

Август 2022



Малайзия

Содержание

Паспорт страны _____	3
Особенности правовой системы _____	6
Сельское хозяйство _____	10
Внешняя торговля продукцией АПК _____	18
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Малайзией _____	35
Потребительские предпочтения _____	38
Торгово-распределительная сеть _____	44
Сертификация продукции и требования к производителям _____	50
Барьеры входа на рынок _____	58
Особенности ведения бизнеса в стране _____	62

Паспорт страны

Малайзия – многонациональная страна, состоящая из 13 штатов и трех федеральных территорий, которые образуют два региона, разделенных Южно-Китайским морем. С момента обретения независимости от британского правления в 1957 г. Малайзия перешла от экономики, основанной на сельском хозяйстве и сырьевых товарах, к модели, все больше ориентированной на производство товаров и услуг. Страна является одной из самых открытых экономик мира для торговли и инвестиций.

Общая информация (2021 г.)

ВВП в текущих ценах: 373 млрд долл. США

Рост ВВП: +3,1%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 29 686 долл. США

Уровень инфляции: +2,5%

Приток ПИИ: 4,3 млрд долл. США (2020 г.)

Население: 32,7 млн человек

Площадь страны: 328 550 км²

Крупнейшие города по численности населения: Большой Куала-Лумпур (7,6 млн человек), Пенанг (1,8 млн), Джохор-Бару (1,0 млн), Мелака (831 тыс.), Ипох (814 тыс.)

Уровень урбанизации: 77,2% (2020 г.)

Уровень безработицы: 4,4%

Структура ВВП (2020 г.): сельское хозяйство (7,4%), промышленность (33,7%), сфера услуг (57,7%)

Структура занятости (2020 г.): сельское хозяйство (10,1%), промышленность (26,8%), сфера услуг (63,1%)

Объем экспорта продукции АПК: 29,3 млрд долл. США

Основные экспортируемые товары АПК: масло пальмовое, животные и растительные масла и жиры, масло пальмоядровое и масло бабассу, мучные кондитерские изделия

Объем импорта продукции АПК: 20,6 млрд долл. США

Основные импортируемые товары АПК: какао-бобы, масло пальмовое, кукуруза, сахар свекловичный и тростниковый, животные и растительные масла и жиры прочие непищевые, жмых и шрот соевые

Источник: EMIS, МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Международная организация труда, ITC Trade Map, Department of Statistics Malaysia (DOSM)

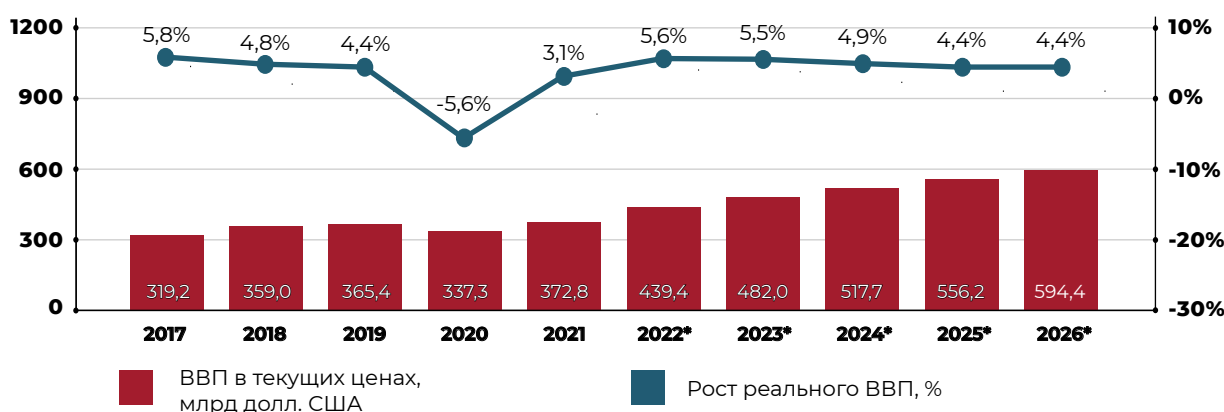


Прогноз развития экономики страны

В 2021 г. ВВП Малайзии демонстрировал неоднозначную динамику: во втором квартале ВВП вырос на 16,1% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, после чего в третьем квартале 2021 г. сократился на 4,5%. В четвертом квартале ВВП вновь продемонстрировал рост на 3,6%, что позволило достигнуть годового прироста на 3,1% после падения на 5,6% в 2020 г. Наблюдаемый неравномерный рост в течение 2021 г. был вызван различными вызовами для страны, в первую очередь, в связи с продолжающейся пандемией, и, как следствие, введением ограничений и падением внутреннего спроса и деловой активности.

Как ожидается, снятие ограничений, введенных из-за вспышек нового штамма коронавируса в 2021 г., открытие границ и государственная поддержка будут способствовать восстановлению внутреннего спроса в 2022 г. И, как ожидается, рост ВВП достигнет 5,6%. Тем не менее, положительные стороны (сокращение разрыва между восстановлением в сфере услуг и промышленности, уменьшение сбоев в цепочках поставок, увеличение расходов на инфраструктуру и увеличения притока ПИИ и др.) перекрываются замедлением глобальной торговли в связи с продолжающимися строгими карантинными ограничениями в Китае, что в конечном итоге продолжит ослаблять внешний спрос, усугубив перебои с поставками в мире. Малайзия подвержена риску как из-за более медленного спроса на импорт из Китая, так и из-за зависимости страны от китайских товаров, используемых в производстве. Кроме того, существует риск, что рост мировых цен на сырьевые товары и последующий рост затрат могут привести к задержке или отмене проектов (количество одобренных иностранных инвестиций выросло на 225% в 2021 г. или 68% от общего объема одобренных инвестиций в 2020 г.).

Динамика ВВП Малайзии в текущих ценах, 2017–2026 гг.



Источник: МВФ, *прогноз

Согласно данным МВФ, в 2021 г. инфляция достигла 2,5%. Причем наибольшее инфляционное давление отмечалось в течение 4 квартала 2021 г., когда инфляция выросла с 2,5% в августе до 3,2% в декабре. Основным фактором роста инфляции стало повышение цен на продовольствие в результате ущерба, нанесенного наводнением в декабре 2021 г. Среди непродовольственных товаров лидерами по росту цен стали коммунальные услуги и горюче-смазочные материалы. В 2022 г. с целью стабилизации инфляции Правительство Малайзии объявило о выделении субсидий на сумму более 680 млн ринггитов (157,2 млн долл. США) для поддержки производителей товаров

первой необходимости, в том числе риса и мясной продукции. Государственные субсидии на электроэнергию и топливо, а также меры административного контроля над ценами на отдельные продукты питания помогут защитить домохозяйства от более высокого уровня мировых цен на сырьевые товары. Кроме того, согласно ожиданиям, восстановление экономики будет по-прежнему способствовать росту цен на услуги и товары, связанные с туризмом. Согласно прогнозам, в 2022 г. индекс потребительских цен достигнет 2,7%-3,0% (Oxford Economics, МВФ).



Источник: МВФ, *прогноз

Целевые показатели экономики Малайзии¹

- Ежегодный рост ВВП на 4,5–5,5% в год;
- Микро-, малые и средние предприятия должны обеспечить 45% ВВП и 25% всего экспорта к 2025 г.;
- Рост производительности труда на 3,6% ежегодно;
- Повышение доли электронной торговли в ВВП с 6,2% до 10,5%;
- Увеличение доли заработной платы в ВВП с 37,2% до 40%;
- Рост среднемесячного дохода домохозяйств с 7 160 ринггитов (~ 1,6 тыс. долл. США) до 10 065 ринггитов (~ 2,3 тыс. долл. США);
- Повышение темпов прироста индекса качества жизни с 0,5% до 1,2% в год;
- Ежегодный прирост экспорта продукции АПК в среднем на 4,8% при сохранении ведущих позиций пальмового масла и продуктов на его основе;
- Сокращение интенсивности выбросов парниковых газов на 45% к ВВП к 2030 г. по сравнению с уровнем 2005 г. в соответствии с Парижским соглашением;
- Обеспечение доступности интернета для 100% домохозяйств и 100% покрытия сетью 4G в населенных пунктах.

¹ <https://rmke12.epu.gov.my/en>

В соответствии с 12 Планом развития на 2021–2025 гг.



Особенности правовой системы

Государство Малайзия (Малайзия) – федеративное государство, по форме правления является конституционной монархией.

Правовая система Малайзии является смешанной, так как основана на английском праве и одновременно имеет элементы мусульманского права. Основными источниками права в Малайзии являются конституция, принятая в 1957 г., законы и подзаконные акты, судебный прецедент и правовой обычай.

Главой государства является Верховный правитель, Янг ди-Пертуан Агонг, который избирается Советом правителей. Фактически монарх осуществляет представительские функции. Совет правителей также избирает заместителя Верховного правителя — Тимбалан Янг ди – Пертуан Агонг.

Законодательная власть представлена двухпалатным парламентом, состоящим из Палаты сената и Палаты представителей. Исполнительную власть осуществляет Кабинет министров во главе с премьер – министром.

Судебная система Малайзии как бывшей британской колонии опирается на английское право. В соответствии с Конституцией Малайзии от 1957 г. и Законом о судах от 1948 г. осуществление судебной власти возложено на суды различных инстанций. Судебная власть независима и централизована.

Судебная система в Малайзии состоит из нескольких звеньев:

- местные / районные суды;
- сессионные суды;
- высшие суды территорий;
- Апелляционный суд;
- Федеральный суд.

Судебная система Малайзии является двухуровневой и дает возможность провести повторное рассмотрение дела в суде, который имеет статус выше. Таким образом различают суды первой инстанции и суды апелляционной инстанции. Суд апелляционной инстанции имеет право как утвердить решение нижестоящего суда, так и отменить его. Так, если дело было рассмотрено в районном суде, то его могут вновь рассмотреть в Апелляционном суде.

Параллельно со светской судебной системой в стране действует и шариатский суд. Система шариатских судов автономна и децентрализована: в каждом штате они подотчетны местным исполнительным властям.



Ключевые правовые формы ведения бизнеса в стране

Основными законодательными актами, которые регулируют ведение предпринимательской деятельности и ее ключевые правовые формы, являются Закон о регистрации предпринимательской деятельности от 1956 г.² и Закон о юридических лицах от 2016 г.³

Требования к регистрации предпринимательской деятельности зависят от выбранной формы. Заявка подается в электронном виде на сайте Комиссии по юридическим лицам (англ. Companies Commission)⁴.

Ведение предпринимательской деятельности в Малайзии наиболее распространено в нижеуказанных формах.

Частная компания с ограниченной ответственностью (англ. Private limited company) может иметь от 2 до 50 учредителей. Минимальный уставной капитал составляет 1 малайзийский ринггит (0,23 долл. США⁵). Ответственность ограничена номинальной стоимостью доли каждого участника.

Количество учредителей **публичной компании с ограниченной ответственностью** (англ. Public limited company) не должно быть менее 2-ух. Минимальный уставной капитал — 1 малайзийский ринггит. Ответственность ограничена номинальной стоимостью доли каждого участника.

Для регистрации **товарищества с ограниченной ответственностью** (англ. Limited Liability Partnership) необходимо от 2 до 20 учредителей. Ответственность ограничена номинальной стоимостью доли каждого участника.

Также предпринимательская деятельность может быть организована в форме филиала, один участник которого должен быть резидентом. При этом, необходимо открытие счета в местном банке. Ответственность несет основное юридическое лицо.

Особенности системы налогообложения

Совет по внутренним доходам Малайзии (англ. Inland Revenue Board of Malaysia) является одним из основных агентств Министерства финансов по сбору доходов. Совет был создан в соответствии с Законом о Совете по внутренним доходам Малайзии 1995 г. с целью предоставления ему большей автономии, особенно в области управления финансами и персоналом, а также для повышения качества и эффективности налогового администрирования⁶.

² <https://www.ssm.com.my/acts/fscommand/a0197.htm>

³ https://www.ssm.com.my/Pages/Legal_Framework/Companies-Act-2016.aspx

⁴ <https://www.ssm.com.my/Pages/Home.aspx>

⁵ Здесь и далее в таблице при расчетах использовался курс Forex на 06.07.2022 (1 долл. США = 4,42 малайзийских ринггита). Данные расчеты приблизительны и могут меняться в зависимости от курса валюты к доллару США.

⁶ <https://www.hasil.gov.my/en/about-hasil/corporate-profile/irbm-profile/>



Совет отвечает за введение налогов в соответствии с Законом о подоходном налоге от 1967 г., Законом о налоге на доходы от недвижимости от 1976 г., Законом о содействии инвестициям от 1986 г. и др.

Импортируемые товары аналогично малайзийским облагаются налогом с продаж (англ. SST, Sales and Service Tax). Стандартная ставка налога с продаж составляет 10%.

Налог не применяется в случаях, приведенных в Sales Tax (Goods Exempted From Tax) Order 2018⁷. Перечень продукции, освобожденной от уплаты налога, указан в Приложении A Sales Tax Order 2018 (Goods Exempted From Tax) и включает широкий круг сельскохозяйственной продукции: живые животные, рис, морепродукты, мясо, фрукты, растительное масло, хлеб и другие товары.

Одновременно местные и импортные товары облагаются акцизным налогом в соответствии с Приказом Министра финансов об акцизном налоге⁸. Например, ставка на безалкогольные напитки составляет 0,4 ринггит за литр; на алкогольную продукцию — от 40 до 450 ринггит за литр чистого этилового спирта; на табачную — от 7,5 до 27 ринггит плюс 5% за кг.

Особенности защиты объектов интеллектуальной собственности в Малайзии

Регистрация объектов патентных прав (изобретений, полезных моделей, промышленных образцов) и товарных знаков возможна как по международным процедурам, так и по национальной процедуре путем подачи заявки на выдачу патента / регистрацию товарного знака в уполномоченный орган в области охраны промышленной собственности.

С 1989 г. Малайзия является членом Всемирной организации интеллектуальной собственности (англ. WIPO, World Intellectual Property Organization). Малайзия выступает стороной следующих международных соглашений в сфере интеллектуальной собственности:

- Парижская конвенция по охране промышленной собственности — с 1989 г.;
- Договор о патентной кооперации — с 2006 г.;
- Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков — с 2019 г.

Уполномоченным органом в сфере интеллектуальной промышленной собственности является Корпорация по интеллектуальной собственности Малайзии⁹.

⁷ <https://mysst.customs.gov.my/SSTOrders>

⁸ http://www.customs.gov.my/en/pg/Pages/pg_prtheksais.aspx

⁹ <http://www.myipo.gov.my/en/home/>



Ключевым законодательным актом, регулирующим отношения в области интеллектуальной собственности в Малайзии, является Закон об интеллектуальной собственности от 2002 г. (с изменениями от 2006 г.).

С полным перечнем всех законодательных актов, регулирующих отношения в сфере интеллектуальной собственности, а также с текстами этих документов можно ознакомиться на сайте Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС)¹⁰.



¹⁰ <https://wipo.int/en/members/profile/MY>

Сельское хозяйство

В 2021 г. площадь возделываемых земель составила чуть более 8 млн га, из которых 73,7% пришлось на плантации масличной пальмы и 13,9% — на земли под каучуконосные растения. Основной сельскохозяйственной культурой в Малайзии является масличная пальма, плоды которой с 2017 г. ежегодно собираются в объеме 90-100 млн тонн.

Малайзия также находится на втором месте в мире по производству и экспорту пальмового масла после Индонезии. По итогам 2021 г. в стране произвели 18,1 млн тонн сырого пальмового масла и 2,1 млн тонн сырого пальмоядрового, что ниже показателя предыдущего года на 5,8% и 4,5% соответственно. Это обусловлено снижением урожайности в сельскохозяйственном году 2020/21, а также влиянием пандемии COVID-19 ввиду острой нехватки рабочей силы из-за закрытия границ. Несмотря на то, что правительство Малайзии одобрило въезд 32 тыс. иностранных рабочих, потребуется время, чтобы отрасль восполнила просадку производства.

Следует отметить, что Малайзия выступила с инициативой по улучшению механизации масличного сектора с целью снижения зависимости от иностранной рабочей силы. Инициатива, получившая название Исследовательский консорциум по механизации и автоматизации сбора плодов масличной пальмы (MARCOP), обеспечивает финансирование компаний, внедряющих технологические решения при сборе плодов.

Среди продовольственных культур преобладает рис (39% производится в штате Кедах), объем производства которого достиг пятилетнего максимума - 2,8 млн тонн. Производство фруктов и орехов в целом стабильно и в 2019–2021 гг. превышало 2 млн тонн. Производство овощей с 2017 г. поступательно увеличивается и достигло 1,3 млн тонн.

Следует отметить, что в Малайзии практически прекратилось производство какао-бобов: по данным Совета по какао Малайзии (Malaysia Cocoa Board), в 2021 г. объем производства составил 0,4 тыс. тонн против 200-250 тыс. тонн в пиковый период конца 1980-х и начала 1990-х гг.



