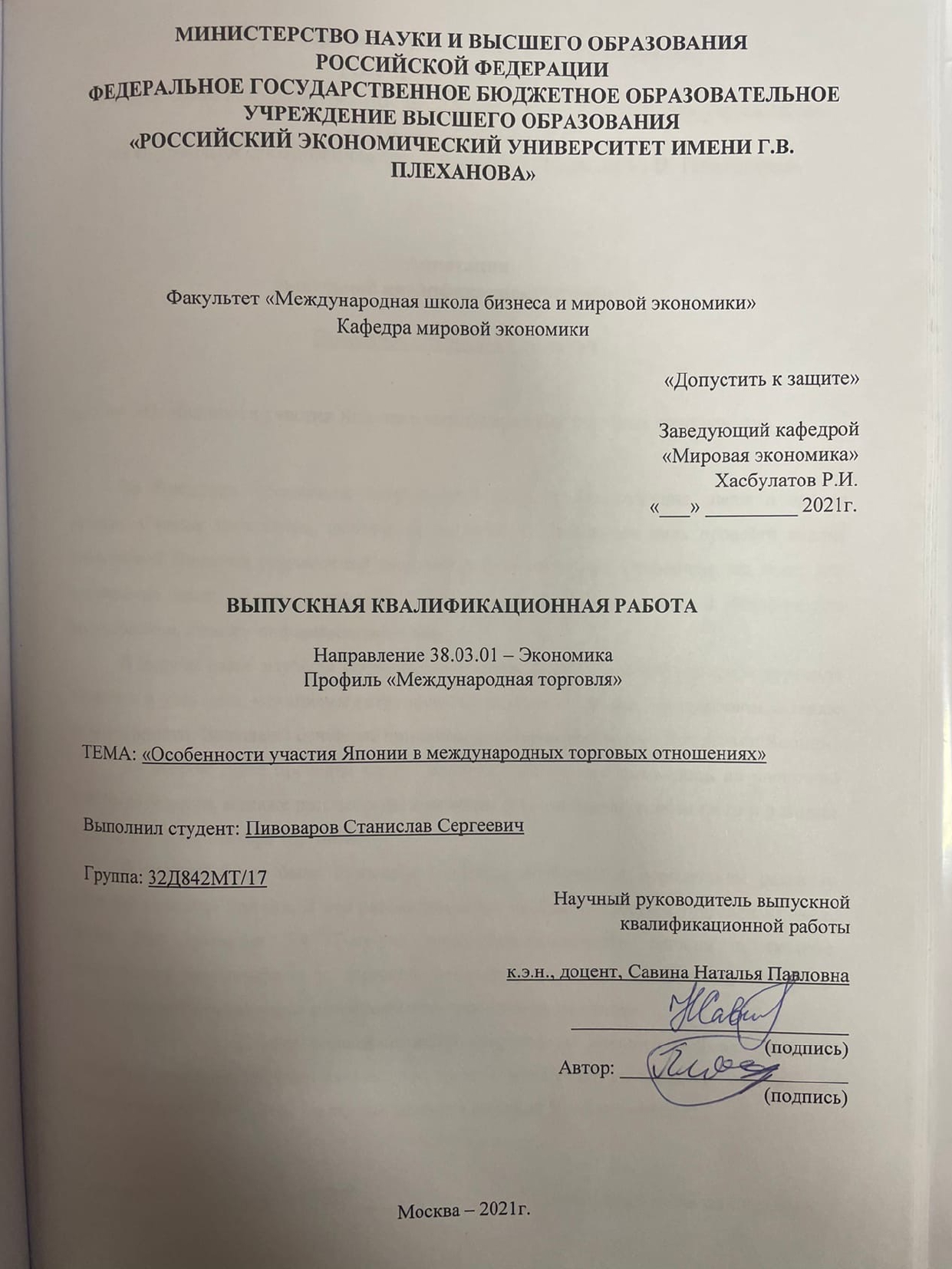
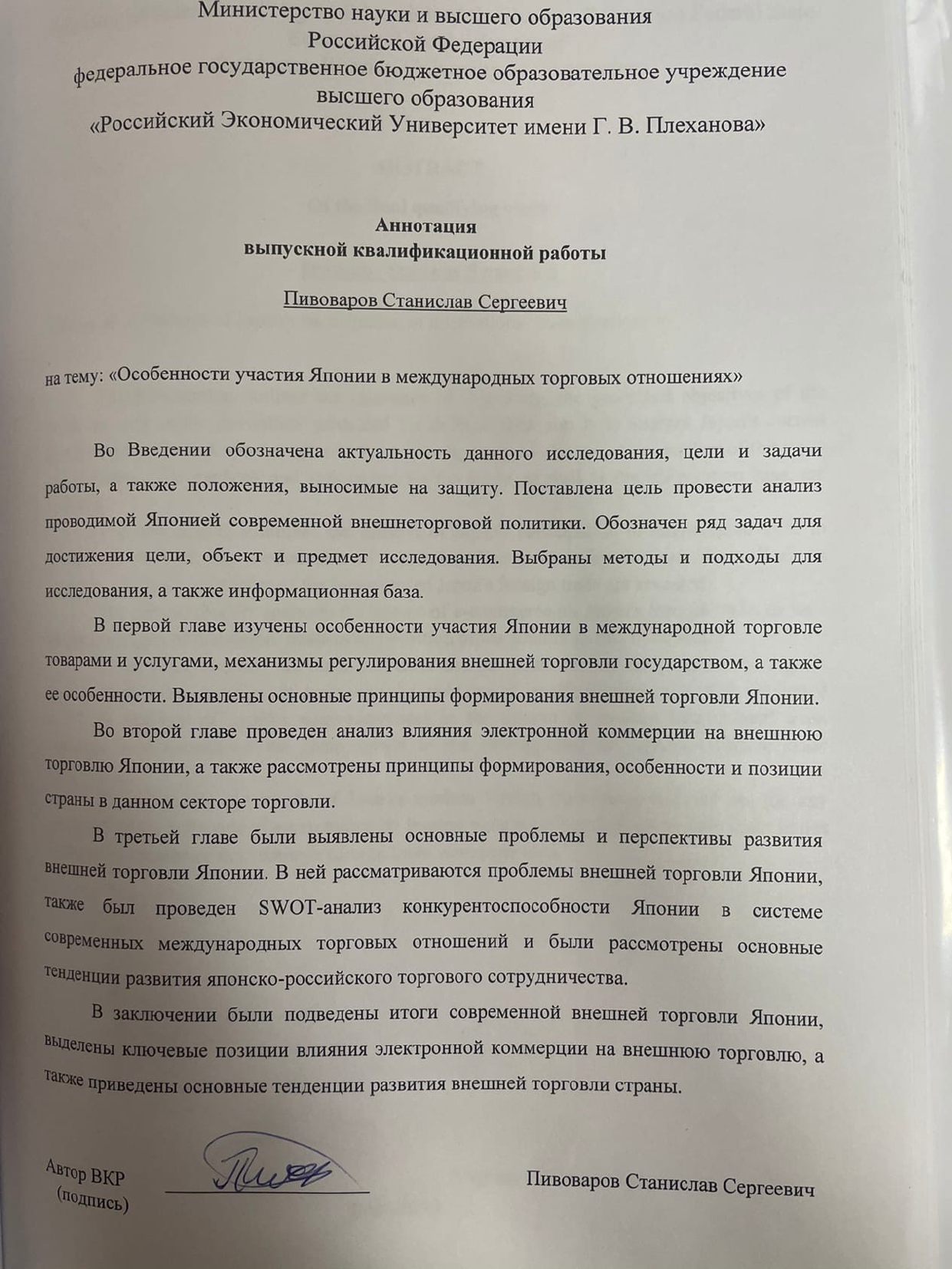
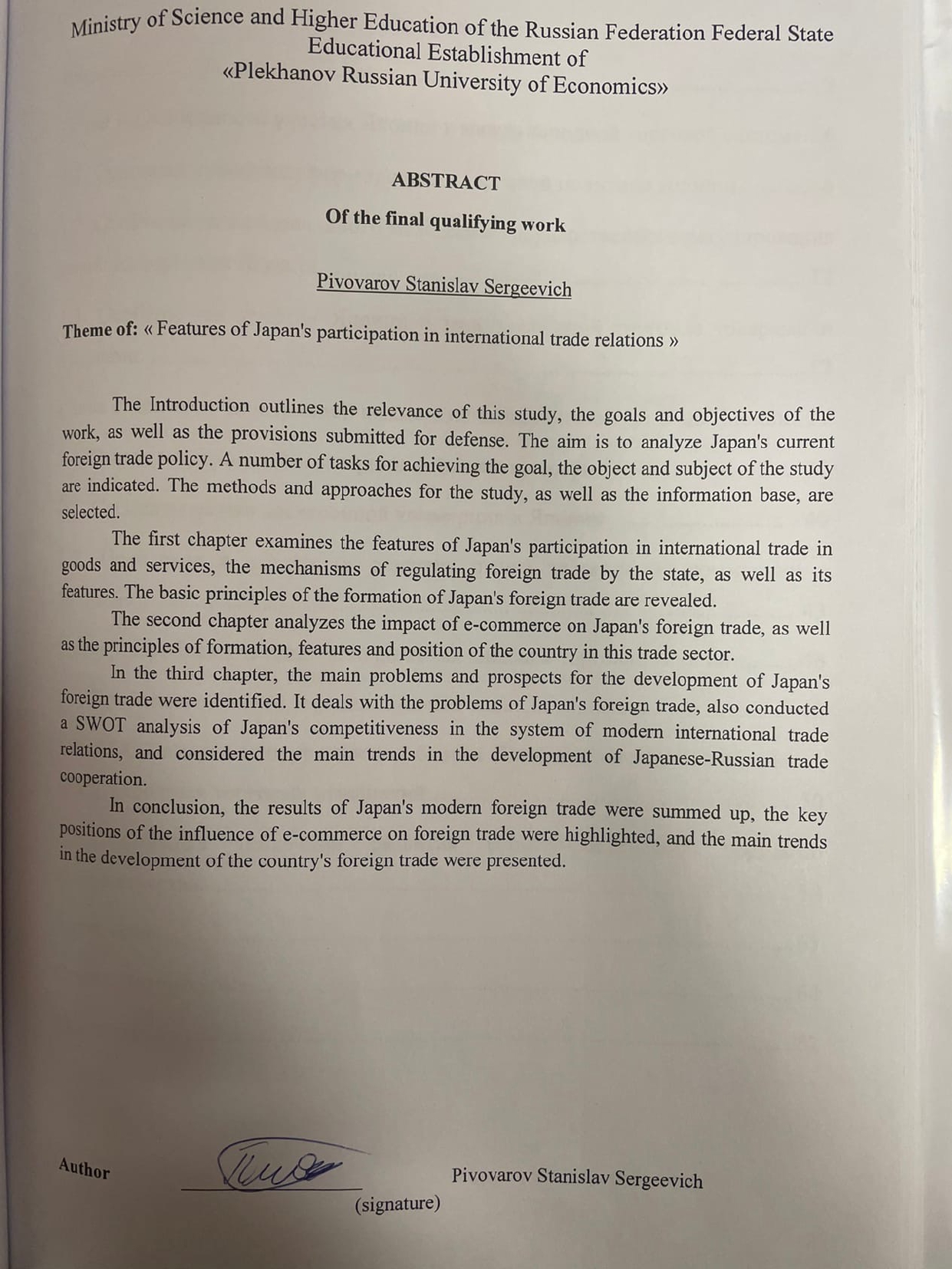
****

****

****

**Содержание**

[Введение 3](#_Toc73722280)

[Глава 1. Особенности участия Японии в международной торговой системе. 6](#_Toc73722281)

[1.1. Основные принципы формирования торговой политики Японии 6](#_Toc73722282)

[1.2. Особенности национального механизма государственного регулирования внешней торговли Японии. 12](#_Toc73722283)

[1.3. Особенности участия Японии в международной торговле товарами и услугами. 17](#_Toc73722284)

[Глава 2. Влияние электронной коммерции на внешнюю торговлю Японии 29](#_Toc73722285)

[2.1. Рынок электронной коммерции в Японии на современном этапе. 32](#_Toc73722286)

[2.2. Сегменты рынка электронной коммерции в Японии 40](#_Toc73722287)

[2.3. Проблемы и тенденции развития рынка электронной коммерции в Японии 43](#_Toc73722288)

[Глава 3. Проблемы и тенденции развития внешней торговли Японии 46](#_Toc73722289)

[3.1. Проблемы внешней торговли Японии 46](#_Toc73722290)

[3.2. SWOT-анализ конкурентоспособности Японии в системе современных международных торговых отношений 50](#_Toc73722291)

[3.3. Основные тенденции развития японско-российского торгового сотрудничества. 54](#_Toc73722292)

[Заключение 61](#_Toc73722293)

[Список литературы 64](#_Toc73722294)

[Приложение 67](#_Toc73722295)

# **Введение**

Невозможно представить современный мир без внешнеторгового взаимодействия между странами, система международных экономических и торговых отношений находится в стадии постоянного динамичного развития.

Япония давно интегрирована в международную торговлю. Она является крупнейшим импортером сырья, из-за практически полного его отсутствия на территории страны.

Население Японии в основном занято в городских крупных либо малых предприятиях, а аграрный сектор развит относительно слабо, не играя передовой роли в экономике и внешней торговли страны. В Японии значительную роль играет образовательный сектор.

Частное предпринимательство одно из наиболее развитых секторов японской экономики, при этом государство уделяет меньшее внимание промышленному секторы страны. Так, роль малого и среднего бизнеса велика, о чём говорит высокая доля подобных предприятий (95%), а также практически две трети населения занято именно в данной сфере.

Страна бедна полезными ископаемыми, однако ведется добыча каменного угля, свинцовых и цинковых руд, нефти, серы, известняков. Ресурсы собственных месторождений малы, поэтому Япония — крупнейший импортер сырья.

Примерно 2/3 территории, в основном горные районы, покрыто лесами (причем более половины лесов — искусственные насаждения). На северном Хоккайдо преобладают хвойные леса, на центральном Хонсю и юге Хоккайдо — смешанные, а на юге — субтропические муссонные леса.

**Актуальность** заключается в том, что Япония является одной из самых развитых экономик мира, имеет огромное количество торговых партнеров и занимает высокие позиции в мировых рейтингах, в связи с этим является одной из ключевых стран на международной торговой арене и может оказывать влияние на ее функционирование.

**Целью выпускной квалификационной работы** является анализ проводимой Японией современной внешнеторговой политики. В соответствии с поставленной целью были сформулированы следующие задачи выпускной квалификационной работы:

* Рассмотреть основные особенности участия Японии на международной торговой арене.
* Провести анализ внешнеторговой политики Японии.
* Определить роль Японии в системе современных торговых отношениях
* Проанализировать влияние электронной коммерции на внешнюю торговлю Японии.
* Выявить актуальные экономические проблемы и перспективы развития страны

**Объектом** исследования является внешнеторговая политика Японии.

**Предметом** исследования являются основные показатели, характеризующие внешнюю торговлю Японии.

**Методологической основой** в рамках выпускной квалификационной работы послужили такие методы как: дедукция, индукция, сравнение, синтез полученной информации, количественные оценки и анализ конкретных показателей. Для анализа показателей необходимых для написания работы использовалась статистическая информация.

