Ближнего Востока, Афганистан, страны Закавказья, страны Южной Азии. Кыргызстан не поставляет в Южной Корее. Рынок бобовых Южной Кореи – это небольшой рынок 0,6% от мирового импорта (31 место) в 2022 году.

⁶⁶ Без учета производства соевых бобов.

⁶⁷ Корейский институт исследования продуктов питания, 2016.

Таблица 15. Импорт бобовых Южной Кореи по странам и субпозициям 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
071332	Фасоль мелкая красная (адзуки)(phaseolus или vinga angularis) сушеная, лущеная, очищенная от . . .	43,5	Китай	94 %
			Перу	3 %
			Канада	2 %
071331	Фасоль видов vinga mungo (l.) hepper или vinga radiata(l.) wilczek сушеная, лущеная, очищенная	25,1	Перу	56 %
			Китай	38 %
			США	4 %
071333	Фасоль обыкновенная, включая белую мелкосеменную фасоль (phaseolus vulgaris), сушеная	11,3	США	38 %
			Канада	28 %
			Китай	13 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

В 2022 году Южная Корея импортировала бобовых (товарная позиция 0713) на 95,2 млн долл. США, из которых на 43,5 млн долл. США (46%) занимает фасоль адзуки. Далее идут на втором месте «Фасоль видов vinga mungo (l.) hepper или vinga radiata(l.) wilczek сушеная, лущеная, очищенная» 25,1 млн долл. США. Фасоль обыкновенная 11,3 млн долл. США.

Для экспортеров КР важно иметь в виду показатели роста и особенности рынка. Показатели импорта бобовых в Южной Корею составили 21% среднегодового роста (в стоимостном выражении) и 3% падение (в натуральном выражении) за период 2018–2022 годы, а за 2022 год наблюдалось падение на 9%.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Исходя из товарной структуры импорта бобовых Южной Кореи, экспортеров КР могут заинтересовать из субпозиций только «фасоль обыкновенная». В 2016 году Кыргызстан экспортировал максимальный объем «07133 фасоли обыкновенной» 105,5 тыс. тонны, а в 2022 году – 34,7 тыс. тонн.

Однако, общие объемы импорта фасоли обыкновенной в Южную Корею незначительные 11,6 тыс. тонн в 2022 году.

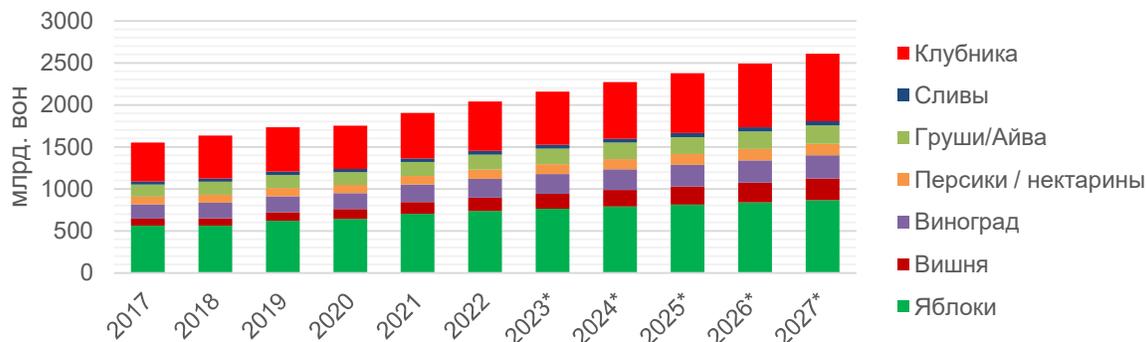
Рынок фруктов и свежих овощей

Розничные продажи на рынке фруктов⁶⁸ Южной Кореи выросли на 6,0% (в стоимостном выражении, текущих ценах) и 4,7% (в натуральном выражении) в 2022 году и достигли 6121,3 млрд вон (5,0 млрд. долл. США). Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 3,5% (в стоимостном выражении) или 1,6% (в натуральном выражении) и достигнут 7333,4 млрд вон (5,5 млрд долл. США) в 2027 году.

Наибольший рост в 2022 году продемонстрировали категории «вишня» 14,3% (как в стоимостном, так и в натуральном выражении), а также «клубника» 5,4% в натуральном выражении и 9,3% в стоимостном выражении.

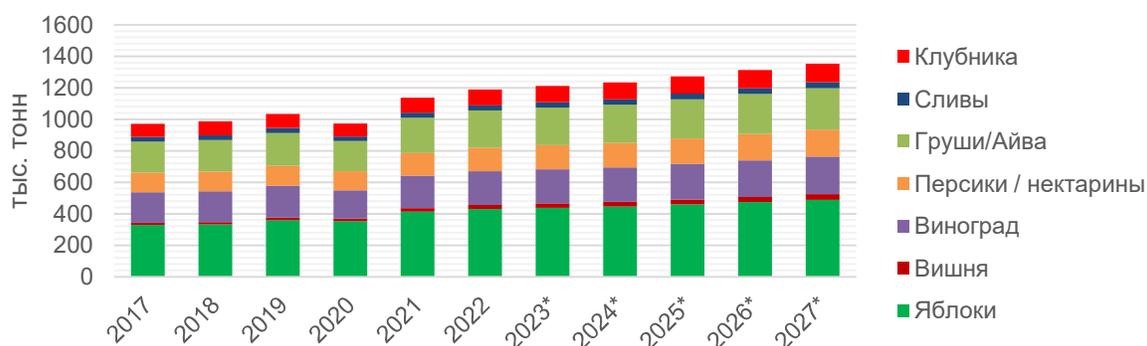
⁶⁸ В анализ не включены тропические фрукты, не произрастающие на территории КР.

Рисунок 27. Динамика и прогноз продаж фруктов в Южной Корее, млрд вон



Источник: © Euromonitor International

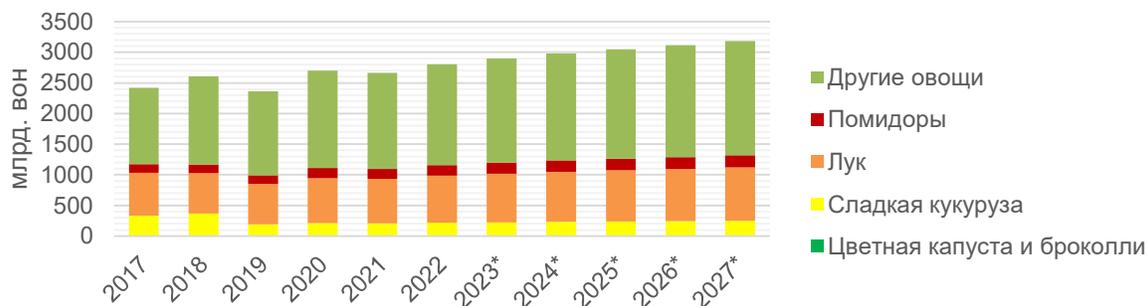
Рисунок 28. Динамика и прогноз продаж фруктов в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

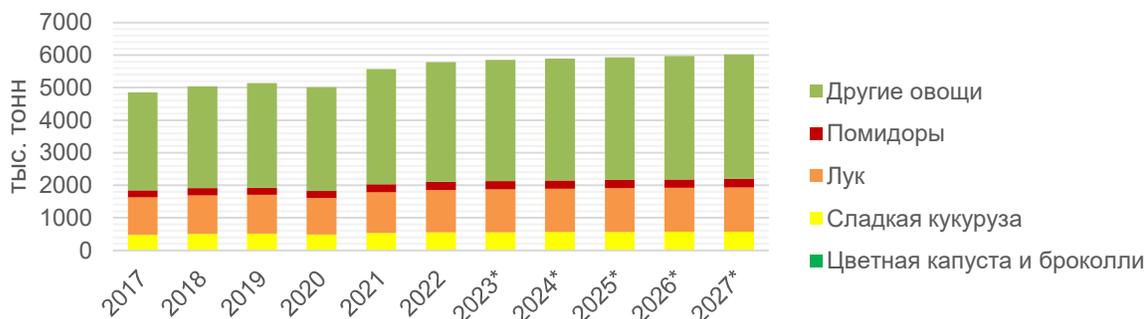
Розничные продажи на рынке овощей Южной Кореи выросли на 5,2% (в стоимостном выражении, текущих ценах) или 3,9% (в натуральном выражении) в 2022 году и достигли 2801,7 млрд вон (2,2 млрд долл. США). Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 2,4% (в стоимостном выражении) или 0,7% (в натуральном выражении) и достигнут 3086,9 млрд вон (5,6 млрд долл. США) в 2027 году. Наибольший рост в 2022 году продемонстрировали категории «цветная капуста и брокколи» 6,2% (как в стоимостном выражении) и 5,1% (в натуральном выражении).