Производство продукции растениеводства, 2017-2021 гг., тыс. тонн

	2017	2018	2019	2020	2021*
Плоды масличной пальмы	101 740,9	98 419,4	99 065,4	96 969,3	90 968,3
Зерновые	2 643,1	2 708,1	2 413,3	2 411,9	2 829,6
Рис	2 570,5	2 639,2	2 352,8	2 343,7	2 769,1
Кукуруза	72,6	68,9	60,5	68,2	60,5
Фрукты и орехи	1 986,0	1 653,7	2 035,5	2 063,9	2 092,7
Кокосы	517,6	491,5	536,6	561,0	586,5
Дуриан	210,9	342,2	377,3	390,6	404,4
Ананасы	340,7	322,6	314,6	323,4	332,4
Овощи**	1 201,0	1 222,6	1 233,6	1 237,5	1 283,0
Помидоры	188,2	199,4	176,5	192,1	202,6
Горчица	142,8	128,7	145,4	143,3	151,1
Огурцы	88,5	85,1	103,4	101,5	107,0

eStatistik (DOSM), FAOSTAT, * оценка DOSM, ** в том числе корнеплодные и клубнеплодные овощные культуры

Основной отраслью животноводства Малайзии является птицеводство — ежегодно в стране производится порядка 1,7 млн тонн мяса птицы, что, согласно предварительным оценкам 2021 г., составило 86,1% от произведенного мяса всех видов. Также ежегодно в Малайзии производится около 220–230 тыс. тонн свинины. Объемы производства мяса пастбищного скота, такого как КРС и МРС, в Малайзии сравнительно невелики из-за нехватки пастбищных угодий. Всего в 2021 г. в стране было произведено 1 989,1 тыс. тонн мяса, что на 1,2% больше показателя предыдущего года — при этом максимальное значение за пятилетний период было достигнуто в 2016 г., когда производство мяса превысило 2 млн тонн.

Молочная отрасль Малайзии развита слабо — в 2021 г. было произведено 43,8 тыс. тонн молока. Между тем прослеживается положительная динамика, среднегодовой темп роста в 2017–2021 гг. составил 4,6%.

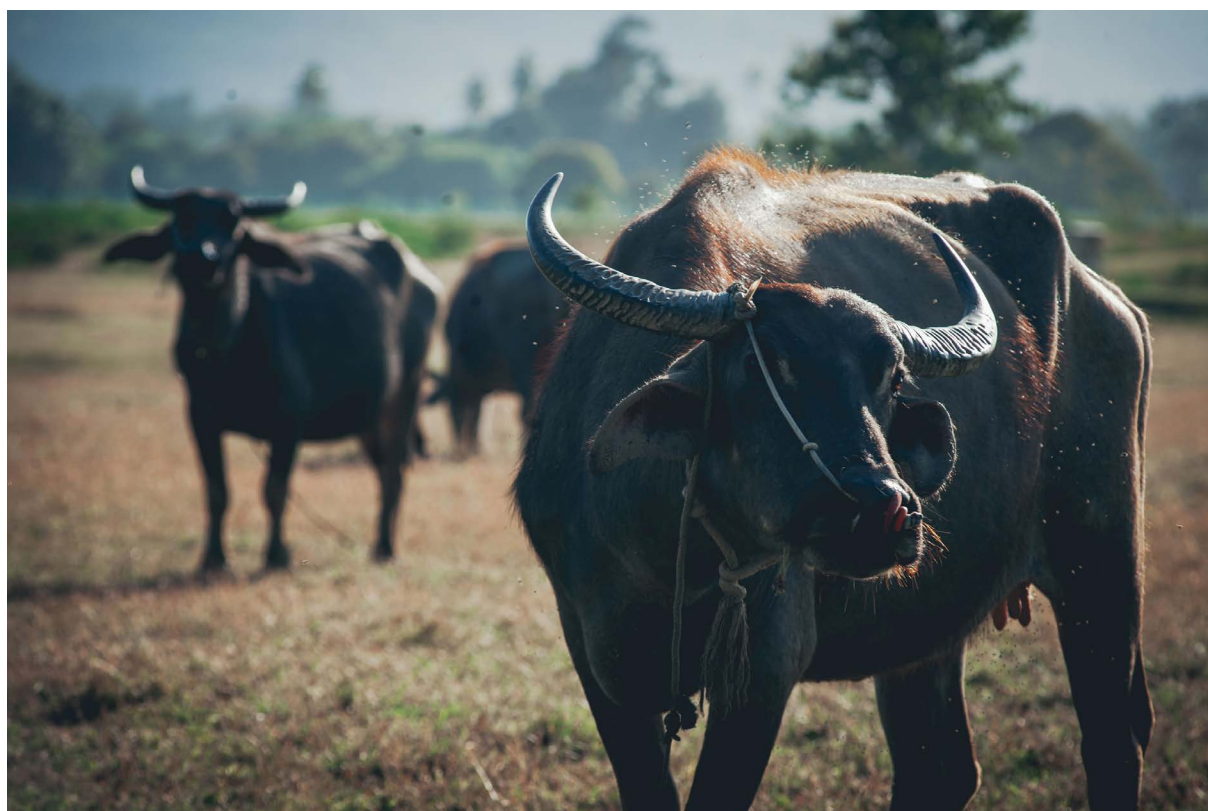
Малайзия характеризуется высокими показателями производства рыбы и морепродуктов, однако в течение 2017-2021 гг. отмечался поступательный тренд на снижение. В результате за пять лет объем производства сократился на 7,6%. Тем не менее, рыбная отрасль играет значимую роль в сельском хозяйстве страны — численность занятых в рыболовстве и рыбоводстве составляет порядка 140 тыс. человек, рыболовный флот насчитывает 43 тыс. судов, а разведение рыбы осуществляется на площади 35,2 тыс. га. Также Малайзия является одним из мировых лидеров по душевому потреблению рыбы с показателем 57,6 кг/человека в год, опережая Республику Корея и Норвегию.



Производство продукции животноводства, 2017-2021 гг.

	2017	2018	2019	2020	2021
Яйцо, млрд шт.	12,5	11,9	9,6	11,7	12,4
Молоко, тыс. тонн	36,6	38,5	40,6	41,8	43,8
Мясо птицы, тыс. тонн	1 664,9	1 653,7	1 655,3	1 702,8	1 713,5
Свинина, тыс. тонн	218,2	223,9	222,8	220,6	232,0
Говядина, тыс. тонн	46,3	46,9	44,0	41,4	43,6
Рыба и морепродукты*, тыс. тонн	1 892,0	1 844,3	1 867,2	1 783,4	1 749,1

Источник: eStatistik (Department of Statistics Malaysia), FAOSTAT, *рыболовство и рыбоводство агрегировано



Важные события в истории развития сельского хозяйства Малайзии

- **1912 Компании**

Появление одной из первых крупнейших иностранных компаний пищевой промышленности, существующей в настоящее время, — Nestlé Malaysia. Nestlé Malaysia управляет 6 заводами, производящими более 500 видов халяльных продуктов.

- **1922 Развитие отрасли**

Появление первой плантации масличных пальм в Малайзии.

- **1944 Компании**

GCH Retail (Malaysia) Sdn Bhd (Giant Hypermarket) – основание крупнейшей торгово-розничной сети гипермаркетов и супермаркетов в Малайзии.

- **1955 Новые институты**

Основание Министерства сельского хозяйства и пищевой промышленности Малайзии.

- **1956 Новые институты**

Создание Федерального управления земельного развития (FELDA), отвечающего за поощрение мелких землевладельцев к выращиванию товарных культур, а также за переселение бедного населения сельских районов в новые освоенные районы.

- **1957 Внешняя политика**

Вступление Малайзии в Продовольственную и сельскохозяйственную организацию ООН (FAO).

- **1957 Компании**

Основание компании Mydin Mohamed Holdings Berhad (MYDIN) — крупнейшей торгово-розничной сети гипермаркетов, супермаркетов и магазинов сбыта халяльной продукции в Малайзии.

- **1958 Внешняя политика**

Вступление Малайзии в Международный Валютный фонд (IMF).

- **1966 План развития**

Первый план экономического развития Малайзии на 1966–1970 гг., направленный на повышение благосостояния всех граждан страны, развитие сельскохозяйственной экономики, дальнейшую диверсификацию национальной экономики, развитие промышленного сектора, улучшение условий жизни в сельских районах.

- **1967 Внешняя политика**

Участие в создании одной из крупнейших региональных межправительственных организаций — Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (ASEAN).

- **1968 Компании**

Основание PPB Group Berhad (Perlis Plantations Berhad) – диверсифицированного конгломерата, специализирующегося на производстве продуктов питания, сельскохозяйственной продукции, утилизации отходов, инвестициях в недвижимость. Кроме того, PPB является единственным крупнейшим акционером Wilmar International, одного из ведущих мировых производителей пальмового масла и продукции АПК.

- **1968 Компании**

Основание Sarawak Oil Palms Berhad (Sopb) — первой компании, которая стала заниматься коммерческой посадкой масличных пальм для производства пальмового масла.

- **1971 План развития**

Второй план экономического развития Малайзии на 1971–1975 гг. был направлен на реализацию Новой экономической политики. В секторе АПК были приняты усилия по диверсификации сельскохозяйственных культур, снижению зависимости от импорта продуктов питания и развитию отрасли животноводства (План Зеленой книги 1974 г.). Фермеров поощряли за двухсезонное выращивание риса и овощей.



• **1973 Новые институты**

Создание Совета фермерских организаций для координации сотрудничества в секторе плантаций между ассоциациями фермеров и государственными учреждениями.

• **1976 План развития**

Третий план экономического развития Малайзии на 1976–1980 гг. имел цель стимулировать рост сельскохозяйственного сектора страны, который рассматривался как один из способов преодоления экономического разрыва между сельским и городским населением.

• **1977 Компании**

Основание крупной компании Fatric Sdn Bhd в г. Селаянг. Основными видами деятельности являются импорт и дистрибуция халяльного охлажденного и замороженного мяса, а также предоставление холодильных складов в аренду.

• **1978 Компании**

Основание Leong Hup International Berhad — одного из крупнейших полностью интегрированных производителей мяса птицы, яиц и кормов для скота в Юго-Восточной Азии. В настоящее время присутствует в Малайзии, Сингапуре, Индонезии, Вьетнаме и Филиппинах.

• **1981 План развития**

Стратегия в рамках Четвертого плана экономического развития Малайзии на 1981–1985 гг. направлена на социально-экономическое развитие страны за счет более эффективного использования капитала, рабочей силы, технологий.

• **1984 Внутренняя политика**

Принятие первой национальной сельскохозяйственной политики на 1984–1991 гг. с целью максимизации доходов от сельского хозяйства и увеличения вклада сектора в экономическое развитие страны в целом.

• **1985 Компании**

Основание крупного производителя кормов и мяса птицы Dindings Poultry Processing Sdn Bhd, входящего в состав MFM Group. Компания реализует широкий ассортимент продукции: цельные тушки, части тушки, маринованные продукты и прочее. Основными товарами марками являются Ayam Dindings, Ayam Fiesta, Jimat Fiesta и DeliHous.

• **1986 План развития**

Пятый план экономического развития Малайзии на 1986–1990 гг. В рамках Плана были смягчены условия для вложения иностранного капитала с целью увеличения инвестиций в экспорто-ориентированный промышленный сектор, уделялось внимание развитию сельских территорий страны и более эффективному использованию земли для обеспечения экономического роста Малайзии в целом.

• **1989 Внешняя политика**

Вступление Малайзии в Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АПЕК) с целью создания новых рынков для сельскохозяйственной продукции и сырья в ответ на растущую взаимозависимость экономик Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) и появление региональных торговых блоков в различных частях мира.

• **1990 План развития**

Шестой план экономического развития Малайзии на 1990–1995 гг. направлен на увеличение ВВП страны, занятости населения и экспортных поступлений, а также развитие сельских районов.

• **1992 Внутренняя политика**

Вторая национальная сельскохозяйственная политика (1992–1998 гг.) направлена на решение проблем сельскохозяйственного сектора в части удовлетворения спроса на продукцию АПК как на внутреннем, так и на внешних рынках. Основной акцент делается на эффективность и конкурентоспособность сельскохозяйственного производства.



• **1995 Внешняя политика**

Вступление Малайзии во Всемирную торговую организацию (ВТО).

• **1996 Внешняя политика**

Создание Рабочей группы по техническому сотрудничеству в области сельского хозяйства (ATCWG) под эгидой АРЕС. Цели рабочей группы: содействие экономическому росту, продовольственной безопасности и социальному благополучию в регионе, укреплению сотрудничества в области инноваций и использования сельскохозяйственных технологий.

• **1996 План развития**

Седьмой план экономического развития Малайзии на 1996–2010 гг., целью которого являлось обеспечения устойчивого экономического роста страны. Правительство поощряло мелкие фермерские хозяйства участвовать в контрактном сельском хозяйстве путем создания соглашений о предуборочных работах между производителями и подрядчикам.

• **1997 Внешняя политика**

Создание одной из крупнейших региональных организаций по объему торговли, размеру ВВП и численности населения – ASEAN+3, состоящая из стран Ассоциации государств Юго-Восточной Азии и Китая, Японии и Республики Корея.

• **1998 Внутренняя политика**

Третья национальная сельскохозяйственная политика (1998–2010 гг.) была принята после влияния Азиатского финансового кризиса 1997–1998 гг. и либерализации финансовых рынков на экономику Малайзии. В период проведения политики основными целями были: укрепление продовольственной безопасности, повышение производительности труда и конкурентоспособности отрасли, углубление связей между различными секторами, создание новых источников роста внутри сельскохозяйственного сектора, устойчивое использование природных ресурсов.

• **2001 План развития**

Восьмой план экономического развития Малайзии на 2001–2005 гг. Основная цель — увеличение внутреннего производства продуктов питания за счет поощрения крупномасштабного и организовванного земледелия, а также за счет использования современных технологий и методов управления сельскохозяйственными ресурсами.

• **2006 План развития**

Девятый план экономического развития Малайзии на 2006–2010 гг. предусматривает рост ВВП Малайзии на 6% в год, модернизацию сельского хозяйства, сельскохозяйственные ирригационные программы, возрождение какао-сектора, выращивание деревьев.

• **2007 Компании**

Образование одной из крупнейших компаний-производителей пальмового масла в мире — Sime Darby Bhd в результате слияния трех компаний Development Milestones — Guthrie, Golden Hope и Sime Darby.

• **2011 План развития**

Десятый план экономического развития Малайзии на 2011–2015 гг., направленный на достижение экономического роста, где основное внимание уделяется эффективному использованию ресурсов во всех конкурентоспособных секторах страны, инвестициям в инфраструктуру сельских районов, повышению качества жизни, росту стоимости экономики страны и социально-экономическому развитию в целом.

• **2011 Внутренняя политика**

Национальная агропродовольственная политика на 2011–2020 гг. была сформулирована для решения проблем на внутреннем и мировом рынках в целях обеспечения устойчивого производства в секторе АПК и продовольственной безопасности в целом.

• **2012 Сделки M&A**

Немецкий пищевой гигант Dr. Oetker приобрел 70% акций малайзийской компании по производству смесей и ингредиентов Nona y Torto Food Industries.



• **2012 Сделки M&A**

Китайское подразделение Yihai Kerry Investments сингапурской агропромышленной группы компаний Wilmar International продает 20% местного производителя муки Yihai Kerry (Zhengzhou) Foodstuffs Industries организации Waikari, подразделению малайзийской мукомольной группы FFM.

• **2015 Сделки M&A**

Малайзийская инвестиционная холдинговая компания Teo Seng Capital покупает сингапурскую организацию BN Fresh Food. Основной специализацией компании BN Fresh Food является оптовая торговля мясной продукцией.

• **2016 План развития**

Одиннадцатый план экономического развития Малайзии на 2016–2020 гг. являлся стратегическим планом развития социальных и экономических секторов страны. В рамках плана цель правительства заключается в создании более инклюзивных и эффективных сельскохозяйственных и продовольственных систем, а также в принятии концепции устойчивого потребления и производства.

• **2017 Сделки M&A**

Envictus International Holdings приобретает малайзийского производителя молочных продуктов Motivage.

• **2017 Сделки M&A**

Малайзийская частная инвестиционная компания Navis Capital Partners приобрела контрольный пакет акций новозеландского производителя яиц Mainland Poultry.

• **2018 Сделки M&A**

Сингапурский производитель яиц Chew's Group Ltd. объявил о продаже своего бизнеса малайзийской птицеводческой ферме Huat Lai Resources Bhd.

• **2019 Сделки M&A**

Малайзийский производитель пищевого масла Xinghe Holdings продает 41,15% акций китайской компании по продаже арахисового масла Henan Xinghe.

• **2019 Сделки M&A**

Малайзийская компания-производитель / переработчик какао Guan Chong приобретает немецкого производителя шоколада Schokinag Holding.

• **2020 Сделки M&A**

Малайзийская группа компаний Leong Hup International объявила о подписании соглашения о приобретении комбикормового завода во Вьетнаме.

• **2020 Сделки M&A**

Малайзийская сельскохозяйственная компания FGV Holdings приобретает 60% акций местного производителя молока RedAgri Farm.

• **2020 Внешняя политика**

Подписание соглашения о создании крупнейшей в мире зоны свободной торговли между странами ASEAN, Китаем, Японией, Республикой Корея, Австралией и Новой Зеландией.

• **2021 План развития**

Утверждение двенадцатого плана экономического развития Малайзии на 2021–2025 гг. В рамках плана предполагается нарастить потенциал сельского хозяйства за счет высоких технологий и устойчивого развития. Целевым показателем является ежегодный прирост объема аграрного ВВП на 4,5%.

• **2022 Внешняя политика**

18 марта 2022 г. официально вступила в силу ратификация Малайзией Соглашения о всеобъемлющем региональном экономическом партнерстве (ВРЭП). Малайзийская сторона рассчитывает, что реализация достигнутых договоренностей позволит увеличить национальный экспорт на 200 млн долл. США и будет способствовать развитию экономики государства.

Источник: FAO, EMIS, открытые источники



Поддержка сельского хозяйства

В 2018 г. Малайзия представила Видение совместного процветания 2030, что представляет собой план развития¹¹, целью которого является обеспечения достойного уровня жизни малайзийцев к 2030 г., для достижения этой цели необходимо изменить экономическую модель и реструктурировать бизнес-экосистему, а также укрепить существующие стратегии и планы.