**Информационно-статистической базой в рамках выпускной квалификационной работы** являются данные государственных сайтов статистики Японии, а также исследовательских центров и работ. Среди них публикации: UNCTADstat[[1]](#footnote-2), Всемирный Банк[[2]](#footnote-3), отчеты Мирового Экономического Форума, МВФ и J.P. Morgan.

В процесс работы были включены необходимые документы, регламентирующие основные правовые аспекты, которые направлены на регулирование внешней торговли Японии, а также учебники по экономике, монографии и публикации международных организаций.

**Структура выпускной квалификационной работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из: Введение; Глава 1. Внешнеторговая политика Японии; Глава 2. Влияние электронной коммерции на внешнюю торговлю Японии; Глава 3. Проблемы и тенденции развития внешней торговли Японии; Заключение; Список литературы; Приложения. Работа содержит: 66 страниц, 33таблиц, 10приложений, и 15 рисунков.

# **Глава 1. Особенности участия Японии в международной торговой системе.**

# **1.1Основные принципы формирования торговой политики Японии**

Япония – страна-архипелаг, которая располагается как на крупных (Хонсю, Хокайдо, Кюсю и Сикоку), так и на большом количестве мелких островов. Страна протянута в образе дуги в 3,5 тыс км с северо-востока на юго-запад и находится вдоль восточного азиатского побережья. Япония омывается Охотским, Японским и Восточно-Китайским морями., более того с восточной стороны государство омывается водами Тихого океана. Наличие такого количества водных ресурсов является источником минеральных и энергетических ресурсов, а также транспортных каналов.

У государства отсутствуют сухопутные соседей-государства, а ближайшими морскими соседями являются Россия, Китай, Северная Корея. Выгодное географическое положение государства является одним из ключевых факторов успешного функционирования государства на международной арене.

Порядка 80% территории японского государства занимает горная местность, а также зачастую встречаются возвышенности с расчленённым рельефом. Не в малом количестве на территории государства существует вулканов. Подобная геология архипелага также оказывает влияние на функционирование государства, так как в стране не редки бедствия в виде землетрясений и цунами, что является препятствием и постоянной угрозой для Японии.

Более того на территории государства практически отсутствуют полезные ископаемые, за исключением каменного угля, руд (свинцовые и цинковые), нефть, сера и известняк. При этом стоит отметить бедность месторождений представленных ресурсов. Наличие данной особенности вынуждает Японию стать весомым в рамках международной торговли импортёром сырьевых ресурсов.

Как упоминалось ранее две трети территории государства являются горными районами, которые покрыты лесами, что обуславливается активной

искусственной посадкой деревьев. Таким образом, на территории Японии весьма успешно функционирует лесная отрасль, которая отличается разнообразием (хвойные, смешанные, субтропические леса).

Характеризуя экономику Японии, можно отметить, что она является одной из самых развитых экономик мира и занимает высокие позиции в мировых рейтингах. Особенностью экономики Японии является то, что она располагается в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР) и данный факт открывает перед страной колоссальные возможности участия в международном разделении труда (МРТ). Если же кратко характеризовать экономику Японии, то стоит отметить, что она имеет устойчивое развитие, демонстрируя ежегодный рост показателей и развитие наукоемких технологий. [[[3]](#footnote-4)]

В структуре внешней торговли Японии наблюдается особенность, которая заключается в слаборазвитой специализации японских компаний, где прежде всего стоит отметить активное кооперирование производства с партнёрами зарубежья.

Это подтверждается небольшой долей в импорте машин и оборудования, а именно менее 10 %. При этом, запасные части, комплектующие детали и узлы имеют удельный вес в экспорте Японии порядка 21 % — значительно меньше, чем у других развитых стран. Это говорит о невозможности для Японии в экономии сырья за счёт собственных партнёров по специализированным поставкам, тем самым позволяя им брать на себя сырьевые издержки. Более того, в случаи кризисного состояния последствия сложного периода ложатся практически полностью на отрасли экономики Японии. На протяжении 60-70-х годов лидерами торговли и производства промышленной отрасли Японии принято считать черную металлургию, судостроение и автомобилестроение, электротехнику. Данная внешнеторговая политика привела к концентрации японского производства на определённых категориях товаров, что послужило созданию идеализированного и наиболее качественного производства, но при этом ограничило производство прочих товаров, что создаёт зависимость от других государств.

Также особенностью японской торговой системы является относительно быстрый и стабильный рост экспорта, что обуславливается тем, что японские производители сосредоточены на создании товаров массового потребления, что позволяет избегать последствий от колебания конъюнктуры рынка. При этом, необходимо учитывать, что подобная товарная группа (товары массового производства) требуют постоянных обновлений в плане его характеристик, моделей и прочее, что делается для соответствия постоянно меняющемся вкусам потребителей. Таким образом, японские монополии успешно проникают на рынке зарубежных стран благодаря тщательному изучению спроса потребителей, конкурентоспособному сектору промышленности и высокой мобильности предприятий и специалистов.

Как известно, страны-члены ВТО обязаны подчиняться Гармонизированной системе описания товаров и кодирования. Если говорить о Японии, то импортный тариф страны содержит следующие виды ставок пошлин: общие, временные и преференциальные. Общие ставки являются максимальными и реже всего используются. Временные ставки устанавливаются Законом о временных тарифных мерах. Общие и временные ставки относятся к категории законодательно установленных ставок. [[[4]](#footnote-5)]

Далее будут представлены таблицы тарифного профиля Японии, в соответствии с данными официального сайта ВТО для определения позиций тарифной политики Японии.

Таблица 1. - Тарифы и импорт: сводка

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Сводка** | | **Всего** | **с/х продукция** | **не с/х продукция** | **Член ВТО с 1995 года** | | |
| Ср. арифметическое предельной границы | 2019 | 4,7 | 19,1 | 2,5 | Обязательное покрытие: | Всего | 99,7 |
| Ср. арифметическое РНБ | 2019 | 4,3 | 15,5 | 2,5 | Не с/х продукция | 99,6 |
| Средневзвешенная торговля | 2018 | 2,3 | 14,3 | 1,2 | с/х: Тарифная квота, % | 6,2 | |
| Импорт, млрд долл. США | 2018 | 737,2 | 59,6 | 677,6 | с/х: Особые гарантии, % | 5,4 | |

Источник: составлено автором на основе данных WTO, Tariff Profile Japan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/tariff_profiles/JP_e.pdf> (дата обращения 31.03.2021

По данным таблицы 1 можно заметить, что в среднем ставки на импорт в Японии в 2019 году составили 4,7%, в то время как ставка на с/х продукцию была выше среднего и составляла 19,1%, а вот на не с/х продукцию ставка составляла 2,5%. Что касается стран РНБ, то среднее значение тарифной ставки в 2019 году составило 4,3%, и опять же на с/х продукцию ставка была выше среднего – 15,5%, на не с/х продукцию так же - 2,5%. Обязательное покрытие импорта таможенными пошлинами в 2019 году составило 99,7%, в частности на не с/х продукцию – 99,6%. Тарифная квота на сельскохозяйственную продукцию составила 6,2%.

Таблица 2. - Тарифы и импорт: диапазоны пошлин

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Распределение частоты** | | **Беспошлинно** | **0-5** | **5-10** | **10-15** | **15-25** | **25-50** | **50-100** | **>100** | **Не адвалорная пошлина, %** |
| **Тарифы и стоимость импорта, %** | | | | | | | |
| **С/х продукция:** | | | | | | | | | | |
| Предельная граница | 2019 | 34,1 | 18,4 | 16,4 | 7,7 | 10,8 | 6,2 | 2,0 | 4,3 | 15,1 |
| РНБ | 2019 | 35,8 | 17,4 | 16,6 | 7,5 | 10,7 | 6,6 | 1,0 | 3,0 | 13,2 |
| Импорт | 2018 | 36,2 | 16,0 | 15,3 | 9,9 | 7,7 | 11,2 | 0,1 | 0,3 | 8,9 |

*Продолжение Таблицы 2*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Распределение частоты** | | **Беспошлинно** | **0-5** | **5-10** | **10-15** | **15-25** | **25-50** | **50-100** | **>100** | **Не адвалорная пошлина, %** |
| **Тарифы и стоимость импорта, %** | | | | | | | |
| **Не с/х продукция:** | | | | | | | | | | |
| Предельная граница | 2019 | 55,9 | 25,7 | 15,2 | 2,0 | 0,4 | 0,3 | 0,0 | 0,1 | 1,7 |
| РНБ | 2019 | 55,9 | 26,2 | 15,2 | 1,9 | 0,2 | 0,3 | 0,0 | 0,1 | 1,9 |
| Импорт | 2018 | 81,7 | 10,2 | 6,5 | 1,4 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 1,1 |

Источник: составлено автором на основе данных WTO, Tariff Profile Japan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/tariff_profiles/JP_e.pdf>(дата обращения 31.03.2021)

В отношении с/х продукции наиболее количество товаров поступает на территорию Японии беспошлинно – 34,1%, меньше всего пошлин находится в диапазоне 50-100% - 2,0%. Не адвалорная пошлина налагается на 15,1% импорта. Для стран РНБ ситуация аналогична – наибольшее количество товаров ввозится беспошлинно (35,8%), меньше всего пошлин находится в диапазоне 50-100% - 1,0%. При этом стоит отметить, что для стран РНБ нет значительного отличия в плане более льготных условий, что видно по минимальной разницей между удельными весами обычных тарифов и тарифов РНБ. Не адвалорная пошлина для стран РНБ налагается на 13,2% импорта.

В отношении не с/х продукции в основном товары поступают на территорию Японии беспошлинно – 55,9%, такое же количество беспошлинных товаров приходится и на страны РНБ. Меньше всего налагаются пошлины более 100% - 0,1%, а пошлин в диапазоне 50-100% не существует. Не адвалорная ставка налагается на 1,7% импорта, для стран РНБ – на 1,9% импорта.

Таблица 3. –Экспорт с основными торговыми партнерами: обязанности

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Импортеры** | **Двусторонний импорт,**  **млн долл. США** | | **Диверсификация 95% торговли по:** | | **Ср. знач. РНБ торгуемых тарифных позиций** | | **Преф. льготы** | **Беспошлинный импорт** | |
| **HS 2-digit** | **HS 6-digit** | **Простая** | **Взвеш.** | **Средневзв.** | **Тарифная линия,**  **%** | **Объем,**  **%** |
| **С/х продукция:** | | | | | | | | | |
| Гонконг | 2018 | 1 006 | 19 | 85 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 100,0 |
| Китай | 2018 | 771 | 21 | 57 | 16,3 | 18,2 | 0,0 | 7,0 | 9,8 |
| США | 2018 | 721 | 19 | 56 | 4,7 | 3,5 | 0,0 | 29,8 | 28,6 |
| Тайвань | 2018 | 622 | 24 | 90 | 16,7 | 17,1 | 0,0 | 19,4 | 12,7 |
| Республика Корея | 2018 | 430 | 19 | 62 | 49,6 | 19,7 | 0,0 | 3,9 | 4,5 |
| **Не с/х продукция:** | | | | | | | | | |
| Китай | 2018 | 179 679 | 54 | 925 | 8,7 | 5,9 | 0,0 | 8,6 | 33,3 |
| США | 2018 | 138 246 | 53 | 734 | 3,9 | 1,7 | 0,0 | 39,3 | 39,8 |
| ЕС | 2018 | 68 925 | 57 | 1 056 | 4,5 | 2,8 | 0,0 | 21,0 | 41,9 |
| Республика Корея | 2018 | 53 719 | 53 | 978 | 6,7 | 5,4 | 0,0 | 14,7 | 22,8 |
| Тайвань | 2018 | 43 325 | 55 | 884 | 4,7 | 2,5 | 0,0 | 35,0 | 57,3 |

Источник: составлено автором на основе данных WTO, Tariff Profile Japan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/tariff_profiles/JP_e.pdf> (дата обращения 31.03.2021)

По данным диверсификации 95% торговли по HS 2-digitи по HS 6-digit в отношении с/х товаров, можно заметить, что наибольшее количество разделов и шестизначных подзаголовков по гармонизированной системе у Японии с Тайванем, несмотря на то, что данная страна не является лидером по двустороннему импорту. Так, в торговле у данных стран замечено 24 раздела и 90 подзаголовков, что говорит о немалой диверсификации экспорта из Японии в Тайвань. Простая средняя значения РНБ выше всего у Республики Корея – 49,6%, а ее взвешенная средняя – 19,7%. Для перечисленных стран у Японии не существует преференциальных льгот.

В отношении не с/х продукции по данным диверсификации 95% торговли по HS 2-digitи по HS 6-digit наибольшее количество разделов и шестизначных подзаголовков по гармонизированной системе у Японии с ЕС, а именно 57 разделов и 1 056 подзаголовков. Простая средняя значения РНБ выше всего у Китая – 8,7%, ее взвешенная средняя составляет 5,9%. Страна также не предоставляет преференциальные льготы перечисленным в таблице государствам.

Таким образом, Япония имеет скудный запас природных ресурсов, однако это не мешает устойчивому развитию страны, основными принципами формирования торговой политики страны являются тарифы, так как в Японии они довольно жесткие.

# **1.2. Особенности национального механизма государственного регулирования внешней торговли Японии.**

Активное участие государства в организации и осуществлении внешнеэкономической деятельности (ВЭД) также является характерной особенностью японской экономики в особенности в течение последних четырёх десятилетий. На протяжении данного периода времени государственное регулирование проникло и смогло охватить практически все стадии ВЭД, от анализа внешнеторговой ситуации в стране и за рубежом; планированию и созданию внешнеэкономической стратегии, выявления основных приоритетов, которые носят как структурный, так и географический характер; использованием широкой системы мер контрольно-регулирующего и финансово-стимулирующего характера. В связи с этим стоит отметить достаточно развитую систему правового регулирования ВЭД Японии. Нормативная база страны имеет образ пирамиды с определённые иерархией, на вершине которой находится Закон о валютном обмене и внешней торговле, который и определяет определённую концепцию общего государственного регулирования.

Далее охарактеризуем квоты, которые продолжают применяться к различной морской продукции с целью сохранения исчерпаемости природных ресурсов и обеспечения соблюдения государственных мер по ограничению количества аналогичных отечественных продуктов.

Поправки к законодательству об антидемпинговых и компенсационных мерах направлены на облегчение условий для заявителей, требующих применения этих мер. Япония поддерживает семь антидемпинговых мер, касающихся четырех товаров у двух стран – Китая и Республики Корея. Страна не применяла никаких защитных или компенсационных мер в течение настоящего периода времени и не инициировала никаких расследований в этих областях.