Рисунок 29. Динамика и прогноз продаж овощей в Южной Корее, млрд вон



Источник: © Euromonitor International

Рисунок 30. Динамика и прогноз продаж овощей в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Южная Корея импортирует значительные объемы свежих фруктов, чтобы удовлетворить свое многочисленное и богатое население.

Таблица 16. Импорт овощей Южной Кореи по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
071080	Прочие овощи (сырые или сваренные в воде или на пару), мороженые	281	Китай	94 %
			Вьетнам	4 %
			Испания	1 %
071410	Маниок (кассава), свежий, охлажденный, замороженный или сушеный, целый или нарезанный ломтиками	107	Вьетнам	56 %
			Таиланд	44 %
071290	Прочие овощи и овощные смеси, сушеные, целые, нарезанные кусками, ломтиками, измельченные	67	Китай	90 %
			Мьянма	3%
			США	3%
070690	Прочие съедобные корнеплоды, свежие или охлажденные	53	Китай	98 %
			Япония	2 %
070610	Морковь и репа	44	Китай	94 %
			Вьетнам	3 %
070310	Лук репчатый и лук-шалот (шалот)	37	Китай	91 %
			Япония	4 %
			Таиланд	3 %
070190	Картофель прочий, свежий или охлажденный	31	Китай	88 %
			Новая Зеландия	6 %
			Австралия	2 %
070320	Чеснок свежий или охлажденный	25	Китай	100 %
071029	Прочие бобовые овощи в стручках или очищенные, сырые или вареные в воде или на пару, мороженые	21	Китай	80 %
			Индонезия	10 %
			Нидерланды	4 %
070959	Прочие: грибы и трюфели	21	Китай	57 %
			Новая Зеландия	22 %
			Перу	4 %
071190	Прочие овощи и овощные смеси, консервированные для кратковременного хранения	20	Китай	98 %
			Вьетнам	1 %
			Индонезия	1 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Если сравнить показатели роста импорта за период 2018–2022 годы, то увидим такие цифры среднегодового роста импорта для овощей составил 8% (в стоимостном выражении) и 13% (в натуральном выражении). Среди овощей следует отметить рост за последние 5 лет в

стоимостном выражении у следующих позиций: прочие овощи 5%, лук-шалот 24%, картофель 6%, чеснок свежий 57%.

Таблица 17. Импорт фруктов Южной Кореи по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
080610	Виноград свежий	148	Чили	40 %
			Перу	32 %
			США	16 %
080929	Вишня и черешня прочие, свежие	117	США	50 %
			Чили	48 %
			Канада	1 %
081110	Земляника (клубника), с добавлением сахара или других подслащающих веществ или без добавления	24	Китай	47 %
			Перу	17 %
			Чили	15 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Показатели роста импорта в 2018–2022 годы для фруктов составил -1% (в стоимостном выражении) и -8% (в натуральном выражении), а среди фруктов вырос импорт земляники (клубника) на 9%.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Кыргызстан экспортирует фрукты и овощи в страны ЕАЭС, Турцию, Германию и Узбекистан. В 2022 году Кыргызстан экспортировал фруктов на 54 тыс. тонн и свежих овощей на 50 тыс. тонн.

Рынок фруктов и овощей Южной Кореи находится под протекционизмом, при этом страна применяет преференции в рамках торговых соглашений. Например, тариф РНБ для свежего винограда составляет 45%, при этом в отношении Чили тариф равен 0%, для США 13,2%, для Евросоюза 15%, аналогичная картина наблюдается и большинству другим товарам сельского хозяйства.

С учетом замедления розничных продаж фруктов и овощей в ближайшие 5 лет, а также высоким уровнем протекционизма рынок Кореи не выглядит привлекательным для поставщиков из КР.

Рынок орехов и сухофруктов

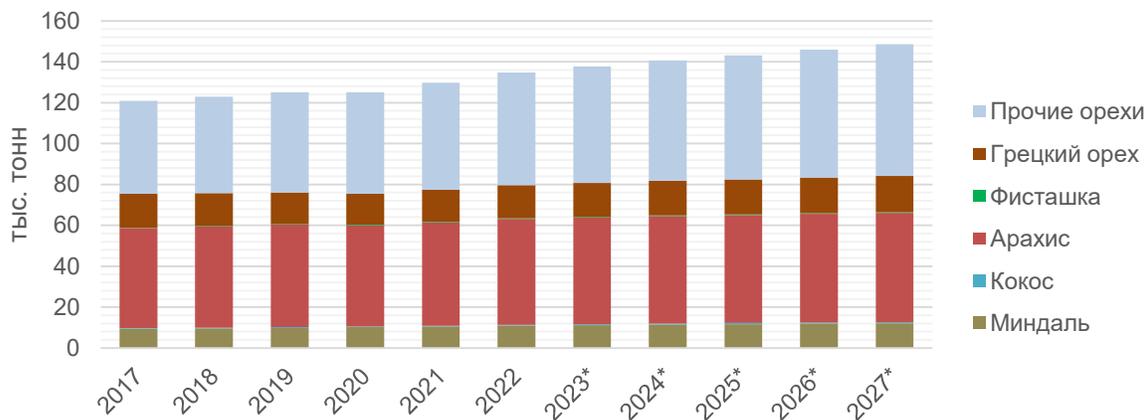
Розничные продажи на рынке орехов Южной Кореи выросли на 7,3% (в стоимостном выражении, текущих ценах) и 3,8% (в натуральном выражении) в 2022 году и достигли 134,7 тыс. тонн или 1670,1 млрд вон (1,3 млрд. долл. США). Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 4,5% (в стоимостном выражении) или 1,9% (в натуральном выражении) и достигнут 148,7 тыс. тонн или 2100,2 млрд вон (1,6 млрд долл. США) в 2027 году.

В 2022 году на рынке орехов динамика роста была следующей – «прочие орехи» 5,2% (в натуральном выражении) и 8,0% (в стоимостном выражении), «фисташки» 6,7% в натуральном выражении и 9,3% в стоимостном выражении.

Около 90% потребляемых древесных орехов в Корею импортируется. Местное производство орехов ограничено в объемах и разнообразии. Каштаны, орехи гингко и кедровые орешки – это основные местные орехи. Миндаль и грецкие орехи доминируют на рынке Кореи. В ближайшие годы будет наблюдаться рост специальных орехов, таких как пекан и фисташки⁶⁹.

⁶⁹ Государственный департамент США по сельскому хозяйству, 2020.

