

Экспортный гид

Шоколад и шоколадные кондитерские изделия



Вьетнам



Экспортный гид

Шоколад и шоколадные кондитерские изделия



Вьетнам

Гид создан при участии:



АСКОНД

Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий во Вьетнам. Гид основан на следующих принципах:

- обобщение самых актуальных сведений о рынке;
- аналитические данные, основанные на оценках отраслевых экспертов;
- практические рекомендации по выходу на рынок;
- простая для восприятия форма изложения информации.

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий во Вьетнам.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2023.

© Все права защищены.

Никакая часть данного издания не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельцев авторских прав. При использовании ссылка на правообладателя и источник заимствования обязательна.



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	7
Введение	8
1. Краткий обзор — Вьетнам	11
1.1. Экономические тенденции	13
1.2. Политические тенденции.....	20
1.3. Демографические тенденции	22
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	23
2. Обзор рынка.....	25
2.1. Объем и динамика рынка	27
2.2. Потребительские предпочтения	49
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	51
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	55
3. Стандарты на продукцию	60
3.1. Требования к производителям	62
3.2. Требования к продукции.....	63
3.3. Требования к упаковке и маркировке	71
4. Барьеры входа на рынок.....	74
4.1. Особенности таможенных процедур.....	76
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	78
5. Организация экспортных поставок	80
5.1. Логистика.....	82
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций	94
5.3. Формы присутствия на рынке	97
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	102
6. Продвижение продукции	108
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	110
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	111
7. Особые экономические зоны	113
8. Особенности ведения бизнеса	119
9. Преимущества и риски осуществления поставок	125
9.1. Преимущества.....	127
9.2. Риски.....	128

10. Карта действий экспортера	130
11. Контактная информация	135
11.1. Потенциальные партнеры	137
11.2. Профильные организации	138
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	140

Резюме

- Социалистическая Республика Вьетнам — быстроразвивающееся государство Юго-Восточной Азии. Учитывая традиционно дружественные отношения с Россией и значительный рост внутреннего потребления, Вьетнам представляется очень перспективным рынком для поставок российских продуктов питания.
- Темпы роста вьетнамской экономики в 2019 г. достигли показателя 7%. Страна достаточно успешно преодолела последствия пандемии COVID-19, однако из-за нового варианта дельта SARS-CoV-2 в 2021 г. ВВП вырос всего на 2,6%.
- Одним из драйверов роста экономики Вьетнама является постепенный вывод производственных мощностей из Китая, что вызвано как увеличением себестоимости производства в Китае, так и торговым противостоянием между КНР и США.
- Вьетнам — один из самых быстрорастущих рынков кондитерских изделий в Юго-Восточной Азии и Тихоокеанском регионе. Среднегодовой темп роста превышает 10%. В то же время среднедушевые расходы на кондитерские изделия пока остаются низкими.
- Страна сама выращивает и перерабатывает какао-бобы. Объем рынка шоколада и шоколадных кондитерских изделий в 2021 г. составил 127,8 млн долл. США, что на 5,0% выше показателя предыдущего года. В среднесрочной перспективе тоже ожидается повышение спроса на шоколад и шоколадные кондитерские изделия.
- В структуре продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама с 2017 г. лидируют шоколадные конфеты в коробках с долей 48,9% стоимостного объема. Шоколад в плитках и шоколадные конфеты в форме батончика занимают 25,8% и 14,0% соответственно.
- Шоколадные кондитерские изделия затруднительно хранить в жарком климате Вьетнама, что создает ограничения для широко распространенных бакалейных лавок, не снабженных холодильными установками. Наибольшая доля продаж приходится на сетевые магазины — супермаркеты, специализированные магазины, гипермаркеты.
- Внутреннее производство не покрывает спрос в стране, поэтому значительное количество шоколадных изделий импортируется. Так, объем поставок данной категории в 2021 г. составил 14,3 тыс. тонн на 21,3 млн долл. США, что на 88,2% в натуральном выражении и в 2,7 раза в стоимостном выше, чем в 2020 г.
- Вьетнамский рынок шоколада и шоколадных кондитерских изделий отличается тем, что местные жители не имеют устойчивой привычки потреблять шоколад. Кроме того, средние доходы вьетнамцев не так велики, как в развитых странах мира. Более высокий спрос наблюдается у потребителей с более высокими доходами.

- В рамках Соглашения о свободной торговле между Вьетнамом и ЕАЭС с 2020 г. действуют нулевые пошлины на большинство товарных позиций готовой продукции из России, что создает стимул для дальнейшего развития торговли.
- Вместе с тем есть сложности с доступностью иностранной валюты. Вьетнамский донг не является свободно конвертируемой валютой, и в стране отсутствует валютная биржа. Конвертация донга в другие валюты осуществляется по решению Государственного банка Вьетнама.
- Отсутствие прозрачности и предсказуемости регулирования, наряду с бюрократическими требованиями, затрудняет ведение бизнеса в стране. Поэтому очень важно привлечь местного специалиста, который поможет разобраться в специфике деловой и регуляторной среды.
- В отрасли отмечается высокая конкуренция со стороны крупнейших мультинациональных производителей, которые довольно долго работают на местном рынке и имеют собственную сбытовую сеть шоколадной продукции.
- У России с Вьетнамом нет общей границы. Транспортировка занимает значительное время и существенно увеличивает расходы, что может сделать цены российских товаров неконкурентными. При планировании экспортных поставок во Вьетнам необходимо учитывать срок годности товара и время в пути (до двух месяцев), а также позаботиться об условиях хранения шоколада как при перевозке, так и в месте получения товара.

Список сокращений

Англоязычные сокращения

HoReCa	Hotel, Restaurant, Catering — гостиничный и ресторанный бизнес
ИТС	International Trade Centre — Международный торговый центр

Русскоязычные сокращения

АПК	агропромышленный комплекс
АСЕАН	Ассоциация государств Юго-Восточной Азии
ВВП	валовой внутренний продукт
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
КИ	кондитерские изделия
ОЭЗ	особая экономическая зона
ПИИ	прямые иностранные инвестиции
ППС	паритет покупательной способности
РОУ АПК	региональные органы управления агропромышленным комплексом
ТН ВЭД	товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ХАССП	от англ. HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) — система выявления, анализа, контроля и управления рисками при изготовлении пищевой продукции
ЭПЗ	экспортно-производственная зона

Введение





Социалистическая Республика Вьетнам — одна из самых быстрорастущих экономик Юго-Восточной Азии. С начала рыночных реформ в 1986 г. страна стала мировым центром производства одежды и текстиля, а также продукции с высокой добавленной стоимостью. Вьетнам с растущим населением и высокими темпами роста внутреннего потребления является перспективным рынком для экспорта российской продукции АПК.

Общие сведения (2021 г.)

ВВП (в текущих ценах): 366,2 млрд долл. США

Темпы роста ВВП: 2,6%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 11,5 тыс. долл. США

Уровень инфляции: 1,9%

Приток ПИИ: 19,7 млрд долл. США

Население: 98,5 млн человек

Площадь страны: 331,2 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Хошимин (8,83 млн), Ханой (4,87 млн), Кантхо (1,70 млн), Хайфон (1,34 млн), Да Нанг (1,16 млн), Бьенхоа (1,04 млн)

Уровень урбанизации: 38,1%

Уровень безработицы: 3,2%

Структура ВВП: сельское хозяйство (12,4%), промышленность (37,9%), сфера услуг (41,0%)

Структура занятости: сельское хозяйство (36,2%), промышленность (28,4%), сфера услуг (35,4%)

Основные товары экспорта: аппараты телефонные, схемы электронные интегральные, обувь, одежда, мебель

Основные товары импорта: схемы электронные интегральные, аппараты телефонные, схемы печатные, пластмассы и изделия из них, нефть и нефтепродукты

Объем экспорта: 335,8 млрд долл. США

Объем импорта: 330,8 млрд долл. США

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Международная организация труда, ITC Trade Map, Trading Economics, Главное управление статистики Вьетнама, информационный портал Министерства планирования и инвестиций Вьетнама

Краткий обзор — Вьетнам



Содержание



1.1.

Экономические тенденции

1.3.

Демографические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.4.

Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

1.1. Экономические тенденции

Экономика Вьетнама в 2019 г. второй год подряд показала максимальный рост на 7% на фоне тенденции перевода производства из Китая в условиях обострения напряженности в торговых отношениях между КНР и США. При этом Вьетнам является одной из немногих стран, которым удалось сохранять положительную динамику роста с начала пандемии COVID-19. Однако вариант дельта SARS-CoV-2 все же ослабил экономику страны, вследствие чего в 2021 г. ВВП увеличился всего на 2,6%.

Затянувшийся торговый конфликт спровоцировал волну вывода производственных мощностей из Китая, при этом Таиланд и Вьетнам рассматривались как два ключевых направления для иностранных инвесторов. Вьетнам имеет конкурентные преимущества перед соседними странами региона:

- по данным Всемирного банка, во Вьетнаме высокие темпы роста численности и доходов населения. Страна опережает Таиланд по уровню рождаемости и продолжительности жизни;
- Вьетнам лидирует с точки зрения участия в крупных соглашениях о свободной торговле, включая Всеобъемлющее и прогрессивное соглашение о Транстихоокеанском партнерстве (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership, ВПСТТП), Соглашение о свободной торговле между ЕС и Вьетнамом (EU-Vietnam Free Trade Agreement, EVFTA) и Всеобъемлющее региональное экономическое партнерство (Regional Comprehensive Economic Partnership, ВРЭП) — крупнейшую в мире зону свободной торговли.

Вьетнам занимал 6-е место по ВВП среди стран Юго-Восточной Азии в 2021 г. с показателем 366,2 млрд долл. США. Национальная экономика постепенно восстанавливается после пандемии COVID-19. При этом страна сталкивается с рядом внешних сдерживающих факторов (сбои в цепочках поставок, геополитическая напряженность). Вьетнамские компании отмечают нехватку рабочей силы из-за высокой заболеваемости, а пандемия переходит в эндемию (после вакцинации почти 90% населения).

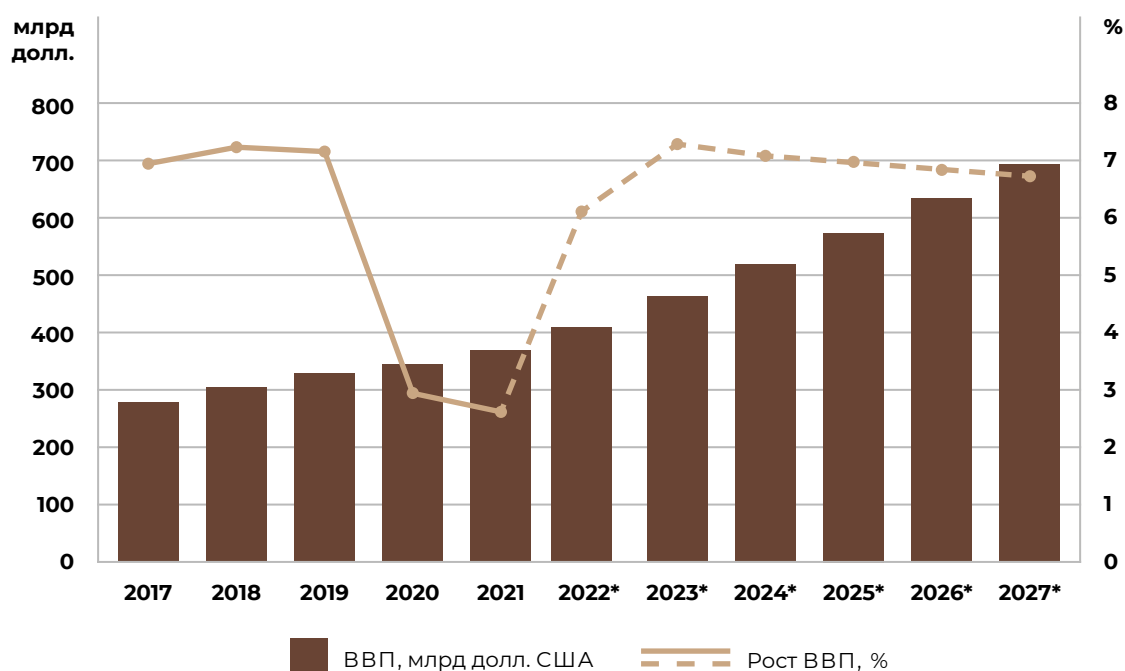
С другой стороны, вакцинированность населения позволила открыть границы для туристических и деловых поездок. Восстановление деловой активности в сфере строительства и потребительских услуг, по прогнозам, компенсирует сокращение промышленного производства. Кроме того, заметно выросли продажи телекоммуникационного оборудования и электрической аппаратуры.