Что касается регулирования экспорта, то Япония не взимает никаких экспортных пошлин, не поддерживает экспортных квот и не осуществляет программ экспортных субсидий. [[[5]](#footnote-6)]

1. **Антидемпинговые, компенсационные и защитные меры.**

Законодательной базой антидемпинговых пошлин являются: Закон о таможенных тарифах, Постановление кабинета министров об антидемпинговых пошлинах и Руководство по процедурам, касающимся антидемпинговых пошлин. Антидемпинговые пошлины применяются к таким странам, как Китай и Республика Корея, а для ЮАР и Испании они были отменены в марте 2019 года.

Что касается компенсационных пошлин, то Япония не применяла никаких компенсационных мер в течении последнего промежутка времени и не инициировала никаких компенсационных расследований.

В отношении защитных мер Япония также в последнее время ничего не предпринимала и не инициировала никаких защитных расследований. Однако Япония сохраняет за собой право использовать специальные с/х защитные меры по 147 тарифным позициям. Все региональные торговые соглашения, подписанные Японией, содержат положения о двусторонних гарантиях.

1. **Санитарные и фитосанитарные меры.**

Любые импортируемые Японией животные подвергаются определённой карантинной инспекцией в точках прибытия, а именно в аэропортах и морских портах. Существуют также запреты на ввоз, а именно на животных из семейства грызунов. Более того, на импортируемых животных обязательно накладывается специальное ветеринарное свидетельство, которые выдаётся в стране-экспортере об отсутствии каких-либо болезней у животного.

Все растения или растительная продукция, ввозимые в Японию, должны пройти процедуру очистки (карантинную процедуру). [[[6]](#footnote-7)]

К некоторым положительным сторонам экономики Японии относятся: развитые технологии, высокий уровень жизни населения, производство и продажа продукции высокого качества. Среди негативных сторон можно выделить: большой государственный долг страны, дефляцию, а также недостаток собственных ресурсов, которые приходится импортировать. Государство страны старается понизить отрицательное влияние негативных факторов на экономику Японии, однако на данный момент принимаемые меры не меняют ситуацию кардинально, а государственных долг только растет. [[[7]](#footnote-8)]

Государство выполняет важную роль в процессе регулирования в сфере создания благоприятных условий для развития национальной экономики, а также проработке наиболее перспективных направлений дальнейшего развития. На сегодняшний день правительство Японии предпринимает активные действия по демонополизации электрогенерирующей и газовой отрасли государства.

Самые крупные торгово-инвестиционные корпорации вовлечены максимально в экономику страны, во все её отрасли и имеют значительное влияние. К таким крупнейшим торговым компаниям относят Mitsubishi, Mitsui, Sumitomo, Marubeni и прочие.

Наличие этих крупных торгово-инвестиционных корпораций приводит также к достаточно высокой степени концентрации капитала Японии в связи с долей продаж, которая приходится на компании, а именно порядка 15% от ВВП государства, что составляет около 30% импорта и 20% экспорта.

Также следует выделить структуру экономики Японии. Рынок услуг Японии в настоящее время является одним из наиболее быстрорастущих в стране, что связано с активным развитием рынка игровой индустрии. Также в стране активно развиты услуги в таких областях экономики, как здравоохранение, транспорт, связь, фармацевтика, а также банковский и торговый сектор.

Большинство отраслей экономики Японии либерализованы и открыты для прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Закон обосновывает различие между прямыми иностранными инвестициями и портфельными инвестициями на территории Японии, устанавливая для них различный правовой режим для допуска на национальный рынок государства.

Законом предусмотрено право государства вводить частичные ограничения для иностранных инвестиций в сельское хозяйство, лесную и рыбную промышленность, коммунальные услуги, сектора нефтяной и атомной энергетики, аэрокосмоса, обороны, телекоммуникаций, авиации, морского транспорта. Таким правом государство может воспользоваться в случае, если деятельность инвесторов в данных секторах приводит к угрозе национальной безопасности или имеет серьезное негативное влияние на национальную экономику Японии.

Далее будут проанализированы основные макроэкономические и торговые показатели Японии, но для начала будут более подробно рассмотрены мировые позиции страны по основным показателям.

Таблица 4. - Мировые позиции Японии по основным показателям, 1990 и 2019 годы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Показатель** | **1990** | **2019** |
| **Объем ВВП** | 2 | 3 |
| **Экспорт товаров** | 3 | 4 |
| **Импорт товаров** | 5 | 4 |
| **Экспорт услуг** | 6 | 9 |
| **Импорт услуг** | 3 | 8 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?IF_ActivePath=P,15912&sCS_ChosenLang=en>(дата обращения: 31.03.2021)

Таким образом, исходя из данных таблицы необходимо отметить, что Япония, действительно, имеет мощную экономику, так как находится на достаточно высоких мировых позициях. Потеря позиций по всем показателям объясняется мощным развитием Китайской экономики, которая к настоящему времени все же вытеснила Японию. Если рассматривать более подробно каждый показатель, то по объемам ВВП страна потеряла одну позицию и в 2019 находится на 3 строчке после США и КНР; по товарному экспорту понижение произошло также всего на одну позицию и страна находится на 4 строчке в 2019 году, а вот то товарному импорту страна поднялась в мировом рейтинге на одну строчку и занимает также 4 место в 2019 году; объемы импорта страны развиваются не такими высокими темпами, как у других стран, что объясняет не совсем высокие позиции по данным показателям, а именно по экспорту услуг страна потеряла три позиции и находится на 9 строчке в 2019 году, а по импорту услуг с позиции лидера (3 место в 1990 году) страна опустилась аж на 8 место в 2019 году.

Итак, стоит отменить, что Япония занимает лидирующие позиции по основным показателям, что не может не говорить о развитости страны, если же говорить об особенностях национального механизма государственного регулирования внешней торговли Японии, то стоит отметить антидемпинговые меры, компенсационные меры, а также санитарные и фитосанитарные меры.

# **1.3. Особенности участия Японии в международной торговле товарами и услугами.**

Далее будет проанализирована динамика товарного экспорта и товарного импорта Японии, а также посчитано сальдо данных показателей в период с 1990 по 2019 год.

Рисунок 1. – Объемы сальдо товарного экспорта и товарного импорта Японии, 1990-2019гг., млрд. долл. США[[[8]](#footnote-9)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, exports/imports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

По данным рисунка 1 можно заметить, что объемы товарного экспорта и товарного импорта Японии имеют практически схожую динамику. Так, в период 1990-2010гг. экспорт преобладал над импортом, что можно подтвердить положительным сальдо. Отрицательное сальдо наблюдается в период 2011-2015гг., когда товарный импорт Японии преобладал над товарным экспортом, далее уже в стране снова наблюдается положительное сальдо между экспортом и импортом товаров, а к настоящему времени можно заметить, что разница между данными показателями и вовсе сокращается. На 2019 год сальдо составило 3,5 млрд долл. США. Рассматривая динамику каждого показателя в отдельности, можно заметить, что товарный экспорт Японии за исследуемый период увеличился на 414,9 млрд долл. США и составил 697,2 млрд долл. США в 2019 году, а товарный импорт страны увеличился на 480,7 млрд долл. США и составил 693,7 млрд долл. США в 2019 году.

Далее следует рассмотреть аналогичную динамику, но уже объемов экспорта и импорта услуг Японии, а также их сальдо за такой же период времени.

Рисунок 2. – Объемы сальдо экспорта и импорта услуг Японии, 1990-2019гг., млрд долл. США[[[9]](#footnote-10)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Ситуация с экспортом и импортом услуг выглядит противоположным образом, а именно, импорт превышает экспорт на всем периоде исследования, кроме 2019 года. В подтверждение этому на рисунке 3 представлена динамика сальдо между данными двумя показателями, которое с 1990 года и до 2018 года показывает отрицательный результат и только в 2019 году экспорт услуг превосходит импорт услуг Японии на 1,5 млрд долл. США. В целом динамика у данных показателей схода, но можно заметить как в начале исследуемого периода импорт услуг имел значительное преимущество, в то время как к концу периода темпы роста экспорта услуг страны существенно увеличились и данные показатели уже находятся в одном диапазоне значений. Так, экспорт услуг за представленный период увеличился на 163,7 млрд долл. США и составил 205,1 млрд долл. США в 2019 году, а импорт услуг с 1990 года увеличился на 119,3 млрд долл. США и составил 203,6 млрд долл. США в 2019 году.

Далее будут рассчитаны показатели экспортной и импортной квот страны, на основе которых будет известно является Япония экспорто-ориентированной страной или все же иморто-зависимой.

Таблица 7. –Экспортная и импортная квоты Японии, 1990 и 2019гг., %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Показатели** | **1990** | **2019** |
| Экспортная квота | 10,33 | 17,72 |
| Импортная квота | 9,49 | 17,62 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.Goods and Services (BPM6): Exports and imports of goods and services, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=89795> (дата обращения: 31.03.2021)

По рассчитанным данным можно сделать вывод, что Япония является экспорто-ориентированной страной и за исследуемый период ее экономика стала более открытой для международной торговли. Так, экспортная квота за исследуемый период увеличилась на 7,39% и в 2019 году составила 17,72%, а импортная квота страны увеличилась на 8,13% и составила в 2019 году 17,62%. Следует отметить, что экспортная квота превосходит импортную всего лишь на 0,1%.

Далее будет проанализирован торговый профиль страны, а именно товарная структура торговли, структура торговли услугами, а также будут выявлены основные партнеры Японии по торговли как товарами, так и соответственно услугами.

К основным экспортным товарам Японии принято относить следующие категории: легковые автомобили, автозапчасти, оборудование для производства полупроводников, суда, тяжелая техника, интегральные микросхемы, грузовые автомобили, золото, устройства печати, сталь и другая продукция. Как упоминалось ранее японская экономика отличается бедностью сырьевых ресурсов, к чему также относится топливо и сельскохозяйственное сырьё, что говорится о полной зависимости от импорта данной категории товаров. Таким образом, импортирует страна преимущественно сырьевую нефть, природный газ, уголь, устройства телефонии, компьютеры, лекарственные смеси, железные руды, медные руды, самолеты и другую продукцию. [[[10]](#footnote-11)]

Сальдо торговли товарами практически на протяжении всего исследуемого периода положительно, за исключением периода 2011-2015 годов, в то время как ситуация с торговлей услугами складывается наоборот – сальдо отрицательно на протяжении всего периода, кроме 2019 года[[11]](#footnote-12). Также стало известно, что страна является экспорто-ориентированной и страна является открытой для внешней торговли, так как по произведенным расчетам экспортная квота превышает импортную.

Рисунок 3. – Товарная структура экспорта Японии, 1990 и 2019гг., %[[[12]](#footnote-13)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, exports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения31.03.2021)

Как видно по данным рисунка 3 основу экспорта страны составляет промышленная продукция, однако все же страна развивает торговлю товарами и уже к 2019 году удельные веса прочих товаров увеличиваются. Но, несмотря на сокращение на 8,6%, промышленная продукция все же в 2019 году занимает 86,55% в товарной структуре экспорта Японии. 2,4% в 2019 году приходится на экспорт руд и металлов, что на 1,37% больше показателя 1990 года. Увеличившись на 1,43% и 0,53%, удельные веса экспорта топлива и продовольственных продуктов в 2019 году составляют 1,99% и 1,02% соответственно. Наименьший удельный вес в товарной структуре экспорта Японии приходится на с/х продукцию – 0,63% (на 0,07% больше показателя 1990 года).

Рисунок 4. – Товарная структура импорта Японии, 1990 и 2019гг., %[[[13]](#footnote-14)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, imports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения31.03.2021)

Товарная структура импорта Японии более разнообразна. Лидирующие позиции все же сохраняет промышленная продукция, и на нее приходится более половины импорта страны, но удельный вес данной категории составляет 58,7% в 2019 году, что больше показателя 1990 года на 6,68%. Также в 2019 году большой удельный вес в товарной структуре импорта Японии занимают топлива – 21,6%, что на 5,56% больше показателя 1990 года. А вот удельные веса остальных категорий сократились за исследуемый период: руды и металлы на 0,16%, продовольственные продукты на 6,25% и с/х продукция на 4,56% и в структуре товарного импорта Японии в 2019 году данные категории занимают 6,38%, 9,82% и 1,64% соответственно.

Далее рассмотрим основных торговых партнеров Японии по торговле товарами.

Рисунок 5. – Географическая структура товарного экспорта Японии, 1990 и 2019гг., %[[[14]](#footnote-15)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, exports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения31.03.2021)

По данным рисунка видно, что за исследуемый период Япония увеличила экспорт в Китай и в 2019 году данная страна занимает 21,66% в географической структуре товарного экспорта страны, что на 12,27% больше показателя 1990 года. За счет развития отношений с Китаем удельный вес США сократился на 9,92% и страна занимает 11,28% в 2019 году. Также на 1,33% сократился удельный вес Республики Корея и она занимает 4,29% в данной структуре в 2019 году. Японский товарный экспорт увеличился в такие страны как Австралия и ОАЭ и на данные страны в 2019 году приходится 5,96% и 5,01% товарного экспорта Японии соответственно.

Стоит отметить, что кризис 2008 года не мог не коснуться Японию, и экспорт промышленной продукции, а именно машиностроения является основой экспорта страны, так как произошел кризис ситуация на международном торговом рынке стала сложной и Япония довольно сильно от этого пострадала.

Рисунок 6. – Географическая структура товарного импорта Японии, 1990 и 2019гг., %[[[15]](#footnote-16)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, imports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения31.03.2021)

Аналогично с экспортом товаров, Япония развила отношения с Китаем и по товарному импорту. Так, удельный вес данной страны в 2019 году составил 22,65%, что на 16,58% больше показателя 1990 года. Удельные веса остальных стран сократились за исследуемый период, а именно на 2019 год США занимает 18,12% (на 8,48% меньше), Республика Корея – 5,86% (на 0,96% меньше), Тайвань – 5,79% (на 0,54% меньше) и на Гонконг приходится 4,16% товарного импорта Японии (на 1,85% меньше показателя 1990 года).

Далее будет проанализирована торговля услугами Японии за 1990 год и за 2019 год для определения динамики изменения структуры торговли услугами.

Рисунок 7. – Структура экспорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., %[[[16]](#footnote-17)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения31.03.2021)

По рисунку 7 можно заметить, что за исследуемый период спектр экспортируемых услуг расширился. Так, в 1990 основу экспорта Японии составляли туристические услуги, удельный вес которых увеличился на 13,38% и составляет 22,05% в 2019 году и транспортные услуги, удельный вес которых сократился с 1990 года на 30,1% и данная категория занимает 12,79% в структуре экспорта услуг Японии в 2019 году. Также в структуру добавились такие категории как строительство – 5,17%, страховые и пенсионные услуги – 1,21%, финансовые услуги – 6,72% и телекоммуникационные, информационные и компьютерные услуги – 3,28%.