Сельскохозяйственный сектор является одним из основных источников ВВП Малайзии, в основном благодаря пальмовому маслу, однако в 2020 г. прибыль данного сектора заметно понизилась. В последующий 2021 г. можно было также наблюдать снижении прибыли в основном из-за пандемии COVID-19. Это указывает на необходимость пересмотра сельскохозяйственного сектора как потенциального источника возможностей трудоустройства и увеличения капиталовложений в модернизацию этого сектора. Необходимо сделать акцент на обеспечении стабильности поставок продовольствия, особенно для сельскохозяйственных товаров, которые имеют недостаточный коэффициент самообеспечения и высокую зависимость от импорта. Кроме того, особое внимание следует уделить доступности продовольствия, особенно для малообеспеченных слоев населения, в связи с волатильностью ценового фактора¹².



¹¹ <https://www.epu.gov.my/sites/default/files/2020-02/Summary%20Shared%20Prosperity%20Vision%202030.pdf>

¹² https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemeByCat&cat=72&bul_id=TDV1YU4yc1Z0dUVyZ0xPV0ptRlhWQT09&menu_id=Z0VTZGU1UHBT1VJMFipaxRRR0xpdz09

Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

В 2021 г. товарооборот продукции АПК Малайзии увеличился до 49,9 млрд долл. США, что на 28,6% выше показателя 2020 г. (38,8 млрд долл. США). Согласно данным ITC Trade Map, совокупный объем импорта продукции АПК Малайзии в 2021 г. составил 20,6 млрд долл. США, показав рост на 22,7% по отношению к 2020 г. (16,8 млрд долл. США). Среднегодовой темп роста импорта в течение 2017–2021 гг. составил 7,8%.



Источник: ITC Trade Map

Малайзия входит в четверку крупнейших в мире импортеров какао-бобов, ежегодно увеличивая закупки на внешних рынках. В 2021 г. в страну было импортировано 480 тыс. тонн этой культуры на общую стоимость 1,2 млрд долл. США. Ранее страна была крупным производителем какао-бобов, ежегодно производя 200–250 тыс. тонн.

В то же время, несмотря на значительные объемы собственного производства пальмового масла, малайзийские переработчики импортируют сырое пальмовое масло для удовлетворения внутреннего спроса и поддержания запасов данного продукта. В 2021 г. несмотря на ограничения на импорт сырого масла со стороны правительства Малайзии, часть переработчиков закупала продукт у индонезийских поставщиков, пользуясь долгосрочными торговыми соглашениями. Между тем 22 апреля 2022 г. стало известно, что Индонезия – основной поставщик пальмового масла на рынок Малайзии – запретит экспорт данной продукции и сырья для его производства. 27 апреля 2022 г. Министр экономики объявил, что, согласно решению, запрет будет распространяться на экспорт сырого и рафинированного масла в том числе. Данная мера была принята руководством страны в связи с дефицитом продукции на внутреннем рынке. На фоне ограничения экспорта пальмового масла Индонезии Совет по пальмовому маслу Малайзии (МРОВ) заявил, что страны мира должны замедлить использование пищевого масла в качестве биотоплива, чтобы обеспечить достаточные запасы для его использования в пищевых продуктах.

По итогам 2021 г. в стоимостной структуре импорта продукции АПК Малайзии преобладали какао-бобы (5,9%), масло пальмовое (5,6%), кукуруза (5,4%), прочие пищевые продукты (4,9%) и сахар свекловичный и тростниковый (4,5%).



Структура импорта продукции АПК Малайзии, 2021 г.

№	Наименование	Млрд долл. США	Доля в стоимостном импорте, %*
1	Какао-бобы	1,2	5,9%
2	Масло пальмовое	1,2	5,6%
3	Кукуруза	1,1	5,4%
4	Пищевые продукты прочие	1,0	4,9%
5	Сахар свекловичный и тростниковый	0,9	4,5%
6	Животные и растительные масла и жиры прочие непищевые	0,6	3,1%
7	Жмых и шрот соевые	0,6	3,0%
8	Говядина и пищевые субпродукты КРС	0,6	2,8%
9	Рис	0,6	2,8%
10	Сухое молоко	0,6	2,7%
	Прочие продукты	12,2	59,2%
	Итого	20,6	100,0%

Источник: ITC Trade Map, *сумма не равна 100% ввиду округления

Основными странами-экспортерами продукции АПК в Малайзию в 2021 г. стали Индонезия (14,7%), Китай (10,3%) и Таиланд (8,6%). На долю топ-10 стран пришлось 71,6% импорта продукции АПК Малайзии.

Основные страны-экспортеры продукции АПК в Малайзию, 2017–2021 гг., млрд долл. США

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Индонезия	1,9	2,0	1,9	2,2	3,0
2	Китай	1,6	1,7	1,8	2,0	2,1
3	Таиланд	1,2	1,5	1,3	1,1	1,8
4	Аргентина	1,1	1,2	1,1	1,2	1,6
5	Индия	0,9	0,9	0,9	1,2	1,5
6	США	1,0	1,0	1,1	1,1	1,2
7	Австралия	1,0	1,0	0,8	0,8	1,2
8	Бразилия	1,2	0,8	0,5	0,8	1,0
9	Сингапур	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7

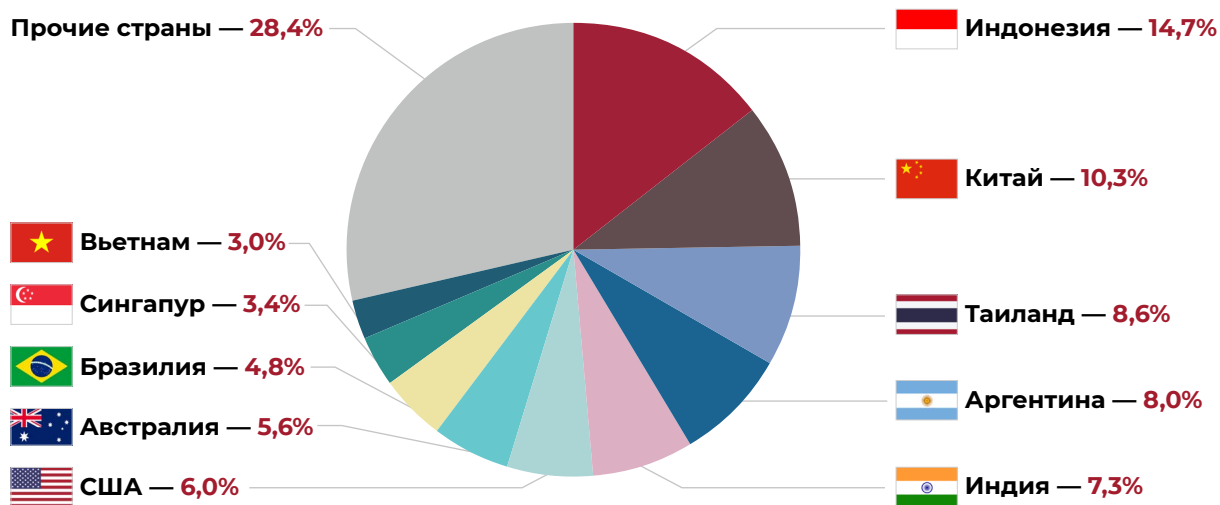


Продолжение табл.

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
10	Вьетнам	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6
	Прочие страны	4,4	4,7	5,1	5,1	5,9
	Итого	15,3	16,0	15,7	16,8	20,6

Источник: ITC Trade Map

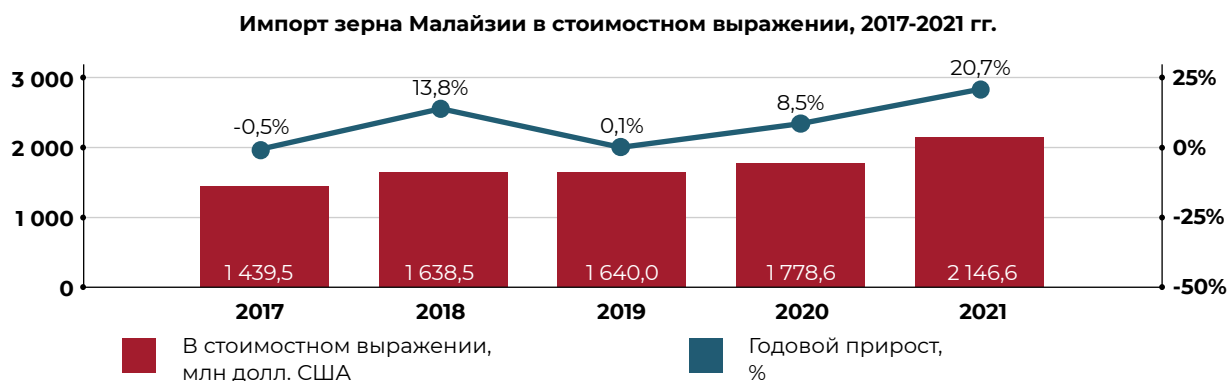
Доля стран в импорте продукции АПК Малайзии в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: ITC Trade Map

Импорт зерна

В 2020 г. Малайзия импортировала зерна на общую сумму 2 146,6 млн долл. США. По отношению к уровню 2020 г. общий объем закупок зерна увеличился на 20,7%. Рост импорта данной продукции наблюдался на протяжении 2018-2021 гг.



Источник: ITC Trade Map

Наибольший объем импорта в стоимостном выражении (52,4%) приходился на кукурузу, которой в 2020 г. было импортировано на общую сумму в 1 124,7 млн долл. США. Импорт кукурузы за 2017-2021 гг. вырос на 51,7%. Далее в структуре поставок следовал рис – 26,8%, пшеница – 19,9%. Осуществлялись также незначительные поставки овса и гречихи.

Структура импорта зерна Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США

Вид	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2017	
						+/-	%
Кукуруза	741,6	824,1	787,8	791,6	1 124,7	383,0	51,7%
Рис	345,7	406,0	452,7	589,5	575,6	229,9	66,5%
Пшеница	337,2	396,5	383,9	377,7	427,1	89,9	26,7%
Овес	6,6	5,0	5,3	8,9	8,7	2,1	32,4%
Гречиха, просо и семена канареечника	4,5	3,9	7,4	7,8	8,0	3,5	78,7%
Ячмень	2,1	2,6	2,5	2,7	1,9	-0,1	-7,2%
Сорго зерновое	0,3	0,3	0,4	0,3	0,5	0,3	90,0%
Рожь	1,7	0,1	0,02	-	0,01	-1,7	в 236 раз
Итого	1 439,5	1 638,5	1 640,0	1 778,6	2 146,6	707,1	49,1%

Источник: ITC Trade Map

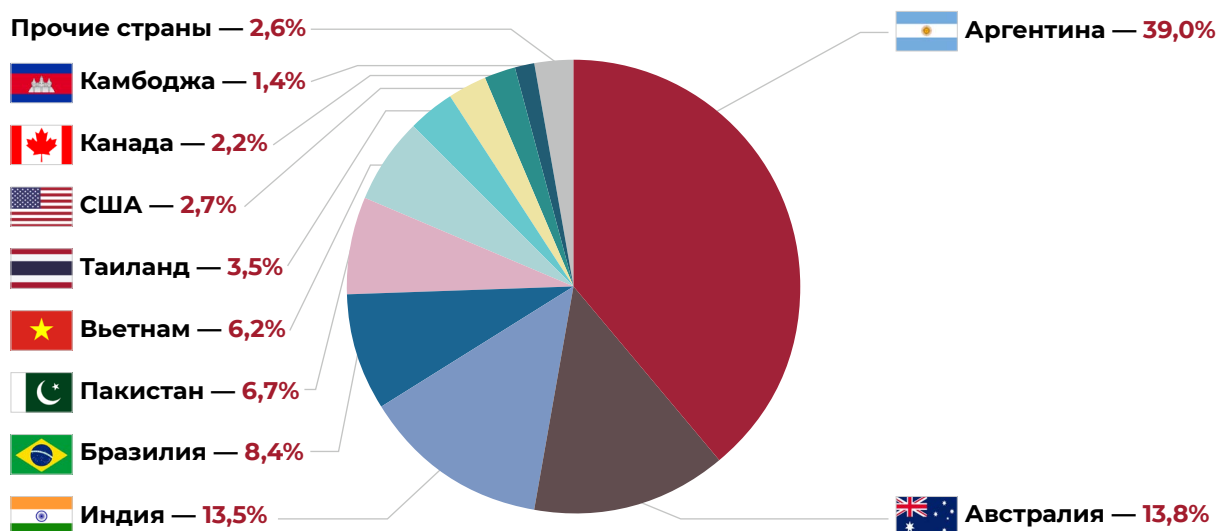
Основными поставщиками зерна на малайзийский рынок являлись Аргентина (поставляющая в основном кукурузу), доля поставок которой составила 39,0% в общих объемах импорта зерна Малайзии. 13,8% приходилось на поставки из Австралии (в основном пшеница) и 13,5% - из Индии (в основном рис). На долю топ-10 стран пришлось 97,4% импорта зерна Малайзии в стоимостном выражении.

Структура импорта зерна Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Аргентина	395,6	485,5	471,0	586,6	836,4
2	Австралия	202,6	187,3	140,4	126,5	296,5
3	Индия	36,2	39,2	55,8	164,4	289,1
4	Бразилия	265,1	326,9	312,4	210,4	181,3
5	Пакистан	22,2	31,5	37,9	67,9	143,7
6	Вьетнам	139,9	106,2	200,7	247,8	133,2
7	Таиланд	126,9	208,7	120,9	40,1	75,5
8	США	120,9	56,1	114,5	88,0	57,7
9	Канада	60,1	60,1	49,5	49,9	47,1
10	Камбоджа	25,8	34,9	27,2	32,7	31,1
	Прочие страны	44,2	102,1	109,6	164,1	55,0
	Итого	1 439,5	1 638,5	1 640,0	1 778,6	2 146,6

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в импорте зерна Малайзии в стоимостном выражении, 2021 г., %



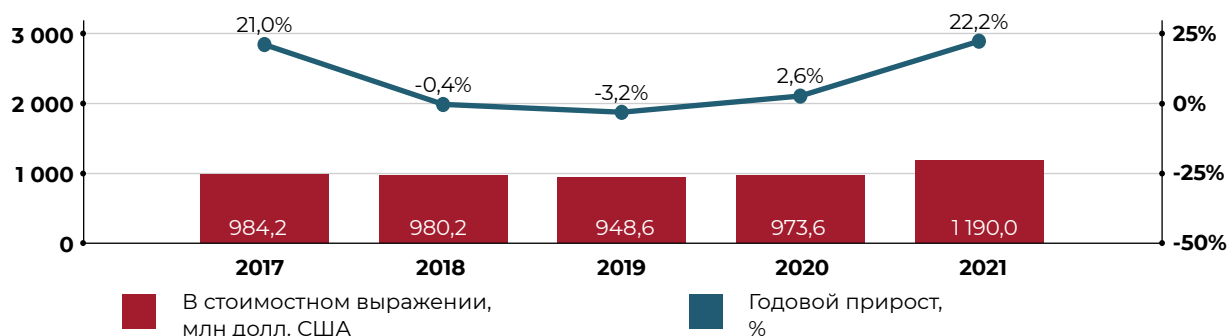
Источник: ITC Trade Map



Импорт продукции масложировой отрасли

В 2021 г. импорт продукции масложировой отрасли Малайзии увеличился в стоимостном выражении на 22,2% и достиг 1,2 млрд долл. США. Положительная динамика наблюдалась в 2017 г., 2020-2021 гг. с незначительным снижением импорта в 2018-2019 гг.

Импорт продукции масложировой отрасли Малайзии в стоимостном выражении, 2017-2021 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта масложировой продукции в стоимостном выражении наибольшую долю в 2021 г. занимал соевый жмых и шрот, на который пришлось 52,9% от общего объема импорта. Значительная доля в структуре малайзийского импорта в 2021 г. также приходилась на продукты для приготовления соусов и готовые соусы (12,5%), масло подсолнечное (12,4%), масло соевое (9,1%) и масло рапсовое (8,3%). Стоит отметить, что наибольший рост импорта за 2017-2021 гг. был по подсолнечному (более чем в 2 раза) и рапсовому масла (+85,1%).

Структура импорта продукции масложировой отрасли Малайзии по видам продукции в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США

Вид	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2017	
						+/-	%
Соевые жмыхи и шрота	609,9	590,7	521,1	520,3	629,3	19,4	3,2%
Продукты для приготовления соусов и готовые соусы	110,8	125,5	136,4	141,7	149,3	38,5	34,7%
Масло подсолнечное	72,9	70,3	109,3	111,7	147,5	74,6	102,3%
Масло соевое	96,3	83,0	67,0	95,1	108,6	12,3	12,8%
Масло рапсовое	53,6	58,6	48,6	59,2	99,2	45,6	85,1%
Прочие продукты	40,6	52,1	66,2	45,5	56,0	15,4	37,9%
Итого	984,2	980,2	948,6	973,6	1 190,0	205,8	20,9%

Источник: ITC Trade Map

Основными экспортерами масложировой продукции в Малайзию в 2021 г. являлись такие страны, как Аргентина, Украина, Китай, Таиланд и ОАЭ. На них пришлось 80,7% всего стоимостного импорта масложировой продукции Малайзии. При этом поставки



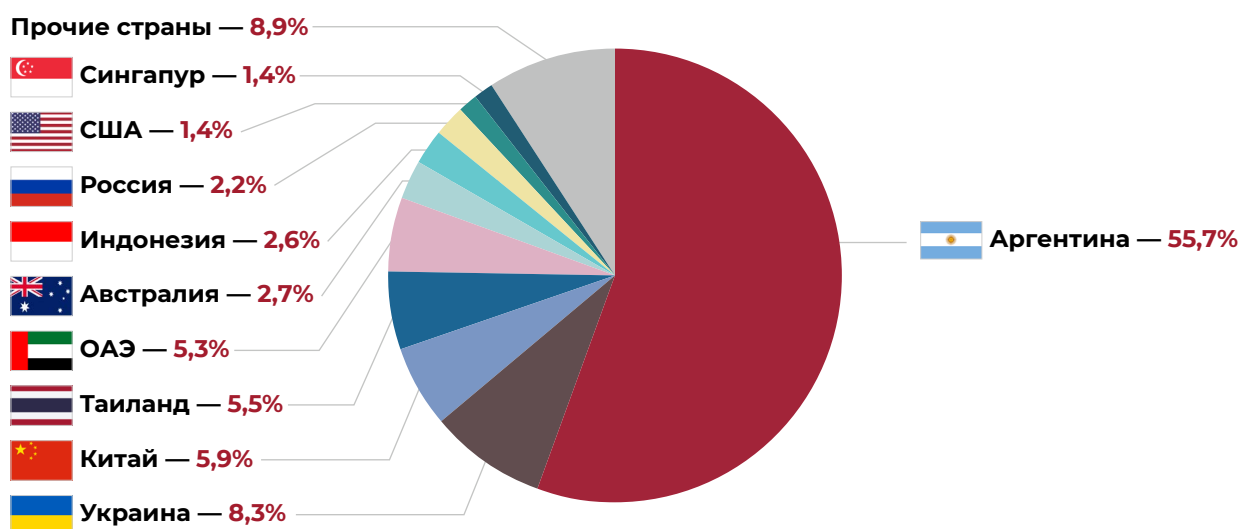
в 2021 г. выросли у всех ключевых импортеров. На долю топ-10 стран в 2021 г. пришлось 91,1% всех поставок масложировой продукции на малайзийский рынок в стоимостном выражении.