Вьетнам остается одним из основных инвестиционных направлений, учитывая благоприятную экономическую ситуацию и государственное стимулирование прямых иностранных инвестиций. После повышения заболеваемости в 2021 г. мультинациональные компании в 2022 г. сосредоточились на производственном секторе. Ожидается, что низкий риск сбоев поставок и отсрочек проектов из-за коронавирусной инфекции (страна отказалась от стратегии нулевой терпимости к COVID-19) будет способствовать увеличению иностранных капиталовложений в ближайшие годы.

По данным МВФ, рост ВВП Вьетнама в 2022 г. составил 6,0% против сдержанного результата годом ранее (2,6%). Экономисты Oxford Economics скорректировали свой прогноз с 6,5 до 7,7% (прогноз Всемирного банка — до 7,5%) с учетом ряда факторов: устойчивого производства, возобновления строительства, восстановления сферы услуг во втором полугодии 2022 г., а также улучшения ситуации на рынке труда и реализации инвестиционных проектов. Замедление экономики ожидается в 2023 г. из-за ухудшения глобальных перспектив, ослабления спроса со стороны США и стран ЕС, а также из-за медленного восстановления внутреннего рынка Китая после введения ограничительных мер в рамках политики нулевой терпимости к COVID-19.

United Overseas Bank (Сингапур) также пересмотрел прогноз роста ВВП Вьетнама в 2022 г. с 6,5 до 7,0%, предполагая отсутствие дальнейших серьезных внутренних сбоев из-за пандемии.

Рис. 1. Динамика ВВП Вьетнама в текущих ценах, 2017–2027 гг.



Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*), EMIS

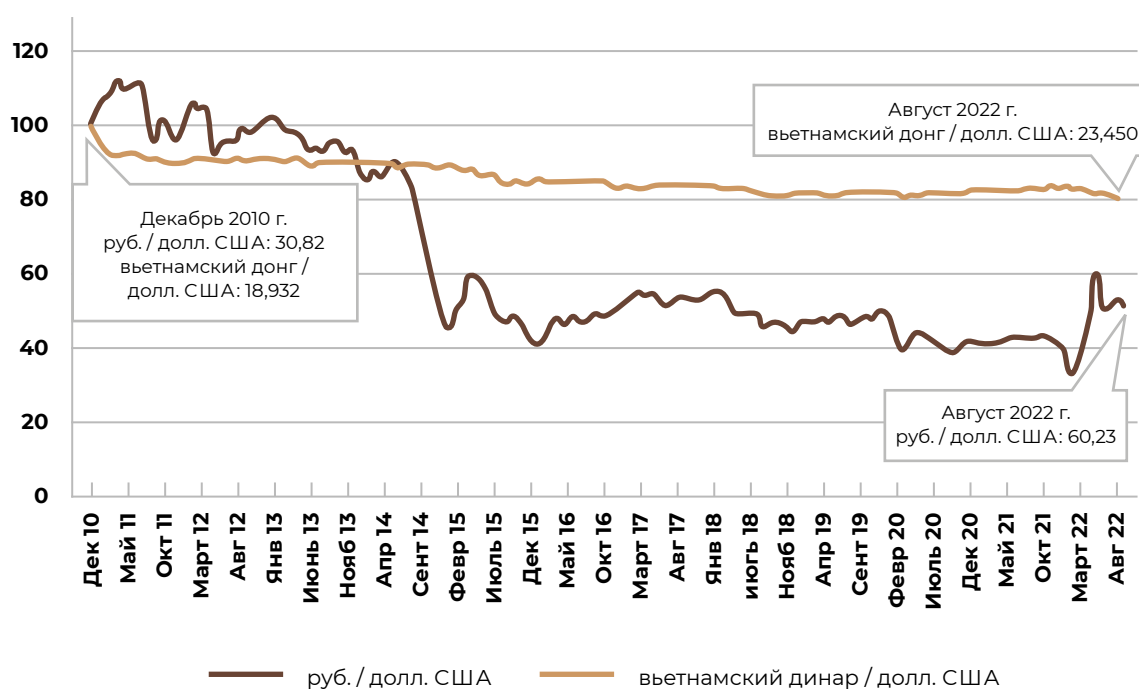
Примечание. *прогноз.

Вьетнамский донг остается относительно стабильной валютой. Но в долгосрочной перспективе возможна небольшая девальвация, поскольку во Вьетнаме уровень инфляции выше, чем у основных торговых партнеров. В последний раз власти страны девальвировали валюту в январе 2016 г., тогда же Государственный банк Вьетнама расширил торговый коридор донга по отношению к доллару США.

Основные факторы, обуславливающие управляемый курс:

- динамический валютный курс и достаточное количество долларов США (вследствие положительного сальдо торгового баланса и высокого резерва иностранной валюты в размере более 100 млрд долл. США);
- умеренное ослабление национальной валюты для сохранения конкурентоспособности экспорта страны. Переход к рыночному валютному курсу позволит гибко реагировать на внешние риски.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и вьетнамского донга к доллару США, декабрь 2010 г. – август 2022 г.



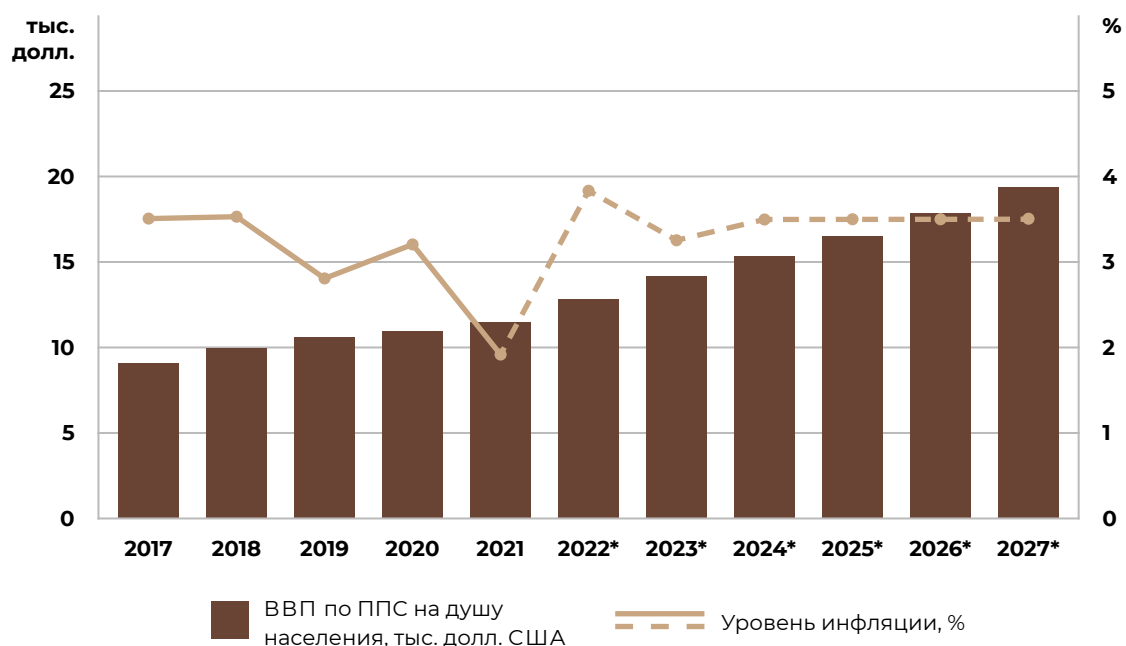
Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал Investing.com

Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

В 2021 г. ВВП по ППС на душу населения сократился на 5,8% в сравнении с предыдущим годом. Инфляция в 2021 г., по данным МВФ, составила 1,9% по сравнению с 3,2% в 2020 г. Для смягчения воздействия высоких цен на сырьевые товары принимаются меры, включая снижение НДС на 2%. Тем не менее, в связи с повышением цен на бензин, базовые продукты питания и услуги, в 2022 г. показатель инфляции достиг 3,8%. Правительство по-прежнему удерживает инфляцию ниже целевого показателя Госбанка Вьетнама в 4%.

Oxford Economics прогнозирует повышение учетной ставки к концу 2022 г. на 25 базисных пунктов до 2,75% на фоне усиления внутреннего спроса, принятия антиинфляционных мер и укрепления доллара Федеральной резервной системой (ФРС) США.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2027 гг.



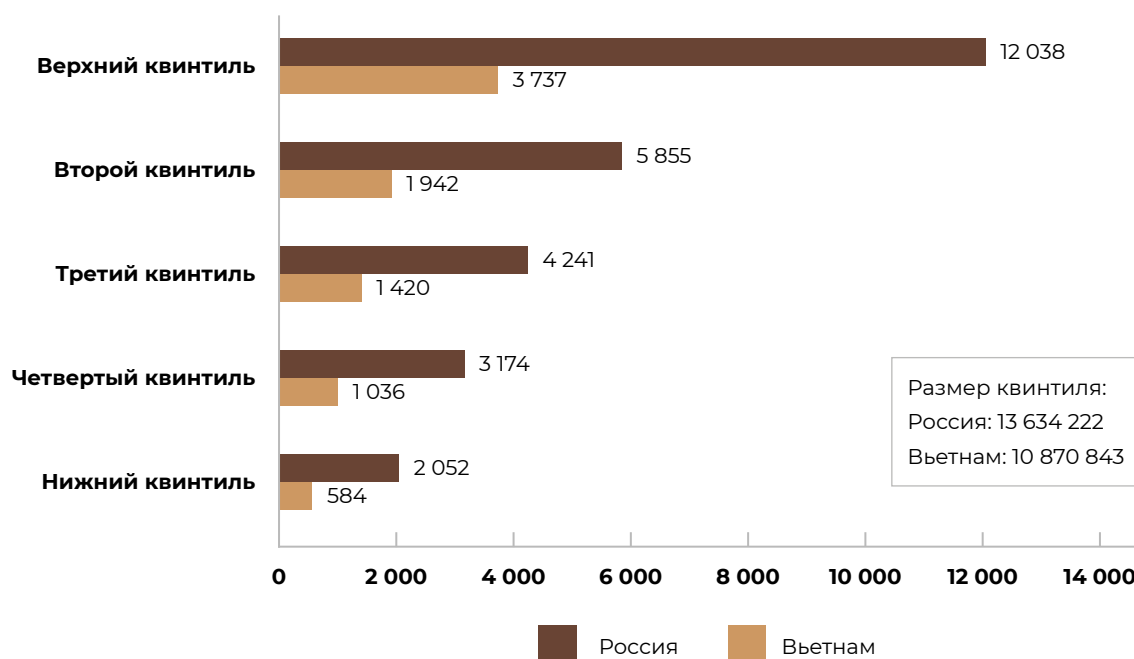
Источник: МВФ

Примечание. *прогноз.

Несмотря на экономический подъем, с ростом благосостояния в стране проявляется неравенство в доходах, особенно среди регионов. Так, на долю первой (высокодоходной) группы приходится 42,9% всех доходов населения (по сравнению с 49,2% на Филиппинах и 45,3% в Китае). В то же время доля пятой (низкодоходной) категории составляет 6,7%. При этом правительство успешно решает проблемы сельской бедности.



Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2021 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

Внешняя торговля продукцией АПК

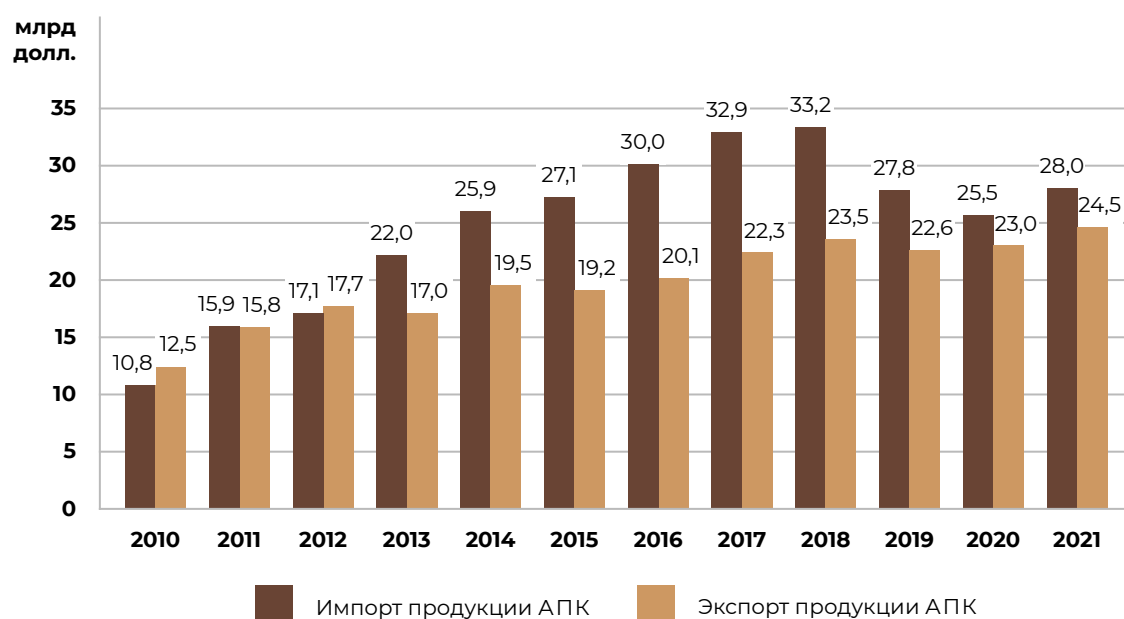
С 2000 г. отмечается снижение как доли сельского хозяйства в ВВП (с 24,5 до 12,4%), так и доли занятых в аграрном секторе (с 65 до 36,2%). Несмотря на это, значимость АПК для экономики Вьетнама остается высокой, в том числе за счет обеспечения населения доступными и разнообразными продуктами питания и стабилизации социальной ситуации в условиях макроэкономической турбулентности.