Рисунок 8. – Структура импорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., %[[[17]](#footnote-18)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения31.03.2021)

Аналогично структуре экспорта услуг, в 1990 году основными категориями импортируемых услуг Японии являлись транспортные услуги, удельный вес которых за исследуемый период сократился на 14,87% и составляет 16,75% в 2019 году и туристические услуги, которые в 2019 году занимают 10,36%, что на 19,22% меньше показателя 1990 года. К числу импортируемых услуг Японии в 2019 году также можно отнести строительные услуги – 3,66%, страховые и пенсионные услуги – 4,09, финансовые услуги – 3,95% и телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги – 9,76%.

Рисунок 9. – Географическая структура экспорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., % [[[18]](#footnote-19)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения31.03.2021)

Наибольший экспорт услуг Японии идет в США и данная страна занимает 24,41% в структуре экспорта услуг Японии в 2019 году, что меньше показателя 1990 года на 13,39%. Также сократились удельные веса Великобритании – на 3,49% и Германии – на 0,7%, удельные веса данных стран в 2019 году составили 4,96% и 3,04% соответственно. Также среди партнеров Японии по экспорту услуг в 2019 году выделяют Ирландию – 3,31% и Францию – 2,51%.

В итоге, стоит отметить, что как и в 1990 году, так и в 2019 году экспорт услуг был осуществлен в США, далее Великобритания и Германия. Также стоит отметить, что Япония зависима от экспорта и если на международном торговом рынке происходит кризис, то данная страна страдает больше многих,

Рисунок 10. – Географическая структура импорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., % [[[19]](#footnote-20)]

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения31.03.2021)

Удельный вес США в географической структуре импорта услуг Японии за исследуемый период увеличился на 1,61% и составил 17,6% в 2019 году. У всех оставшихся основных партнеров удельные веса сократились, а именно у Великобритании – на 1,66%, у Германии – на 0,17% и у Нидерландов – на 0,38%, данные страны в географической структуре импорта услуг Японии в 2019 году занимают 4,08%, 2,44% и 1,11% соответственно. Также на настоящее время в данной структуре присутствует Франция с удельным весом 1,24%.

Таким образом, проанализировав основные макроэкономические и торговые показатели страны, можно еще раз подтвердить, что Япония является страной с мощной и развитой экономикой. На развитие экономики страны приходилось немало трудностей, но правительство успешно с ними справлялось и поднимало экономику и на данный момент, она так же как и в 1990 году занимает высокие мировые позиции по основным показателям.

# **Глава 2. Влияние электронной коммерции на внешнюю торговлю Японии**

Процесс перехода к постиндустриальному обществу привел к бурному развитию информационных технологий и, в частности, Интернета, что стало условием возникновения нового сектора экономики – электронной коммерции. Актуальность данной главы заключается в том, что в настоящее время электронная коммерция развивается все больше и больше, ускоряя развитие как и внешней, так и внутренней торговли страны. Объем рынка электронной коммерции во всех странах мира ежегодно растет достаточного высокими темпами. Более того, одним их важнейших преимуществ онлайн-торговли для стран является тот факт, что она позволяет продвигать свои товары не только на их территории, но и за пределами страны.

Япония является страной с развитыми технологиями и в целом с перспективным рынком электронной коммерции, что в значительно степени приносит весомый вклад в экономику Японии.

На территории Японии функционируют магазины под названием «Конбини», которые в значительной степени получают выгоды от использования Интернета и являются неотъемлемой частью для японского населения. Среди японского населения существует характерная особенность, которая заключается в наличии маленьких квартир у большинства, что приводит к нехватке места для бытовой техники, которая хранит продукты питания. Таким образом, японцы часто делают заказы в онлайн режиме. Магазинчики «конбини» также очень малы, в среднем их площадь составляет 100 м2, и в основном они находятся вне поля зрения местных налоговых инстанций. Что говорит о быстрой реакции подобных компаний на быструю реакцию на изменения потребительского спроса, чем более крупные торговцы. С развитием электронных сетей, местные магазинчики расширяют предлагаемый ими ассортимент продуктов, не нуждаясь при этом в дополнительных площадях, так как продукты быстро распространяются через онлайн-продажи.[[20]](#footnote-21)

На территории Японии функционирует сеть Seven-Eleven Japan, которое представляет собой крупнейшее объединение магазинов в Японии, предоставляющее предлагает покупателям и потенциальным потребителям приобретать книги на web-сайте eShopping Books. Заказав книгу, по истечению нескольких дней клиент может оплатить и забрать свой заказ в местном магазине сети. Компания eShopping Books использует торговую сеть Seven-Eleven и выплачивает комиссионные только за книги, которые были реализованы, то есть расходы на хранение и продажу книг не учитываются в данных отношениях организаций. Подобная система привлекательная для потребителей из-за более низкой стоимости книг даже в сравнении со знаменитой американской компаний Amazon.com., которая также реализует свою продукцию в онлайн-режиме.

На территории страны также функционирует программа «Электронная Япония», основной целью которой является создание в течение ближайших нескольких пяти лет высокоскоростной Интернет-сети, которая будет доступна для всех граждан страны и будет работать на всей территории.

Подобная сеть обеспечит широкое внедрение электронной торговли и её активное развитие высокими темпами, нацеливаясь на увеличение объема сетевой торговли до уровня 70 трлн. Иен, что составляет порядка 570 млрд. долларов США.

Более того, реализация и распространение проекта «Электронная Япония» будет также способствовать значительному снижению тарифов на все виды связи, которые в настоящий момент времени достаточно дорогие и значительно выше даже чем на территории США и Европы, что связывают с монопольным доминированием (около 90%) на рынке услуг связи корпорации NTT, 46,7% акций которой принадлежит самому государству.

Как отмечалось, малый и средний бизнес играет важную роль на рынке Японии, по этой причине в данной сфере важной тенденцией развития предпринимательской деятельности является активное внедрение систем электронной торговли, которая обеспечивает новые возможности для реализации товаров и услуг как на внешнем и внутреннем рынке. Более того, электронные технологии также активно используются для управления потоками финансов с использованием специальных ресурсов.

По анализу министерства экономики, торговли и промышленности (МЭТП) Японии в начале 2000 года посредством электронной коммерции было реализовано товаров на сумму 259 млрд. иен. Причем наиболее высокие темпы роста отмечались в сфере сетевой оптовой торговли по схеме «В2В» (Business-to-Business), которая представляет собой реализацию товаров между компаниями, и объем рынка достиг отметки в 200 млрд. иен.

При этом, 59 млрд. иен составил объем электронного рынка по схеме В2С (Business-to-Consumer), который представляет собой реализацию товара от компании к потребителю, представляя собой обычную потребительскую торговлю. Однако специалистами отмечается, что уже более 65,4 % индивидуальных пользователей оплачивают товар, воспользовавшись услугой виртуальных площадок компьютерных сетей, так, из них 90 % от объема продаж пришлось именно на товары потребительского использования (автомобили, электроника и вычислительная техника) и информационных услуг.

Экспертами отмечается, что японский рынок электронной коммерции отличается значительным потенциалом, что позволит ему в ближайшее десятилетие занять позицию наиболее динамично развивающихся секторов экономики. Наиболее перспективным сегментом, по мнению экспертов, является узко специализированные системы торговли по схеме В2В, которые направлены именно на высокотехнологичные, но и на некоторые традиционные отрасли промышленности, а именно информационно-коммуникационную, химическую, энергетическую и газовую, а также на продукцию аграрного сектора. Положительными факторами развития, которые объективно способствуют расширению электронного бизнеса и предпринимательства является наличие большого количества мелких и средних компаний в данной отрасли, а также высокий уровень развития региональной инфраструктуры в области компьютерной связи, также Япония отличается весьма высокоэффективными службами доставки интернет-заказов.[[21]](#footnote-22)

Для функционирования с малыми и средними предприятиями, которые реализуют продукцию посредством онлайн-сервисов был создан Совет поддержки электронной коммерции. Для дальнейшего распространения электронной коммерции в японском обществе ежегодно выделяется весомый бюджет в размере 100 млрд долл. США. Японское правительство создает Web-страницы для ведения подобного бизнеса, переводит в UN/EKIFACT бывшие стандарты, которые функционировали на территории страны и приложения CALS.

Таким образом, можно сделать вывод о важности электронной коммерции на территории Японии, которое способствует развитию торговли как на территории самой страны, так и на зарубежном рынке.

# **2.1 Рынок электронной коммерции в Японии на современном этапе.**

Япония является третьим по величине рынком электронной коммерции в мире после Китая и США. Однако иностранные онлайн-продавцы часто упускают из виду это из-за необычно низкого уровня трансграничных покупок и несколько замкнутого подхода к онлайн-покупкам.

Только 10 процентов японских потребителей покупают товары на иностранных сайтах. Тем не менее, с населением 126.5 миллиона человек, 93-процентным уровнем проникновения интернета и 75 процентами тех, кто совершает покупки онлайн, Япония является привлекательным рынком для международных онлайн-продавцов.

Исследовательская фирма Statista прогнозирует, что продажи электронной коммерции в Японии в 2020 году составят примерно 100 миллиардов долларов, что является заниженной оценкой из-за глобальных экономических изменений. Непопулярное повышение налога с продаж в 2019 году также снижает потребительские расходы.[[22]](#footnote-23)

После сокращения в последнем квартале 2019 года японская экономика продолжала сокращаться в первом квартале 2020 года. Японские потребители, когда-то считавшиеся чрезвычайно лояльными к бренду, теперь стали более экономными и демонстрируют растущую готовность попробовать новые бренды в своих странах.

В Японии особая, уникальная культура электронной коммерции. Международные торговцы сталкиваются с задачей доставки сайтов, описаний продуктов и изображений, которые отвечали бы вкусам и ожиданиям японцев, которые могут отличаться от типичного западного пользовательского опыта в Интернете.

Карты - это метод номер один для онлайн-платежей. По мере роста этого сегмента торговцы должны предлагать надежные услуги карточных платежей и изучать местные варианты электронного кошелька.

Продавцы могли добиться успеха, сделав упор на соотношение цены и качества своей продукции. Своевременная доставка также важна, поскольку потребители выбирают рынки, с которых, по их мнению, легко доставлять товары.

Рынок электронной коммерции Японии отличается контрастами. В настоящее время онлайн-продажи составляют лишь 13 процентов от общего объема розничных продаж. Тем не менее, это технически подкованная страна, с ВВП на душу населения на уровне крупнейших экономик электронной коммерции, таких как Великобритания и Франция. Несмотря на свою небольшую долю на общем розничном рынке, благодаря высокой численности населения, рынок электронной коммерции Японии для бизнеса составляет 177,5 млрд. долларов США (18 778,5 млрд. японских йен), что значительно превосходит европейских предшественников, таких как Франция и Германия, и занимает первое место в рейтинге четыре крупнейших рынка электронной коммерции в мире по стоимости.

Рынок электронной коммерции в Японии развивается за счет увеличения популярности смартфонов среди возрастных групп. Семь из 10 граждан делали покупки в Интернете, что является хорошим предзнаменованием для будущего, поскольку электронная коммерция становится неотъемлемой частью повседневной жизни. Цифровая инфраструктура страны готова поддерживать рост: уровень проникновения Интернета составляет 91 процент.

В Японии в среднем 16 национальных праздников в год, и некоторые из них переименовываются в фестивали онлайн-покупок. Физические розничные мероприятия также переходят в онлайн. Фукубукоро, или «мешок удачи», - это старинный новогодний обычай, когда розничные продавцы продают потребителям запечатанные пакеты со скидкой. Мероприятие теперь проходит онлайн, и в нем участвует весь спектр глобальных онлайн-продавцов от люксовых брендов до Apple и IKEA. Белый день наступает через месяц после Дня святого Валентина и является главным поводом для подарков.

Доля мелкого розничного рынка электронной коммерции по-прежнему занимает четвертое место в мире по величине рынка онлайн-покупок.

Рисунок 11 – Объем рынка электронной коммерции в Японии 2019-2023 (прогноз) гг. млрд.долл.США

Источник: составлено автором на основе данных JPMorgan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/japan> (дата обращения: 13.05.2021) [[[23]](#footnote-24)]

Темпы роста электронной коммерции между предприятиями и потребителями за последние три года колебались между однозначными и двузначными числами. На старение населения - 40 процентов населения - 55 лет и старше - наблюдается более медленный рост электронной коммерции, чем в других странах с развитой экономикой. В перспективе ожидается, что к 2023 году среднегодовой темп роста (CAGR) составит 6,3 процента.

В первой половине 2020 года Япония ввела более мягкие и более короткие меры по ограничению распространения COVID-19, чем многие другие страны. Обычная розничная торговля сообщила о снижении продаж за тот же период, в то время как онлайн-рынки, включая внутренний рынок Rakuten, сообщили о росте. Особенно хорошо зарекомендовали себя предметы первой необходимости.

Культура поощрения дважды в год в Японии для наемных работников приводит к резкому росту продаж в электронной коммерции. Летний бонус, в частности, связан с увеличением количества покупок предметов роскоши, путешествий и отдыха. В секторе предметов роскоши, который до сих пор сосредоточен на физической розничной торговле, ощущается нехватка возможностей электронной коммерции. Ни одна платформа или торговец не выступили в качестве предшественников в этой сфере. На нижнем ценовом сегменте рынка японская электронная коммерция «бизнес-потребитель» сталкивается со значительной конкуренцией со стороны потребительской торговли. Меркари, Yahoo! Auction и Rakuma - огромные аукционные сайты, обслуживающие продажи от потребителя к потребителю.

Мобильная коммерция занимает всего четверть (25%) всего рынка электронной коммерции.[[24]](#footnote-25) Это намного меньшая доля, чем у другого азиатско-тихоокеанского рынка Китая, где мобильная коммерция используется для 60 процентов транзакций. Ожидается, что по сравнению с этим низким исходным уровнем рыночная доля этого метода будет увеличиваться со средним годовым темпом роста 13,7 процента к 2023 году, что более чем вдвое превысит общие темпы электронной торговли.

Средние расходы на онлайн-транзакцию пожилых потребителей, как правило, намного выше, чем у более молодых клиентов, и, поскольку старшие поколения все чаще обращаются к смартфонам, они могут стать ключевыми факторами роста доходов.

Настольные компьютеры остаются предпочтительным способом доступа к электронной коммерции. Международные торговцы должны учитывать, что японские сайты электронной коммерции могут значительно отличаться по внешнему виду от типичных западных сайтов, предпочитая страницы с большим количеством текста и товаров с небольшим пустым пространством.

Рисунок 12 – Показатель B2C в Японии (%) на 2019 г. [[[25]](#footnote-26)]

Источник: составлено автором на основе данных JPMorgan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/japan> (дата обращения: 13.05.2021)

Браузеры предпочтительнее приложений, когда дело доходит до закрытия транзакций мобильной торговли, которые используются для 67 процентов завершенных продаж. Плотный стиль текста и изображения, характерный для веб-страниц японской электронной коммерции, может представлять проблему при переформатировании для приложений.