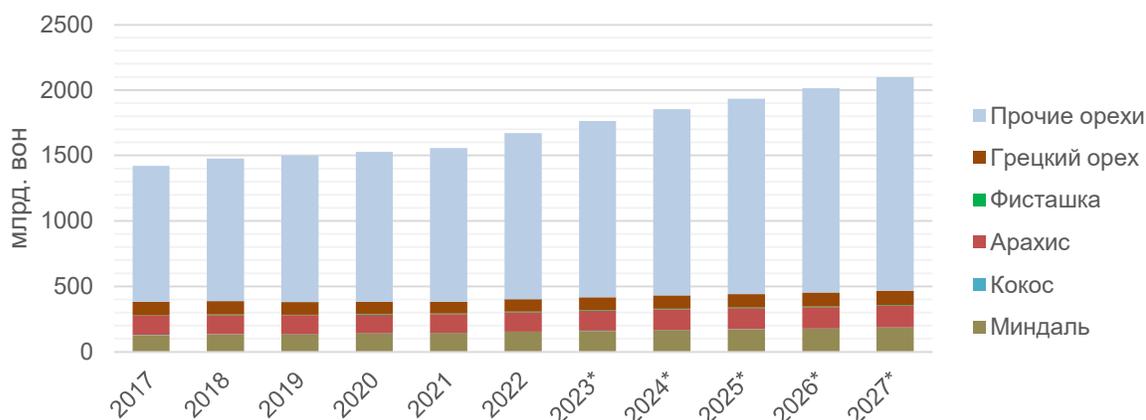
Рисунок 31. Динамика и прогноз продаж орехов в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

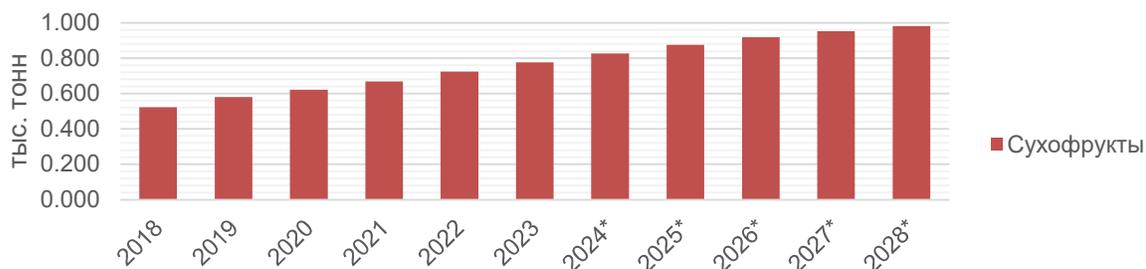
Корейский рынок древесных орехов развивается по мере разнообразия вкусов потребителей. Хотя миндаль и грецкие орехи остаются самыми популярными орехами на рынке, растет спрос на другие орехи, включая пекан, фисташки и орехи макадамия. Переработчики и розничные продавцы работают над тем, чтобы предлагать продукты, включающие в себя различные ингредиенты древесных орехов.

Рисунок 32. Динамика и прогноз продаж орехов в Южной Корее, млрд вон



Источник: © Euromonitor International

Рисунок 33. Динамика и прогноз продаж сухофруктов в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Ожидается, что в течение прогнозируемого периода сухофрукты сохранят траекторию роста как в розничном объеме, так и в текущем стоимостном выражении. Эту положительную тенденцию можно объяснить растущим предпочтением потребителей к более здоровым перекусам. Таким образом, по прогнозам, спрос на фруктовые снеки будет значительно расти благодаря их предполагаемой пользе для здоровья и питательной ценности.

Рисунок 34. Каналы продаж фруктовых батончиков в Южной Корее, тонны



Источник: © Euromonitor International

В целом прогноз предполагает, что будут иметь тренд изменения привычек потребителей в отношении перекусов и акцент на более здоровые варианты. Производители и бренды, работающие в этой сфере, должны сосредоточиться на инновациях, включая разработку новых вкусов, форматов и более полезных для здоровья ингредиентов, чтобы извлечь выгоду из роста спроса и обеспечить конкурентное преимущество в своей категории.

Таблица 18. Импорт орехов и сухофруктов Южной Кореи по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
080212	Миндаль, очищенный от скорлупы	143	США	99 %
080232	Орехи грецкие без скорлупы свежие или сушеные	90	США	97,9 %
			Чили	1,9 %
			Китай	0,2 %
080132	Орехи кешью, очищенные от скорлупы	28	Индия	50 %
			Вьетнам	47 %
			Камбоджа	2,5 %
080290	Прочие орехи	15	США	98 %
			Турция	1,3 %
			Вьетнам	0,4 %
080122	Орехи бразильские, очищенные от скорлупы	9	Индия	50 %
			Вьетнам	47 %
			Камбоджа	2,5 %
080251	Фисташки в скорлупе	8,7	США	100 %
080252	Фисташки, очищенные от скорлупы	5,2	США	96,6 %
			Иран	3,1 %
			Италия	0,2 %
080620	Виноград сушеный	10	США	81 %
			Чили	14 %
			Турция	4 %
081320	Чернослив сушеный	8	США	98 %
			Чили	1 %
			Франция	1 %
081310	Абрикосы сушеные	0,9	Турция	96 %
			США	2 %
			Пакистан	1 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Среди орехов и сухофруктов следует отметить рост импорта за период 2018-2022 годы в стоимостном выражении у следующих позиций: фисташки, очищенные от скорлупы (39%), фисташки в скорлупе (9%), чернослив сушеный (13%), абрикосы сушеные (8%), грецкие орехи в скорлупе (3%), при этом падение наблюдалось у следующих позиций: миндаль, очищенный от скорлупы (-3%), виноград сушеный (-3%) и орехи грецкие без скорлупы (-1%).

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Кыргызстан экспортирует фрукты и овощи в страны ЕАЭС, Турцию, Германию и Узбекистан. Сухофрукты и орехи показывают положительную динамику за последние 5 лет.

Рынок орехов и сухофруктов Южной Кореи находится под протекционизмом, при этом страна применяет преференции в рамках торговых соглашений. Так, тариф РНБ для очищенного грецкого ореха равен 30%, при этом в отношении США, Евросоюза и Великобритании 0%, аналогичная картина наблюдается и большинству другим товарам сельского хозяйства. Такая тарифная разница может привести к значительному удорожанию импорта в Корею продукции из Кыргызстана.

Прогнозируются изменение потребительских привычек у южнокорейцев в отношении перекусов, с уклоном в более здоровые варианты, а орехи и сухофрукты считаются более здоровыми альтернативами перекусам.

Экспортерам следует внимательно изучить возможности экспорта, риски на рынке Южной Кореи и развивать логистику.

АНАЛИЗ РЫНКА ГОТОВЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Рынок выпечки

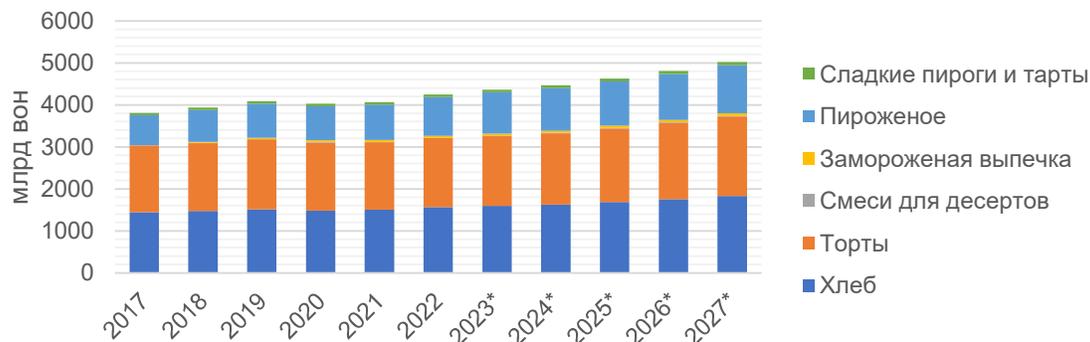
Розничные продажи на рынке выпечки Южной Кореи выросли на 4,4% (в текущих ценах, в стоимостном выражении) и упали на -4,9% (в натуральном выражении) в 2022 году и достигли 4247,9 млрд вон (3,4 млрд. долл. США). Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 3,6% (в стоимостном выражении) и 1,5% (в натуральном выражении) или 5018,6 млрд вон (4,0 млрд. долл. США) в 2027 году⁷⁰.