Страна занимает четвертое место в мире по экспорту риса, на долю которого приходится почти треть от общего объема производства продукции растениеводства во Вьетнаме.

Основные виды продовольственных товаров в структуре экспорта — орехи кешью, кофе, рыба и морепродукты (включая ракообразные, изделия и консервы из них), рис, паприка, фрукты.

Вьетнам также является крупным импортером сельскохозяйственной продукции. Так, в 2021 г. общая стоимость импорта составила 28,0 млрд долл. США.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Вьетнама, 2010–2021 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Вьетнама, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Орехи кешью	2 967,3	12,1
Кофе	2 378,6	9,7
Ракообразные	2 213,8	9,0
Филе рыбы и прочее мясо рыбы	2 139,0	8,7
Рис	2 045,3	8,4
Изделия и консервы из ракообразных	1 565,8	6,4
Паприка	809,1	3,3
Фрукты прочие свежие	787,4	3,2
Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	739,4	3,0

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Изделия и консервы из рыбы	628,1	2,6
Прочие продукты	8 214,8	33,5
Итого	24 488,5	100,0

Источник: ITC Trade Map

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Вьетнама, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Кукуруза	2 428,9	8,7
Жмых и шрот соевые	2 097,4	7,5
Пшеница	1 271,4	4,5
Соевые бобы	1 008,8	3,6
Масло пальмовое	982,8	3,5
Говядина и пищевые субпродукты КРС	853,9	3,0
Рыба мороженая	765,7	2,7
Сигары и сигареты	713,3	2,5
Сахар свекловичный и тростниковый	617,7	2,2
Продукты для кормления животных, кроме корма для собак и кошек	598,4	2,1
Прочие продукты	16 670,4	59,5
Итого	28 008,7	100,0

Источник: ITC Trade Map

1.2. Политические тенденции

Во Вьетнаме действует однопартийная система власти. Правящей партией является Коммунистическая партия Вьетнама (КПВ). Конституция Вьетнама (2013 г.) признает Национальное собрание «высшим органом государственной власти», который собирается дважды в год; 500 делегатов избираются на пятилетний срок. Собрание назначает президента (главу государства), премьер-министра (главу правительства), председателя Верховного народного суда, главу Высшей народной прокуратуры и правительство в составе 27 членов.

КПВ осуществляет контроль над Национальным собранием и исполнительной властью через Центральный комитет (ЦК), который состоит из 200 членов. Центральный комитет избирает членов политбюро раз в пять лет на съезде Национальной партии. Политбюро возглавляет Генеральный секретарь ЦК, который также является секретарем Центральной военной комиссии и считается наиболее влиятельной политической фигурой во Вьетнаме. Президент представляет страну во внутригосударственных и международных делах, а также осуществляет ряд исполнительных и законодательных полномочий.

В мае 2021 г. во Вьетнаме состоялись выборы в Национальное собрание. Перед этим, в апреле, Национальное собрание объявило о роспуске правительства и избрании нового президента и премьер-министра. На должность премьер-министра был назначен Фам Минь Тинь, кандидатуру которого поддержали 96,3% депутатов. 2 марта 2023 г. новым президентом был избран член политбюро ЦК компартии Во Ван Тхыонга.

Оценка рисков

Социально-экономическая ситуация в стране достаточно стабильна. Наряду с сохранением однопартийной системы, защитой территориальной целостности и поддержанием общественного порядка, главной целью КПВ является экономический рост¹. Согласно плану развития, Вьетнам должен стать страной со средним уровнем дохода к 2025 г., страной с высоким уровнем дохода — к 2030 г., развитой страной с высоким уровнем дохода — к 2045 г.

Сохраняющееся цензурирование информационного поля свидетельствует о высоком уровне государственного контроля: Закон о кибербезопасности 2019 г.² обязывает международных поставщиков услуг предоставлять информацию правительству по запросу (в течение 24 часов с возможным отключением серверов во Вьетнаме за невыполнение этого требования).

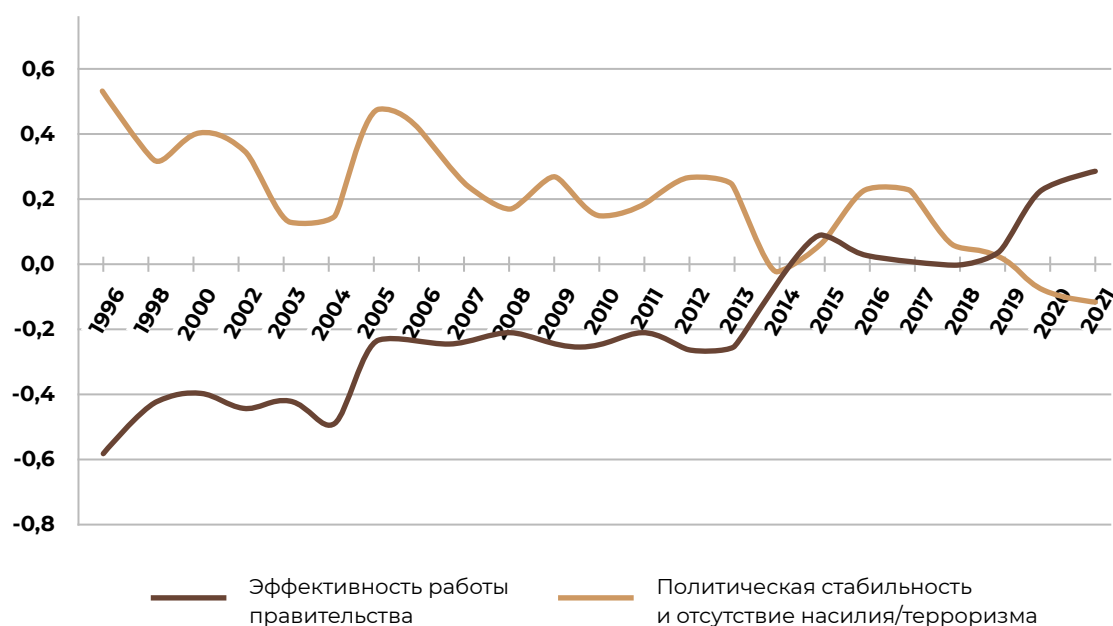
¹ План развития // В.Н.Колотов «Стратегия развития Вьетнама в документах XIII съезда КПВ»

² Закон о кибербезопасности // <https://clck.ru/347uQM>

Отсутствие права собственности на землю (признается только право пользования, а единым собственником земли является государство) имеет дестабилизирующий потенциал.

Во внешней политике страна стремится к усилению влияния в регионе. Так, в 2020 г. во время председательства в АСЕАН Вьетнам во многом способствовал созданию Всеобъемлющего регионального экономического партнерства (ВРЭП). Кроме того, страна активно подключается к миротворческим и гуманитарным миссиям в рамках ООН, развивает военно-техническое сотрудничество с Индией и Австралией. Двусторонние отношения Вьетнама с Китаем осложняются наличием спорных территорий, при этом стороны регулярно подтверждают приверженность мирному урегулированию данного вопроса. Российско-вьетнамские отношения носят характер всеобъемлющего стратегического партнерства. Основными сферами сотрудничества являются торговля продукцией АПК, энергетика, туризм.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления во Вьетнаме



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

Примечание. Индикаторы WGI используют шкалу со значениями от -2,5 до 2,5.

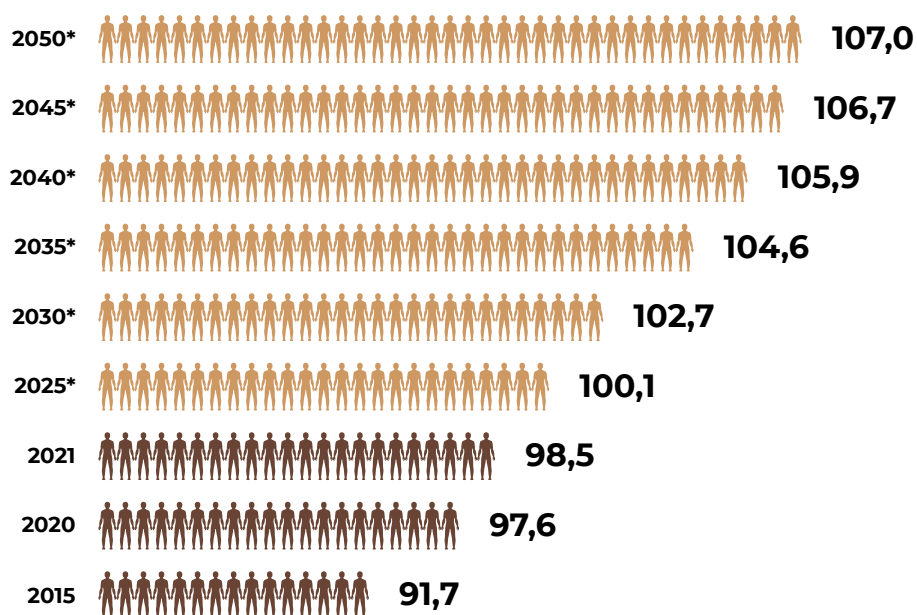
Согласно показателям качества государственного управления, эффективность работы правительства Вьетнама на протяжении последних десятилетий неуклонно повышалась, но в последние годы рейтинг практически не менялся. Несмотря на периодические улучшения, страна утратила свои позиции по политической стабильности и отсутствию насилия. Политическая конъюнктура не сильно влияет на рынок шоколада. Более того, при тенденциях политической стабильности и повышения благосостояния населения вьетнамский рынок сохранит привлекательность для поставщиков в долгосрочной перспективе.



1.3. Демографические тенденции

Среднегодовой темп роста населения страны за 2015–2021 гг. составил 1,2%. Согласно прогнозам ООН, численность населения страны в 2050 г. достигнет 107,0 млн человек.

Рис. 7. Общая численность населения Вьетнама, прогноз до 2050 г., млн человек

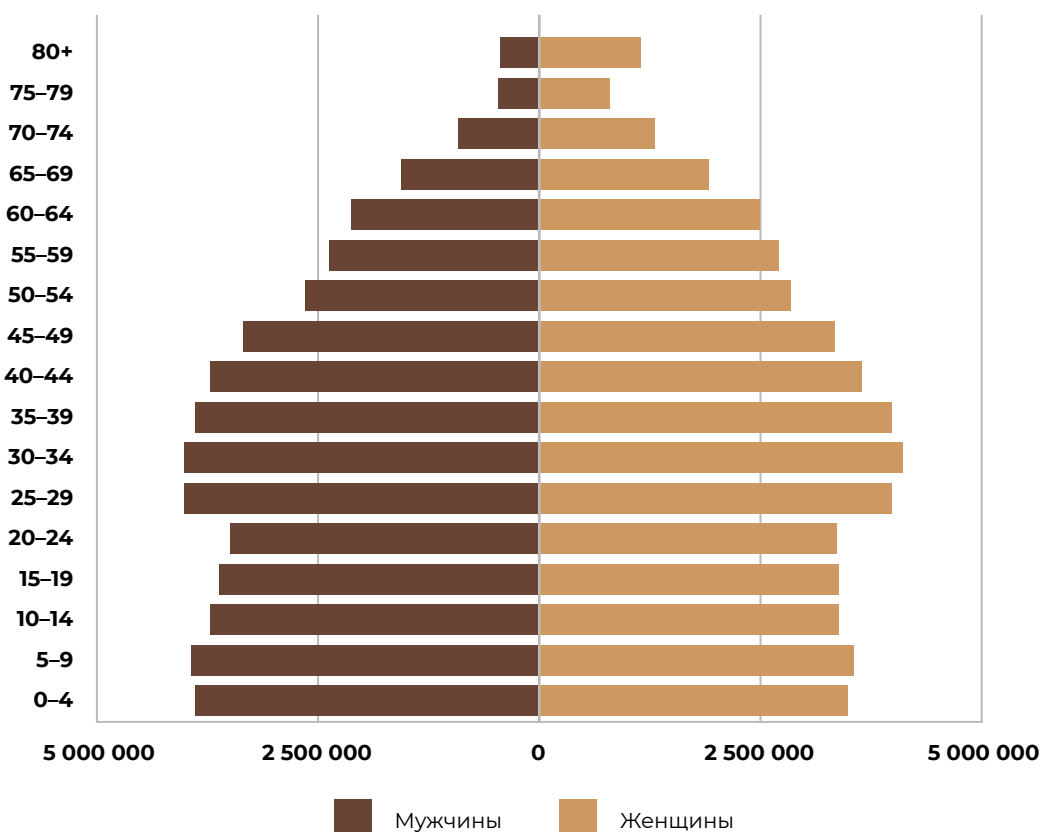


Источник: ООН

Примечание. *прогноз.