Структура импорта продукции масложировой отрасли Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Аргентина	686,2	621,0	567,6	571,7	663,0
2	Украина	40,4	44,9	69,6	67,3	98,3
3	Китай	29,8	42,0	45,7	54,6	70,5
4	Таиланд	32,0	42,0	49,3	47,7	65,3
5	ОАЭ	9,2	27,7	33,0	24,9	63,5
6	Австралия	17,1	10,6	9,8	11,5	32,5
7	Индонезия	11,3	14,2	26,6	21,9	31,1
8	Россия	15,2	7,3	8,5	28,2	26,2
9	США	33,2	34,8	20,0	17,2	17,1
10	Сингапур	17,8	17,3	17,2	14,1	17,0
	Прочие страны	92,1	118,5	101,3	114,5	105,6
	Итого	984,2	980,2	948,6	973,6	1 190,0

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в импорте продукции масложировой отрасли Малайзии в стоимостном выражении, 2021 г., %

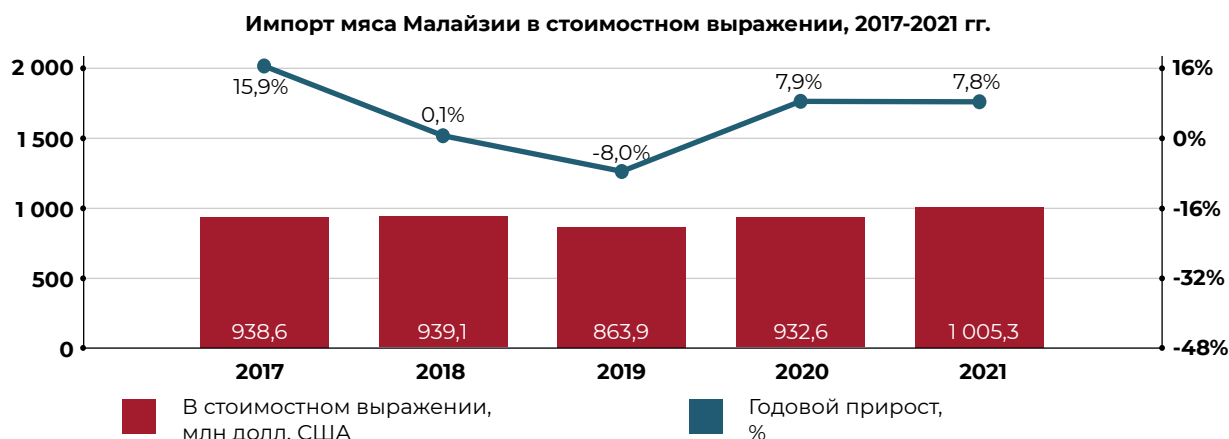


Источник: ITC Trade Map



Импорт мяса

Мясо и мясная продукция является важной составляющей ежедневного рациона питания населения Малайзии, поскольку многие блюда местной кухни включают мясные ингредиенты. Мясо птицы, говядина и баранина являются популярными источниками животных белков. В 2021 г. импорт мяса всех видов Малайзии превысил 1 млрд долл. США, что стало рекордным показателем за 2017-2021 гг. Рост импорта наблюдался за весь анализируемый период за исключением 2019 г. (снижение составило 8,0%).



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта мяса Малайзии в стоимостном выражении больше половины объемов (57,7%) приходилось на говядину, поставки которой за 2017-2021 гг. увеличились на 5,5%. Малайзия закупает также значительные объемы мяса птицы и баранины, импорт которых вырос на 28,2% и 1,0% соответственно.

Структура импорта мяса Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США

Вид	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2017	
						+/-	%
Говядина	549,5	537,6	483,4	526,9	579,6	30,1	5,5%
Мясо птицы	145,7	157,4	160,2	142,9	186,8	41,1	28,2%
Баранина	182,9	180,7	163,7	208,5	184,8	1,9	1,0%
Свинина	58,4	61,0	53,8	48,7	52,5	-5,9	-10,1%
Прочие продукты	2,0	2,4	2,8	5,5	1,6	-0,5	-22,9%
Итого	938,6	939,1	863,9	932,6	1 005,3	66,7	7,1%

Источник: ITC Trade Map

Основными поставщиками мяса на малайзийский рынок в 2021 г. стали Индия и Австралия, на долю которых пришлось 43,9% и 23,5% импорта соответственно. При этом Индия является ключевым поставщиком говядины, в то время как мясо



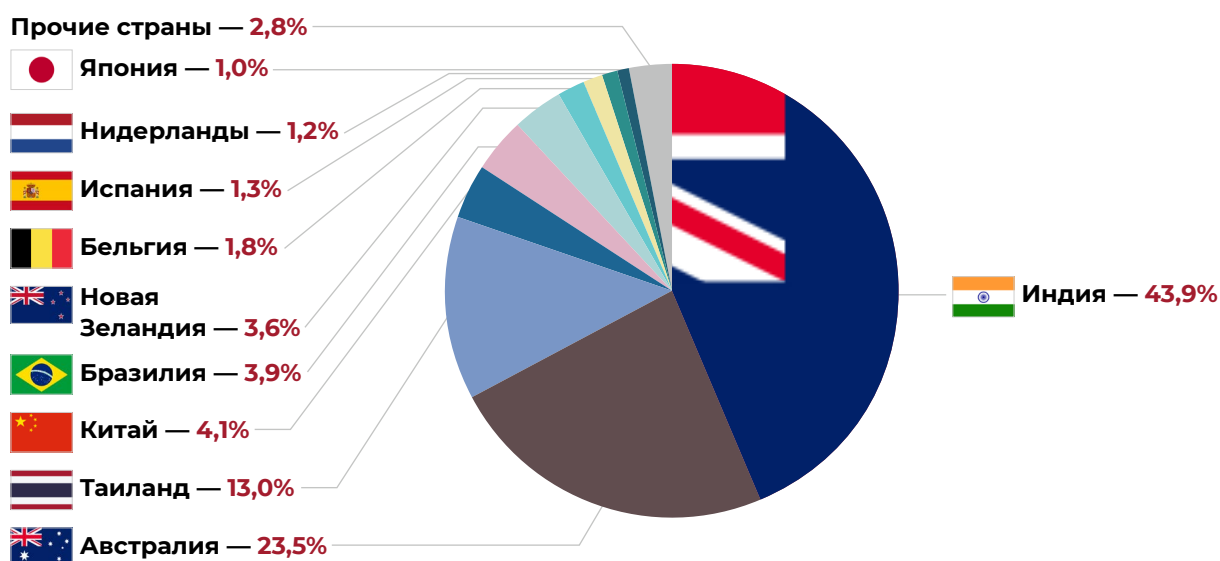
птицы импортируется в основном из Таиланда. В целом на топ-10 стран-экспортеров в 2021 г. пришлось 97,2% импорта продукции данного сектора.

Структура импорта мяса Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Индия	401,4	395,7	352,6	398,4	441,6
2	Австралия	216,2	217,0	199,6	222,8	236,4
3	Таиланд	85,3	90,0	101,0	90,8	130,5
4	Китай	23,1	49,3	34,3	31,8	40,8
5	Бразилия	48,8	36,0	39,1	36,5	39,1
6	Новая Зеландия	99,3	84,0	62,7	84,0	36,3
7	Бельгия	3,8	5,0	0,9	1,6	17,7
8	Испания	12,3	12,7	13,3	9,7	13,0
9	Нидерланды	6,6	4,0	7,3	9,7	11,7
10	Япония	0,3	2,8	3,3	4,2	10,2
	Прочие страны	41,5	42,6	49,9	43,0	28,1
	Итого	938,6	939,1	863,9	932,6	1 005,3

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в импорте мяса Малайзии в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: ITC Trade Map



Импорт молока и молочной продукции

Импорт молока и молочной продукции рос на всем протяжении 2017-2021 гг. и в 2021 г. составил 1,2 млрд долл. США, что на 14,2% выше уровня 2020 г. и на 31,6% уровня 2017 г.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта молочной продукции в стоимостном выражении преобладали поставки сухого молока, на которые в 2021 г. пришлось 46,5% от общего объема импорта. Далее следовали сыры и молочная сыворотка с долей 14,8% и 11,0% соответственно. Сравнительно меньшие объемы поставок пришлись на масло сливочное и прочие молочные жиры, питьевое молоко, мороженое, кисломолочную продукцию и концентрированное молоко.

Структура импорта молока и молочной продукции Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США

Вид	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2017	
						+/-	%
Сухое молоко	456,2	463,7	502,7	512,3	558,5	102,3	22,4%
Сыры	127,8	124,4	127,7	163,9	177,4	49,6	38,8%
Молочная сыворотка	101,9	94,3	99,0	100,1	132,6	30,8	30,2%
Сливочное масло	103,7	127,1	106,3	101,0	115,3	11,6	11,2%
Питьевое молоко	48,4	56,3	63,8	76,6	93,5	45,1	93,2%
Мороженое	50,1	53,3	56,4	58,1	69,9	19,7	39,4%
Кисломолочная продукция	23,3	30,4	40,8	35,4	45,0	21,7	92,9%
Концентрированное молоко	2,1	2,6	5,0	5,1	9,7	7,6	в 3,6 раза
Итого	913,5	952,1	1 001,6	1 052,6	1 201,9	288,3	31,6%

Источник: ITC Trade Map



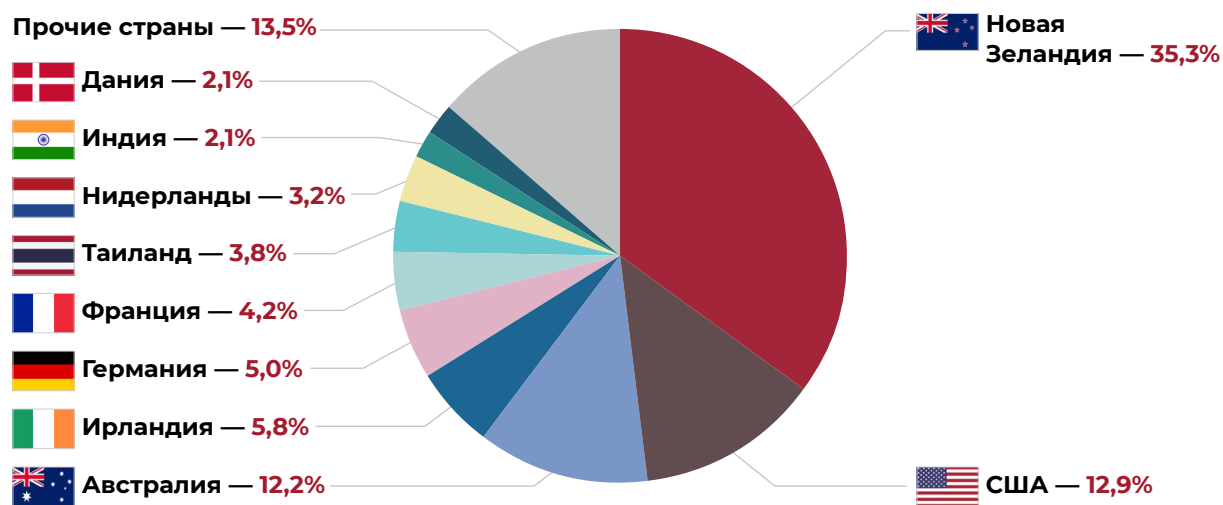
Основными экспортерами молочных продуктов в Малайзию являлись Новая Зеландия, США, Австралия, Ирландия и Германия. На долю этих стран в 2021 г. пришлось 71,2% всего стоимостного импорта молочной продукции Малайзии. В 2021 г. поставки из Новой Зеландии составили 424,3 млн долл. США, увеличившись на 7,0% к уровню 2020 г. Рост импорта наблюдался из всех ключевых стран-поставщиков: США (+1,2%), Австралии (+12,1%), Ирландии (+45,1%), Германии (+28,2%). На долю топ-10 стран в 2021 г. пришлось 86,5% всех поставок молочной продукции на малайзийский рынок в стоимостном выражении.

Структура импорта молока и молочной продукции Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Новая Зеландия	445,6	437,4	427,0	396,5	424,3
2	США	79,8	95,8	101,6	153,6	155,5
3	Австралия	118,5	119,4	112,6	131,0	146,8
4	Ирландия	12,3	21,0	42,3	48,3	70,1
5	Германия	36,6	44,0	46,8	46,5	59,6
6	Франция	52,7	49,4	56,8	51,0	50,6
7	Таиланд	28,2	29,9	32,6	37,9	45,1
8	Нидерланды	23,5	27,4	26,7	40,9	38,1
9	Индия	0,1	4,3	7,5	0,5	25,2
10	Дания	4,1	9,7	10,7	22,5	24,7
	Прочие страны	112,1	113,9	137,1	123,8	161,8
	Итого	913,5	952,1	1 001,6	1 052,6	1 201,9

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в импорте молока и молочной продукции Малайзии
в стоимостном выражении, 2021 г., %

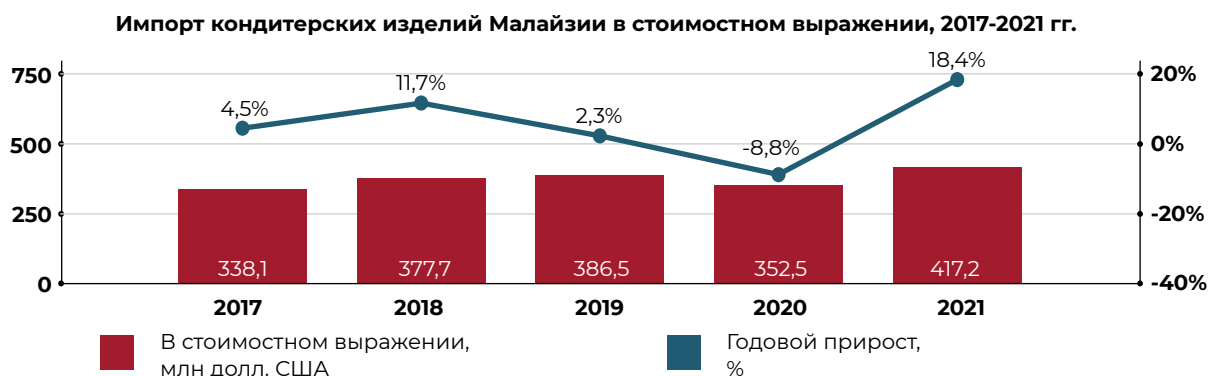


Источник: ITC Trade Map



Импорт кондитерских изделий

В 2021 г. Малайзия импортировала кондитерских изделий на общую сумму 417,2 млн долл. США. По отношению к 2020 г. импорт показал рост на 18,4%. Рост импорта наблюдался в течение всего 2017-2021 гг., за исключением 2020 г., когда поставки сократились на 8,8%.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта кондитерских изделий преобладают поставки мучных кондитерских изделий, на которые в 2021 г. пришлось более 48,5% от общего объема импорта кондитерских изделий страны. Далее следовали шоколадные и сахаристые кондитерские изделия с долей в стоимостном импорте 38,5% и 12,9% соответственно.