В 2022 году розничные цены на дрожжевой хлеб, торты и упакованную выпечку выросли, особенно упакованная выпечка. Несмотря на возвращение к нормальному образу жизни после пандемии, потребление дрожжевого хлеба продолжало расти, особенно утренняя упакованная выпечка, покупаемая на пути на работу или в школу. В результате упакованная выпечка видела больше инноваций и роста, чем другие виды выпечки.

Также цены на неупакованную выпечку выросли в 2022 году, поскольку пандемические ограничения были сняты, и продажи в пекарнях в крупных магазинах и на внешних точках восстановились. Однако спрос на замороженную выпечку сократился, так как она пользовалась популярностью во время периода социального дистанцирования, но утратила этот статус после отмены ограничений.

⁷⁰ Euromonitor International 2023.

Рисунок 35. Динамика и прогноз продаж выпечки в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

Тенденции в хлебобулочных изделиях в 2022 году, такие как рост цен на упакованные товары и замедление роста неупакованных, скорее всего будут сохраняться. Прогнозируется, что в общей категории хлебобулочных изделий продолжится рост как объема продаж, так и цен, так как они становятся более популярными как быстрый и простой вариант питания, особенно не только как замена завтраку. В то время как для многих южнокорейцев выпечка по-прежнему остается десертом, а не полноценным обедом. Поэтому ожидается, что продажи выпечки вырастут сильнее, чем, например, продажи дрожжевого хлеба, благодаря более активной инновационной деятельности.

В 2022 году каналы продаж выпечки разделились так: на розничные продажи приходится 356,6 тыс. тонн (94%) и на сети общественного питания 24,3 тыс. тонн (6%).

Рисунок 36. Каналы продаж продукции выпечки в Южной Корее, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Интересной тенденцией в сфере тортов является переход молодого поколения к заказным неупакованным тортам. В Корее торты традиционно не были распространены, но они становятся популярными на различных праздниках, не только на дни рождения. Заказ тортов с уникальным дизайном, цветами и надписями становится все более востребованным. Маленькие торты в коробках для выноса также приобретают популярность.

Круглосуточные магазины активно предлагают свои товары под собственными торговыми марками. Примером такого сотрудничества служит выпечка с молочным кремом Yonsei Milk Cream Bread, разработанная Yonsei Milk и магазинами повседневного спроса CU. Этот продукт с молочным кремом получил большую популярность благодаря своей сладости и обилию крема, что вызывает обсуждение в социальных сетях.

Кроме того, магазины повседневного спроса уделяют особое внимание продуктам, приносящим удовольствие при покупках, привлекая молодых потребителей в возрасте от подростков до 20 лет. Эта гибкость делает их конкурентоспособными даже по сравнению с крупными супермаркетами. Например, CU запустила совместную цифровую маркетинговую

кампанию с Yonsei Milk Cream Bread на платформе метавселенной Zepeto, которая особенно привлекательна для поколения Z.

Таблица 19. Импорт выпечки Южной Кореи по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
190590	Прочие хлеб и мучные кондитерские изделия	308,6	Китай	21 %
			Малайзия	19 %
			США	18 %
190531	Сладкое сухое печенье	75,9	Индонезия	9 %
			Франция	9 %
			США	8 %
190532	Вафли и вафельные облатки	33,4	Малайзия	21 %
			Италия	19 %
			Индонезия	13 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Экспортеры должны изучать показатели роста и особенности рынка. Если сравнить показатели роста импорта за период 2018–2022 годы, то для товарной позиции «1905 Хлеб, мучные кондитерские изделия, пирожные, печенье и пр.» импорт рос в среднем ежегодно на 4% (в стоимостном выражении) и на 2% (в натуральном выражении) в 2022 году.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Сегодня Кыргызстан экспортирует 91% из товарной позиции «1905» в Казахстан. Экспорт данной позиции растет в среднем на 25% ежегодно за последние 5 лет. Кыргызстан пока не экспортировал данную позицию в Южную Корею.

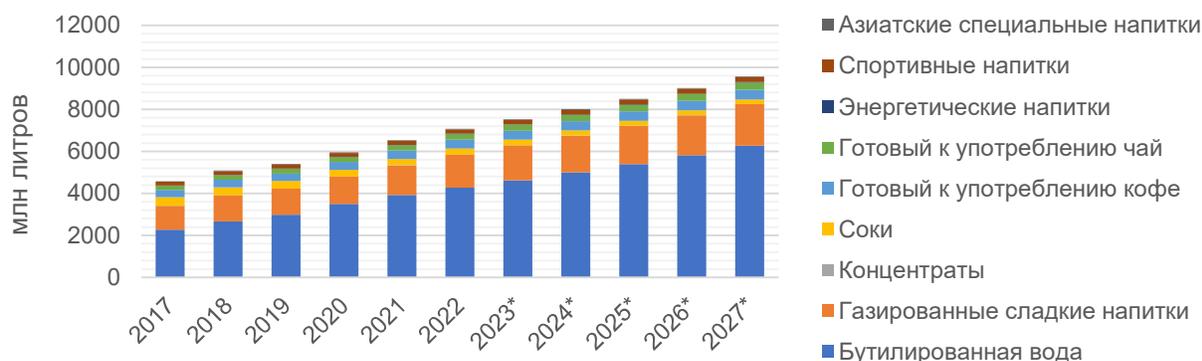
Новые тенденции на рынке готовой выпечки, особенно среди поколения Z говорят о новых возможностях на данном рынке.

Данный рынок не находится под защитой тарифными мерами и тариф РНБ равен 8%, однако в рамках торговых соглашений некоторые торговые партнеры будут иметь тарифное преимущество перед Кыргызстаном, так например, США, Евросоюз, страны АСЕАН, Вьетнам, Чили, Колумбия, Сальвадор и другие страны имеют тариф 0%.

Анализ рынка безалкогольных напитков

Рынок безалкогольных напитков в 2022 году составил 8 733,1 млрд вон (6,9 млрд. долл. США) и 7,1 млрд литров. В 2022 году рынок вырос на 4,2% (в стоимостном выражении) и вырос на 8,2% (в натуральном выражении) к предыдущему году. Прогноз в 2023–2027 годы среднегодовой прирост составит 6,8% (в стоимостном выражении) и 6,2% (в натуральном выражении).

Рисунок 37. Динамика и прогноз розничных продаж безалкогольных напитков в Южной Корее, млн литров



Источник: © Euromonitor International

Рисунок 38. Каналы продаж безалкогольных напитков в Южной Корее, млн. литров



Источник: © Euromonitor International

В 2022 году "Ноль сахара" стало ключевой темой для производителей безалкогольных напитков в Южной Корее. Сокращение сахара и забота о здоровье приобрели важное значение. Бренды колы с низким содержанием сахара, такие как *Coca-Cola Zero Sugar* и *Pepsi Zero Sugar*, стали популярными и вышли в лидеры продаж.