При уровне урбанизации 38,1% можно ожидать, что продолжающаяся миграция жителей сельской местности в города в ближайшие годы приведет к активному росту промышленности и сферы услуг. Можно также прогнозировать, что относительно молодое население страны будет способствовать дальнейшему повышению и изменению потребительского спроса.

Рис. 8. Население Вьетнама по полу и возрасту, 2021 г.



Источник: ООН

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

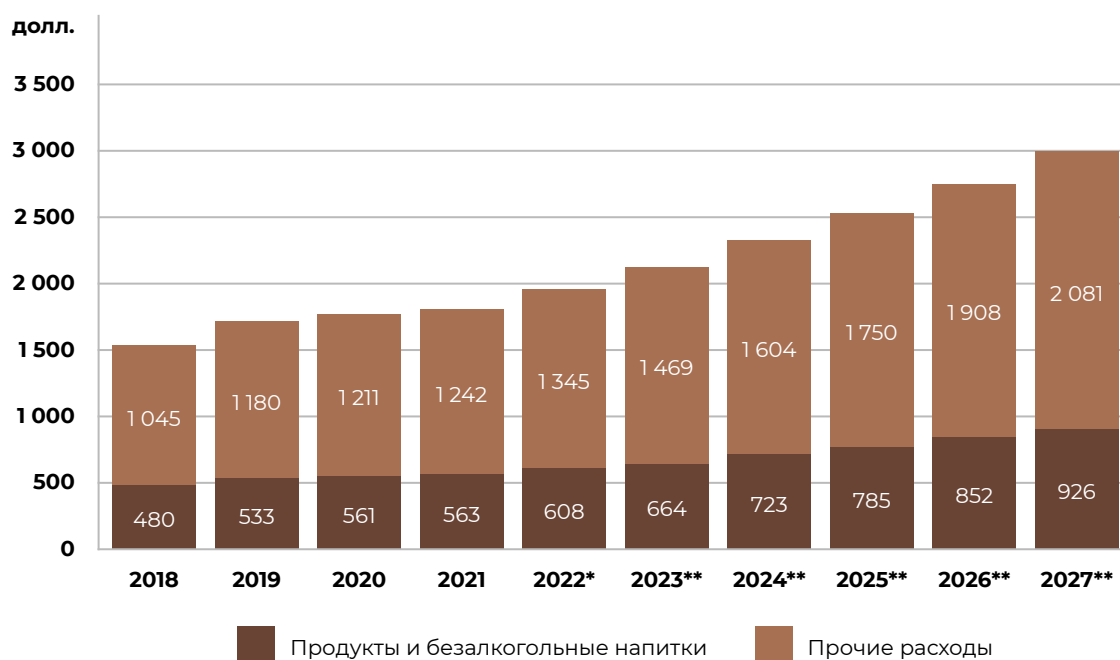
На фоне пандемии COVID-19 приостановился рост потребления пищевых продуктов вне дома. Вместе с тем экономика Вьетнама (одна из немногих в мире) продемонстрировала подъем в 2020 г. Это позволяет прогнозировать дальнейшее экономическое развитие и, как следствие, развитие урбанизации, рост доходов и продовольственного рынка в течение следующего десятилетия.

У Вьетнама хорошие экономические перспективы: увеличиваются производственные мощности, молодое население стремится создать процветающее

государство. Страна обещает быть привлекательным рынком для иностранных поставщиков продовольствия.

Стоит отметить активное восстановление экономики после пандемии. В результате своевременно принятых мер рынок Вьетнама открылся раньше многих других стран.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2021 г., 2018–2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (Passport)

Примечание. *оценка, **прогноз.







Содержание

2.1.

Объем и динамика рынка

2.2.

Потребительские предпочтения

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.4.

Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

Рынок кондитерских изделий Вьетнама — один из самых быстрорастущих в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Среднегодовой темп роста превышает 10%. В то же время среднедушевые расходы на кондитерские изделия остаются низкими. Поэтому ожидается, что в ближайшие годы высокие темпы рыночного роста сохранятся.

Производство

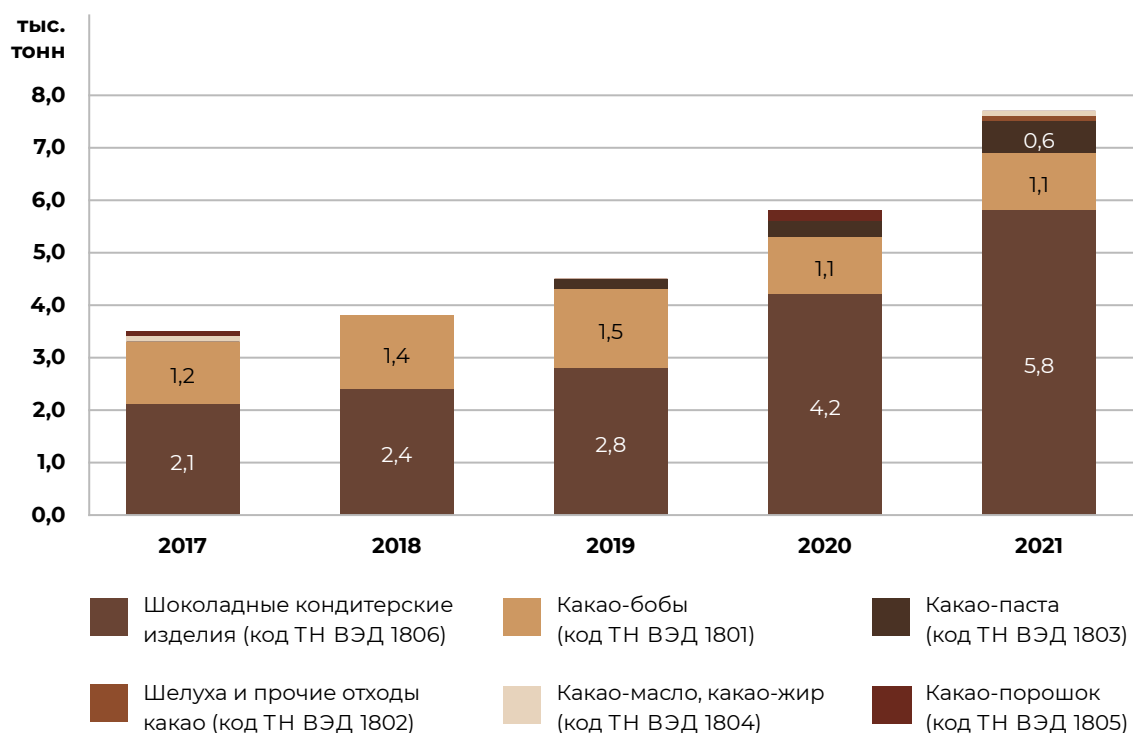
Выращивание какао-бобов во Вьетнаме в коммерческих целях появилось относительно недавно. Плантации в основном расположены в регионах Тьен Зянг, Бен Че, Бария-Вунгтау, Дак Лак. Климат в них достаточно благоприятен: оптимальная температура, удовлетворительный уровень осадков и умеренный ветер.

По объемам какао Вьетнам существенно отстает от основных стран-производителей, но с каждым годом урожайность увеличивается благодаря программам селекции и посадкам какао-деревьев.

В стране имеются мощности по первичной переработке какао и производству какао-продуктов. Основными продуктами экспорта Вьетнама являются шоколадные кондитерские изделия. Их экспорт по итогам 2021 г. достиг 5,8 тыс. тонн, увеличившись по отношению к 2020 г. на 39,3% (1,6 тыс. тонн). Вьетнам также осуществляет экспорт какао-бобов и какао-пасты, объемы поставок которых в 2021 г. составили 1,1 тыс. тонн и 0,6 тыс. тонн соответственно.



Рис. 10. Экспорт какао-бобов и какао-продуктов Вьетнама, 2017–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Потребление

Объем рынка шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама в 2021 г. составил 127,8 млн долл. США (на 5,0% больше объема 2020 г.). В среднесрочной перспективе ожидается, что спрос на данную продукцию будет расти.

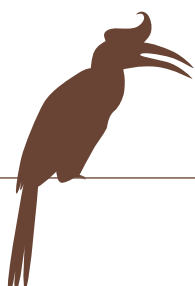
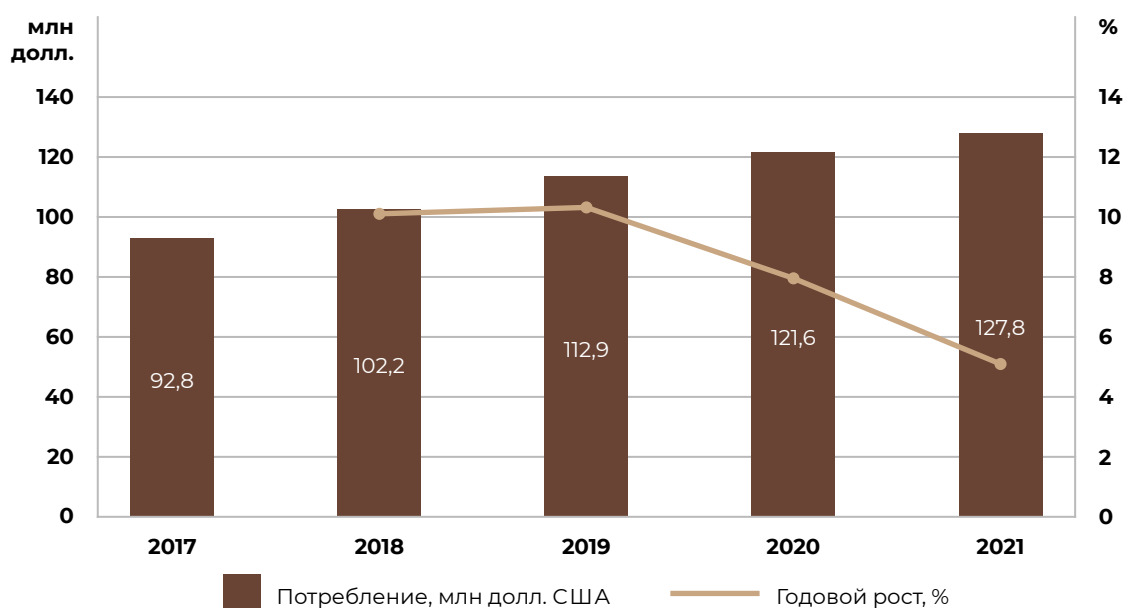


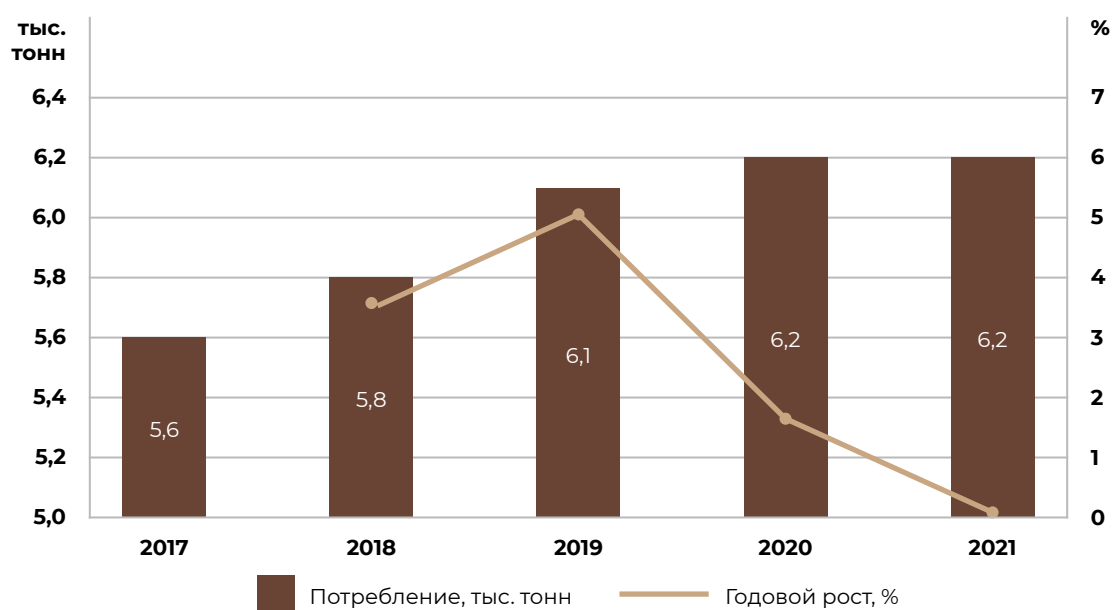
Рис. 11. Потребление шоколада и шоколадных кондитерских изделий во Вьетнаме в стоимостном выражении, 2017–2021 гг.