Структура импорта кондитерских изделий Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США

Вид	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2017	
						+/-	%
Мучные КИ	130,8	146,8	158,9	176,1	202,5	71,7	54,8%
Шоколадные КИ	138,2	152,5	162,5	125,6	160,7	22,5	16,3%
Сахаристые КИ	69,1	78,3	65,1	50,8	54,0	-15,0	-21,8%
Итого	338,1	377,7	386,5	352,5	417,2	79,1	23,4%

Источник: ITC Trade Map

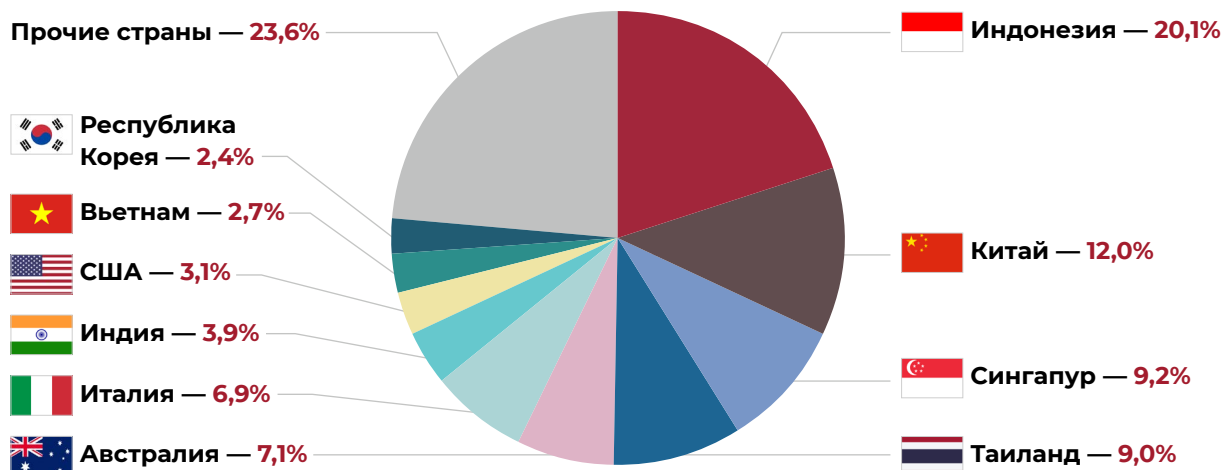
Основными экспортерами кондитерских изделий в Малайзию в 2021 г. являлись Индонезия, Китай, Сингапур. В 2021 г. поставки из Индонезии составили 84,0 млн долл. США, по отношению к 2020 г. объем поставок из страны увеличился на 12,8%. Китай – второй по стоимости поставщик кондитерских изделий на рынок Малайзии, в 2021 г. импорт из данной страны увеличился на 14,2% по отношению к уровню 2020 г. до 50,0 млн долл. США. Суммарно на топ-10 поставщиков в 2021 г. пришлось 76,4% импорта всех кондитерских изделий Малайзии.

**Структура импорта кондитерских изделий Малайзии по странам
в стоимостном выражении, 2017-2021 гг., млн долл. США**

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Индонезия	57,1	65,7	71,0	74,5	84,0
2	Китай	48,3	56,6	48,5	43,8	50,0
3	Сингапур	30,3	36,8	33,0	30,6	38,4
4	Таиланд	33,3	33,5	34,8	31,6	37,6
5	Австралия	11,1	16,3	22,2	22,0	29,7
6	Италия	15,6	16,8	18,6	17,1	28,7
7	Индия	10,6	15,7	19,1	13,7	16,4
8	США	17,9	14,3	14,3	9,6	12,7
9	Вьетнам	13,3	14,9	14,6	13,5	11,4
10	Республика Корея	7,2	6,6	7,8	8,1	9,9
	Прочие страны	93,3	100,5	102,6	88,1	98,4
	Итого	338,1	377,7	386,5	352,5	417,2

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в импорте кондитерских изделий Малайзии в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: ITC Trade Map

Экспорт продукции АПК

Согласно данным ITC Trade Map, совокупный объем экспорта продукции АПК Малайзии в 2021 г. достиг 29,3 млрд долл. США, что на 33,1% выше значения 2020 г. Среднегодовой темп роста экспорта за 2017–2021 гг. составил 7,6%.



Источник: ITC Trade Map



Основу малайзийского экспорта продукции АПК составляет пальмовое масло, на которое в 2021 г. пришлось около 48,4% экспорта страны в стоимостном выражении. Малайзийские производители пальмового масла в последнее время предпочитают экспортировать сырое пальмовое масло, поскольку оно пользуется большим спросом за рубежом, а также иностранные партнеры предлагают лучшую цену, чем местные переработчики.

Помимо этого, Малайзия экспортирует и иные виды масел, в т. ч. животные и растительные масла и жиры (7,7%), масло пальмоядровое и масло бабассу (3,8%), животные и растительные масла и жиры прочие непищевые (2,5%).

Помимо отмеченных продуктов, значительных объемов в структуре экспорта продукции АПК в 2021 г. также достигли продукты с высокой добавленной стоимостью – пищевые продукты прочие (2,8%), мучные кондитерские изделия (2,5%).

Структура экспорта продукции АПК Малайзии, 2021 г.

№	Наименование	Млрд долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %*
1	Масло пальмовое	14,2	48,4%
2	Животные и растительные масла и жиры (гидрогенизированные, пере-, ретерифицированные или элаидинизированные, но не подвергнутые дальнейшей обработке)	2,3	7,7%
3	Масло пальмоядровое и масло бабассу	1,1	3,8%
4	Пищевые продукты прочие	0,8	2,8%
5	Животные и растительные масла и жиры прочие непищевые	0,7	2,5%
6	Мучные кондитерские изделия	0,7	2,5%
7	Какао-масло, какао-жир	0,6	2,1%
8	Маргарин	0,5	1,9%
9	Экстракт солодовый, прочие пищевые продукты из муки, крупы, крахмала, молока	0,5	1,9%
10	Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	0,5	1,7%
	Прочие продукты	7,3	24,8%
	Итого	29,3	100,0%

Источник: ITC Trade Map, *сумма не равна 100% ввиду округления

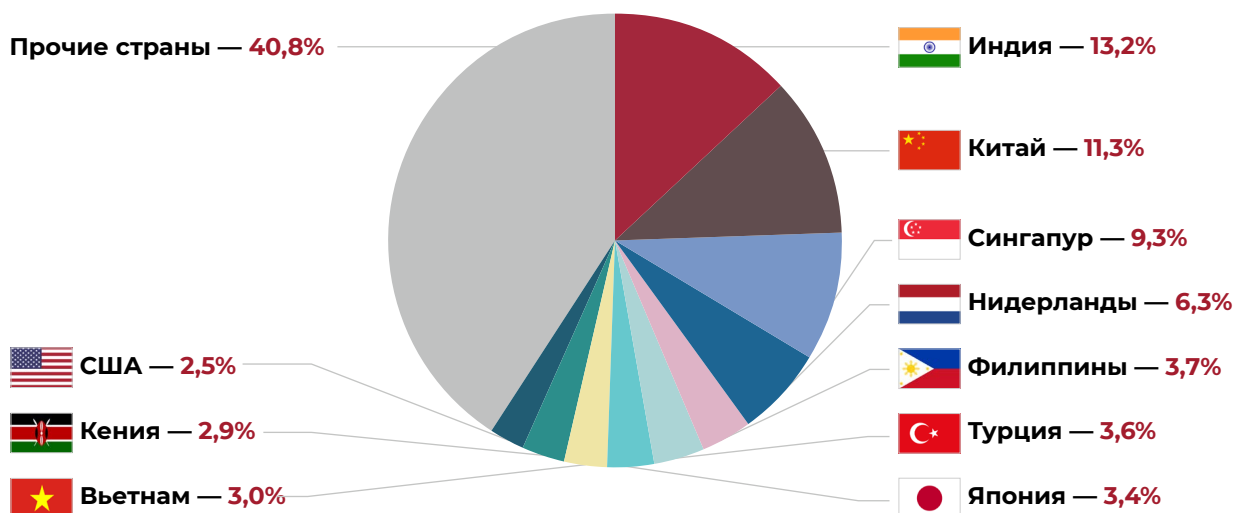
В 2021 г. основными странами-импортерами продукции АПК из Малайзии были Индия (13,2% всего экспорта страны в стоимостном выражении), Китай (11,3%), Сингапур (9,3%) и Нидерланды (6,3%). Всего же на топ-10 стран-импортеров в 2021 г. пришлось 59,2% агроэкспорта Малайзии.

Основные страны-импортеры продукции АПК из Малайзии,
2017-2021 гг., млрд долл. США

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Индия	1,4	1,4	2,1	1,8	3,9
2	Китай	2,0	2,0	2,4	2,9	3,3
3	Сингапур	2,2	2,3	2,4	2,4	2,7
4	Нидерланды	1,0	0,9	0,7	1,2	1,8
5	Филиппины	0,9	0,9	0,7	0,8	1,1
6	Турция	0,7	0,6	0,6	0,6	1,0
7	Япония	0,9	0,8	0,8	0,8	1,0
8	Вьетнам	1,0	0,8	0,7	0,6	0,9
9	Кения	0,2	0,2	0,1	0,4	0,9
10	США	0,8	0,7	0,7	0,8	0,7
	Прочие страны	10,9	10,2	9,0	9,6	12,0
	Итого	21,9	20,7	20,4	22,0	29,3

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в экспорте продукции АПК Малайзии в стоимостном
выражении, 2021 г. %



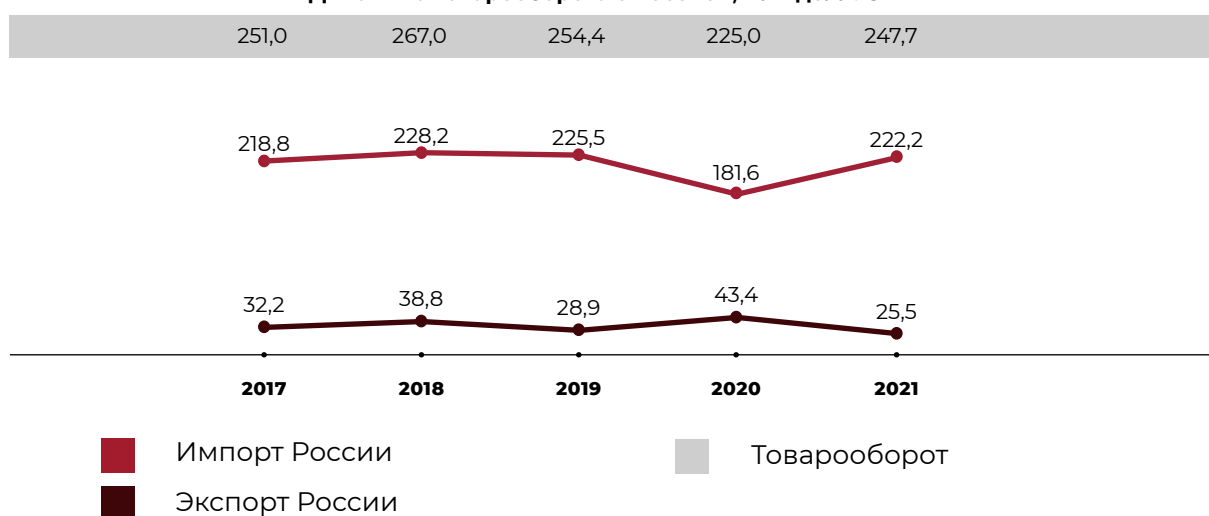
Источник: ITC Trade Map

Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Малайзией

Объем взаимной торговли (товарооборот) сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Малайзией в 2021 г. в сравнении с 2020 г. увеличился на 10,1% и составил 247,7 млн долл. США. Экспорт России в Малайзию снизился на 41,3% до 25,5 млн долл. США, а импорт России из Малайзии вырос на 22,3% до 222,2 млн долл. США.

Российский экспорт в Малайзию в 2021 г. составлял 10,3% от товарооборота продукции АПК между Россией и Малайзией. На долю товарооборота продукции АПК между двумя странами приходилось 0,3% всего российского внешнеторгового товарооборота продукции АПК.

Динамика товарооборота с Россией, млн долл. США



Источник: ФТС России

Импорт России из Малайзии в 2021 г. составил 88,1 тыс. тонн на сумму 222,2 млн долл. США. На долю Малайзии приходилось 0,6% импорта продукции АПК России.

Основными товарными позициями в стоимостном выражении в структуре импорта продукции АПК России из Малайзии в 2021 г. являлись какао-масло и какао-жир (35,5%), животные и растительные масла и жиры (14%), какао-порошок (9,5%), пищевые продукты прочие (9,1%), масло кокосовое (8,3%).

Рост импорта в стоимостном выражении на 22,3% обусловлен преимущественно увеличением поставок какао-масла, какао-жира (+31,5% к 2020 г.), животных и растительных масел и жиров (+48,2%), масла кокосового (+77,4%), масла пальмоядрового и масла бабассу (в 2,8 раза).

При этом сократился импорт пальмового масла (-35,3%), экстрактов и эссенций кофе, продуктов из них (-14,7%).



Российский импорт, 2020-2021 гг.

№	Наименование	2020		2021		Прирост 2021 к 2020			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Какао-масло, какао-жир	10,3	60,1	14,9	79,0	4,6	44,3	18,9	31,5
2	Животные и растительные масла и жиры	18,2	21,0	18,1	31,1	-0,1	-0,6	10,1	48,2
3	Какао-порошок	10,0	20,3	8,4	21,1	-1,7	-16,5	0,7	3,6
4	Пищевые продукты прочие	8,6	16,9	9,2	20,3	0,6	6,4	3,4	20,1
5	Масло кокосовое	9,4	10,3	9,7	18,3	0,3	3,6	8,0	77,4
6	Масло пальмоядровое и масло бабассу	3,6	3,4	5,9	9,4	2,3	62,4	6,0	в 2,8 раза
7	Масло пальмовое	15,2	12,9	6,3	8,4	-8,9	-58,5	-4,6	-35,3
8	Продукты для кормления животных, кроме корма для собак и кошек	10,0	7,5	6,8	8,0	-3,2	-32,0	0,5	6,4
9	Мучные кондитерские изделия	2,0	4,2	2,7	6,7	0,7	33,7	2,5	58,0
10	Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	2,3	7,5	1,5	6,4	-0,8	-33,0	-1,1	-14,7
	Прочие продукты	7,4	17,4	4,6	13,6	-2,8	-37,9	-3,9	-22,2
	Итого	97,1	181,6	88,1	222,2	-9,0	-9,3	40,6	22,3

Источник: ФТС России

В 2021 г. из России в Малайзию было ввезено 27 тыс. тонн продукции на сумму 25,5 млн долл. США. На долю Малайзии пришлось менее 0,1% экспорта продукции АПК России.

Основными товарными позициями в структуре экспорта продукции АПК России в Малайзию в стоимостном выражении в 2021 г. являлись масло подсолнечное (68,9%), масло соевое (15,6%), горох (3,4%), прочие масличные семена (2,9%), семена кориандра (2,3%).

Снижение российского экспорта в стоимостном выражении на 41,3% обусловлено преимущественно уменьшением поставок пшеницы (-11,7 млн долл. США к 2020 г.),



подсолнечного масла (-8,6 млн долл. США), прочих масличных семян (-0,4 млн долл. США), прочих пищевых продуктов (-0,1 млн долл. США).

При этом вырос экспорт соевого масла (+2,1 млн долл. США), гороха (+0,3 млн долл. США), мелассы (+0,3 млн долл. США), экстрактов и эссенций кофе, продуктов из них (+0,2 млн долл. США). Кроме того, начались поставки крахмала (+0,1 млн долл. США).

Российский экспорт, 2020-2021 гг.

№	Наименование	2020		2021		Прирост 2021 к 2020			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Масло подсолнечное	33,9	26,1	15,3	17,5	-18,6	-54,9	-8,6	-32,8
2	Масло соевое	2,4	1,9	3,2	4,0	0,8	34,3	2,1	в 2,1 раза
3	Горох	1,6	0,5	2,1	0,9	0,4	26,0	0,3	67,2
4	Прочие масличные семена	2,7	1,1	1,3	0,7	-1,5	-54,5	-0,4	-32,6
5	Семена кориандра	0,9	0,6	0,8	0,6	-0,2	-18,5	-0,05	-7,7
6	Меласса	1,0	0,2	2,0	0,6	1,0	в 2 раза	0,3	в 2,3 раза
7	Просо	0,8	0,3	0,9	0,3	0,01	1,5	0,04	13,3
8	Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	0,01	0,04	0,1	0,3	0,04	в 5,7 раза	0,2	в 6,4 раза
9	Табачные отходы	1,0	0,3	0,8	0,3	-0,2	-21,1	-0,1	-19,0
10	Крахмал	-	-	0,4	0,1	0,4	-	0,1	-
	Прочие продукты	53,8	12,2	0,4	0,2	-53,4	-99,3	-12,0	-98,2
	Итого	98,2	43,4	27,0	25,5	-71,2	-72,5	-17,9	-41,3