Еще одной заметной тенденцией стало использование прозрачной упаковки без этикеток. Это связано с растущим интересом к экологически чистой упаковке и ростом электронной коммерции. Прозрачная упаковка стала популярной для воды, чая, кофе и даже газированных напитков, особенно при продаже онлайн.

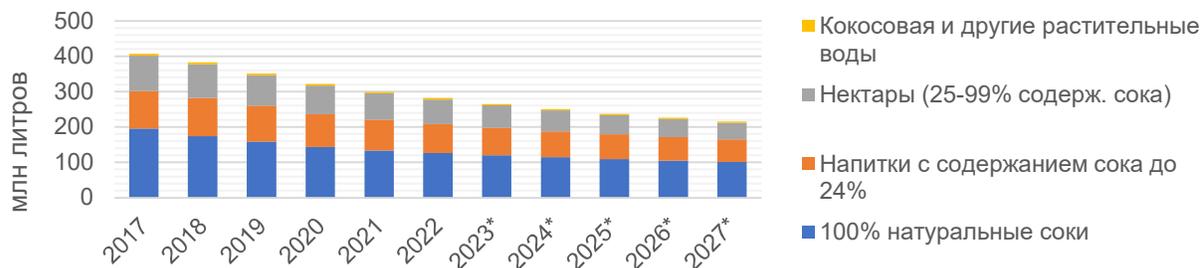
РЫНОК СОКОВ

Раньше в Южной Корее сок считался полезным и питательным. Сейчас соки уступают популярности бутилированным водам с фруктовым вкусом и карбонатам с нулевым содержанием сахара. Лидеры рынка соков, такие как *Lotte Chilsung Beverage* и *LG Household & Health Care*, меняют свой ассортимент и активно продвигают продукты с пониженным содержанием сахара.

Розничные продажи на рынке соков Южной Кореи существенно упали за последние годы, так за последние 5 лет рынок розничных продаж сократился на 30% или на 125 млн литров и составил 281,6 млн литров. Прогноз продаж говорит о среднегодовом падении -3,7% (в текущих ценах, стоимостном выражении) и -7,1% (в натуральном выражении) и опустится на уровень 215,4 млн литров или 754,7 млрд вон⁷¹.

⁷¹ Euromonitor International 2023.

Рисунок 39. Динамика и прогноз продаж соков в Южной Корее, млн. литров



Источник: © Euromonitor International

В 2022 году каналы соков разделились так: на продажи через магазины приходится 1929,8 млн. литров (95%) и вне магазинов 98,4 млн. литров (5%).

Рисунок 40. Каналы продаж соков в Южной Корее, млн. литров



Источник: © Euromonitor International

Спрос на соки в Южной Корее продолжает снижаться из-за их высокого содержания сахара и калорий. Игроки борются с этой тенденцией, но преодоление проблемы представляется сложным. Однако Lotte Confectionery достигла успеха, запустив низкокалорийный бренд десертов "ZERO", что позволило изменить восприятие потребителей и получить их поддержку.

Таблица 20. Импорт соков Южной Кореи по странам 2022 года⁷²

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
200989	Сок из одного вида фруктов или овощей прочий	73	США	16 %
			Испания	15 %
			Турция	15 %
200990	Смеси соков	23	Германия	28 %
			Таиланд	22 %
			Испания	11 %
200969	Прочий виноградный сок	22	Чили	54 %
			США	18 %
			Испания	10 %
200979	Прочий яблочный сок	15	Чили	41 %
			Турция	23 %
			Китай	17 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Экспортеры должны изучать показатели роста и особенности рынка. Если сравнить показатели роста импорта за период 2018–2022 годы, то для товарной позиции «Соки

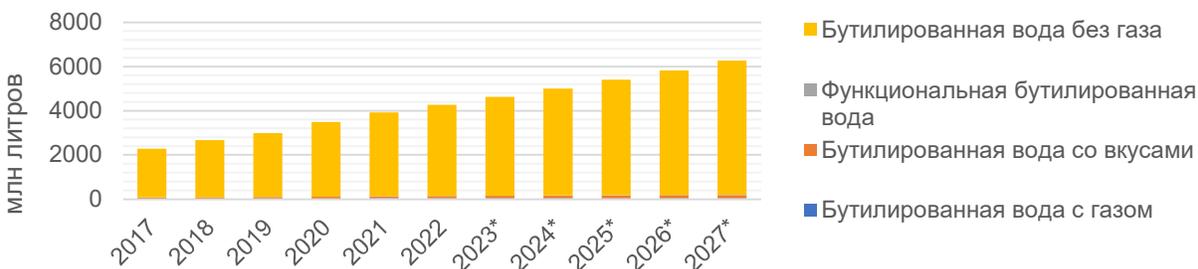
⁷² Примечание. Здесь рассматриваются соки, производимые из фруктов и овощей, производимых в КР.

фруктовые и соки овощные, несброженные и не содержащие добавок» импорт снижался в среднем ежегодно на (-1%) и на (-2%) в 2022 году.

РЫНОК БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ

Розничные продажи на рынке бутилированной воды Южной Кореи существенно выросли за последние годы, так за последние 5 лет рынок розничных продаж вырос на 88% или на 2 млрд литров и достигли 4,3 млрд литров или 2254,4 млрд вон (1,79 млрд долл. США). Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 10,4% (в текущих ценах, стоимостном выражении) и 7,9% (в натуральном выражении) или 6,27 млрд литров и 3525,5 млрд вон (2,83 млрд долл. США) в 2027 году⁷³.

Рисунок 41. Динамика и прогноз по бутилированной воде в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

В 2022 году в Южной Корее продолжил расти спрос на бутилированную воду. Это произошло из-за изменений в потребительских привычках, вызванных пандемией. Бутилированная вода стала популярнее для домашнего потребления, и потребители стали более внимательны к здоровому образу жизни и уменьшению потребления сахара. Кроме того, низкая цена бутилированной воды сыграла роль в ее росте на рынке.

В 2022 году в Южной Корее наблюдалось значительное увеличение покупок бутилированной воды через розничную электронную коммерцию. Эта тенденция сохраняется, особенно для негазированной родниковой и газированной воды. Потребители предпочитают удобство доставки и конкурентоспособные цены онлайн. Некоторые компании предлагают подписки на регулярные поставки воды, привлекая экологически осознанных потребителей.

В 2022 году каналы бутилированной воды разделились так: на продажи через магазины приходится 4268,4 млн. литров (92%) и вне магазинов 382,5 млн. литров (8%).

Рисунок 42. Каналы продаж бутилированной воды в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

⁷³ Euromonitor International 2023.

Экспортеры должны изучать показатели роста и особенности рынка. Показатели роста импорта бутилированной воды в обеих товарных субпозициях составили за период 2018–2022 годы (-0,7%) и в 2022 году 1,8%.

Таблица 21. Импорт бутилированной воды Южной Кореи по странам 2022 года⁷⁴

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
220299	Безалкогольные напитки (кроме воды, фруктовых или овощных соков, молока и пива)	90	Таиланд	23 %
			США	21 %
			Китай	12 %
220110	Воды минеральные и газированные	75	Китай	72 %
			Франция	12 %
			Италия	5 %
220210	Воды, включая минеральные и газированные, содержащие добавки сахара или других подслащивающих	38	Южная Корея	24 %
			США	21 %
			Италия	16 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Экспорт соков растет в среднем на 25% ежегодно за последние 5 лет, бутилированной воды на 17%. Кыргызстан не экспортирует в Южную Корею безалкогольную напитки.

Рынок Кореи безалкогольных напитков имеет разнородные тенденции и прогнозы, спрос на соки сокращается, а бутилированная вода значительно растет.