Источник: Euromonitor International

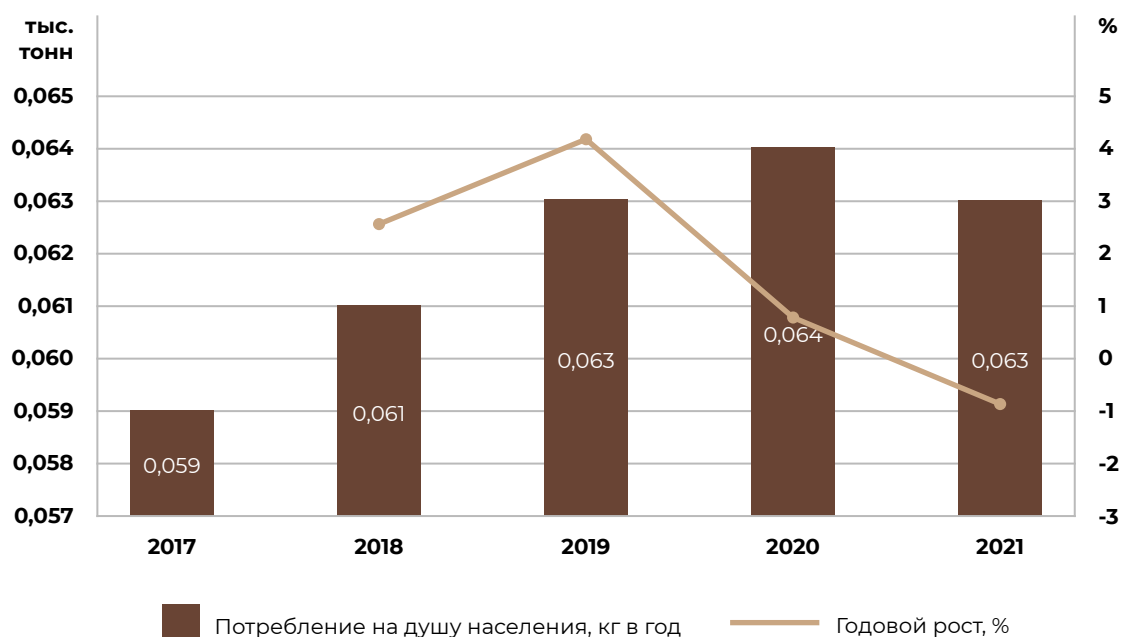
Несмотря на стабильный прирост в стоимостном выражении, объемы в натуральном выражении увеличиваются медленнее. В 2021 г. роста не наблюдалось, и показатель остался на прежнем уровне 6,2 тыс. тонн. В 2022 г. прирост оценивается в 3%.

Рис. 12. Потребление шоколада и шоколадных кондитерских изделий во Вьетнаме в натуральном выражении, 2017–2021 гг.



Источник: Euromonitor International

Рис. 13. Потребление шоколада и шоколадных кондитерских изделий на душу населения во Вьетнаме, 2017–2021 гг.



Источник: Euromonitor International

В структуре продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама с 2017 г. лидируют шоколадные конфеты в коробках. Вдвое меньше доля шоколада в плитках. Далее следуют шоколадные конфеты в форме батончика, мешочки и пакетики с шоколадом.

Табл. 3. Структура рынка шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по видам в стоимостном выражении, 2017–2021 гг., млн долл. США

Вид	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
Шоколадные конфеты в коробках	45,3	49,8	54,9	59,5	62,6	48,9
Упакованный шоколад в плитках	22,2	24,7	27,2	30,5	33,0	25,8
Шоколадные конфеты в форме батончика	14,0	15,1	16,8	17,5	17,9	14,0
Фасованные шоколадные кондитерские изделия	11,2	12,6	14,0	14,2	14,4	11,3
Итого	92,7	102,2	112,9	121,7	127,9	100,0

Источник: Euromonitor International

Рис. 14. Структура рынка шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по видам в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: Euromonitor International

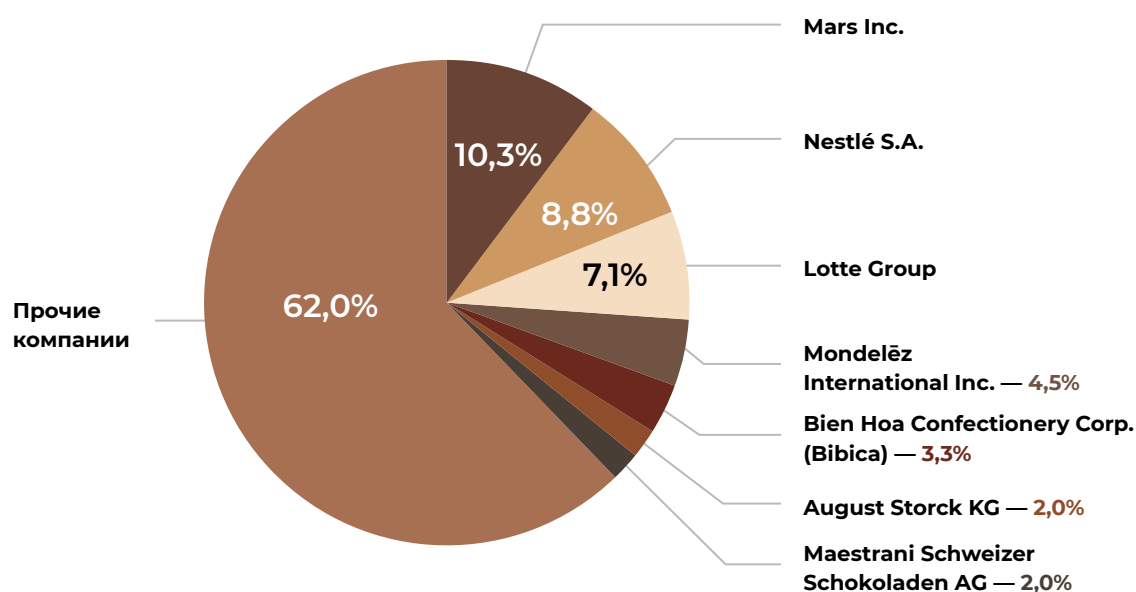
Шоколадные кондитерские изделия сложно сохранить в жарком климате Вьетнама. Это ограничивает продажи традиционных бакалейных лавок. Немногие из них имеют оборудование не только для хранения (холодильные витрины), но и для транспортировки шоколадных изделий. Здесь больше возможностей у торговых сетей: супермаркетов, специализированных магазинов и гипермаркетов.

Основными потребителями шоколадной продукции являются обеспеченные люди, предпочитающие более комфортные каналы продаж — например, современные супермаркеты и гипермаркеты, которые оснащены всем необходимым оборудованием и предлагают широкий ассортимент, в том числе кондитерских изделий.

Главными игроками на рынке шоколада и шоколадных кондитерских изделий выступают Mars Inc. (10,3%), Nestle S.A. (8,8%), Lotte Group (7,1%), Mondelēz (4,5%), Bien Hoa Confectionery Corp. (Bibica) (3,3%). Суммарный оборот этих компаний составляет 34,0%.

В пятерку лучших производителей по объему выручки входит вьетнамский бренд Bien Hoa Confectionery Corp. (Bibica), который представлен на рынке шоколада и шоколадных кондитерских изделий уже более 10 лет и поставляет высококачественную продукцию.

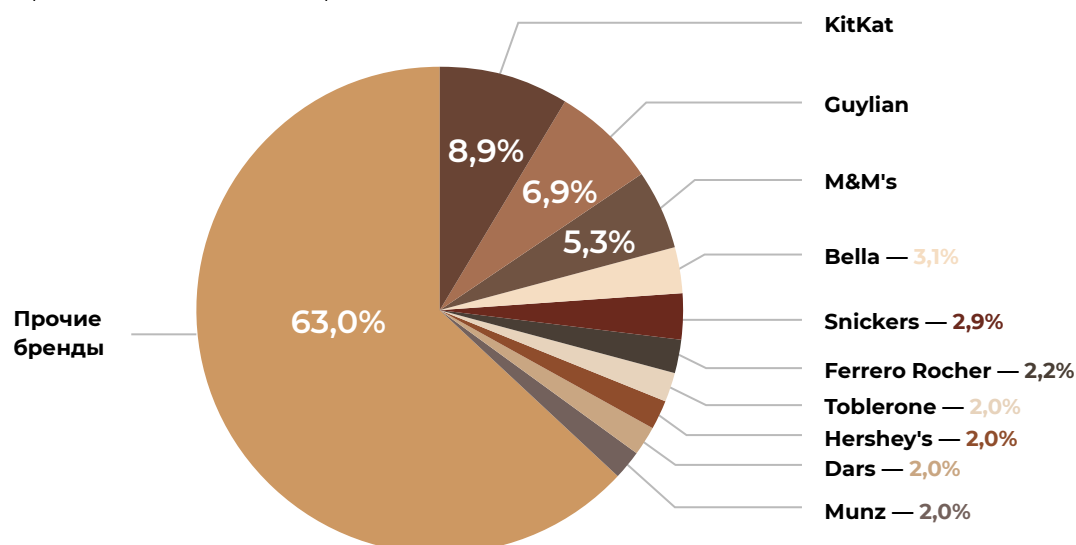
Рис. 15. Структура розничных продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по компаниям в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: Euromonitor International

Самым популярным и продаваемым брендом в стоимостном выражении на рынке шоколадных кондитерских изделий в 2021 г. стал KitKat (Nestlé S.A.). На втором месте — Guylian (Lotte Group) с долей 6,9%. Отстает от них и занимает третью строчку M&M's (Mars Inc.) с долей 5,3%. Вьетнамский бренд Bella (Bien Hoa Confectionery Corp. (Bibica)) занимает 3,1% рынка.

Рис. 16. Структура розничных продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по брендам в стоимостном выражении, 2021 г., %



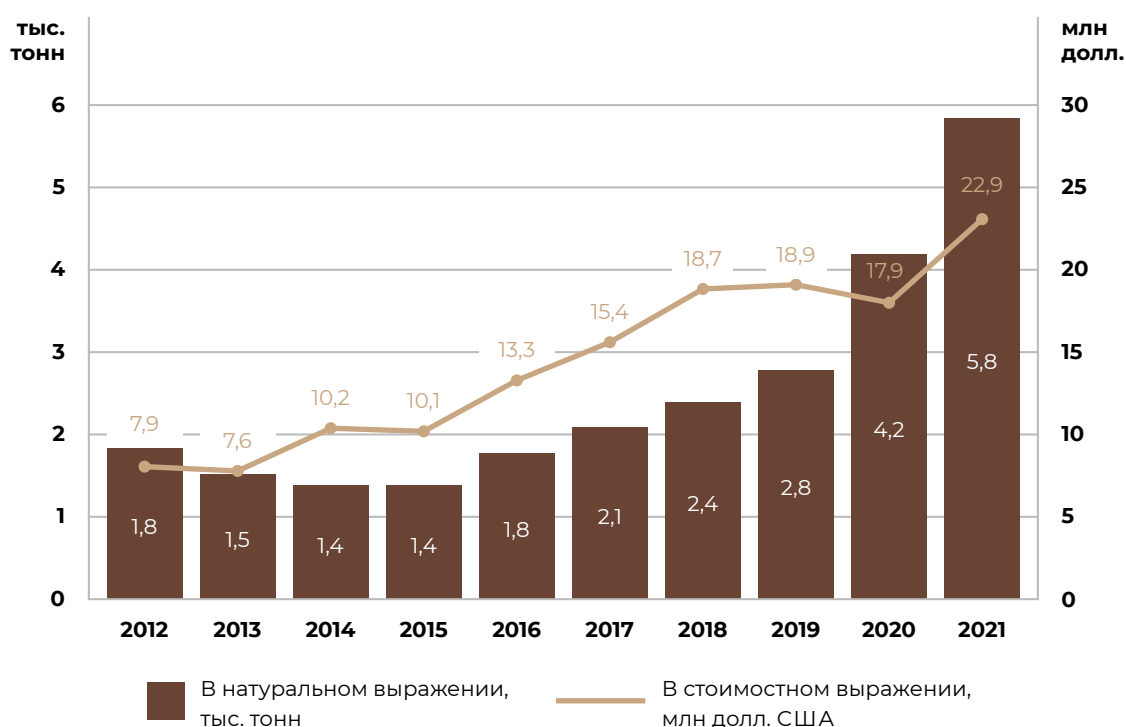
Источник: Euromonitor International

Экспорт и импорт

Экспорт

Экспорт Вьетнама в стоимостном выражении увеличивался в период 2015–2020 гг. Во время пандемии наблюдался спад, хотя в натуральном эквиваленте был зафиксирован рост. В стоимостном выражении экспорт Вьетнама в 2020 г. снизился до 17,9 млн долл. США (-5,3%), однако в 2021 г. восстановился до 22,9 млн долл. США (+27,9%).