Источник: ФТС России

Потребительские предпочтения

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Малайзии

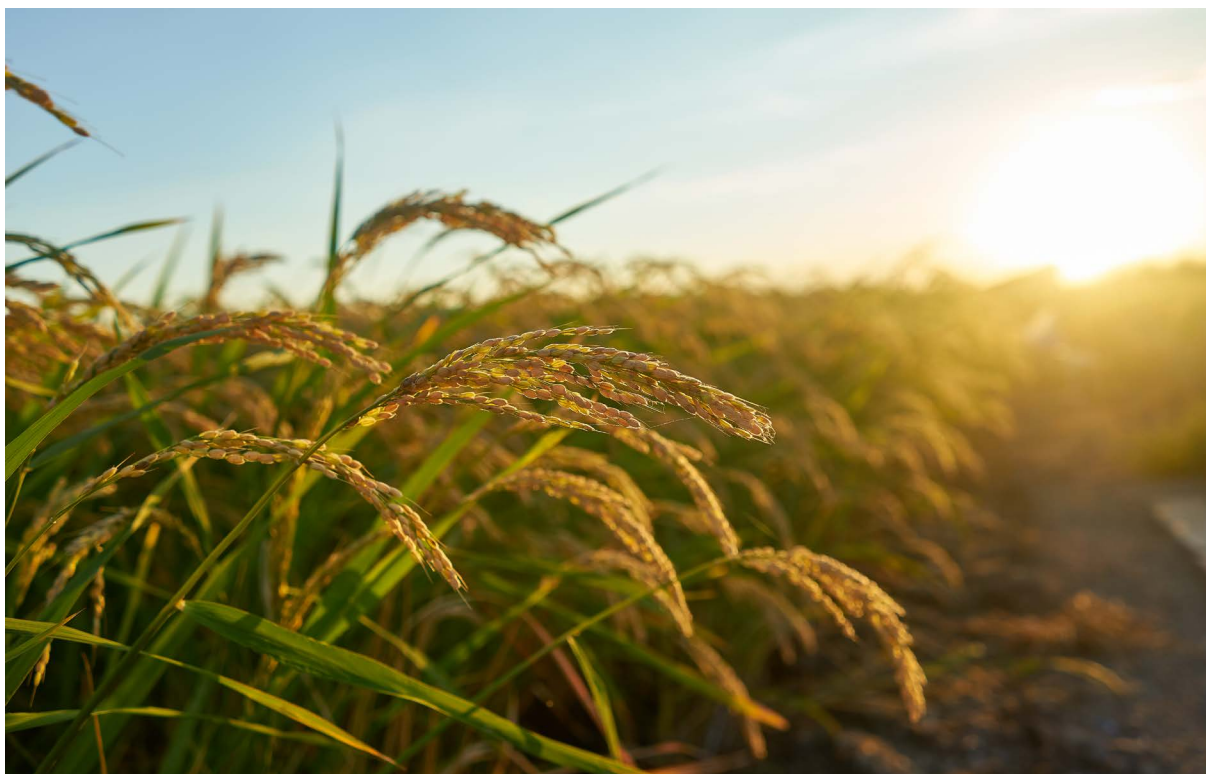
- для получения доступа в страну многие пищевые продукты (например, мясо) должны быть сертифицированы согласно требованиям «Халяль»;
- для привлечения местных и зарубежных мусульманских туристов большинство отелей страны (включая международные сети) стремятся использовать в своих заведениях исключительно продукцию с сертификатом «Халяль» от JAKIM;
- допандемийный малайзийский сектор HRI (Hotel, Restaurant and Institution) являлся одним из наиболее быстрорастущих секторов в стране. Его развитие в значительной степени определялось стабильностью туристического потока и возросшими потребительскими расходами населения;
- малайзийский сектор розничной торговли продуктами питания также развивается быстрыми темпами. Все большую популярность приобретают продуктовые магазины премиум-класса;
- потребители подвержены влиянию социальных сетей, которые являются популярным маркетинговым каналом;
- быстрый рост и высокие темпы урбанизации населения страны определяют спрос на продукты, готовые к употреблению. Становятся все более популярными продукты здорового питания и органические продукты;
- молодое и образованное население Малайзии часто потребляет пищу вне дома, однако пандемия изменила данную тенденцию в пользу домашней еды. Между тем в 2021–2022 гг. наблюдается восстановление потребительских привычек;
- развитие производственного сектора формирует повышенный спрос на продуктовые ингредиенты и полуфабрикаты;
- пандемия Covid-19 простимулировала развитие электронной торговли, а сервисы по доставке продуктов питания и готовых блюд на дом пользуются повышенным спросом.



Тенденции на продовольственном рынке Малайзии

Зерновые и продукты переработки

- потребители в Малайзии чувствительны к ценам после увеличения цен на пшеницу, которое спровоцировало рост цен на пшеничную муку, многие потребители стали переходить на альтернативные виды муки, такие как гороховая, мука из маниоки и чечевичную;
- в последние годы в Малайзии увеличился спрос на альтернативные белковые продукты, становятся популярны молочные продукты на основе сои и прочих зернобобовых, также появился спрос на растительное мясо;
- производство кукурузы в Малайзии незначительно, даже несмотря на поддержку государства. Большая часть кукурузы идет на корма для сельскохозяйственных животных;
- рис является основным продуктом питания в Малайзии и правительство прикладывает усилия, чтобы страна была полностью самообеспечена данной культурой путем предоставления льгот производителям, а также привлекая иностранные инвестиции.



Растительные масла

- основным растительным маслом в Малайзии является пальмовое, оно используется как для домашнего потребления, так и для производства, например, в кондитерской отрасли;
- вторым по популярности растительным маслом в Малайзии считается соевое, но производство этого вида масла в Малайзии практически отсутствует;
- на фоне снижения экспорта пальмового масла Малайзии, роста внутреннего производства и конкуренции со стороны Индонезии запасы данного масла в Малайзии на конец июня выросли до девятимесячного максимума. Согласно данным Малайзийского совета по пальмовому маслу (MPOB), уровень запасов пальмового масла на конец июня 2020 г. в стране достиг 1,69 млн тонн.

Мясная продукция

- наиболее популярным видом мяса в Малайзии считается курица, поскольку она является неотъемлемой частью национальной кухни, а также важной составляющей национальных религиозных праздников;
- согласно прогнозам, птицеводческий сектор в Малайзии продолжит развиваться, чему способствуют инвестиции в эту отрасль как со стороны государства, так и со стороны иностранных инвесторов;
- развитие гостинично-ресторанного сектора является драйвером спроса на говядину и курицу: в стране открываются новые стейк-хаусы, которые предлагают потребителям премиальные отрубы говядины, а также увеличивают свое присутствие фаст-фуд заведения по типу KFC, где курица является основным ингредиентом в блюдах;
- популярными становятся продукты со знаками «есо» и «органика», это касается как фермерского мяса и курицы, так и готовой мясной продукции.

Молочная продукция

- питьевое молоко — самый потребляемый молочный продукт в Малайзии, за ним следуют мороженое, йогурты и сыры. Повышение знаний о полезных для здоровья продуктах и популяризация здорового образа жизни мотивируют потребителей покупать молоко, йогурт и различные сыры. Спрос малайзийских потребителей на сыры удовлетворяется преимущественно за счет импортной продукции. Учитывая минимальное внутреннее производство сыров в стране, ожидается увеличение импорта данной категории в среднесрочной перспективе;
- в настоящее время в Малайзии представлено не так много брендов кисломолочных продуктов, потребители, как правило, предпочитают питьевые йогурты или ароматизированные молочные напитки, а не кисломолочные продукты. Кроме того, растущая доступность новых видов питьевого йогурта и ароматизированных молочных напитков, которые активно рекламируются в средствах массовой информации, также ограничивает спрос на кисломолочные продукты;



- популярными становятся различные молочные коктейли на основе натуральных фруктов с пониженным содержанием сахара и обогащенные витаминами. Особенно популярны молочные напитки со вкусом местных фруктов;
- мороженое потребляют представители всех слоев населения. Оно представлено в широком ассортименте как в крупных сетевых супермаркетах, так и в небольших частных магазинах шаговой доступности. Больше всего потребителям нравится мороженое со вкусом шоколада, клубники и ванили. Оно продается в упаковках разного формата — контейнерах, бумажных стаканчиках, на палочке. Из международных брендов самыми популярными в Малайзии на протяжении десятилетий являются Nestlé, Wall's и Magnum. В последние годы вкусовые предпочтения потребителей стали более разнообразными. Например, высоким спросом пользуется мороженое со вкусом лесного ореха, мяты, чизкейка, карамели.

Рыба и морепродукты

- рыба и морепродукты ввиду географического положения высоко востребованы в Малайзии, поскольку вместе с рисом составляют основу рациона большей части населения страны;
- среди морепродуктов наиболее популярны крабы, кальмары, морские огурцы, устрицы, омары и креветки;
- из рыбы наиболее популярные виды в структуре потребления малайцев: скумбрия, желтохвостая ставрида, тунец и сардины.



Национальная кухня

Для жителей Малайзии еда занимает важное место в жизни, являясь элементом местной культуры и гостеприимства. Национальная кухня представляет из себя объединение кулинарных традиций, которые формировались под влиянием Индии, Китая и прочих азиатских стран. В последние годы местная кухня все больше подвержена процессу вестернизации благодаря большому туристическому потоку и желанию потребителей следовать мировым тенденциям, однако местные жители почтительно относятся к своим традициям и уважают национальную кухню. Рацион потребления в данной стране весьма разнообразен. Благодаря благоприятному климату овощи составляют основу местной кухни, а самые популярные среди них — капуста, бок-чой, огурцы, сельдерей, лук-порей, бобы и различные виды салата. Популярны также мясо птицы, рыба с морепродуктами, говядина и баранина. Местная кухня также богата на специи, среди которых кориандр, тмин, гвоздика, пажитник и перец.

Как и во всей Азии, рис в Малайзии является основной пищей. Рис присутствует в качестве ингредиента или гарнира практически во всех блюдах, подаваемых в ресторанах и кафе Малайзии, и даже в сети Макдональдс. Его смешивают с пряностями, специями и кокосовым молоком. С ним даже готовят десертные блюда.

Рис по-малайски называется «наси» (nasi), поэтому и название большинства блюд включает это слово. Точно также рис обозначается и в соседней индонезийской кухне. Все остальные продукты здесь называют одним названием «лаук» (lauk), что в дословном переводе означает «дополнение к рису». Разнообразие вкусов одного и того же продукта, яркий и насыщенный вкус порой даже безвкусных на первый взгляд ингредиентов придают специи. Среди них различные смеси карри, перец чили, чеснок, имбирь, галангал, лемонграсс, каффир. Особый вкус простым блюдам придает используемое при приготовлении кокосовое молоко. Нередко при приготовлении используются кориандр, тмин, гвоздика, корица, кардамон, анис.

Традиционные малайские блюда никогда не готовятся из свинины, поскольку большинство малайцев – мусульмане. Обычно в качестве мяса используют курицу, рыбу, баранину или говядину. Свинину широко используют малайские китайцы. Также в рационе малайцев немало блюд приготавливается с использованием морепродуктов.



Популярные блюда



Наси лемак (Nasi Lemak) — рис, сваренный на кокосовом молоке. Подается с вареными яйцами, анчоусами, огурцами, жареным арахисом.



Кетупат (Kethupat) — жаренный в пальмовых листьях рис со специями.



Таху горенг (Tahu goreng) — жареные кубики из соевой муки жарят с побегами сои, острой приправой и в панировке молотого арахиса.



Екор (Yecor) — острый суп из хвостов буйволов.



Ренданг (Rendang) — тушеное в кокосовом молоке мясо (говядина) со специями. Приготовление этого блюда занимает несколько часов.



Роти Чанаи или Роти Джала (Roti Canai) — малайзийские десертные блинчики. Встречаются в простом виде, наподобие лепешки, которая подается с соусом и может использоваться вместо хлеба, с начинкой из мяса, овощей, фруктов или сыра.

Торгово-распределительная сеть

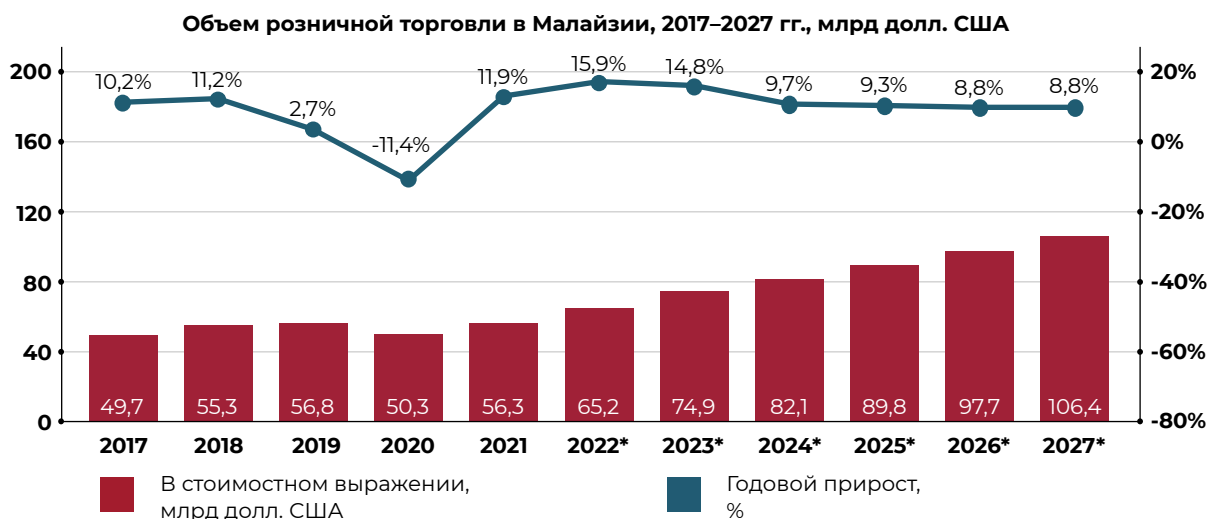
Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
Cocosong Food Industries	Компания-импортер и дистрибьютор, которая работает на рынке более 10 лет и специализируется на поставках напитков, консервов и мясных продуктов. Сайт: www.cocosongfo.en.ec21.com
Deluxe Ingredients	Компания, которая является одним из главных поставщиков различной продукции в торговые сети Малайзии, а также в сегмент HoReCa. Дистрибьютор работает на рынке более 8 лет и зарекомендовал себя как надежный поставщик импортной продукции. Сайт: www.deluxeing.com
Al Ghalia	Малайзийский импортер и дистрибьютор замороженного мяса птицы, говядины. Компания располагает собственным распределительным центром и специализируется на различных типах доставки, поставляет продукцию на предприятия гостиничного сектора. Сайт: www.alghalia.com
Jutawan Muda Enterprise	Компания, которая является производителем растительных масел, а также импортером и дистрибьютором прочих продуктов питания и пищевых ингредиентов. Сайт: www.jutawan.com.my
Gan Teck Kar	Компания-импортер, производитель и дистрибьютор продуктов питания и напитков. Имеет собственные склады и транспортный парк. Сайт: www.gtkfoods.com
Roslind Enterprise	Является импортером и дистрибьютером продовольственных и непродовольственных товаров. Ассортимент продукции превышает 1 700 SKU, компания осуществляет поставки в ведущие розничные сети страны. Сайт: https://www.roslindenterprise.com/
First Food Distribution	Компания занимается импортом, экспортом и дистрибуцией. Поставляет более 1 000 различных продуктов как в розничный сектор, так и сегмент HoReCa. Сайт: http://www.firstfood.biz/
AmFood	Ведущий дистрибьютор и импортер продуктов питания и потребительских товаров FMCG в Малайзии. В том числе осуществляет онлайн-торговлю. Сайт: https://amfood.com.my/en/



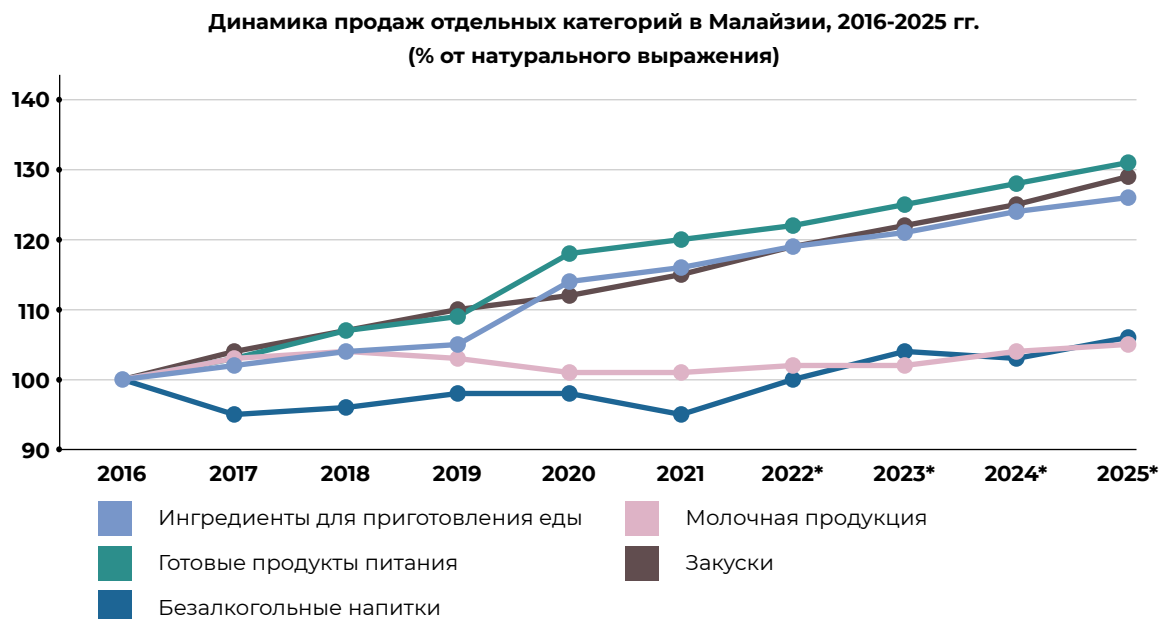
Розничная торговля

После существенного падения в 2020 г. в связи с COVID-19 оптовая и розничная торговля Малайзии в 2021 г. не только восстановилась, но и продемонстрировала существенные темпы роста. В 2021 г. объем розничной торговли в Малайзии достиг 56,3 трлн долл. США, увеличившись по сравнению с 2020 г. на 11,9%. Розничная торговля продуктами питания и напитками в 2021 г. составила около 23,8 млрд долл. США, что составляет 42,4% от общего объема розничных продаж страны.



Источник: EMIS, *прогноз

Сектор розничной торговли продуктами питания в Малайзии продолжает быстро развиваться, а продуктовые магазины премиум-класса и магазины повседневного спроса становятся все более популярными. Индустрия розничной торговли продуктами питания в Малайзии состоит из ряда крупных супермаркетов, гипермаркетов, круглосуточных магазинов, традиционных магазинов типа «mom and pop» и специализированных магазинов. В последнее время потребители все чаще предпочитают совершать покупки в маленьких магазинах в целях экономии времени, поэтому в каждом районе города можно встретить небольшие сетевые магазины, которые специально выбирают удобное расположение. В этом секторе доминируют пять ключевых игроков: Dairy Farm Group, Mydin Mohamed Holdings, Trendcell, Village Grocer Holdings и AEON Group.