Во время пандемии COVID-19 в 2020 году японские потребители были поощрены брендами покупать больше товаров через смартфоны. Основные бренды, такие как Nike, сосредоточили свое внимание на своих мобильных приложениях в Китае на пике пандемии в этой стране. который затем был развернут в Японии и Южной Корее.

Продавцы должны убедить потребителей в безопасности своих предложений для мобильной коммерции. Только 28 процентов японских потребителей рассмотрят возможность повторного использования мобильного приложения или браузера, если в прошлом у них была проблема с безопасностью.

Рисунок 13 – Разделение платежей в Японии, 2019 год, %

Источник: составлено автором на основе данных JPMorgan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/japan> (дата обращения: 13.05.2021) [[[26]](#footnote-27)]

Карточка - это наиболее распространенный способ онлайн-платежей в Японии, занимающий 69% рынка платежей. Кредитные карты предпочтительнее дебетовых: 2,25 кредитных карт с поддержкой электронной коммерции на душу населения по сравнению с дебетовыми картами 0,08. Отечественный бренд JCB - ведущий эмитент карт.

Наличные по-прежнему преобладают в розничной торговле, а это означает, что наложенный платеж остается характерной чертой японского рынка электронной коммерции. Многие курьеры принимают оплату прямо на пороге покупателя. Культура конбини, когда покупатель платит за онлайн-товары через банкоматы круглосуточного магазина, также сохраняется. Более 55 000 японских конбини популярны как среди подростков, не имеющих банковских счетов и доступа к кредитам, так и среди старшего поколения, которые ищут безопасность и простоту наличных денег.

Рисунок 14 – Прогнозное разделение платежей на 2023 г. в Японии, %[[[27]](#footnote-28)]

Источник: составлено автором на основе данных JPMorgan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/japan> (дата обращения: 13.05.2021)

Однако ожидается, что к 2023 году денежные методы сократятся, отчасти из-за проблем с гигиеной после COVID-19.

Цифровые кошельки станут самым быстрорастущим способом оплаты до 2023 года, чему будет способствовать рост проникновения смартфонов и запуск кошельков крупными японскими гигантами электронной коммерции, такими как Rakuten Pay. Им еще предстоит пройти долгий путь, чтобы свергнуть доминирование карт, и в 2023 году этот метод должен занять всего 9 процентов.

Таким образом, объем трансграничных покупок в Японии невелик и составляет всего 10 процентов от общего рынка электронной коммерции. Для сравнения, в Азиатско-Тихоокеанском регионе этот показатель составляет 50 процентов.

# **2.2 Сегменты рынка электронной коммерции в Японии**

На японском рынке электронной коммерции есть три основных игрока: Amazon, Rakuten и Yahoo! Покупки (Лохако). Между тем, продолжающийся рост мобильной коммерции, транзакций, совершаемых через приложения для мобильных устройств, дает больше возможностей и расширяет среду C2C. В сочетании с развитой инфраструктурой распространения и небольшими размерами страны для удобной и оперативной доставки это гарантирует, что темпы роста электронной коммерции в Японии будут только продолжаться.

Ожидается, что с 2018 по 2022 год ежегодный рост выручки составит 6,2%, а Япония останется одним из 5 крупнейших рынков электронной коммерции в мире.[[28]](#footnote-29)

Среди мировых рынков электронной коммерции Япония занимает третье место по величине и одно из самых быстрорастущих. Исследование размера рынка электронной коммерции B2C в Японии с 2010 по 2019 год показывает, что общая стоимость рынка электронной коммерции B2C в стране составила около 19,4 трлн японских иен в 2019 году. рост по сравнению с 18 триллионами иен в предыдущем году.

В течение последнего десятилетия размер рынка неуклонно рос, поскольку он стимулируется интересом к бесперебойным услугам обработки и эффективным каналам сбыта. Стоит отметить специфичность рынка электронной торговли в Японии. Многие компании отличаются от европейских своей корпоративной культурой, философией, возможно, именно по этому Япония занимает стабильно крепкие позиции в электронной коммерции на международной арене. Рассматривая сегодняшнюю ситуацию в мире стоить отметить, что именно рынок электронной торговли будет расти, а так как в Японии он был итак развит, то рост будет происходить колоссальными темпами.

Рисунок 15 - Размер рынка электронной коммерции B2C в Японии с 2010 по 2019 год, млрд.долл.США[[[29]](#footnote-30)]

Источник: составлено автором на основе данных JPMorgan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.meti.go.jp/english/index.html> (дата обращения: 13.05.2021)

Дальнейшее исследование, проведенное Министерством экономики, торговли и промышленности (METI) с целью определения разбивки общих расходов, разделило расходы на электронную торговлю на три категории: продажа розничных товаров, услуги и цифровая торговля.[[30]](#footnote-31)

Было установлено, что продажи розничных товаров составляют 51,7% от общих расходов на электронную торговлю в 2019 году, с темпами роста на 8,12% по сравнению с предыдущим годом. С другой стороны, на услуги приходится 37% общих расходов на электронную торговлю с темпом роста 11,59%. Наконец, цифровые продажи составляют 11,3% от общих расходов на электронную торговлю с темпом роста 4,64%.

Самым популярным направлением было электронное издание (электронные книги и электронные журналы), за которым следовали платное распространение музыки и онлайн-игры. Считается, что растущая популярность смартфонов во многом способствовала развитию этих тенденций.

В Японии существует четыре различных категории платформ электронной коммерции, на которых предприятия могут продавать свои продукты в Интернете: торговые площадки электронной коммерции, специализированные торговые площадки для одежды, бесплатные рыночные приложения и платформы ручной работы.

В эту категорию попадают самые популярные платформы электронной коммерции, такие как Amazon Japan, Rakuten и Lohaco (Yahoo! Shopping Japan), на которые приходится почти 50% продаж электронной коммерции в Японии. Исторически Rakuten была явным лидером, но в последние годы Amazon Japan увеличила свое присутствие на рынке, инвестировав в собственную сеть распределительных центров.

В Японии есть несколько уникальных платформ, посвященных продаже одежды, а иногда и ювелирных изделий. В индустрии одежды доля продаж через электронную коммерцию в 2019 году составила 14%, и эта цифра неуклонно растет. Среди ведущих онлайн-магазинов одежды - Zozotown и Uniqlo. Zozotown занимает первое место по количеству интернет-магазинов, реализуемых одежду в Японии с рыночной капитализацией в 9,1 миллиарда долларов.[[31]](#footnote-32)

В 2018 году в отчетах METI подчеркивался быстрый рост чистых аукционных сайтов, на которых стоимость бесплатных рыночных приложений составила 5,8 миллиарда долларов США, что на 32,2% больше, чем в 2017 году. Этот резкий рост, вероятно, продолжится, что сделает бесплатные рыночные приложения одними из самых прибыльных в Японии. рынки. Одна из ведущих платформ электронной коммерции на свободном рынке - Mercari, которую называют единорогом-стартапом в Японии, прогнозируемая общая рыночная капитализация которой в 2018 году составила 3,3 млрд. долл. США.[[32]](#footnote-33)

Creema - одна из ведущих платформ электронной коммерции для товаров ручной работы. С момента своего основания в 2010 году в Creema сейчас работает более 60 000 зарегистрированных создателей, в которых перечислено более 2,4 миллиона предметов ручной работы. Интернет-рынок ручной работы в Японии достиг невероятного развития, что свидетельствует об интересе потребителей к доступным, но уникальным и высококачественным продуктам.

Таким образом, Япония- это технически подкованная страна, с ВВП на душу населения на уровне крупнейших экономик электронной коммерции, таких как Великобритания и Франция. Несмотря на свою небольшую долю на общем розничном рынке, благодаря высокой численности населения, рынок электронной коммерции Японии для бизнеса составляет 176,59 млрд. долларов США (19359,58 млрд. японских йен), что значительно превосходит европейских предшественников, таких как Франция и Германия, и занимает первое место в рейтинге четыре крупнейших рынка электронной коммерции в мире по стоимости.

# **2.3 Проблемы и тенденции развития рынка электронной коммерции в Японии**

Концепция «термоусадочной инфляции», при которой размер или количество товаров на единицу становится меньше по мере того, как производители сталкиваются с растущими затратами, является постоянной проблемой в Японии. Примером этого является уменьшение размеров кондитерских изделий при неизменной цене. В ближайшие годы японские потребители могут все больше смотреть за пределы своего внутреннего рынка в поисках лучшего соотношения цены и качества.

В Японии нет единого закона, регулирующего расчеты по платежам. Правительство планирует повысить прозрачность, обязав крупных гигантов электронной коммерции, таких как Amazon и Rakuten, раскрывать информацию о том, как они определяют рейтинг в поисковой сети.

Япония - одноязычная страна, которая представляет собой вызов и возможность для международных торговцев. Те, кому удастся преодолеть препятствие при создании сайта на японском языке, получат доступ почти ко всем онлайн-потребителям Японии.

Культура покупок и платежей в Японии уникальна и заметно отличается от западных рынков. Международные торговцы могут рассмотреть возможность запуска через местную платформу, чтобы воспользоваться своим местным опытом и инфраструктурой доставки.

Правительство Японии намерено установить ограничение на комиссию за обработку кредитных карт в размере 3,25%, чтобы побудить торговцев принимать безналичные платежи.

Далее стоит рассмотреть проблемы рынка электронной коммерции Японии. Поскольку правительство Японии объявило чрезвычайное положение из-за пандемии COVID-19 в 2020, ожидается, что рынок электронной коммерции в Японии останется нарушенным в первой половине 2021 года. В стране разрешена только поставка предметов первой необходимости. Японцы тратят в основном на продукты и средства личной гигиены; в Японии выросла даже средняя цена жидкого мыла, поскольку граждане делают покупки оптом. COVID-19 оказывает катастрофическое влияние на многие второстепенные товары в Японии. Люди избегают покупать предметы первой необходимости, такие как одежда, обувь, сумки и аксессуары, но мы ожидаем, что ситуация улучшится во второй половине 2020 года. Наши исследования показывают, что с 2021 года ситуация значительно улучшится, и рост снова наступит. близок к двузначному CAGR.

Подводя итоги, стоит отметить, что такие компании, как Amazon Japan, Yahoo Japan и Rakuten, являются ведущими платформами электронной коммерции в Японии; эти компании получают более 50% годового дохода страны. Amazon предлагает доставку в тот же день примерно 80% населения Японии, охватывая почти 100 миллионов потребителей, что способствует развитию рынка электронной коммерции в Японии. Такие сегменты, как мода, электроника и медиа, являются наиболее значительными покупками японских клиентов. Бронирование путешествий и отелей также осуществляется через Интернет. Кроме того, все большую популярность приобретают автострахование, покупка продуктов, онлайн-билеты и продажа развлечений.

Подводя итоги, стоит отметить, что по проведенному исследованию Япония является крупным игроком рынка электронной коммерции, а также данная сфера торговли имеет значительное влияние на внешнюю торговлю. Если же говорить о тенденциях развития данного сектора торговли, то стоит выделить, что благодаря пандемии COVID-19 рынок электронной коммерции набрал колоссальные темпы роста не только в Японии, но и по всему миру. [[33]](#footnote-34)

Таким образом, можно сказать, что данный сектор торговли в Японии довольно силен, крупные корпорации работают по всему миру и имеют большой успех. В следствие, данный сектор торговли, оказывает значимое влияние на внешнюю торговлю страны, особенно в реалиях 21 века, где прогресс постоянно динамически развивается, а также значимый толчок данному сектору дала пандемия COVID– 19. В данный период Японцы показали свою дисциплинированность, а также уровень электронной коммерции в стране, в связи с этим крупные национальные корпорации Японии лишь укрепили свои позиции на мировом рынке электронной коммерции, что опять же не может не влиять на внешнюю торговлю.

# **Глава 3. Проблемы и тенденции развития внешней торговли Японии**

# **3.1Проблемы внешней торговли Японии**

За последние несколько лет экономический рост Японии замедлился, многие макроэкономические показатели не достигли докризисного уровня.

Объем ВВП Японии за 10 лет вырос всего лишь на 300 млрд долл. США, при этом темпы его прироста не изменились и сохранились на уровне 1,7%. Объемы товарного экспорта даже уменьшились, импорта − увеличились, но незначительно.

Основные товарные группы экспорта Японии − это машины и транспортное оборудование, промышленные товары, химические продукты. Основные товарные группы импорта Японии − это машины и транспортное оборудование, минеральное топливо и смазочные материалы и прочие промышленные изделия. Основными торговыми партнерами Японии, импортирующими ее товары, в 2019 г. являлись США, Китай, Корея, Тайвань (Китай) и Гон Конг (Китай). Основными торговыми партнерами Японии, поставляющими стране товары, в 2019 г. являлись США, Китай, Таиланд, Австралия и Канада.

Доля ВВП Японии в МВП в 2019 г. составила 6,0%. Япония находится на четвертом месте по размерам гос. долга после ЕС. Отношение гос. долга Японии к ВВП в 2019 г. составило 237%.[[34]](#footnote-35) Правительство Японии и Банк Японии совместно намерены решать проблему гос. долга. Предполагается, что к 2026 г. Банк Японии полностью выкупит гос. долг (физическим и юридическим лицам) у Правительства, выкупая каждый год 700-800 млрд. долл. США. Получается ЦБ Японии будет выплачивать Правительству в виде прибыли ту же сумму, которую Правительство Японии должно платить ЦБ Японии в виде процентов по облигациям. Ежегодно будет осуществляться и эмиссия вышеуказанной суммы, но так как инфляция Японии ничтожна и составляет около 0,02%, то это никак не скажется на экономике, в противном случае есть множество способов избавления от избыточной денежной массы. Индекс концентрации экспорта Японии в 2019 г. равен 0,142, что говорит о том, что экспорт страны однородно распределен между группами товаров.

Повышение производительности, также является проблемой, которую нужно решить для устойчивого сбалансированного экономического развития Японии. В данной стране оно достигается за счет технологической новизны, улучшения управления производственными процессами, перераспределения существующих ресурсов для производства продуктов с более высокой добавленной стоимостью. Последний процесс, в свою очередь, зависит от законодательства, государственной поддержки, экономической и политической ситуации в государстве. Государственная конкурентоспособность укрепляется повышением эффективности работы производств и использования ресурсов на рынке, а также минимизации затрат, связанных с рисками и процессом их перераспределения.

Отличительными чертами современной экономики страны являются: повсеместное развитие научно-исследовательской базы (особенно в области электроники), инициативность национальных предпринимателей, сложившаяся система принятия решений, а также система наемного труда с ее особенностями отношений между руководителями и подчиненными.