Рис. 17. Экспорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Вьетнам перерабатывает какао-бобы и экспортирует готовую продукцию в виде прочего шоколада, шоколада без начинки, подслащенного какао-порошка, полуфабрикатов.

В натуральном выражении преобладает экспорт какао-порошка с добавлением сахара (код ТН ВЭД 180610), тогда как в стоимостном выражении по объему поставок лидирует прочий шоколад (код ТН ВЭД 180690). Основные страны-импортеры — Япония, Китай и Бельгия как в стоимостном, так и натуральном выражении (с совокупной долей 76,2% и 48,0% соответственно).

Табл. 4. Структура экспорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по категориям в натуральном выражении, 2012–2021 г., тыс. тонн

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
180610	Какао-порошок с добавлением сахара или других подслащивающих веществ	0,2	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	1,9	2,5	43,8
180690	Прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао	0,7	0,8	0,8	0,7	1,0	1,2	1,4	1,5	1,2	1,6	26,8
180620	Прочие изделия, в брикетах, пластинках и плитках, массой более 2 кг, или в жидком, пастообразном, порошкообразном, гранулированном виде, или в виде иной бесформенной массы в контейнерах или упаковках	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,4	0,3	0,3	0,9	14,9
180632	Прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,5	0,4	0,5	0,6	0,5	9,3
180631	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	5,2
Итого		1,8	1,5	1,4	1,4	1,8	2,1	2,4	2,8	4,2	5,8	100,0

Источник: UN Comtrade

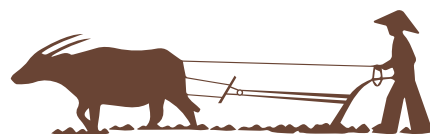
Примечание. Зеркальные данные.

Табл. 5. Структура экспорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по категориям в стоимостном выражении, 2012–2021 г., млн долл. США

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
180690	Прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао	4,7	5,4	7,4	6,9	9,3	11,0	13,4	12,7	10,2	12,9	56,6
180632	Прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках	1,5	0,6	1,4	1,9	2,3	2,9	2,9	4,0	4,1	4,8	20,9
180610	Какао-порошок с добавлением сахара или других подслащающих веществ	0,1	0,3	0,1	0,2	0,4	0,3	0,3	0,5	1,5	2,2	9,6
180620	Прочие изделия, в брикетах, пластинках и плитках, массой более 2 кг, или в жидком, пастообразном, порошкообразном, гранулированном виде, или в виде иной бесформенной массы в контейнерах или упаковках	0,7	0,8	1,1	0,8	1,1	0,9	1,9	1,2	1,4	2,1	9,1
180631	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой	0,9	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,5	0,7	0,9	3,7
Итого		7,9	7,6	10,2	10,1	13,3	15,4	18,7	18,9	17,9	22,9	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.



Импорт

Вьетнам является нетто-импортером разных кондитерских изделий, поскольку спрос превышает предложение на внутреннем рынке. Наибольшая часть поставок приходится на мучные кондитерские изделия — 72,1 тыс. тонн. На втором месте — сахаристые кондитерские изделия с объемом 23,7 тыс. тонн, на третьем — более дорогие шоколадные кондитерские изделия (14,3 тыс. тонн).

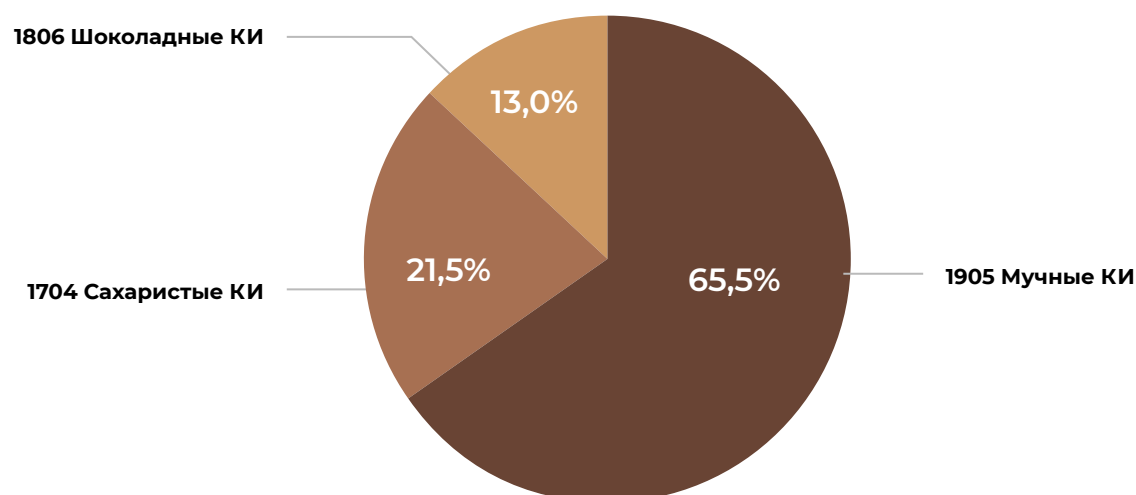
Табл. 6. Структура импорта кондитерских изделий Вьетнама по видам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1905	Мучные КИ	22,1	27,1	34,6	36,3	46,1	48,6	56,6	62,1	63,8	72,1	65,5
1704	Сахаристые КИ	15,1	16,6	16,6	14,6	17,2	22,4	24,0	26,5	22,5	23,7	21,5
1806	Шоколадные КИ	3,9	4,4	4,8	4,8	6,1	8,8	10,5	11,4	7,6	14,3	13,0
	Итого	41,1	48,1	56,0	55,7	69,4	79,8	91,2	100,0	94,0	110,1	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Рис. 18. Структура импорта кондитерских изделий Вьетнама по видам в натуральном выражении, 2021 г., %



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Вьетнам импортировал мучных кондитерских изделий на 239,9 млн долл. США (55,1% общего импорта по стоимости). В то же время, несмотря на меньший объем поставок по сравнению с сахаристыми, доля шоколадных кондитерских изделий в стоимостном выражении выше — 27,8%.

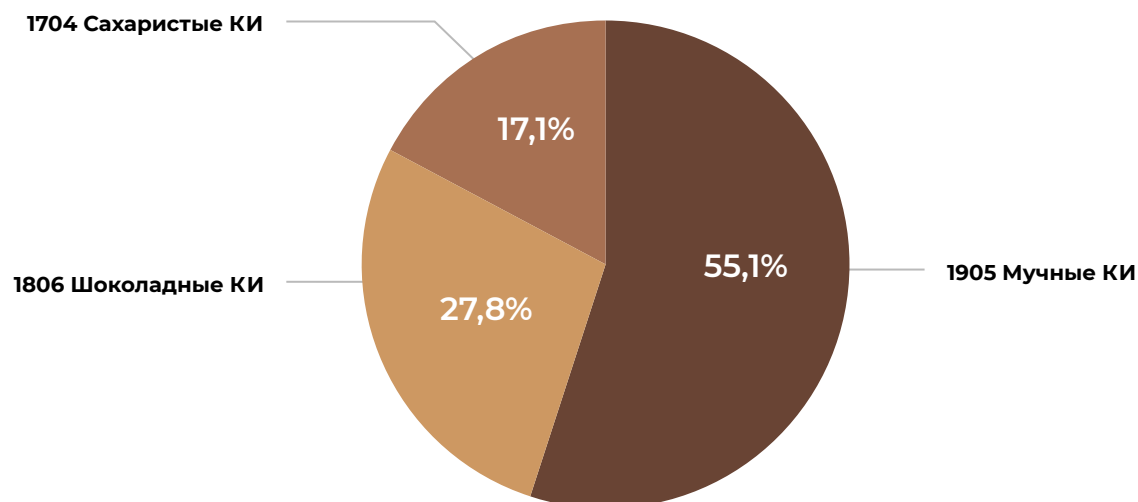
Табл. 7. Структура импорта кондитерских изделий Вьетнама по видам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1905	Мучные КИ	75,8	103,7	143,4	138,7	161,6	171,2	194,5	222,7	204,7	239,9	55,1
1806	Шоколадные КИ	21,8	28,3	32,8	31,8	43,0	55,4	71,4	81,8	45,4	121,3	27,8
1704	Сахаристые КИ	37,5	47,9	47,5	43,0	47,8	61,1	70,8	86,5	71,5	74,5	17,1
Итого		135,1	179,9	223,7	213,5	252,5	287,7	336,7	391,1	321,6	435,7	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Рис. 19. Структура импорта кондитерских изделий Вьетнама по видам в стоимостном выражении, 2021 г., %

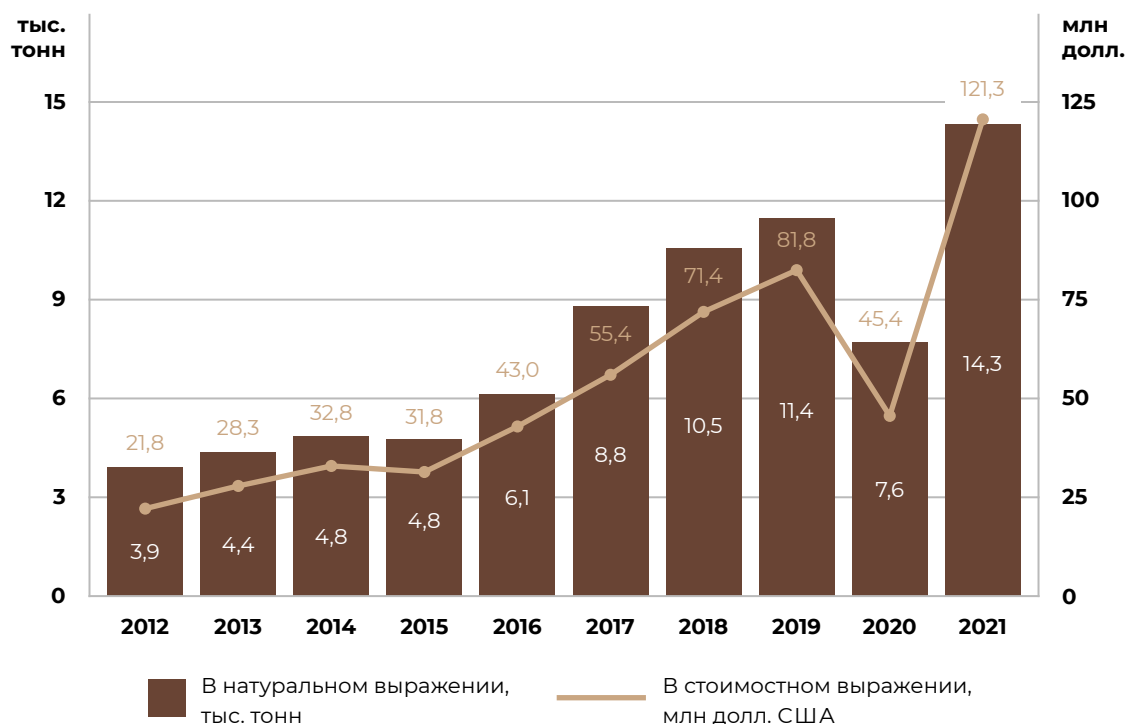


Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

За 2015–2019 гг. наблюдался стабильный рост поставок шоколада и шоколадных кондитерских изделий, однако в 2020 г. произошел резкий спад до 7,6 тыс. тонн или 45,4 млн долл. США. В 2021 г. импорт не только восстановился, но и превысил показатель 2019 г., составив 14,3 тыс. тонн или 121,3 млн долл. США.