Источник: EMIS, 2016 г. = 100%

Растущий рынок электронной коммерции привел к тому, что крупные супермаркеты начали оказывать онлайн-услуги своим клиентам. Использование мобильных платежей в секторе розничной торговли продуктами питания растет. Многие малайзийские супермаркеты располагают собственными обеденными зонами, где покупатели имеют возможность покупать продукты в магазине и заказывать их на месте. Большинство сетей импортируют напрямую продукцию, но также обращаются к проверенным контрагентам.

Крупные магазины розничной торговли



99 Speedmart Sdn Bhd — быстрорастущая сеть мини-маркетов и супермаркетов, которая предоставляет потребителям по всей стране широкий ассортимент местной и импортной продукции. Компания была основана в 1987 г., а в 2021 г. открыла свой 2000-й магазин.

Сайт: www.99speedmart.com.my



AEON Group — компания управляет сетью супермаркетов и гипермаркетов, а также круглосуточными магазинами по всей стране. Потребители отмечают большой выбор импортной продукции, удобное приложение для заказов продукции на дом, а также кафе на территории магазинов.

Сайт: www.aeongroupmalaysia.com





Dairy Farm International Retail Group — гонконгская компания, одним из направлений деятельности которой является розничная торговля. Всего компания управляет более 9,7 тыс. точками розничной торговли во всем паназиатском регионе.

Сайт: www.dairyfarmgroup.com



Eonsave Cash& Carry Sdn Bhd — сеть супермаркетов в Малайзии, основанная в 1955 г. как универсальный магазин. Eonsave также известна производством товаров под брендами «Eonsave» и «E&S». В настоящее время компания управляет более 87 гипермаркетами.

Сайт: www.eonsave.com.my



Tesco Plc — британская компания, которая управляет сетью магазинов розничной торговли во многих странах мира, включая Малайзию. В компании работает более 345 тыс. сотрудников, она выпускает продукцию под собственными брендами и предлагает потребителям во всем мире широкий выбор продукции по выгодным ценам.

Сайт: www.tescoplс.com



Mydin Mohamed Holdings — холдинг, под управлением которого находится сеть супермаркетов, которые расположены во всех городах Малайзии, считается самой популярной среди местных потребителей. Компания импортирует продукцию напрямую, а также располагает своими логистическими центрами и автопарком.

Сайт: www.mydinexpress.my



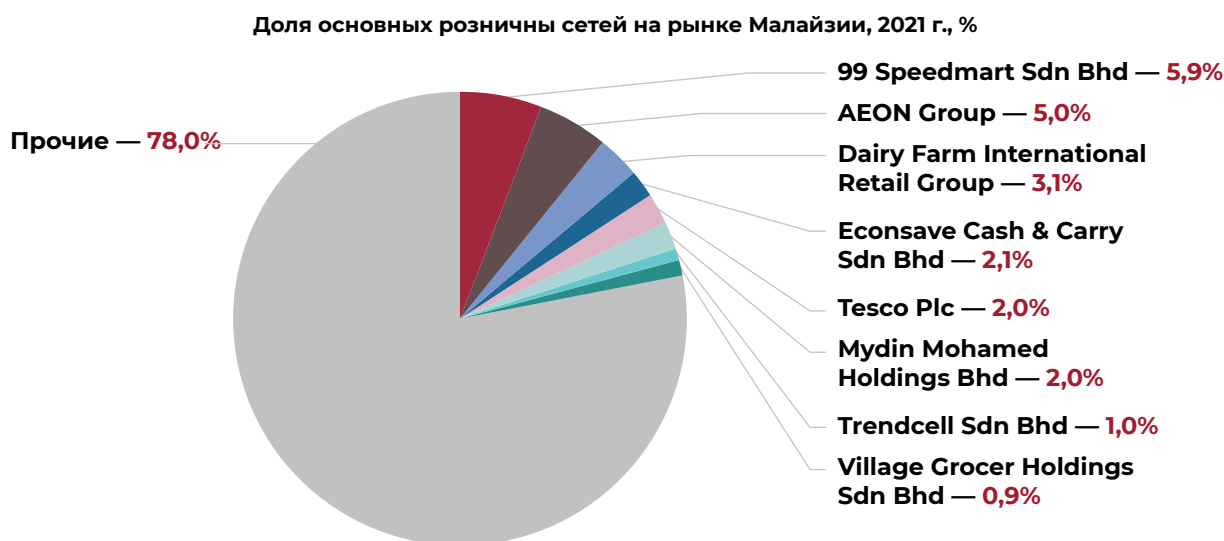
Trendcell — динамично развивающаяся сеть супермаркетов премиум-сегмента, которая специализируется по большей части на импортной продукции. Торговые точки представлены в большинстве крупных городов Малайзии. Продукция импортируется напрямую либо через контрагентов.

Сайт: www.jayagrocer.com



Village Grocer Holdings — сеть супермаркетов и круглосуточных магазинов. Потребители отмечают большой выбор свежей и качественной продукции, импортных товаров. Компания импортирует продукцию напрямую либо через местных дистрибьюторов.

Сайт: www.villagegrocer.com.my

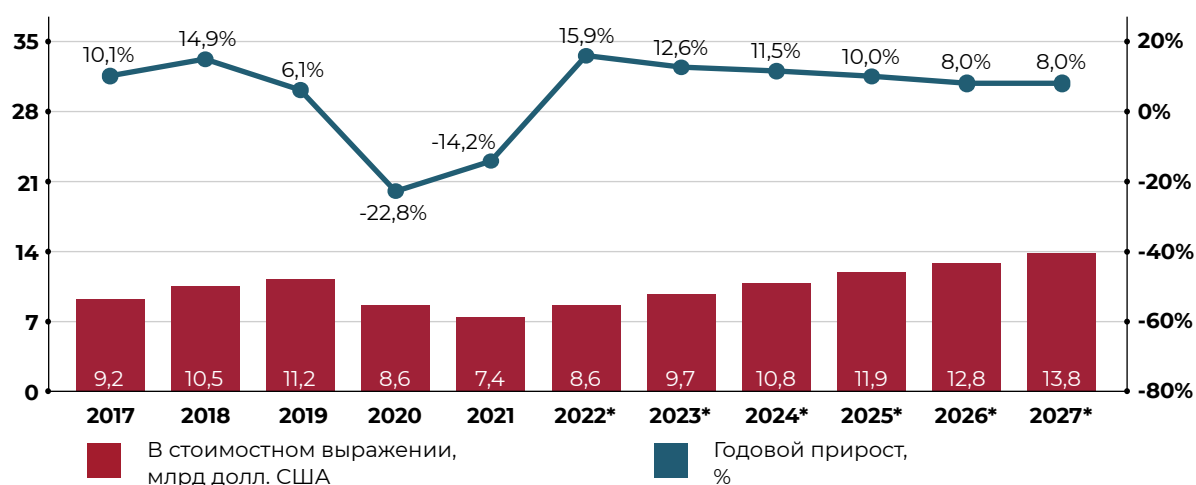


Источник: EMIS

Гостинично-ресторанный сектор

Гостинично-ресторанный сектор в Малайзии считается одним из самых разнообразных и быстроразвивающихся в мире. Ресторанный сегмент включает в себя сети международных фаст-фуд заведений и ресторанов премиум-класса, а также огромное количество национальных заведений. В последнее время потребители положительно воспринимают кафе и рестораны на западный манер, а туристы с удовольствием посещают традиционные национальные заведения. Данный сегмент формирует большой спрос на продуктовые ингредиенты и полуфабрикаты, а также прочую импортную продукцию. Как ожидается, снятие ограничений, введенных из-за вспышек нового штамма коронавируса в 2021 г., открытие границ и государственная поддержка будут способствовать стремительному восстановлению внутреннего спроса в 2022 г. Ожидается, что малайзийский сектор общественного питания в текущем году вырастет на 15,9% (8,6 млрд долл. США).

Объем рынка общественного питания в Малайзии, 2017–2027 гг.



Источник: EMIS, *прогноз

Владельцы ресторанов учитывают последние тенденции и стараются адаптировать блюда, чтобы они выглядели максимально привлекательными для возможности сделать фото и поделиться в социальных сетях, поскольку большинство потребителей активно пользуются различными социальными сетями. Растет спрос также на блюда премиум-сегмента с уникальными и необычными ингредиентами. Большинство потребителей предпочитают обедать вне дома, что дополнительно позволяет данному сектору развиваться, открывая точки общественного питания различных форматов. В гостиничном сегменте присутствуют практически все крупные международные сети отелей и гостиниц. В Малайзии есть сети Hyatt, Radisson, Hilton, Renaissance Hotels, Intercontinental и прочие. В большинстве гостиниц расположены премиальные кафе и рестораны, где потребителям предлагают большой выбор блюд из импортных ингредиентов.

Сертификация продукции и требования к производителям

Стандарты и другие технические требования

Компетентным органом Малайзии, осуществляющим разработку национальных стандартов (MS – Malaysian Standards), является Департамент стандартов Малайзии¹³. Одновременно с этим, Департамент стандартов Малайзии выполняет работу по аккредитации, которая обеспечивает доверие различных заинтересованных сторон посредством надежных услуг по стандартизации и аккредитации для глобальной конкурентоспособности. На официальном сайте ведомства публикуются обязательные для исполнения национальные стандарты. Выполнение этих стандартов является одним из основополагающих требований Малайзии. Только после подтверждения соответствия импортируемая продукция может поступать на рынок страны для последующей ее реализации. С целью соответствия национальному законодательству Малайзии все заинтересованные в экспорте продукции должны соблюдать все регламентированные требования, в том числе национальные стандарты. Важно отметить, что стандарты Малайзии реализуются на платной основе. На основании этого Малайзия разработала онлайн-портал¹⁴, на котором любое лицо после прохождения регистрации может приобрести национальный стандарт. На портале размещена подробная информация о правилах приобретения стандартов, а также их дальнейшего использования.

Требования к пищевой продукции

Основными нормативно-правовыми документами Малайзии, регулирующими безопасность пищевых продуктов и контроль качества, включая стандарты пищевых продуктов, их гигиену, импорт/экспорт пищевых продуктов, рекламу пищевых продуктов, а также аккредитацию лабораторий, являются Закон Малайзии о пищевых продуктах 1983 г.¹⁵ и Положения о пищевых продуктах 1985 г.¹⁶ Ответственным органом, которым проводится работа по осуществлению контроля за реализацией и выполнением требований, предписанных указанными нормативными актами, является Отдел продовольственной безопасности и качества пищевых продуктов Министерства здравоохранения Малайзии¹⁷. В рамках наделенных полномочий ведомство проводит работы по отбору проб, контролю импорта пищевых продуктов и лицензированию определенных пищевых веществ, а также утверждает этикетки пищевых продуктов.

¹³ <https://www.jsm.gov.my/home>

¹⁴ <https://mysol.jsm.gov.my/>

¹⁵ <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/mal27309.pdf>

¹⁶ <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/mal27305.pdf>

¹⁷ <http://fsq.moh.gov.my/v6/xs/index.php>



Вся импортируемая продукция подлежит проверке и отбору проб в пунктах въезда Малайзии с целью подтверждения того, что продукты питания, ввозимые в страну, безопасны и соответствуют установленным национальным стандартам и правилам. В случае несоответствия продукции требованиям национального законодательства страны и признания непригодности для употребления в пищу людям, данная продукция будет подлежать уничтожению. Партии животноводческой продукции, импортируемые в Малайзию, подлежат ветеринарному досмотру уполномоченными сотрудниками Малайзийской службы карантина и инспекции (MAQIS)¹⁸ в пункте ввоза по прибытии в страну.

Требования к маркировке пищевой продукции

Руководствуясь «Правилами пищевых продуктов P.U.(A) 437/85» от 1985 г., никто не может осуществлять производство, продажу пищевой продукции, а также ее рекламировать, в случае имеющихся нарушений, а именно:

- имеет этикетку, содержащую что-либо запрещенное настоящим документом появление на этикетке, относящейся к такой упаковке;
- имеет этикетку, содержащую какие-либо сведения, которые не относятся к положению данных Правил;
- не имеет этикетки, содержащей все сведения, требуемые настоящими Правилами.

Одновременно с этим, вся информация, изложенная на этикетке, пищевой продукции должна соответствовать основным правилам, а также содержать следующие разделы:

- наименование пищевого продукта. Данная информация должна быть заметна по высоте, визуальному акценту и положению, чтобы выделяться на этикетке;
- в случае, если продукт является композитным (составным), то данная информация должна быть отражена;
- если продукт содержит говядину или свинину, либо их продукты, в том числе сало, то в данном случае должна содержаться информация «Содержит _____ (наименование продукта)»;
- информация о содержании алкоголя, напечатанная прописным жирным шрифтом размером не менее 6 пунктов – «СОДЕРЖИТ АЛКОГОЛЬ». Эта надпись должна располагаться непосредственно под соответствующим обозначением пищевого продукта;

¹⁸ <https://www.maqis.gov.my/>

- если пищевой продукт состоит из двух или более ингредиентов, кроме воды и пищевых добавок, соответствующее обозначение каждого из этих ингредиентов должно быть указано в порядке убывания пропорции по весу и (если требуется) декларация доля такого ингредиента;
- если пищевой продукт содержит ингредиент, который, как известно, вызывает аллергическую реакцию, то должно быть отражено данное заявление. Конкретные продукты или ингредиенты, которые вызывают аллергическую реакцию:
 - a.** злаки, содержащие глютен, включая пшеницу, рожь, ячмень и овес;
 - b.** орехи и ореховые продукты, включая арахис и сою;
 - c.** рыба и рыбопродукты;
 - d.** молоко и молочные продукты (включая лактозу);
 - e.** яйца и яичные продукты.
- заявление о содержании пищевого жира, масла с уточнением о происхождения продукта (животного, растительного);
- информация о содержании пищевых добавок с указанием вида соответствующей пищевой добавки. Для красителей или ароматизаторов достаточно указать общепринятое название или соответствующее обозначение этой пищевой добавки вместо химического названия;
- масса/нетто/объем/количество содержимого упаковки;
- наименование производителя (компании, торговой марки) и его юридический адрес, упаковщика или владельца прав на производство или представителя любого из них;
- наименование импортера в Малайзии и юридический адрес;
- наименование страны происхождения продукта.;
- срок годности:
 - a.** информация должна быть представлена путем типографического нанесения либо путем тиснения;
 - b.** для отражения данной информации следует использовать следующие обозначения:
 - «EXPIRY DATE or EXP DATE» (дата истечения срока годности);
 - «USE BY» (использовать до);
 - «CONSUME BY or CONS BY» (употребить до);
 - «BEST BEFORE or BEST BEF» (годен (лучше) до);

- с.** обозначение информации о сроке годности должно быть выполнено прописными полужирными буквами, размер которых должен быть не менее 6 пунктов.

Вся информация на этикетке импортируемой продукции должна быть представлена на малайском либо английском языке либо иметь дублированный перевод на любой другой язык.

Одновременно с этим указанная информация должна выполнять следующие требования:

- должна быть хорошо видна на этикетке;
- представлена шрифтом не менее 10 пунктов наравне с любой другой информацией, указанной на упаковке или прикрепленной к ней;
- информация на этикетке должна быть разборчивой и нанесена материалами, которые являются долговечными и не подвержены стиранию;
- этикетка может быть прочно размещена внутри упаковки, если:
 - а.** упаковка изготовлена из прозрачного материала;
 - б.** пищевой продукт, находящийся в упаковке:
 - не готов к непосредственному употреблению или
 - в случае с пищевой продукцией, готовой к употреблению, полностью находится в натуральной оболочке таким образом, что она не имеет прямого контакта или не будет соприкасаться с этикеткой.
- дополнительная упаковка не должна содержать никаких надписей;
- за исключением международно-признанных обозначений единиц измерения и веса, каждое слово или утверждение, которое должно быть указано на этикетке, должно состоять только из прописных или строчных букв либо представлено строчными буквами с заглавной буквой;
- в случае, если упаковка является настолько маленького размера, что не позволяет использовать на этикетке размер букв и цифр требуемого размера, то допускается использовать меньший размер, если они имеют максимально возможный размер в данных обстоятельствах не менее двух пунктов;
- все надписи должны иметь цвет, сильно контрастирующий с фоном, чтобы они были четко видны и легки к прочтению.

Заявления, запрещенные к нанесению на этикетку пищевых продуктов:

- этикетка не должна содержать какие-либо утверждения и информацию (прямо или косвенно), противоречащую или изменяющую содержание этикетки;
- слова, обозначающие качество, превосходство или любые другие слова аналогичного значения не должны появляться на этикетке любой упаковки пищевых продуктов;
- никакая этикетка, описывающая какой-либо пищевой продукт, не должна включать слово «pure» («чистый») (или любые другие слова того же значения).

Требования, предъявляемые к упаковке пищевой продукции

Национальные требования Малайзии, предъявляемые к упаковочным материалам пищевой продукции, изложены также в нормативно-правовом документе страны - «Правила пищевых продуктов P.U.(A) 437/85» от 1985 г. В соответствии с данным документом предъявляются следующие требования:

- никто не может осуществлять производство, рекламу, импорт, а также продажу пищевых продуктов, упаковочные материалы которых содержат любое токсичное, вредное или портящее вещество в своем составе, которое способно видоизменять и влиять на свойства пищевых продуктов;
- запрещается импортировать, производить, рекламировать, продавать бутылочки для кормления, содержащие Бисфенол А (BPA);
- запрещается использование упаковки, содержащей избыток мономера винилхлорида (упаковка, изготовленная из поливинилхлорида, который содержит более 1 мг / кг мономера винилхлорида);
- запрещается использование при приготовлении, упаковке, хранении, доставке и на продажу любых пищевых продуктов, упаковки, прибора, контейнера или сосуда, которые использовались или предназначены для использования для непродовольственного товара;
- запрещается переработка следующих видов упаковок:
 - a.** любых мешков из-под сахара, муки или муки, которые ранее использовались для каких-либо целей;
 - b.** любых бутылок из-под пищевого жира или пищевого масла или металлических контейнеров, упаковок, контейнеров или сосудов, которые были предназначены для использования любого продукта свиного происхождения;
 - c.** любая пластиковая бутылка, которая ранее использовалась для каких-либо целей.