Также, Япония обладает скудной сырьевой базой из-за географического расположения, однако своим примером она доказала, что для успешного развития экономики страна не обязательно должна владеть богатой сырьевой базой. Этот вопрос является противоречивым, так как отсутствие природных ресурсов является проблемой. Однако, благодаря эффективному использованию иностранной экономической помощи, массовому обновлению основного капитала, расширению внутреннего рынка, широкому использованию иностранных научно-технических достижений и другим факторам Япония является высокоразвитой страной и является одним из важнейших экономических центров, сочетая в себе традиционные и современные элементы.

Также стоит обратить внимание на еще одну проблему, влияющую на внешнюю торговлю Японии, это малые и средние предприятия. Одна из причин, по которой МСП сегодня считаются слабым звеном в экономике Японии, заключается в том, что после двух десятилетий экономического спада их число намного ниже своего пика. Тем не менее, работники малого и среднего бизнеса по-прежнему составляют 66,0% всех работников, и это та численность занятых, которая стабилизирует экономику и, самое главное, напрямую влияет на выборы, — еще одним ключевым источником влияния для малых и средних предприятий.[[35]](#footnote-36)

Несмотря на 20 лет практически полного застоя, проявилась одна из особенностей стабильности японской экономики, которая заключается в низком уровне безработицы. В отличие от других развитых стран, таких как США, Франция и Испания, которые испытали политические потрясения в ответ на резкий рост уровня безработицы, уровень безработицы в Японии остается управляемым. Тем не менее, показатели прибыльности фирм и другие показатели экономического здоровья позволяют предположить, что в Японии гораздо более высокий уровень безработицы. Одной из причин относительно низкого уровня безработицы в Японии является спрос на рабочие места, создаваемый МСП. За последние два десятилетия более медленного экономического роста занятость на МСП в Японии оставалась необычайно высокой, по сравнению с другими развитыми странами, составив 66,0% несельскохозяйственной рабочей силы в 2010 году. В производственном секторе и услугах, в каждом из которых занято примерно четверть работников Японии, доля рабочей силы, работающей на МСП, значительно выше, чем в крупных западных индустриальных странах.

Этот большой коэффициент занятости в МСП подчеркивает критическую роль, которую МСП играют в смягчении негибкой системы на рынке труда с небольшим количеством возможностей для перемещения (увольнения/трудоустройства) или временных корректировок как для работников, так и для работодателей. Многие МСП служат «источником трудовых ресурсов», из которого работодатели, большие и малые, могут нанимать столько работников, сколько им нужно.

Роль МСП как губки для излишков рабочей силы также позволила Японии поддерживать относительно низкий уровень безработицы после кризиса. Тем не менее, наряду с замедлением в экономике, механизм перестройки труда превратился из избыточной занятости в защищенных секторах в рост нерегулярной занятости, перенося затраты на поддержание более низкой безработицы с работодателей на работников. Непостоянная занятость включает в себя занятых неполный рабочий день и временных работников, но также работников, которые заняты в «сером» секторе экономики. За последние два десятилетия уровень непостоянной занятости быстро возрос с 20,2% от общей занятости в 1990 году до 35,7% в 2011 году. Среди фирм с менее чем 30 работниками более 37% работников являются непостоянными работниками.[[36]](#footnote-37)

МСП всегда в большей степени полагались на нештатных работников по сравнению с крупными фирмами, но всплеск непостоянного найма произошел в годы после пузыря. Под этим давлением малые и средние предприятия стали все чаще нанимать непостоянных работников. После того, как пузырь лопнул, крупные фирмы сократили набор постоянных работников, что позволило некоторым МСП увеличить свою штатную численность. Однако к 1997 году, когда начался финансовый кризис в Азии, наём и постоянных, и непостоянных работников прекратился, и компании всех размеров быстро сокращали свою рабочую численность. К 2009 году даже в крупных фирмах более 30% рабочей силы составляли непостоянные работники.

Итак, если говорить в целом о проблемах, то основными являются: низкие темпы роста ВВП, основная структура экспорта – машины и машинное оборудование, скудная сырьевая база, проблема МСП, большее количество предприятий малого и среднего бизнеса приходятся на семейные предприятия и возникает проблема в том, что наследники уезжают из страны.

# **3.2 SWOT-анализ конкурентоспособности Японии в системе современных международных торговых отношений**

Для оценки конкурентоспособности Японии на мировом рынке необходимо выделить сильные и слабые стороны страны в сфере торговых отношений, а также указать перспективы и угрозы развития торговли Японии на современном этапе. Это даст возможность составить более полную картину о значимости Японии в системе современных международных торговых отношениях. Осуществив SWOT- анализ мы сможем определить современный статус конкурентоспособности страны, а также спрогнозировать будущий. Так как, Япония является крупным игроком на международной торговой арене, то данный анализ позволит не только определить конкурентоспособность страны, но и перспективу развития Японии.

Таблица 25. - SWOT-анализ конкурентоспособности Японии в системе современных международных торговых отношений

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| 1. Высокий уровень развития технологий и науки;  2. Страна является третьей по производству автомобильной промышленности в мире (компании мирового класса: Toyota, Honda, Yamaha и др.);  3. Высококвалифицированная рабочая сила;  4. Система образования мирового уровня | 1. Перенаселение в крупных городах - Токио и Осака;  2. Частые стихийные бедствия: землетрясения, цунами, тайфуны, наводнения и оползни и др.;  3. Высокий уровень государственного долга - в 2019 г. он составил 237% от ВВП страны. |

*Продолжение Таблицы 25*

|  |  |
| --- | --- |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| 1. Снижение зависимости от внутреннего спроса и выход на внешние рынки;  2. Привлечение иностранных инвесторов;  3. Углубление сотрудничества с Россией | 1. Ужесточение торговых ограничений Японии - строгие правила и нормы в отношении возможностей международной торговли в стране;  2. Повышение налоговых ставок, которые ведут либо к падению прибыльности, либо к удорожанию товаров;  3. Тенденция повышения стоимости рабочей силы - главная угроза текстильной промышленности страны; |

Источник: составлено автором

Государственное управление ведёт Японию к развитой экономике. Высокий уровень развития различных видов индустрий, которые пользуются спросом на международном рынке, является неотъемлемым плюсом торговой стратегии данной страны.

Низкий уровень рождаемости, негативно сказывающийся на экономику, а именно на рынок труда и жилья, потребительские расходы и инвестиции в бизнес, также стоит отметить: старение населения - страна характеризуется самым старым населением во всем мире (средний возраст населения - 46,1 года);

Падение текстильной промышленности негативно влияет на международную торговлю Японии: почти вся одежда импортируется, на экспорт идёт лишь маленькая часть производства текстиля, сокращается отгрузка японской текстильной промышленности.

Способствование сотрудничеству между предпринимателями разных стран будет укреплять позиции страны на международной торговой арене для взаимного использования их преимуществ в жесткой международной конкуренции, где растут предприятия из стран с развивающейся экономикой. Применение текстильные материалы и технологии не только в швейной промышленности, но и в широком спектре отраслей.

Стоит отменить, что Япония подвержена длительным экономическим спадам, которые всегда являются потенциальной угрозой экономического коллапса. Рост конкуренции со стороны других развивающихся стран, особенно Китая. Рост производства материалов общего назначения в Китае, что вытесняет более высококачественные японские товары. Япония нацелена на разработку правил свободной и справедливой торговли как внутри страны, так и на международных форумах, а также на достижение прогресса в укреплении экономических связей и сотрудничества со странами с развивающейся экономикой.

Япония сильно зависима от экспорта товаров машиностроения, но стоит учитывать, что на данном рынке сильная конкуренция и ей стоило бы развивать и другие отрасли экономики. Также, Япония имеет колоссальный государственный долг, целый 237% от ВВП на 2019 год.[[37]](#footnote-38) Важная проблема для Японии - это старение населения. Данная страна старается сильно развивать сферу здравоохранения, являющиеся преимуществом данной страны, в самом широком смысле этого слова.

Также, минусом является высокий курс иены к доллару, который объясняется тем, что государству было легче закупать углеводороды, действительно бьет по японскому экспорту. Правительство осознает эту проблему, борется с ней и будет продолжать бороться. В последние годы рост экономики Японии замедлился. Обусловлено это рядом причин, в числе которых высокие зарплаты, а также дефицит площадей, топлива и сырья, падение спроса на японские товары на внешних рынках.

Власти предпринимают действия, направленные на снижение влияния негативных факторов, но пока ситуация кардинально не меняется, в то время как государственный долг растет.

Новые индустриальные страны бросают вызов Японии в производительности и качестве. Азиатские новые индустриальные страны (Южная Корея, Тайвань, Гонконг и Сингапур) стали серьезными в мировом масштабе конкурентами, экспортирующими наряду с традиционными товарами - текстилем, обувью такую продукцию, как компьютеры и автомобили.

Некоторые отрасли японской промышленности, такие, как производство синтетических волокон и черная металлургия, сворачивают мощности и переориентируются на производство более дорогой индивидуальной и мелкосерийной наукоемкой продукции, такой как лекарственные препараты, ракеты, микропроцессоры, программное обеспечение, биотехнология, т.е. переключаются в те отрасли, которые рассматриваются многими как последний оплот американского превосходства.

Тариф остается одним из основных инструментов торговой политики страны. Япония имеет достаточно сложную структуру применяемого тарифа для стран РНБ – в общей сложности существует 272 тарифные ставки, а именно 136 различных адвалорных ставок, 75 различных специальных ставок, 29 различных альтернативных ставок, 24 различных сложных ставок, а также 8 других видов пошлин.[[38]](#footnote-39)

В таможенные процедуры Японии с 2017 года были внесены некоторые изменения: более жесткие штрафы за отсутствие необходимых разрешений на импорт/экспорт, новый принцип отчетности по грузам, а также возможность подавать экспортные/импортные декларации в любую таможню.

Также произошли изменения в режиме лицензирования импорта, связанные с отменой ограничений на импорт китов и продукции из них, в связи с выходом Японии из Международной китобойной комиссии**.**

Характеризуя экономику Японии, можно отметить, что она является одной из самых развитых экономик мира и занимает высокие позиции в мировых рейтингах. Особенностью экономики Японии является то, что она располагается в центре Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) и данный факт открывает перед страной широкие перспективы участия в международном разделении труда. Если же кратко характеризовать экономику Японии, то она имеет устойчивое развитие, демонстрируя ежегодный рост показателей и развитие наукоемких технологий.

Таким образом, по проведению SWOT-анализа можно сказать, что Япония, имеет свои достоинства и недостатки, которые в будущем могут влиять на торговую политику страны. Также, таможенные тарифы являются одним из основных инструментов торговой политики государства. Они представляют собой перечень ставок таможенных пошлин, которые упорядочены в соответствии с товарной номенклатурой, которая применяется для классификации товаров во внешней торговле определенной страны. [[[39]](#footnote-40)]

# **3.3 Основные тенденции развития японско-российского торгового сотрудничества.**

Тема взаимоотношений Японии и России актуальна, это обусловлено соседством двух этих стран. Япония является крупнейшим производителем техники, оборудования, инновационных изделий. В связи с этим, данные категории товаров являются основными на экспорт в Россию. Японские компании инвестируют средства в производство за пределами страны, и это позволяет им снижать издержки эффективно работать на рынках. В свою очередь для России более интересна торговля энергетическими ресурсами. Одним из главных направлений двусторонних торговых отношений России и Японии является инвестиционное взаимодействие. Однако, важным препятствующим фактором выгодного торгового сотрудничества является территориальный вопрос, касающийся Курильских островов.[[40]](#footnote-41)

Торговые отношения Японии и России перспективны для обеих сторон, в связи с этим проанализируем основные показатели данного сотрудничества

Таблица 26. - Удельный вес РФ во внешней торговле страны, 2009-2019 гг., (в %).

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
| Удельный вес | 62 | 62 | 62 | 62 | 66 | 56 | 50 | 52 | 59 | 64 | 66 |

Источник: составлено автором по данным ЮНКТАД [Электронный ресурс].  
URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 15.05.2021)

Как можно заметить в таблице, доля участия Российской Федерации в торговле с Японией крайне мала из этого следует, что доля российских товаров в Японии мала. Также следует отметить снижение удельного веса в период с 2014 по 2016 и резкий рост с 2008 по 2013 года.

Таблица 27. - Удельный вес Японии во внешней торговле РФ, 2009-2019 гг., (в %)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
| Удельный вес | 162 | 160,1 | 161,1 | 160,1 | 151 | 178,5 | 198,7 | 194,2 | 169 | 157 | 162 |

Источник: составлено автором по данным ЮНКТАД [Электронный ресурс].  
URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 15.05.2021)

Рассматривая удельный вес Японии во внешней торговле РФ, можно заметить довольно высокие показатели, это означает, что большое количество товаров РФ закупает у Японии. Вдобавок следует отметить, что в 2015 году наблюдался наивысший показатель удельного веса и составил он 198,7 %, что в свою очередь довольно много. Также в 2016 году был замечен высокий показатель: примерно 195%. Подытоживая, участия Японских товаров во внешней торговле РФ просто колоссально.

Таблица 28. - Динамика товарного экспорта Японии в РФ, 2009-2019 гг., (млрд. долл.США).

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Пок-ль | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** |  | **2019** |
| Экспорт | 3,3 | 8 ,0 | 11, 8 | 12,6 | 10, 9 | 9,2 | 5,1 | 5,1 | 6,0 | 7,9 |  | 8,1 |

Источник: составлено автором по данным ЮНКТАД [Электронный ресурс].  
URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 15.05.2021)

Как можно заметить по динамике наибольшее значение экспорта было в 2012 году и составляло 12,6млрд.долл.США, что на самом деле не большая сумма по сравнению с общим экспортом обеих стран. Наименьшее значение наблюдалось в 2009 году и составляло 3,3 млрд.долл.США.

Таблица 29. - Динамика товарного импорта Японии из РФ, 2009-2019 гг., (млрд. долл.США).

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
| Импорт | 8 ,8 | 16 ,1 | 19,0 | 20,8 | 23,7 | 24,8 | 15,7 | 11,3 | 13,9 | 15,6 | 16,2 |

Источник: составлено автором по данным ЮНКТАД [Электронный ресурс].  
URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 15.05.2021)

Если говорить об импортируемых товарах Японии из РФ, то в основном РФ поставляет в Японию нефть и природный газ в немалых количествах. Так, в 2013 году объем импортируемых товаров из РФ достигал наивысшего показателя и составлял 23,7 млрд.долл.США, а наименьший показатель был в 2009 году и составлял 8,8 млрд.долл.США.

Таблица 30. - Динамика товарооборота Японии в РФ, 2009-2019 гг., (млрд. долл.США).

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
| ОВТ | 12,1 | 24,1 | 30,8 | 33,4 | 34,6 | 34 | 20,8 | 16,4 | 19,9 | 23,5 | 24,3 |

Источник: составлено автором по данным ЮНКТАД [Электронный ресурс].  
URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 15.05.2021)

Если рассматривать динамику всего товарооборота, то естественно мала и наивысший показатель был в 2013 году: 33,4 млрд.долл.США, а наименьший в 2009 году: 12,1 млрд.долл.США. Это обусловлено тем, что в основном Япония экспортирует РФ машины и машинное оборудование, а в свою очередь РФ природный газ, нефть и нефтепродукты.