Рис. 20. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

В структуре импорта Вьетнама в 2021 г. преобладал прочий шоколад (код ТН ВЭД 180690) — 71,4% в натуральном выражении и 85,7% в стоимостном. На долю прочих изделий, в брикетах, пластинках и плитках, массой более 2 кг пришлось 18,7% поставок по объему и 5,9% по стоимости. Доля остальных видов продукции была незначительной.

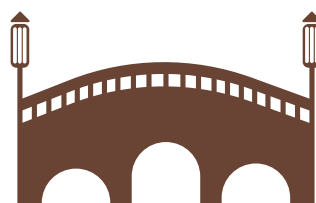


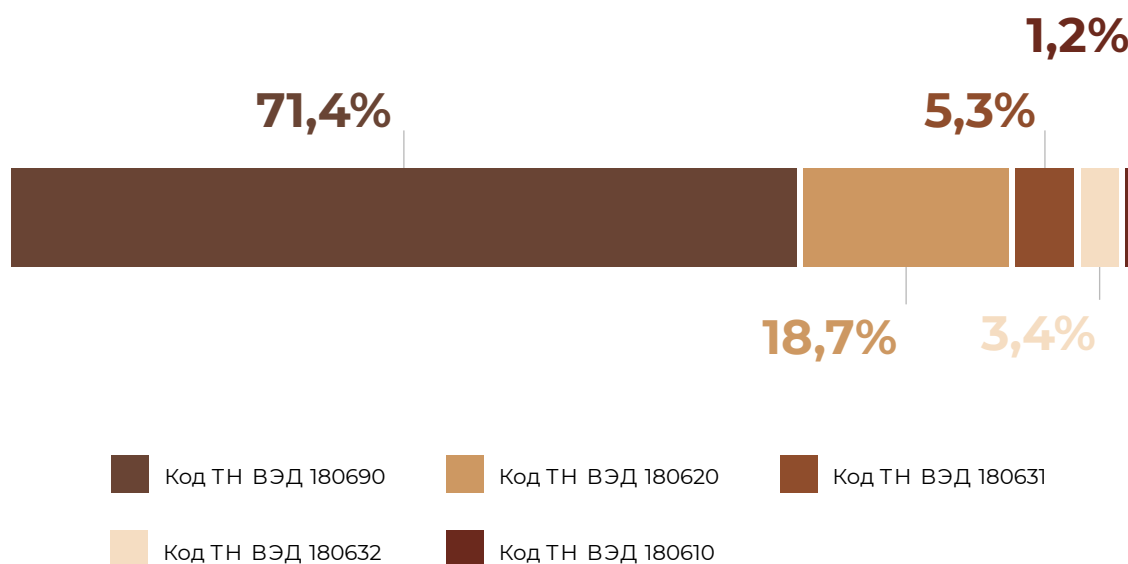
Табл. 8. Структура импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по категориям в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
180690	Прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао	1,8	1,9	2,2	2,1	2,8	4,1	5,6	6,5	4,7	10,2	71,4
180620	Прочие изделия, в брикетах, пластинках и плитках, массой более 2 кг, или в жидком, пастообразном, порошкообразном, гранулированном виде, или в виде иной бесформенной массы в контейнерах или упаковках	0,9	0,9	1,3	1,1	1,3	2,4	2,4	2,4	1,7	2,7	18,7
180631	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой	0,8	1,1	0,6	0,6	1,0	1,5	1,4	1,3	0,6	0,8	5,3
180632	Прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках	0,3	0,3	0,4	0,5	0,8	0,6	0,5	0,8	0,3	0,5	3,4
180610	Какао-порошок с добавлением сахара или других подслащающих веществ	0,04	0,1	0,2	0,4	0,3	0,2	0,6	0,4	0,4	0,2	1,2
	Итого	3,9	4,4	4,8	4,8	6,1	8,8	10,5	11,4	7,6	14,3	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Рис. 21. Структура импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по категориям в натуральном выражении, 2021 гг., %



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Табл. 9. Структура импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по категориям в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
180690	Прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао	12,4	17,3	20,2	19,5	26,3	34,0	48,7	59,9	32,9	103,9	85,7
180620	Прочие изделия, в брикетах, пластинках и плитках, массой более 2 кг, или в жидком, пастообразном, порошкообразном, гранулированном виде, или в виде иной бесформенной массы в контейнерах или упаковках	3,1	3,1	4,6	4,2	4,2	6,8	6,7	6,3	4,5	7,1	5,9

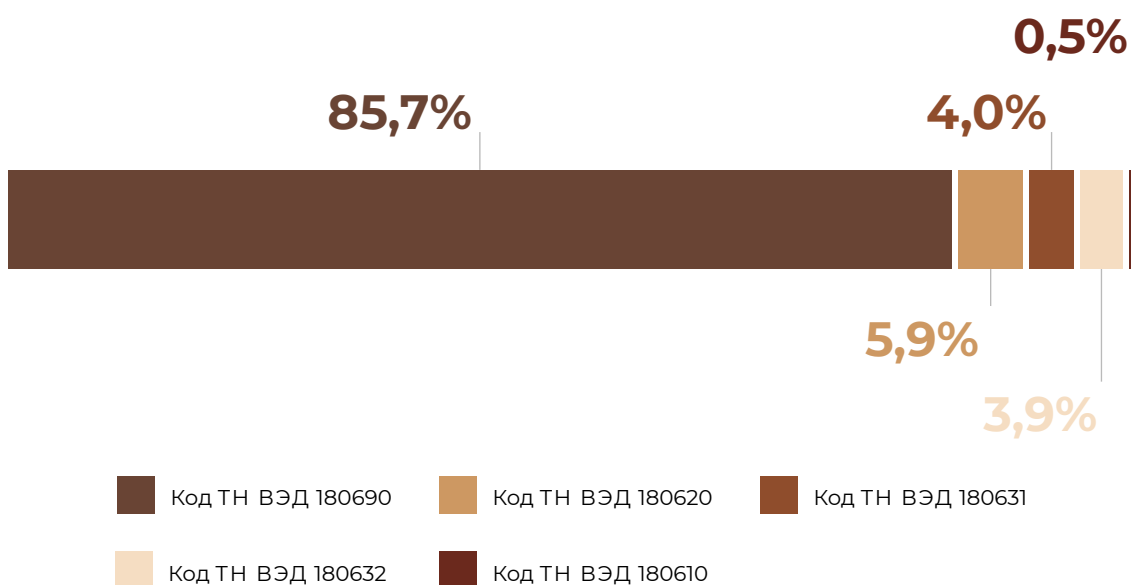
Продолжение табл. 9.

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
180631	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой	4,1	5,0	4,3	4,5	6,2	8,6	8,8	7,8	3,5	4,9	4,0
180632	Прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках	2,1	2,2	3,1	2,9	5,3	5,5	5,6	6,6	3,3	4,7	3,9
180610	Какао-порошок с добавлением сахара или других подслащающих веществ	0,2	0,7	0,6	0,7	1,0	0,6	1,5	1,3	1,3	0,6	0,5
	Итого	21,8	28,3	32,8	31,8	43,0	55,4	71,4	81,8	45,4	121,3	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Рис. 22. Структура импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по категориям в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., %



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

США в 2021 г. заняли первое место в структуре импорта шоколадных кондитерских изделий Вьетнама. Их доля в общем объеме импорта в натуральном выражении составила 37,4%. Поставки из Китая, Малайзии, Индонезии и России также выросли и суммарно составили 34,3%. На топ-10 стран в 2021 г. пришлось 90,3% поставок шоколада и шоколадных кондитерских изделий на вьетнамский рынок.

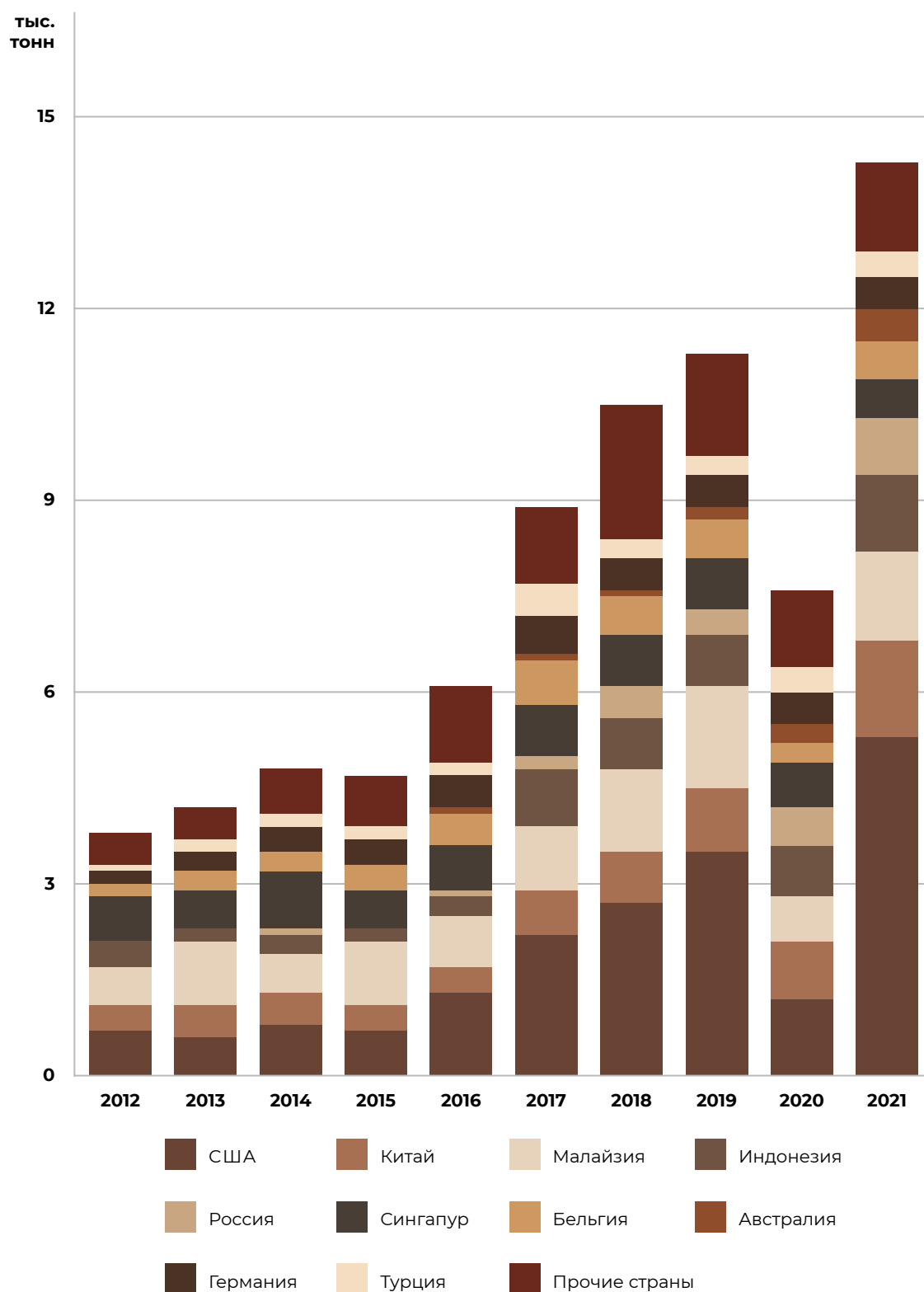
Табл. 10. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	США	0,7	0,6	0,8	0,7	1,3	2,2	2,7	3,5	1,2	5,3	37,4
2	Китай	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,7	0,8	1,0	0,9	1,5	10,2
3	Малайзия	0,6	1,0	0,6	1,0	0,8	1,0	1,3	1,6	0,7	1,4	9,5
4	Индонезия	0,4	0,2	0,3	0,2	0,3	0,9	0,8	0,8	0,8	1,2	8,6
5	Россия	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,5	0,4	0,6	0,9	6,0
6	Сингапур	0,7	0,6	0,9	0,6	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,6	4,5
7	Бельгия	0,2	0,3	0,3	0,4	0,5	0,7	0,6	0,6	0,3	0,6	4,3
8	Австралия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,5	3,7
9	Германия	0,2	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	3,4
10	Турция	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,5	0,3	0,3	0,4	0,4	2,7
	Прочие страны	0,5	0,5	0,7	0,8	1,2	1,2	2,1	1,6	1,2	1,4	9,7
	Итого	3,9	4,4	4,8	4,8	6,1	8,8	10,5	11,4	7,6	14,3	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Рис. 23. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

По стоимости импорта шоколадных кондитерских изделий во Вьетнам первое место с долей 63,0% также занимали США. Австралия, Малайзия, Китай и Германия имели долю существенно ниже — на уровне 4–5%. Всего на топ-10 стран-экспортеров пришлось более 90% поставок в стоимостном выражении.