Рынок соков Южной Кореи находится под протекционизмом, при этом страна применяет преференции в рамках торговых соглашений. Например, тариф РНБ для яблочного сока равен 45%, при этом в отношении Австралии, Чили, Евросоюза, США, Сингапура и Великобритании 0%. Учитывая тарифное преимущество для крупных промышленных стран, а также сложность логистики и сокращение потребления, то рынок соков сложен для входа производителям КР.

Низкая средняя цена формирует спрос на бутилированную воду в Корею. Рынок воды имеет тариф РНБ равен 8%, но некоторые торговые партнеры имеют преимущество, так США, Евросоюз, Вьетнам, Новая Зеландия, Австралия, Канада и другие страны имеют тариф 0%.

АНАЛИЗ РЫНКА ОДЕЖДЫ

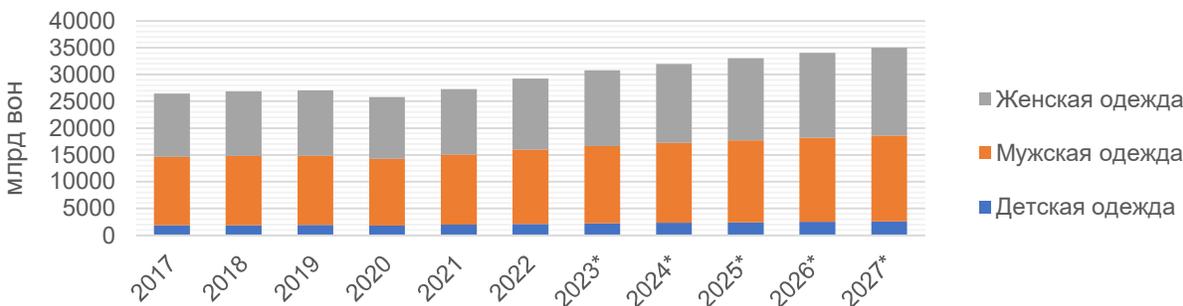
В 2021 году розничная торговля одеждой и обувью восстановилась после пандемии и превысила уровень продаж до кризиса COVID-19 в 2020 году. В 2022 году этот рост продолжался, с началом восстановления социальной активности после отмены социального дистанцирования в апреле. Потребители переключились на деловые повседневные образы, вернулись к общественным мероприятиям и увеличили покупки в обычных магазинах.

Молодые поколения, включая миллениалов и поколение Z, стали ключевой аудиторией рынка роскошной одежды и обуви, влияя на модные тенденции и переводя бизнес на онлайн-платформы. Высокая инфляция в 2022 году затронула цены на одежду и обувь, но также позволила брендам быстрой моды увеличить продажи.

Рынок одежды Южной Кореи растет за последние 5 лет среднегодовым темпом 2,1% и сокращение составило около 120 миллион единиц. Розничные продажи в 2022 году составили 30,84 трлн вон (24,1 млрд. долл. США) и 973,5 млн. единиц. Рынок одежды Кореи является одним из крупнейших рынков в мире.

⁷⁴ Примечание. Здесь рассматриваются соки из фруктов и овощей, производимых в КР.

Рисунок 43. Динамика и прогноз продаж женской, мужской и детской одежды



Источник: © Euromonitor International

Рынок женской одежды

Розничные продажи на рынке женской одежды Южной Кореи выросли на 8,5% (стоимостном выражении) в 2022 году и выросли на 6,5% (в натуральном выражении) достигли 13,25 трлн вон (10,34 млрд долл. США). Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 3,8% (в стоимостном выражении) или 15,49 трлн вон в 2027 году.

В 2021 году женская одежда смогла полностью восстановиться после спада, наблюдавшегося во время пандемии в 2020 году, как в розничном объеме, так и в текущем стоимостном выражении. Тем не менее, в 2022 году рост продолжился, поскольку люди продолжали обновлять свой гардероб новой одеждой. Женщины начали искать более универсальные вещи, которые можно было бы носить повсюду, от дома до офиса. Когда люди начали возвращаться в офисы, спрос на женские костюмы также увеличился, хотя стиль костюмов в целом стал более повседневным. Собеседования, которые проводились фактически, стали проводиться лично, а тот факт, что встречи все чаще проводились физически, способствовал росту числа исков. Единственной категорией, показавшей снижение продаж в 2022 году, стали женские юбки. Разделение на женскую и мужскую одежду становится менее резким.

Рисунок 44. Структура продаж женской одежды в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

Индустрия моды в Корее сегодня всё более уникальна и разнообразна, особенно женская одежда. С развитием *K-Pop* и шоу-бизнеса, женщины проявляют больший интерес к моде, выражая себя через свой стиль. Ранее, в Южной Корее, многие бренды предлагали однотипные стили одежды, но с появлением новых брендов и вертикальных платформ для шопинга, выбор становится более разнообразным. Популярность люксовых брендов ожидается сохраниться, способствуя росту продаж одежды и обуви.

Таблица 22. Лидеры на рынке женской одежды

Компании	Доля на рынке, %
Handsome Corp	3,6%
Frl Korea Co Ltd	3,6%
LF Corp	3,3%
Zara Retail Korea Ltd	3,2%
FnC Kolon Corp	2,5%
Daehyun Co Ltd	2,5%
F&F Co Ltd	2,4%
North Face Inc, The	2,3%
Samsung C&T Fashion Group	2,2%
Cotton Club Co Ltd	2,1%
Собственная торговая марка	16,1%
Прочие	56,2%
Всего	100,0%

Источник: © Euromonitor International

Рынок мужской одежды

Розничные продажи на рынке мужской одежды Южной Кореи выросли на 6,0% (в текущих ценах, в долларах США) в 2022 году и 4,9% (в натуральном выражении) достигли 13,85 трлн вон (10,81 млрд долл. США). Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 2,7% (в стоимостном выражении) или 15,46 млрд вон в 2027 году.

Рисунок 45. Структура продаж мужской одежды в Южной Корее



Источник: © Euromonitor International

Таблица 23. Лидеры на рынке мужской одежды

Компании	Доля на рынке, %
Samsung C&T Fashion Group	4,5%
FnC Kolon Corp	4,0%
LF Corp	3,4%
Frl Korea Co Ltd	2,8%
Nike Sports Korea Co Ltd	2,6%
F&F Co Ltd	2,5%

North Face Inc, The	2,2%
adidas Korea LTD	2,0%
Private Label	9,9%
Others	42,9%
Total	100,0%

Источник: © Euromonitor International

В 2021 году продажи мужской одежды в Южной Корее превысили допандемический уровень как по объему продаж, так и по ценам, и этот рост продолжился в 2022 году. Несмотря на всплеск инфляции, мужчины продолжают активно тратить на одежду. С отменой социального дистанцирования в апреле 2022 года они вернулись к обычной жизни и начали обновлять свой гардероб как для работы, так и для общественных мероприятий.

Интерес мужчин к моде продолжает расти, поддерживая динамичный рост в 2022 году. Они приобретают больше роскошной одежды и обуви, ищут универсальные наряды для работы и свободного времени, а также проявляют больше интереса к моде, влияя на тенденции в индустрии.