Таблица 31. - Товарная структура экспорта Японии в РФ, 2009-2019 гг. (в %)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Категории** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** |  | **2019** |
| Всего | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |  | 100,0 |
| Машины и транспортное оборудование | 58,2 | 59,5 | 58,3 | 59,6 | 57,9 | 58,0 | 58,7 | 59,8 | 58,8 | 58,9 |  | 59,3 |
| Промышл. товары | 12,9 | 13,0 | 13,3 | 13,2 | 13,2 | 13,0 | 12,4 | 11,3 | 11,3 | 11,4 |  | 11,7 |
| Химические продукты | 10,6 | 10,2 | 10,3 | 9,9 | 10,6 | 10,4 | 10,1 | 10,0 | 10,2 | 10,2 |  | 10,3 |
| Прочие промышл. изделия | 7,7 | 7,6 | 8,0 | 8,0 | 7,8 | 8,1 | 8,0 | 8,0 | 8,0 | 8,1 |  | 7,7 |
| Товары и сделки | 6,7 | 6,0 | 6,0 | 5,3 | 5,7 | 5,9 | 6,8 | 7,3 | 7,8 | 7,7 |  | 7,4 |
| Минеральное топливо, смазочные материалы и связанные с ними материалы | 1,8 | 1,7 | 2,0 | 1,7 | 2,3 | 2,3 | 1,8 | 1,5 | 1,6 | 1,5 |  | 1,5 |
| Сырые материалы, несъедобные, кроме топлива | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,7 | 1,7 | 1,6 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,5 |  | 1,5 |
| Пища и живые животные | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,6 |  | 0,5 |
| Напитки и табак | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |  | 0,1 |
| Животные и растительные масла, жиры и воски | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |  | 0,0 |

Источник: составлено автором по данным ЮНКТАД [Электронный ресурс].  
URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 15.05.2021)

Основные товарные группы экспорта Японии −это машины и транспортное оборудование, промышленные товары, химические продукты. Например, в 2019 г. на эти товарные группы пришлось соответственно 59,3%, 11,7% и 10,3% экспорта страны. В начале рассматриваемого периода на них приходилось 58,2%, 12,9% и 10,6% соответственно. Это значит, что страна повысила экспортирование машин и транспортного оборудования на 1,1%, уменьшила экспорт промышленных товаров на 1,2% и уменьшила экспорт химических продуктов на 0,3%.

Таблица 32. - Товарная структура импорта Японии из РФ, 2009-2019 гг. (в %)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Категории** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** |  | **2019** |
| Всего | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |  | 100,0 |
| Машины и транспортное оборудование | 23,0 | 23,3 | 20,8 | 21,5 | 22,7 | 24,0 | 28,2 | 29,5 | 28,8 | 28,9 |  | 29,3 |
| Минеральное топливо, смазочные материалы и связанные с ними материалы | 27,6 | 28,7 | 32,1 | 34,1 | 33,8 | 32,3 | 20,5 | 18,3 | 21,1 | 21,3 |  | 20,3 |
| Прочие промышл. изделия | 13,9 | 12,2 | 11,4 | 11,8 | 12,0 | 12,0 | 14,4 | 14,9 | 13,8 | 13,2 |  | 13,0 |
| Химические продукты | 8,8 | 8,8 | 8,8 | 8,3 | 7,9 | 7,9 | 10,2 | 10,7 | 10,0 | 10,1 |  | 10,5 |
| Промышл. товары | 8,0 | 8,5 | 8,6 | 7,5 | 7,4 | 7,8 | 8,9 | 8,8 | 8,8 | 8,9 |  | 8,9 |
| Пища и живые животные | 8,6 | 7,6 | 7,5 | 7,3 | 7,0 | 7,0 | 8,2 | 8,5 | 8,2 | 8,3 |  | 8,4 |
| Сырые материалы, несъедобные, кроме топлива | 6,8 | 8,0 | 7,8 | 6,8 | 6,7 | 6,6 | 6,5 | 6,2 | 6,2 | 6,3 |  | 6,5 |
| Товары и сделки | 2,0 | 1,9 | 1,6 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,8 | 1,8 | 1,7 | 1,7 |  | 1,7 |
| Напитки и табак | 1,1 | 0,9 | 1,1 | 1,0 | 0,9 | 0,8 | 1,0 | 1,1 | 1,1 | 1,0 |  | 1,1 |
| Животные и растительные масла, жиры и воски | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 |  | 0,3 |

Источник: составлено автором по данным ЮНКТАД [Электронный ресурс].  
URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 15.05.2021)

Япония больше всего импортирует машины и транспортное оборудование, минеральное топливо и смазочные материалы и прочие промышленные изделия. Если также рассмотреть 2019 г. доли данных товарных групп в общем экспорте страны были соответственно равны 29,3%, 20,3% и 13,0%. В начале рассматриваемого периода эти же доли были равны 23,0%, 27,6% и 13,9% соответственно. Следовательно, Япония увеличила импорт машин и транспортного оборудования на 6,3%, уменьшила импорт прочих промышленных изделий на 7,3%, а также снизила импорт минерального топлива и смазочных материалов на 0,9%.

Таблица 33. - SWOT-анализ торгово-экономического сотрудничества Японии и РФ

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| 1.Географическая близость, следовательно выгодность торговли;  2.Выгодный для обеих стран производственный ассортимент: Япония специализируется на производстве машин и машинного оборудования, а РФ в основном занимается добычей нефти, из этих фактов следует выгодное сотрудничество;  3.Укрпление обеих стран позиций на международной арене благодаря взаимопомощи;  4. Возможность обмена студентов как следствие повышение уровня образования; | 1. Угроза давления США на Японию в ходе сотрудничества с РФ;  2. Разные подходы власти к решению международных проблем;  3.Высокая конкуренция со стороны Китая, что плохо сказывается на Японии.  4. Стабильные, но медленно развивающиеся  отношения Японии с РФ в области внешней торговли. |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| 1. Снижение зависимости от внутреннего спроса и выход на внешние рынки Японии в следствие торговли с РФ;  2. Применение текстильные материалы и технологии не только в швейной промышленности, но и в широком спектре отраслей;  3. Способствование сотрудничеству между предпринимателями обеих стран для взаимного использования их преимуществ в жесткой международной конкуренции;  4. Углубление сотрудничества с Россией | 1. Япония подвержена длительным экономическим спадам, которые всегда являются потенциальной угрозой экономического коллапса, что скажется и на РФ в ходе тесного сотрудничества;  2. Торговые ограничения Японии - строгие правила и нормы в отношении возможностей международной торговли с РФ;  3. Высокие налоговые ставки, которые ведут либо к падению прибыльности, либо к удорожанию товаров;  4. Рост конкуренции со стороны других развивающихся стран, особенно Китая, и поэтому РФ выгоднее сотрудничать с Китаем |

Источник: составлено автором

Если говорить о сильных сторонах, то стоит выделить: Географическая близость, следовательно, выгодность торговли, Выгодный для обеих стран производственный ассортимент: Япония специализируется на производстве машин и машинного оборудования, а РФ в основном занимается добычей нефти, из этих фактов следует выгодное сотрудничество, укрепление обеих стран позиций на международной арене благодаря взаимопомощи.

В слабых сторонах стоит отметить: Угроза давления США на Японию в ходе сотрудничества с РФ, разные подходы власти к решению международных проблем, стабильные, но медленно развивающиеся отношения Японии с РФ в области внешней торговли.

Выделяя возможности, то стоит отметить: Снижение зависимости от внутреннего спроса и выход на внешние рынки Японии в следствие торговли с РФ, применение текстильные материалы и технологии не только в швейной промышленности, но и в широком спектре отраслей, Способствование сотрудничеству между предпринимателями обеих стран для взаимного использования их преимуществ в жесткой международной конкуренции.

Если говорить об угрозах, то стоит выделить: Япония подвержена длительным экономическим спадам, которые всегда являются потенциальной угрозой экономического коллапса, что скажется и на РФ в ходе тесного сотрудничества, торговые ограничения Японии - строгие правила и нормы в отношении возможностей международной торговли с РФ.

Таким образом, стоит отметить, что базис торговых отношений Японии и России это машиностроение и энергетика, на данный момент можно еще выделить цветную металлургию, морепродукты, древесину, однако машиностроение и энергетика является базисом на котором построены японо-российские торговые отношения. В перспективе Россия может увеличить оббьем занимаемого рынка нефти в Японии, это связано с нестабильной ситуацией на Ближнем и Среднем Востоке, откуда страна получает подавляющую часть нефти.

# **Заключение**

По проведенному исследованию можно сделать вывод, что современная торговая политика Японии грамотно построена, так как на основе всех проанализированных показателях, можно подтвердить, что страна является развитой и ее экономика одна из мощнейших в мире.

Япония нацелена на разработку правил свободной и справедливой торговли как внутри страны, так и на международных форумах, а также на достижение прогресса в укреплении экономических связей и сотрудничества со странами с развивающейся экономикой. Тариф остается одним из основных инструментов торговой политики страны.

В таможенные процедуры Японии с 2017 года были внесены некоторые изменения: более жесткие штрафы за отсутствие необходимых разрешений на импорт/экспорт, новый принцип отчетности по грузам, а также возможность подавать экспортные/импортные декларации в любую таможню.

Также произошли изменения в режиме лицензирования импорта, связанные с отменой ограничений на импорт китов и продукции из них, в связи с выходом Японии из Международной китобойной комиссии**.**

Что касается квот, то они продолжают применяться к различной морской продукции с целью сохранения исчерпаемости природных ресурсов и обеспечения соблюдения государственных мер по ограничению количества аналогичных отечественных продуктов.

Что касается регулирования экспорта, то Япония не взимает никаких экспортных пошлин, не поддерживает экспортных квот и не осуществляет программ экспортных субсидий. [[[41]](#footnote-42)]

Япония является третьим по величине рынком электронной коммерции в мире после Китая и США. Однако иностранные онлайн-продавцы часто упускают из виду это из-за необычно низкого уровня трансграничных покупок и несколько замкнутого подхода к онлайн-покупкам.

Только 10 процентов японских потребителей покупают товары на иностранных сайтах. Тем не менее, с населением 126.5 миллиона человек, 93-процентным уровнем проникновения интернета и 75 процентами тех, кто совершает покупки онлайн, Япония является привлекательным рынком для международных онлайн-продавцов.

В Японии особая, уникальная культура электронной коммерции. Международные торговцы сталкиваются с задачей доставки сайтов, описаний продуктов и изображений, которые отвечали бы вкусам и ожиданиям японцев, которые могут отличаться от типичного западного пользовательского опыта в Интернете. Возможно, именно благодаря этим факторам рынок электронной коммерции Японии столь популярен в мире и занимает сильную позицию на международной арене электронной торговли.

Карты - это метод номер один для онлайн-платежей. По мере роста этого сегмента торговцы должны предлагать надежные услуги карточных платежей и изучать местные варианты электронного кошелька. Продавцы добиваются успеха, сделав упор на соотношение цены и качества своей продукции. Своевременная доставка также важна, поскольку потребители выбирают рынки, с которых, по их мнению, легко доставлять товары. Рынок электронной коммерции Японии отличается контрастами. В настоящее время онлайн-продажи составляют лишь 13 процентов от общего объема розничных продаж.

Если же делать вывод об японо-российских отношениях, то в условиях политического похолодания именно торгово-экономическое сотрудничество между Россией и Японией объективно выступает тем базисом, на котором двусторонние отношения могут на обозримую перспективу развиваться в позитивном плане. Структура взаимной торговли на протяжении многих лет не претерпевала существенных изменений. Россия выступает преимущественно как поставщик на японский рынок определённых видов сырья и топлива. Из Японии Россия импортирует главным образом легковые автомобили, а также некоторое количество промышленного оборудования. Что касается инвестиционных отношений России и Японии, серьёзная структурная проблема заключается в том, что экономики двух стран не взаимозависимы с точки зрения технологического разделения труда. Россия, и прежде всего её восточные регионы, не обладая необходимой инфраструктурой и иными логистическими возможностями, а также дешёвой рабочей силой, не имеет конкурентных преимуществ в качестве инвестиционного партнёра Японии по сравнению с другими странами, например, Китаем.

# **Список литературы**

**Книги:**

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019 — 433 с.
2. Коммерческая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В.
3. Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли: учебник для прикладного бакалавриата / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп.— М. : Издательство Юрайт, 2019 — 323 с.
4. Хасбулатов Р.И. Мировая экономика – М.: Экономика, 2001. – Том 2. – С 23;
5. Шакланова, Р. И. Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров / Р. И. Шакланова, В. В. Юсова. — М. : Издательство Юрайт,2019 — 468 с.