Сертификация «Халяль»

Рассматривая религиозную сертификацию Малайзии, важно отметить, что в законодательстве страны нет юридического требования по сертификации продукции «Халяль». Сфера Халяль в Малайзии регулируется государственной структурой – Департаментом исламского развития Малайзии (Department of Islamic Development Malaysia - JAKIM¹⁹). Несмотря на отсутствие юридического требования, на сайте компетентного органа содержится информация о том, что все мясо и мясные продукты, экспортируемые в Малайзию, должны быть «Халяль». Для получения разрешения на ввоз JAKIM и Департамента ветеринарной службы Малайзии (DVS) проведут инспекцию/аудит на бойнях и перерабатывающих предприятиях. JAKIM проверит соблюдение требований в сфере «Халяль», а DVS проверит с точки зрения здоровья животных и безопасности пищевых продуктов. После получения одобрения обеих организаций скотобойни и перерабатывающие заводы будут включены в список утвержденных заводов Малайзии. Сертификат «Халяль», выданный признанным органом по сертификации, будет действителен только после одобрения властями Малайзии. Стоит отметить, что большинство населения Малайзии является мусульмане. В этой связи всем экспортерам рекомендуется провести религиозную сертификацию продукции вне зависимости от того, подлежит ли она обязательной сертификации или нет, в связи с тем, что все организации Малайзии, включая рестораны, заведения общественного питания, а также ритейл-сектор осуществляют покупку и реализацию продукции, сертифицированной в соответствии с требованиями «Халяль».

Национальные стандарты «Халяль» разрабатываются в соответствии со стандартом MS 1500:2009, который включает в себя требования стандартов производственной практики GMP, гигиенической практики GHP и анализа рисков и критических контрольных точек (Hazard Analysis and Critical Control Point - HACCP). Сертификация соответствует не только исламским принципам, но и передовой мировой практике. Большинство исламских стран принимают продукты, которые сертифицированы JAKIM.

Важно отметить, что компетентным органом по сертификации «Халяль» JAKIM проводится работа по аккредитации зарубежных органов на осуществление проведения сертификации продукции в соответствии с требованиями национального законодательства Малайзии в сфере «Халяль». Реестр²⁰ зарубежных организаций по сертификации «Халяль» публикуется на официальном сайте ведомства. Стоит отметить, что в настоящее время данный реестр не содержит аккредитованных организаций, осуществляющих свою деятельность на территории Российской Федерации.

¹⁹ <https://www.islam.gov.my/en/>

²⁰ <https://www.halal.gov.my/v4/ckfinder/userfiles/files/cb2/CB%20LIST%20IST%20DEC%202020.pdf>



В марте 2021 г. Департаментом Исламского развития Малайзии был разработан «Проект процедуры признания иностранных органов по сертификации Халяль 2021»²¹. Данный проект вносит корректировки в процедуру признания иностранных органов по сертификации Халяль, добавляя требование по размещению QR-кода на маркировке пищевой продукции в дополнение к логотипу Халяль. QR-код будет содержать информацию о халяльных сертифицированных продуктах для потребителей и поможет в обеспечении контроля для сотрудников, участвующих в проверке импортируемых товаров. Одновременно с размещением QR-кода на маркировке продукции данный проект устанавливает следующие требования для иностранного органа по сертификации «Халяль» (FHCB):

- **мясо и продукция животного происхождения должны быть сертифицированы в стране происхождения в соответствии с требованиями «Халяль»;**
- предприятия по убою, перерабатывающие предприятия, а также другие помещения должны соответствовать малайзийскому протоколу по производству халяльного мяса и птицы²², Закону о торговых описаниях 2011 г. (Act 730)²³, другим малайзийским стандартам и нормативно-правовым документам;
- осуществление и проведение контроля и надзора по вопросам «Халяль» на предприятиях по убою, перерабатывающих предприятиях, а также других помещениях;
- проведение обучения всех сотрудников на основе малайзийских учебных модулей и требований;
- оформление документов для убойщиков и других специалистов, осуществляющих свою деятельность в сфере «Халяль».

Вся продукция, сертифицируемая зарубежной организацией в соответствии с религиозными требованиями «Халяль», должна сопровождаться сертификатом «Халяль». Одновременно с этим продукция должна содержать соответствующую запись в части маркировки с нанесением названия и знака уполномоченной организации, которой была проведена сертификация продукции.

Рассматривая специфику сферы религиозной сертификации, важно понимать, что даже при имеющемся праве экспорта животноводческой продукции страна-экспортер должны иметь сертифицируемые центры «Халяль», одобренные JAKIM, с целью сертификации продукции. В случае отсутствия уполномоченного органа по сертификации «Халяль» на территории страны-экспортера участники ВЭД должны будут проводить сертификацию продукции прибегая к помощи зарубежных уполномоченных органов.

²¹ <https://www.halal.gov.my/v4/index.php?data=bW9kdWxlcY9jZXJ0aWZ5X2JvZHK7Ozs7&utama=202102106023e2c6d5201>

²² <https://www.halal.gov.my/v4/images/pdf/protocol%20halal%20meat%20poultry.pdf>

²³ https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/my/ip/pdf/tradedescription2011_en.pdf



Статус доступа на рынок Малайзии

Животноводческая продукция

По состоянию на сегодняшний день Российская Федерация не имеет доступ по животноводческой продукции на рынок Малайзии. Однако, Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) в настоящее время проводится работа по процедуре допуска ряда животноводческой продукции на рынок Малайзии.

Растениеводческая продукция

В настоящее время с территории Российской Федерации на территорию Малайзии, по данным Федеральной таможенной службы Российской Федерации, за 2019-2022 гг. осуществлялись поставки следующей продукции растительного происхождения: пшеница и меслин, растительные масла, горох, просо, семена и плоды масличных культур.



Барьеры входа на рынок

Тарифные барьеры

Тарифы

Ставки ввозных таможенных тарифов Малайзии содержатся на официальном сайте Королевского таможенного управления Малайзии²⁴. В рамках национального бюджетного процесса тарифная сетка ежегодно пересматривается. В отношении Российской Федерации Малайзия применяет режим наибольшего благоприятствования (РНБ) в торговле.

Квоты

В Малайзии импорт некоторых видов продуктов питания (молочных продуктов, муки, табака, живого скота) подлежит квотированию. Однако на практике и в соответствии с данными ВТО квотирование импорта не применяется.

Малайзийский закон о запрете на импорт от 2017 г. (Customs (Prohibition of Imports) Order 2017)²⁵ определяет четыре группы товаров, подпадающих под различные виды ограничений. В первую группу входят 14 товаров, запрещенных к ввозу по религиозным причинам, соображениям безопасности, угрозы здоровью или окружающей среде (например, медовые соты). Вторая группа включает товары, требующие импортной лицензии (например, рис, сахар). В третью группу включены товары, требующие выполнения определенных критериев для осуществления импорта, в основном, эти критерии имеют форму необходимости получения импортных лицензий. В этой группе присутствуют такие товары как животные и животная продукция, молоко и молочные продукты, паста, кофе и т. д. В четвертой группе находятся товары, разрешенные для импорта только при условии соблюдения стандартов Малайзии или стандартов, одобренных малайзийскими властями.

Нетарифные барьеры

Разрешение на ввоз животноводческой продукции на территорию Малайзии

В случае экспорта животноводческой продукции на территорию Малайзии необходимо, чтобы организация-импортер имела действующее разрешение на ввоз. С пошаговой инструкцией по оформлению и выдаче разрешения можно ознакомиться по ссылкам^{26, 27}. Уполномоченным ведомством, осуществляющим выдачу разрешений на ввоз, является Департамент по карантину и инспекции (MAQIS). Разрешения на ввоз оформляются на растениеводческую, животноводческую, а также другую сельскохозяйственную продукцию.

²⁴ <http://mysstext.customs.gov.my/tariff/>

²⁵ <https://leap.unep.org/sites/default/files/national-legislation/Customs%2520%2528Prohibi.pdf>

²⁶ <https://www.dvs.gov.my/index.php/dl/64584e6c636c38784c305257557942775a47597651324679644746-6651577870636c39775a584a7462326876626d467558306c74634739796446394959576c33595735665a4746-7558314279623252316131394959576c335957356652465a544c55314255556c544c6e426b5a673d3d>

²⁷ <https://fsvps.gov.ru/fsvps-docs/ru/importExport/malaizia/files/procedureMalaizia.pdf>



Реестр зарубежных предприятий, имеющих право экспортировать продукции животного происхождения на территорию Малайзии

Департамент ветеринарной службы Малайзии осуществляет деятельность по ведению Реестры зарубежных предприятий, осуществляющих производство продукции животного происхождения и имеющих право экспортировать продукцию на территорию страны. В настоящее время имеются три Реестра:

- предприятия, одобренные для экспорта мясокостной муки (MBM) в Малайзию²⁸;
- предприятия, одобренные для экспорта яичных продуктов в Малайзию²⁹;
- предприятия для экспорта молока и молочных продуктов в Малайзию³⁰.

В случае заинтересованности экспорта указанных видов продукции на территории Малайзии любое зарубежное предприятие-производитель должно находиться в одном из Реестров в зависимости от продукции.

Отсутствие организации на территории Российской Федерации, уполномоченной на проведение сертификации «Халяль»

Руководствуясь информацией на официальном сайте компетентного органа в сфере «Халяль» все мясо и мясные продукты (включая мясо птицы), экспортируемые в Малайзию, должны быть сертифицированы в соответствии с религиозными требованиями. Важным фактом является то, что сертификацию продукции на соответствие религиозным требованиям могут осуществлять исключительно уполномоченные организации компетентным ведомством Малайзии - JAKIM. Заинтересованные в сертификации могут ознакомиться со списком организаций, уполномоченных на проведение сертификации «Халяль» на официальном сайте ведомства либо по ссылке³¹. Проанализировав данный документ стоит отметить, что в настоящее время в Российской Федерации нет уполномоченной организации на проведение религиозной сертификации «Халяль». Данный факт свидетельствует о том, что после получения права на поставку животноводческой продукции на территорию Малайзии, заинтересованные в экспорте продукции компании должны пройти сертификацию в одной из организаций, находящейся в вышеуказанном списке, которые в свою очередь находятся в зарубежных странах. Данный факт свидетельствует о том, что экспортеры несут дополнительные финансово-временные затраты.

²⁸ https://www.dvs.gov.my/dvs/resources/user_1/2021/BKPBV/PENGURUSAN%20IMPORT%20EKSPORT/LIST_OF_REGISTERED_RENDERING_PLANT_MBM_JULY_2021.pdf

²⁹ https://www.dvs.gov.my/dvs/resources/user_1/2021/BKPBV/PENGURUSAN%20IMPORT%20EKSPORT/LIST_OF_REGISTERED_ESTABLISHMENTS_EGG_PRODUCTS_JUNE_2021.pdf

³⁰ https://www.dvs.gov.my/dvs/resources/user_1/2022/BKPBV/IMPORT%20EKSPORT/Dairy_Product_-_Feb.pdf;
https://www.dvs.gov.my/dvs/resources/user_1/2022/BKPBV/IMPORT%20EKSPORT/Liquid_Milk_-_Feb.pdf;
https://www.dvs.gov.my/dvs/resources/user_1/2022/BKPBV/IMPORT%20EKSPORT/Ice_Cream_-_Feb.pdf

³¹ <https://www.halal.gov.my/v4/ckfinder/userfiles/files/cb2/CB%20LIST%20IST%20DEC%202020.pdf>

Регистрация иностранных молочных предприятий из стран, свободных от ящура

Малайзия в лице Департамента ветеринарной службы выдвигает требования по регистрации иностранных молочных предприятий из стран, свободных от ящура. Одновременно с этим, уполномоченным органом ведется список зарегистрированных предприятий, который расположен на официальном сайте и доступен по ссылке³².

Условия поставок растениеводческой продукции на территорию Малайзии

Перед поставками растениеводческой продукции на территорию Малайзии в первую очередь необходимо убедиться в том, что импортируемые продукты питания не нарушают Закон о пищевой продукции Малайзии от 1983 г. и соответствуют его положениям в части безопасности, стандартизации и маркировки.

Для импортируемых продуктов питания требуется наличие пакета документов, которые будут включены в накладную при ввозе (например, сертификат здоровья, фитосанитарные, ветеринарные сертификаты, лицензии и т. д.). Сертификат здоровья должен быть представлен в оригинальной версии.

Для ряда пищевой продукции могут потребоваться разрешения/лицензии иных требований от других государственных органов, например, от Службы по карантину и инспекции Малайзии (MAQIS) при Министерстве сельского хозяйства и пищевой промышленности Малайзии. Ознакомиться с дополнительной информацией о типах пищевой продукции и соответствующих государственных органах можно на сайте Королевского таможенного управления Малайзии: <http://www.customs.gov.my>

Импорт растительной продукции, в том числе зерна и продуктов его переработки, Малайзии регулируется Законом о карантине растений 1976 г. и Положениями о карантине растений 1981 г., а также Законом Малайзии о карантинных и инспекционных службах (MAQIS) 2011 г. (Закон 728), в соответствии с которым поставляемая продукция не должна содержать карантинные вредные организмы для Малайзии.

В 2021 г. Малайзия внесла изменения в свое законодательство в части новых фитосанитарных требований к импорту зерна и продуктов его переработки. Данные требования обязывают импортеров для ввоза каждой партии товара получать разрешение на импорт, выданный Департаментом по карантину и инспекции (MAQIS), в котором указаны условия для ввоза растительной продукции.

Поскольку большинство предъявляемых требований выполняются в стране происхождения растительной продукции, очень важно, чтобы импортер информировал поставщика о требованиях до отгрузки.

³² http://www.dvs.gov.my/dvs/resources/user_1/2020/SPS/30.03_2020_Registration_of_Dairy_Est_FMD_Free_Countries_280320_.pdf

Также при поставках продукции растительного происхождения необходимо, чтобы партия сопровождалась фитосанитарным сертификатом, выданным компетентным ведомством страны-экспортера (в Российской Федерации – Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору), удостоверяющим, что все фитосанитарные требования страны-импортера выполнены.

Условия ввоза растительной продукции в Малайзии периодически пересматриваются, так как MAQIS отмечает несоблюдение фитосанитарных требований, в том числе из-за хранящейся продукции с контаминантами, в которых могут находиться карантинные объекты (шелуха, солома, метелка, семена сорняков, растительный мусор и др.).

Также стоит отметить, что в случае импорта любого нового вида растительной продукции, а также при изменениях фитосанитарного состояния уже ввозимых продуктов в Малайзию Министерство сельского хозяйства и пищевой промышленности Малайзии до выдачи разрешения на импорт должно провести анализ фитосанитарного риска.



Особенности ведения бизнеса в стране

- в Малайзии проживает множество разных этнических групп, у каждой из которых есть свои деловые традиции и обычаи;
- для приветствия более молодое поколение использует легкое рукопожатие, причем в большинстве случаев для рукопожатия используются обе руки, после чего одна рука прикладывается к сердцу;
- в Малайзии деловые отношения носят иерархичный характер: большое значение имеют профессиональные звания. Если малайзийцы имеет звание доктора или профессора, стоит использовать его вместо обращения «Вы»;
- визитные карточки являются важной частью деловых отношений в Малайзии. Карточку следует брать правой рукой, держать в обеих руках, изучая с уважением и вниманием. Нельзя брать карточку и тут же прятать ее в карман;
- поскольку Малайзия по больше степени мусульманская страна, дресс-код в ней консервативный. Для женщин стоит избегать слишком ярких и открытых нарядов;
- обычно рабочий день в Малайзии начинается с 8:00 и заканчивается в 17:00. Рабочие дни длятся с понедельника по пятницу. Утро субботы тоже считается рабочим временем, но работают малайзийцы в субботу обычно не позже 12:00;
- при встрече у малайзийцев принято интересоваться здоровьем родственников, поскольку в этой стране развит культ семьи;
- в деловом общении для малайзийцев очень важно узнать собеседника как личность. Считается, что по-настоящему прочные деловые отношения будут установлены только тогда, когда иностранный партнер будет доверять;
- малайзийцы очень ценят живое общение, поэтому для установления прочных деловых отношений нужны живые встречи. Общение по телефону или по почте не очень ценится в стране;
- в стране большое значение уделяется вежливости, скромности и почтительности. На встречах рекомендуется быть сдержанным в эмоциях, не перебивать и внимательно выслушивать коллег;
- идеальным завершением переговоров будет считаться взаимовыгодный компромисс. Агрессивное ведение переговоров в стране не ценится.



Национальные праздники в Малайзии в 2022 г.

Дата	Наименование
1 января	Новый год
14 января	День рождения Янга ди-Пертуана Бесара
1 февраля	Китайский лунный Новый год
1 марта	Исра и Мирадж
4 марта	Годовщина коронации султана Теренггану
23 марта	День рождения султана Джохора
3 апреля	Рамадан
15 апреля	Хорошая пятница
19 апреля	Нузул Аль-Коран
26 апреля	День рождения султана Теренггану
1 мая	День труда
7 мая	Паханг
30 мая	Праздник урожая
1 июня	Гавай Даяк
7 июля	День города Джорджтаун, внесенного в список Всемирного наследия
9 июля	День рождения губернатора Пенанга
10 июля	Ид Хадж
17 июля	День рождения раджи Перлиса
22 июля	День независимости Саравака
30 июля	Мухаррам
16 сентября	День Малайзии
8 октября	День рождения Пророка Мухаммеда
24 декабря	Канун Рождества
31 декабря	Канун Нового года