Таблица 24. Импорт одежды (товарные группы 61 и 62) Южной Кореи 2022 года⁷⁵

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
6110	Свитеры, пуловеры, кардиганы, жилеты и аналогичные изделия трикотажные машинного или ручного ...	1630	Китай	42 %
			Вьетнам	15 %
			Италия	13 %
6204	Костюмы, комплекты, жакеты, блейзеры, платья, юбки, юбки-брюки, брюки, комбинезоны с нагрудниками . . .	1580	Китай	50 %
			Вьетнам	23 %
			Италия	7 %
6202	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные . . .	1090	Вьетнам	37 %
			Китай	26 %
			Италия	10 %
6203	Костюмы, комплекты, пиджаки, блейзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и ляжками, бриджи . . .	1088	Вьетнам	44 %
			Китай	16 %
			Индонезия	10 %
6109	Майки, фуфайки с рукавами и прочие нательные фуфайки трикотажные машинного или ручного вязания	1043	Китай	29 %
			Вьетнам	28 %
			Бангладеш	11 %
6211	Костюмы спортивные, лыжные и купальные; предметы одежды прочие	958	Вьетнам	35 %
			Китай	25 %
			Италия	7 %
6201	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные . . .	954	Вьетнам	49 %
			Китай	13 %
			Мьянма	11 %
6104	Костюмы, комплекты, жакеты, блейзеры, платья, юбки, юбки-брюки, брюки, комбинезоны с нагрудниками ...	455	Китай	32 %
			Вьетнам	32 %
			Индонезия	7 %
6210	Предметы одежды, изготовленные из материалов товарной позиции 5602, 5603, 5903, 5906 или 5907	354	Вьетнам	47 %
			Китай	23 %
			Бангладеш	9 %
6103	Костюмы, комплекты, пиджаки, блейзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и ляжками, бриджи ...	312	Вьетнам	34 %
			Китай	34 %
			Бангладеш	5 %
6114	Предметы одежды прочие трикотажные машинного или ручного вязания	294	Вьетнам	43 %
			Китай	25 %
			Индонезия	10 %
6206		271	Китай	45 %

⁷⁵ Примечание. Здесь анализ проводится на 4-значном уровне кодов ТН ВЭД.

	Блузки, блузы и блузоны женские или для девочек		Вьетнам	20 %
			Италия	7 %
6212	Бюстгальтеры, пояса, корсеты, подтяжки, подвязки и аналогичные изделия и их части трикотажные . . .	266	Китай	59 %
			Вьетнам	18 %
			Филиппины	9 %
6108	Комбинации, нижние юбки, трусы, панталоны, ночные сорочки, пижамы, пеньюары, купальные халаты, ...	247	Китай	57 %
			Вьетнам	18 %
			Индонезия	8 %
6205	Рубашки мужские или для мальчиков	221	Вьетнам	51 %
			Китай	10 %
			Мьянма	10 %
6116	Перчатки, рукавицы и митенки трикотажные машинного или ручного вязания	185	Китай	49 %
			Вьетнам	41 %
			Индонезия	5 %
6105	Рубашки трикотажные машинного или ручного вязания, мужские или для мальчиков	185	Вьетнам	46 %
			Китай	25 %
			Мьянма	4 %
6107	Кальсоны, трусы, ночные сорочки, пижамы, купальные халаты, домашние халаты и аналогичные изделия . . .	165	Китай	40 %
			Вьетнам	29 %
			Индонезия	8 %
6214	Шали, шарфы, кашне, мантильи, вуали и аналогичные изделия	138	Италия	65 %
			Китай	12 %
			Франция	8 %
6115	Колготы, чулки, гольфы, носки и подследники и прочие чулочно-носочные изделия, включая компрессионные ...	129	Китай	62 %
			Вьетнам	10 %
			США	4 %
6208	Майки и нательные фуфайки прочие, комбинации, нижние юбки, трусы, панталоны, ночные сорочки, . . .	113	Китай	61 %
			Вьетнам	16 %
			Бангладеш	7 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Более 33% импорта одежды в Южную Корею обеспечивается поставками из Китая, 30% из Вьетнама и 7% из Италии. Показатели роста импорта одежды разные так импорт трикотажных изделий выросли на 8% и швейные изделия нетрикотажные на 1%.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Экспорт швейного сектора растет в среднем на 57% ежегодно за последние 5 лет, а трикотажные изделия сократили экспорт на 7%. Кыргызстан не экспортирует в Южную Корею.

Для выхода на рынок Южной Кореи есть смысл обратить внимание на растущую поляризацию между дешевыми и роскошными товарами, а следовательно, есть смысл изменить стратегический подход, как к производству, так и сотрудничеству с международными модными брендами.

Поскольку на рынке одежды Южной Кореи доминируют международные, региональные или местные бренды, то экспортерам КР следует активно готовиться к производству для крупных игроков, в особенности спортивные бренды. Для этого следует изучать стратегии сорсинга⁷⁶, лидирующих международных компаний или местных брендов, а затем предлагать свои сервисы.

Также немаловажным играет роль онлайн коммерции, которая все больше занимает позиции для розничных продаж одежды Кореи.

⁷⁶ Стратегия сорсинга (поиска поставщиков) – это сочетание действий, направленных на согласование расходов компании на закупки с ее общими целями.

РАЗДЕЛ 4: ОБЗОР ЛАНДШАФТА ДЕЛОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

В 2022 году Южная Корея вошла на четырнадцатое место по величине экономики в мире, измеряясь по паритету покупательной способности. Несмотря на значительную экономическую свободу в стране, присутствует проблема коррупции среди высокопоставленных чиновников, которая создает негативное явление в политической сфере. Уровень инфляции остается низким, и рост экспорта может способствовать дальнейшему развитию. Однако экономика замедляется, и потому увеличение иностранных инвестиций может оказаться ключевым.

Средний класс Южной Кореи будет продолжать поддерживать потребительский рынок. В то же время старение населения снижает интерес к детскому сегменту. Южная Корея остается технологически гибкой и вкладывает средства в новые сферы, такие как искусственный интеллект.

Экономика страны демонстрирует устойчивость и активно развивается благодаря частному сектору, высококвалифицированным работникам и способности к инновациям. Южная Корея также имеет надежную правовую базу, хотя коррупция остается проблемой, подрывая экономическую свободу и интегриметр правительства.

Южная Корея входит в число «в основном свободных» стран в Индексе экономической свободы 2023 года, что подчеркивает благоприятные нормативные условия для частного сектора и соблюдение верховенства закона. Однако с 2018 года заметно увеличилось налоговое бремя в стране, что может негативно повлиять на инвестиции, потребительские расходы и международную конкурентоспособность. В ответ на это правительство планирует снижение налогов с 2023 года, чтобы облегчить бремя и повысить конкурентоспособность.

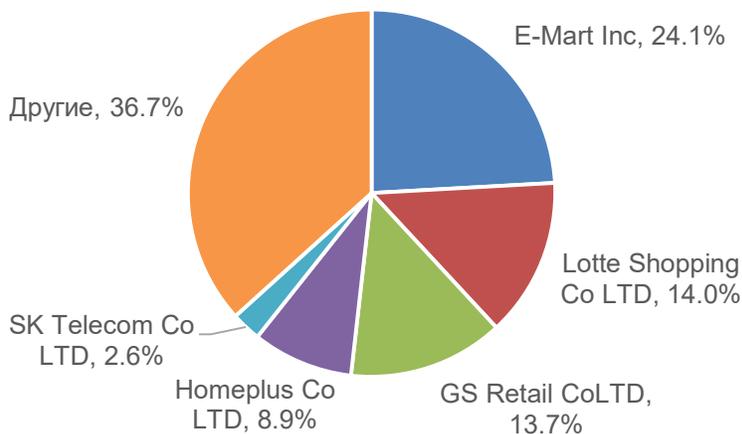
Несмотря на относительно высокое место в Индексе восприятия коррупции 2022 года, Южная Корея сталкивается с серьезными проблемами, связанными с коррупцией среди высших чиновников и политиков. Такие случаи могут подорвать доверие к власти и создать препятствия для бизнеса и демократических принципов.