**Статьи:**

1. Власова О.В. Современные тенденции развития электронной коммерции в торговле // Плехановский барометр, 2018 – С. 85-88
2. Горбунова О.Н., Горбунова Ю.И. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России // Социально-экономические явления и процессы
3. Доклад секретариата ВТО, Обзор торговой политики Японии. WT/TPR/S/369.;
4. Клаус Шваб, Отчет о глобальной конкурентоспособности 2006-2007, 2007-2008, 2008-2009, 2009-2010, 2010-2011, 2011-2012, 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017. – Всемирный экономический форум;
5. Ревин В.Н., Цветинский М.П. //Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности и таможенная стоимость. – 2-е изд., испр, и доп. – М.: Лаборатория знаний.
6. Скворцова Н.А., Ченцова К.Г. Развитие системы электронной коммерции торговых компаний // Научные записки ОРЕЛГИЭТ, 2020 – С. 20-13
7. Электронная коммерция: учебное пособие / С.В. Калентеев, Э.Х.Таипова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2019 – 115 с.
8. Springer Texts in Business and Economics, 2007, p. 664

**Интернет-источники:**

1. Ассоциация по торговле с Россией и новыми независимыми государствами[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rotobo.or.jp/>;
2. Официальный сайт Всемирного Банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org>;
3. Официальный сайт ВТО[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.wto.com/> ;
4. Официальный сайт Мирового Интегрированного Торгового Решения[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://wits.worldbank.org/> ;
5. Официальный сайт Мирового Экономического Форума  
   [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.weforum.org/en/index.htm> ;
6. Российско-азиатский Бизнес Союз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ruasean.ru/news/287-politika-yaponii-v-otnoshenii-pryamyh-inostrannyh>
7. Таможенно-тарифная политика Японии [Электронный ресурс]. – Режим доступа:[https://studopediaru.turbopages.org/studopedia.ru/s/12\_135561\_tamozhenno-tarifnaya-politika-yaponii.html](https://studopedia-ru.turbopages.org/studopedia.ru/s/12_135561_tamozhenno-tarifnaya-politika-yaponii.html)
8. Министерство торговли и промышленности (METI) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.meti.go.jp/english/>
9. E-COMMERCE IN JAPAN: AN ISLAND OF OPPORTUNITY FOR CANADIAN EXPORTERS. Режим доступа: <https://www.asiapacific.ca/sites/default/files/filefield/ecommerce_in_japan_report.pdf>
10. EREPORT.RU Экономика Японии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ereport.ru/articles/weconomy/japan3.htm>
11. FB.RU Экономика Японии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fb-ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/474392/ekonomika-yaponii-kratko-osobennosti-sovremennoe-sostoyanie>
12. Livejournal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://monetary-policy.livejournal.com/56327.html>
13. Trade policy of Japan. Report. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s397_e.pdf>
14. Turban E., Outland J., King D., Lee J. K., Liang Ting-Peng, TurbanD. C. Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective /
15. UNCTAD Stat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en>
16. Япония в статистике e - Stat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=2&toukei_kind=6>
17. The small and Medium Enterprise Agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.chusho.meti.go.jp/index.html>
18. The Center For Financial Industry Information Systems [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fisc.or.jp/>
19. J.P. Morgan | Official Website [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://www.jpmorgan.com/global>
20. Japan Fair Trade Commission [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://www.jftc.go.jp/en/>
21. Japan Council Of Shopping Centers [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.jcsc.or.jp/sc_english>



# Приложение

Приложение 1

Объемы и сальдо товарного экспорта и товарного импорта Японии, 1990-2019гг., млрд долл. США

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Пок-ль**  **Годы** | **Объем**  **товарного**  **экспорта** | **Объем товарного**  **импорта** | **Сальдо** | **Пок-ль**  **Годы** | **Объем товарного**  **экспорта** | **Объем товарного**  **импорта** | **Сальдо** |
| **1990** | 282,3 | 213,0 | **69,3** | **2005** | 572,1 | 465,2 | **106,9** |
| **1991** | 308,2 | 212,1 | **96,1** | **2006** | 619,0 | 523,9 | **95,1** |
| **1992** | 332,6 | 207,8 | **124,8** | **2007** | 679,6 | 559,1 | **120,5** |
| **1993** | 352,7 | 213,2 | **139,5** | **2008** | 750,8 | 694,5 | **56,3** |
| **1994** | 385,7 | 241,5 | **144,2** | **2009** | 546,3 | 488,8 | **57,5** |
| **1995** | 428,7 | 296,9 | **131,8** | **2010** | 733,7 | 625,3 | **108,4** |
| **1996** | 400,5 | 319,2 | **81,3** | **2011** | 790,0 | 794,1 | **-4,1** |
| **1997** | 409,3 | 309,3 | **100,0** | **2012** | 776,3 | 829,8 | **-53,5** |
| **1998** | 373,3 | 253,0 | **120,3** | **2013** | 695,0 | 784,9 | **-89,9** |
| **1999** | 402,0 | 281,1 | **120,9** | **2014** | 699,8 | 798,7 | **-98,9** |
| **2000** | 459,6 | 344,8 | **114,8** | **2015** | 622,1 | 629,4 | **-7,3** |
| **2001** | 383,3 | 314,2 | **69,1** | **2016** | 635,0 | 584,3 | **50,7** |
| **2002** | 394,6 | 302,5 | **92,1** | **2017** | 688,6 | 644,9 | **43,7** |
| **2003** | 448,0 | 344,7 | **103,3** | **2018** | 735,5 | 725,3 | **10,2** |
| **2004** | 538,8 | 410,3 | **128,5** | **2019** | 697,2 | 693,7 | **3,5** |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, exports/imports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Приложение 2

Объемы и сальдо экспорта и импорта услуг Японии, 1990-2019гг., млрд долл. США

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Пок-ль**  **Годы** | **Объем**  **экспорта услуг** | **Объем**  **импорта**  **услуг** | **Сальдо** | **Пок-ль**  **Годы** | **Объем**  **экспорта услуг** | **Объем**  **импорта**  **услуг** | **Сальдо** |
| **1990** | 41,4 | 84,3 | **-42,9** | **2005** | 102,0 | 139,0 | **-37,0** |
| **1991** | 44,8 | 86,6 | **-41,8** | **2006** | 109,4 | 141,4 | **-32,0** |
| **1992** | 49,1 | 93,0 | **-43,9** | **2007** | 121,5 | 158,5 | **-37,0** |
| **1993** | 53,2 | 96,3 | **-43,1** | **2008** | 141,0 | 178,9 | **-37,9** |
| **1994** | 58,3 | 106,4 | **-48,1** | **2009** | 120,9 | 155,7 | **-34,8** |
| **1995** | 65,3 | 122,6 | **-57,3** | **2010** | 134,4 | 164,7 | **-30,3** |
| **1996** | 67,7 | 127,8 | **-60,1** | **2011** | 140,8 | 175,7 | **-34,9** |
| **1997** | 69,3 | 121,6 | **-52,3** | **2012** | 136,9 | 184,7 | **-47,8** |
| **1998** | 62,4 | 109,9 | **-47,5** | **2013** | 135,2 | 170,9 | **-35,7** |
| **1999** | 60,9 | 112,8 | **-51,9** | **2014** | 163,8 | 192,4 | **-28,6** |
| **2000** | 69,2 | 115,1 | **-45,9** | **2015** | 162,6 | 178,6 | **-16,0** |
| **2001** | 64,5 | 107,2 | **-42,7** | **2016** | 175,8 | 186,2 | **-10,4** |
| **2002** | 65,7 | 106,2 | **-40,5** | **2017** | 186,9 | 193,0 | **-6,1** |
| **2003** | 77,6 | 108,8 | **-31,2** | **2018** | 193,5 | 200,8 | **-7,3** |
| **2004** | 97,6 | 131,8 | **-34,2** | **2019** | 205,1 | 203,6 | **1,5** |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Приложение 3

Товарная структура экспорта Японии, 1990 и 2019гг.,%

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Кат-рии** | **1990** | **2019** |
| с/х | 0,56 | 0,63 |
| продовольственные продукты | 0,49 | 1,02 |
| руды и металлы | 1,05 | 2,42 |
| топлива | 0,56 | 1,99 |
| промышленная продукция | 95,15 | 86,55 |
| прочие товары | 2,19 | 7,39 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, exports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Приложение 4

Товарная структура импорта Японии, 1990 и 2019гг., %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Кат-рии** | **1990** | **2019** |
| с/х | 6,20 | 1,64 |
| продовольственные продукты | 16,07 | 9,82 |
| руды и металлы | 6,54 | 6,38 |
| топлива | 16,04 | 21,60 |
| промышленная продукция | 52,02 | 58,70 |
| прочие товары | 3,13 | 1,87 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, imports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Приложение 5

Географическая структура товарного экспорта Японии, 1990 и 2019гг., %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Страны** | **1990** | **2019** |
| Китай | 9,39 | 21,66 |
| США | 21,20 | 11,28 |
| Австралия | 3,54 | 5,96 |
| ОАЭ | 4,17 | 5,01 |
| Республика Корея | 5,62 | 4,29 |
| Прочие страны | 43,92 | 48,20 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, exports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Приложение 6

Географическая структура товарного импорта Японии, 1990 и 2019гг., %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Страны** | **1990** | **2019** |
| Китай | 6,07 | 22,65 |
| США | 26,60 | 18,12 |
| Республика Корея | 6,82 | 5,86 |
| Тайвань | 6,33 | 5,79 |
| Гонконг | 6,01 | 4,16 |
| Прочие страны | 48,19 | 43,42 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Merchandise trade matrix – product groups, imports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Приложение 7

Структура экспорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Кат-рии** | **1990** | **2019** |
| туризм | 8,67 | 22,05 |
| транспортные услуги | 42,89 | 12,79 |
| строительство | 0,00 | 5,17 |
| страховые и пенсионные услуги | 0,00 | 1,21 |
| финансовые услуги | 0,00 | 6,72 |
| телекоммуникационные, компьютерные и информационные | 0,00 | 3,28 |
| прочие услуги | 48,43 | 48,77 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Приложение 8

Структура импорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Кат-рии** | **1990** | **2019** |
| туризм | 29,58 | 10,36 |
| транспортные услуги | 31,62 | 16,75 |
| строительство | 0,00 | 3,66 |
| страховые и пенсионные услуги | 0,00 | 4,09 |
| финансовые услуги | 0,00 | 3,95 |
| телекоммуникационные, компьютерные и информационные | 0,00 | 9,76 |
| прочие услуги | 38,80 | 51,43 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Приложение 9

Географическая структура экспорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Страны** | **1990** | **2019** |
| США | 37,80 | 24,41 |
| Великобритания | 8,45 | 4,96 |
| Ирландия | 0,00 | 3,31 |
| Германия | 3,74 | 3,04 |
| Франция | 0,00 | 2,51 |
| Прочие страны | 50,01 | 61,77 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

Приложение 10

Географическая структура импорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы**  **Страны** | **1990** | **2019** |
| США | 15,99 | 17,60 |
| Великобритания | 2,42 | 4,08 |
| Германия | 2,61 | 2,44 |
| Франция | 0,00 | 1,24 |
| Нидерланды | 1,49 | 1,11 |
| Прочие страны | 77,49 | 73,53 |

Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat.  Services (BPM6): Exports and imports by service-category and by trade-partner, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021)

1. UNCTAD Stat[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en> [↑](#footnote-ref-2)
2. Источник: составлено автором на основе данных World Bank. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.worldbank.org/en/home](https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.worldbank.org%2Fen%2Fhome&cc_key=) [↑](#footnote-ref-3)
3. FB.RU Экономика Японии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fb-ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/474392/ekonomika-yaponii-kratko-osobennosti-sovremennoe-sostoyanie>(дата обращения: 31.03.2021) [↑](#footnote-ref-4)
4. Официальный сайт таможенной службы Японии на английском [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.customs.go.jp/english/index.htm>(дата обращения 31.03.2021) [↑](#footnote-ref-5)
5. Trade policy of Japan. Report. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s397_e.pdf>(дата обращения: 31.03.2021) [↑](#footnote-ref-6)
6. Trade policy of Japan. Report. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s397_e.pdf>(дата обращения: 31.03.2021) [↑](#footnote-ref-7)
7. FB.RUЭкономика Японии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fb-ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/474392/ekonomika-yaponii-kratko-osobennosti-sovremennoe-sostoyanie> (дата обращения: 31.03.2021) [↑](#footnote-ref-8)
8. Объемы и сальдо товарного экспорта и товарного импорта Японии, 1990-2019гг., млрд. долл. США (см. приложение 1) [↑](#footnote-ref-9)
9. Объемы и сальдо экспорта и импорта услуг Японии, 1990-2019гг., млрд долл. США (см. приложение 2) [↑](#footnote-ref-10)
10. EREPORT.RUЭкономика Японии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ereport.ru/articles/weconomy/japan3.htm> (дата обращения: 31.03.2021) [↑](#footnote-ref-11)
11. Рисунок 1. – Объемы и сальдо товарного экспорта и товарного импорта, Источник: составлено автором на основе данных UNCTAD Stat. Merchandise trade matrix – product groups, exports/imports in thousands of United States dollars, annual, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения 31.03.2021) [↑](#footnote-ref-12)
12. Товарная структура экспорта Японии, 1990 и 2019гг., % (см. приложение 3) [↑](#footnote-ref-13)
13. Товарная структура импорта Японии, 1990 и 2019гг., % (см. приложение 4) [↑](#footnote-ref-14)
14. Географическая структура товарного экспорта Японии, 1990 и 2019гг., % (см. приложение 5) [↑](#footnote-ref-15)
15. Географическая структура товарного импорта Японии, 1990 и 2019гг., % (см. приложение 6) [↑](#footnote-ref-16)
16. Структура экспорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., % (см. приложение 7) [↑](#footnote-ref-17)
17. Структура импорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., % (см. приложение 8) [↑](#footnote-ref-18)
18. Географическая структура экспорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., % (см. приложение 9) [↑](#footnote-ref-19)
19. Географическая структура импорта услуг Японии, 1990 и 2019гг., % (см. приложение 10) [↑](#footnote-ref-20)
20. Stephanie Strom. «E-commerce the Japanese Way», The New York Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2000/03/18/business/e-commerce-the-japanese-way-ubiquitous-convenience-stores-branch-into-cyberspace.html> (дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-21)
21. The Center For Financial Industry Information Systems [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fisc.or.jp/index.php> (дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-22)
22. E-Commerce - Japan | Statista Market Forecast [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/japan> (дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-23)
23. Отчет о тенденциях платежей в электронной коммерции J. P Morgan 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/Japan-2020>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-24)
24. Рисунок 12 – показатель B2C в Японии (%) на 2019 г. [↑](#footnote-ref-25)
25. Отчет о тенденциях платежей в электронной коммерции J. P Morgan 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/Japan-2020>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-26)
26. Отчет о тенденциях платежей в электронной коммерции J. P Morgan 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/Japan-2020>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-27)
27. Отчет о тенденциях платежей в электронной коммерции J. P Morgan 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/Japan-2020>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-28)
28. Отчет о тенденциях платежей в электронной коммерции J. P Morgan 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/Japan-2020>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-29)
29. Отчет о тенденциях платежей в электронной коммерции J. P Morgan 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/Japan-2020>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-30)
30. Ministry of Economy, Trade and Industry [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.meti.go.jp/english/>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-31)
31. Отчет о тенденциях платежей в электронной коммерции J. P Morgan 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/Japan-2020>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-32)
32. Ministry of Economy, Trade and Industry [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.meti.go.jp/english/>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-33)
33. Отчет ВТО «E-commerce, trade and the COVID-19 pandemic» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf>(дата обращения 13.05.2021) [↑](#footnote-ref-34)
34. ЮНКТАД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>(дата обращения 15.05.2021) [↑](#footnote-ref-35)
35. The small and Medium Enterprise Agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.chusho.meti.go.jp/index.html> (15.05.2021) [↑](#footnote-ref-36)
36. The small and Medium Enterprise Agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.chusho.meti.go.jp/index.html> (15.05.2021) [↑](#footnote-ref-37)
37. ЮНКТАД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>(дата обращения 15.05.2021) [↑](#footnote-ref-38)
38. WTO, Tariff Profile Japan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/tariff_profiles/JP_e.pdf> (дата обращения 15.05.2021) [↑](#footnote-ref-39)
39. В. Е. Новиков, В. Н. Ревин, М. П. Цветинский //Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности и таможенная стоимость. – 2-е изд., испр, и доп. – М.: Лаборатория знаний, 2016. – 349с. [↑](#footnote-ref-40)
40. Пименов П.С. «Особенности и перспективы развития торгово-экономических отношений между Россией и Японией» // Вестник [↑](#footnote-ref-41)
41. Trade policy of Japan. Report. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s397_e.pdf>(дата обращения: 15.05.2021) [↑](#footnote-ref-42)