Важным аспектом для эффективного выхода на рынок Южной Кореи является сотрудничество с организациями развития международного сотрудничества, включая следующие:

- Корейская ассоциация международной торговли (KITA). KITA организует зарубежные торговые миссии, проводит исследования рынка, помогает потенциальным иностранным покупателям или продавцам, а также предлагает консультации и персонализированные консультативные услуги относительно торговых правил и положений, процедур экспорта и импорта, управления бизнесом, исследований рынка, развитие технологий и налогообложение.
- Корейская торгово-промышленная палата (КТПП). КТПП — это крупнейшая частная экономическая организация Кореи, имеющая 73 региональные палаты и насчитывающая около 180 000 членов. С момента своего создания в 1884 году КССИ способствовал росту и развитию национальной экономики, а также повышению статуса Кореи в международном сообществе.
- Корейская ассоциация импортеров (KOIMA). KOIMA является основной импортной ассоциацией Кореи и представляет более 8500 предприятий.

Также следует выделить важность изучения рынка розничной торговли Южной Кореи.

Рисунок 46. Оборот крупнейших розничных компаний в 2021 году.



Источник: © Euromonitor International

Общее количество компаний, работающих в отрасли, в 2021 году продолжило расти и составило 1 714 435 компаний. Отрасль можно считать концентрированной, так как на долю пяти крупнейших компаний в 2021 году пришлось 63,3% стоимости продукции. Концентрация отрасли за год снизилась. *E-Mart Inc* оставалась ведущей компанией в розничной торговле Южной Кореи, на долю которой в 2021 году пришлось 24,1% стоимости производства⁷⁷.

МЕЖПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ПЛАТФОРМЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

Дипломатические связи между Кыргызской Республикой и Республикой Корея были установлены в январе 1992 года. В сентябре 2007 года было открыто Посольство Республики Корея в г. Бишкек, а в июне 2008 года – Посольство КР в Кореи в г. Сеул.

С момента установления дипломатических связей, отношения между Кыргызстаном и Южной Кореей развиваются последовательно. За это время обе страны создали благоприятные условия для стабильного развития сотрудничества в различных областях. Кыргызстан рассматривает Южную Корею как одного из своих важных и приоритетных партнеров в Азиатском регионе и стремится к дальнейшему развитию дружеских отношений и углублению сотрудничества.

Обе страны также активно поддерживают друг друга в рамках различных международных организаций, особенно в ООН. Кроме того, сотрудничество продолжается в рамках Форума «Центральная Азия - Республика Корея».

СПИСОК ОСНОВНЫХ ТОРГОВЫХ ВЫСТАВОК И В2В⁷⁸ ПЛОЩАДОК

Ежегодно в Кореи проводится множество торговых выставок и выставок. Исторически сложилось так, что многие из этих выставок в значительной степени ориентированы на деятельность В2С, а значит не привлекательны для экспортеров, заинтересованных во встрече с квалифицированными компаниями, по сравнению с обычными потребителями. Следует выделить нижеследующие торгово-выставочные организации, графики мероприятий которых могут представлять интерес для экспортеров:

⁷⁷ Euromonitor International, 2022 г.

⁷⁸ b2b – business-to-business. Здесь торговля между компаниями.

- COEX – это крупнейшая в Корее выставочная организация с полным спектром услуг, имеет выставочную площадь 36 027 квадратных метров. В течение года проводятся сотни выставок (B2B и B2C).
- SETEC – это Сеульский торгово-выставочный центр находится в ведении Корейского агентства по содействию торговле и инвестициям (KOTRA).
- KINTEX – это расположенный в Ильсане, Кёнгидо, недалеко от Сеула, KINTEX имеет самую большую выставочную площадь в Корее - 108 566 квадратных метров.
- ВЕХСО – это расположенный в Пусане, втором по величине городе Кореи (юго-восточная Корея), ВЕХСО проводит десятки национальных выставок B2C и B2B и имеет выставочную площадь 26 446 квадратных метров. Будучи одним из динамичных городов в Южной Корее, проходят торговые выставки и конференции мирового уровня.

Таблица 25. Перечень выставок в Южной Корее

Название	Тематика	Даты и место проведения
Международная выставка «Seoul Food & Hotel»	Продукты питания и гостиничная индустрия	июнь 2024 (Сеул)
Международная выставка продуктов питания и напитков «Coex Food Week»	Пищевая промышленность	ноябрь 2024 (Сеул)
Международная выставка «Sourcing Fair»	Пищевая промышленность, натуральные и органические продукты питания	июнь 2024 (Сеул)
Выставка «Daegu Fashion Fair»	Ткани для одежды, текстиль для одежды; субподрядчики, поставщики и партнеры	октябрь 2024 (Денгу)
Выставка «Eco-Expo Korea»	Экологические товары и услуги	октябрь 2024 (Сеул)
Международная выставка «Gwangju International Food Fair»	Пищевая промышленность	октябрь 2024 (Гванжу)
Международная выставка «Korea Food Industry Technology Trade Show»	Пищевая промышленность	ноябрь 2024 (Сеул)
Международная выставка «Food Week Korea»	Пищевая промышленность, гостиничный бизнес, кейтеринг	ноябрь 2024 (Сеул)
Международная выставка «GT Korea»	Швейные машины, ткани (текстиль для одежды)	май 2024 (Сеул)
Международная выставка «KORTEX»	Швейные машины, ткани (текстиль для одежды)	март 2024 (Денгу)
Международная выставка «Korea Pack»	Печать упаковки, монтаж, графический дизайн	апрель 2024 (Сеул)
Международная выставка «BOFOOD» (Busan International Food Expo)	Пищевая промышленность – ингредиенты, пищевые добавки	июнь 2024 (Пусан)

ТРЕБОВАНИЯ ПО ВВОЗУ ОБРАЗЦОВ ПРОДУКТОВ

Как правило, образцы пищевых продуктов не подпадают под действие корейских импортных требований. Для поставок образцов на инвойсе должно быть указано, что они не имеют коммерческой стоимости. Фитосанитарный сертификат и экспортный сертификат здоровья мяса требуются для продуктов, подлежащих карантинному контролю, даже если они отправляются в качестве образцов.

СПИСОК ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И БИЗНЕС-АССОЦИАЦИЙ

Для экспортеров важно учитывать, что на разных этапах планирования и осуществления экспортной деятельности могут быть полезными как государственные, так и частные организации. Среди таких организаций можно выделить учреждения, ответственные за регулирование внешней торговли, а также неправительственные организации, которые способствуют развитию международных торгово-экономических отношений.

Таблица 26. Контактная информация государственных и иных организаций Южной Кореи

Наименование организации	Веб-сайт
Посольство Кыргызской Республики в Республике Корея	https://mfa.gov.kg/ru/dm/posolstvo-kyrgyzskoy-respubliki-v-respublike-koreya
Министерство иностранных дел Республики Корея	http://www.mofa.go.kr/eng/index.do
Министерство безопасности пищевых продуктов и лекарств Республики Корея	http://www.mfds.go.kr/eng
Министерство экономики и финансов Республики Корея	http://english.moef.go.kr/
Министерство торговли, промышленности и энергетики Республики Корея	http://english.motie.go.kr/
Комиссия по справедливой торговле Республики Корея	http://eng.ftc.go.kr/
Таможенная служба Республики Корея	https://www.customs.go.kr/english/main.do
Налоговая служба Республики Корея	https://www.nts.go.kr/english/main.do
Корейская ассоциация импортеров (KOIMA)	http://www.import.or.kr/
Корейская ассоциация международной торговли (KITA)	http://www.kita.org/
Корейское агентство по продвижению торговли и инвестиций (KOTRA)	http://www.kotra.or.kr
Корейский коммерческий арбитражный совет (КСАВ)	http://www.kcab.or.kr
Корейская торгово-промышленная палата	https://kocham.org/