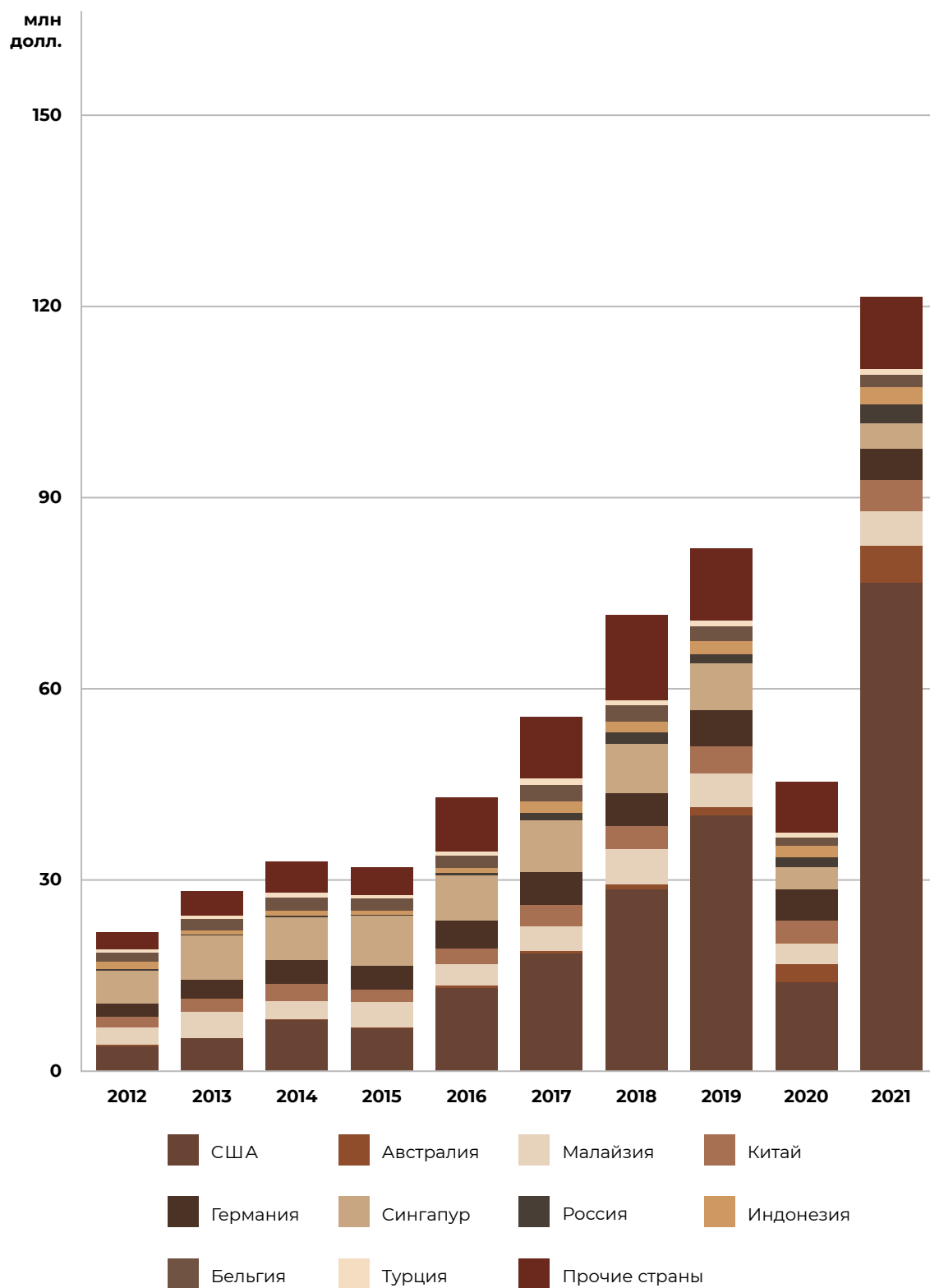
Табл. 11. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	США	3,9	5,1	8,0	6,7	13,0	18,4	28,5	40,1	13,9	76,5	63,0
2	Австралия	0,2	0,1	0,1	0,1	0,4	0,4	0,7	1,2	2,9	5,8	4,8
3	Малайзия	2,7	4,0	2,9	4,0	3,3	3,9	5,6	5,4	3,1	5,4	4,5
4	Китай	1,7	2,1	2,6	1,9	2,5	3,3	3,5	4,2	3,7	4,9	4,1
5	Германия	2,0	3,0	3,8	3,8	4,3	5,2	5,2	5,6	4,8	4,9	4,0
6	Сингапур	5,2	6,9	6,6	7,8	7,1	8,1	7,8	7,4	3,5	3,9	3,2
7	Россия	0,3	0,2	0,3	0,2	0,5	1,1	1,7	1,4	1,6	3,0	2,5
8	Индонезия	1,1	0,6	0,9	0,6	0,7	1,9	1,8	2,0	1,7	2,8	2,3
9	Бельгия	1,5	1,8	2,0	1,9	1,9	2,5	2,5	2,4	1,3	1,9	1,6
10	Турция	0,4	0,6	0,7	0,6	0,7	1,1	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7
	Прочие страны	2,8	3,8	5,0	4,3	8,5	9,6	13,4	11,4	8,1	11,4	9,4
	Итого	21,8	28,3	32,8	31,8	43,0	55,4	71,4	81,8	45,4	121,3	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Рис. 24. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

В 2021 г. средняя импортная цена на шоколад и шоколадные кондитерские изделия составила 8 489 долл. США за тонну. Наиболее дорогая продукция поставлялась из США (по цене на 68,6% выше средней). По низким ценам импортировалась продукция из Турции, Индонезии, Бельгии.

Табл. 12. Средняя импортная цена шоколада и шоколадных кондитерских изделий по странам, 2012–2021 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены в 2021 г., %
Средняя цена	5 574	6 488	6 846	6 686	7 073	6 323	6 785	7 154	5 944	8 489	—
США	5 601	8 257	10 101	10 111	9 892	8 198	10 383	11 593	11 938	14 316	68,6
Австралия	5 704	4 325	4 143	3 526	4 973	3 211	7 275	5 175	8 993	10 950	29,0
Германия	8 830	8 742	10 170	9 230	8 286	9 150	9 797	10 617	9 180	9 913	16,8
Сингапур	7 660	11 525	7 438	12 638	10 702	10 475	9 336	8 750	5 179	6 099	-28,1
Малайзия	4 357	3 844	5 141	4 150	4 008	3 948	4 241	3 442	4 223	3 994	в 2,1 раза
Россия	7 642	8 206	5 010	5 558	5 297	5 721	3 815	3 137	2 723	3 562	в 2,4 раза
Китай	4 609	4 557	4 927	4 875	5 905	4 704	4 303	4 417	3 938	3 378	в 2,5 раза
Бельгия	6 942	5 374	5 788	4 262	3 956	3 825	4 223	3 733	3 799	3 063	в 2,8 раза
Индонезия	2 935	3 257	3 200	2 815	2 639	2 173	2 260	2 351	2 259	2 265	в 3,7 раза
Турция	3 602	3 256	3 320	3 236	3 190	2 240	2 527	2 391	2 012	2 084	в 4,1 раза

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.



Табл. 13. Основные страны – экспортеры шоколада и шоколадных кондитерских изделий на рынок Вьетнама в 2021 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	США	63,0	- В 2021 г. США стали лидером по объему поставок в натуральном и в стоимостном выражении, заняв 37,4 и 63% доли рынка соответственно — 5,3 тыс. тонн на сумму 76,5 млн долл. США. - Продукция из США пользуется большим спросом среди вьетнамских потребителей, а шоколадная продукция компании Mars Wrigley Confectionery (Mars Inc.) является одной из самых узнаваемых на местном рынке. - США поставляют шоколад во Вьетнам по самой высокой цене — 14 316 долл. США за тонну, что почти на 70% выше среднерыночной
2	Малайзия	4,5	- Малайзия входит в четверку крупнейших в мире импортеров какао-бобов, ежегодно увеличивая закупки на внешних рынках. Для производственного сектора в 2021 г. было импортировано 480 тыс. тонн этой культуры на 1,2 млрд долл. США. - Малайзия находится на втором месте в мире по производству и экспорту пальмового масла (на первом — Индонезия), которое является важным ингредиентом в производстве шоколадных кондитерских изделий. - Поставки шоколадных кондитерских изделий осуществляются по преференциальным ставкам ввозных таможенных пошлин в рамках торговли между странами АСЕАН
3	Китай	4,1	- В стране налажено эффективное производство шоколада, а производители выпускают все больше продукции, ориентированной на экспорт. Также в силу географической близости есть возможность обеспечить короткие сроки поставок. - С 2020 г. Китай занял второе место по объему поставок шоколадных кондитерских изделий во Вьетнам как в натуральном, так и в стоимостном выражении. В 2021 г. из Китая было импортировано 1,5 тыс. тонн продукции на 4,9 млн долл. США

Продолжение табл. 13.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
4	Россия	2,5	- Россия занимает 15-е место среди стран — экспортеров продукции АПК во Вьетнам и 5-е место по объему экспорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий с долями 6% в натуральном выражении и 2,5% в стоимостном. - В 2021 г. Россия поставила на рынок Вьетнама 0,9 тыс. тонн продукции на сумму 3 млн долл. США. - Такие компании, как «КФ Шоколатье», «Кондитерское Объединение «Славянка», «КДВ», «Кonti-Рус», «Невский Кондитер Белинский», поставляют свою продукцию на рынок Вьетнама
5	Индонезия	2,3	- Крупнейший в мире производитель пальмового масла, которое является важным ингредиентом в производстве шоколадных кондитерских изделий. Индонезия также является одним из ведущих производителей и экспортеров какао-бобов. - В 2021 г. Индонезия экспортировала 1,2 тыс. тонн продукции на сумму 2,8 млн долл. США, заняв 8,6% вьетнамского рынка в натуральном выражении. - Поставки шоколадных кондитерских изделий осуществляются по преференциальным ставкам ввозных таможенных пошлин в рамках торговли между странами АСЕАН

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

2.2. Потребительские предпочтения

Особенности и традиции потребления

Большинство представленных во Вьетнаме брендов шоколада и шоколадных кондитерских изделий являются импортными и относятся к высокому ценовому сегменту.

В основном поставки шоколада и шоколадных кондитерских изделий на рынок Вьетнама осуществляют мультинациональные производители. Наиболее крупные игроки массового сегмента — Mars Inc. и Nestlé, за ними следуют Chocolaterie Guylian и Mondelēz Kinh Do. Бренд KitKat от Nestlé является самым популярным во Вьетнаме.

В настоящее время насчитывается около 10 вьетнамских производителей, которые постепенно увеличивают выпуск. Однако их продукция составляет очень небольшой процент в общем объеме рынка. Например, Marou — достаточно известная вьетнамская компания, на долю которой в 2022 г. пришлось лишь 0,5% поставок шоколада и 0,4% всех шоколадных кондитерских изделий на рынке Вьетнама. Это связано с тем, что местные производители имеют небольшие производственные мощности, и у локальных брендов узнаваемость ниже по сравнению с зарубежными.

Вьетнамские бренды стремятся стимулировать потребительский интерес. К примеру, продукция бренда Marou Faiseurs de Chocolat теперь распространяется в фирменных магазинах и сторонних торговых точках, тогда как Alluvia представлена во многих выставочных залах и супермаркетах по всему Вьетнаму. Будучи ориентированной на вкусы местных потребителей и условия локальных рынков, эта продукция успешно конкурирует с мировыми брендами как по качеству, так и по упаковке, что создает дополнительный потенциал роста.

В пищевых привычках вьетнамцев шоколад играет незначительную роль. Высокая стоимость представленного шоколада в сочетании с относительно невысокими доходами населения делают его продуктом премиального сегмента. Повышенный спрос наблюдается исключительно в Новый год (вьетнамский «Тет» по лунному календарю) или День влюбленных. Активнее всего покупают шоколадную продукцию потребители с более высокими доходами.

Тенденции в потреблении

В ближайшей перспективе во Вьетнаме ожидается рост продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий благодаря восстановлению экономики и росту покупательной способности. При этом наиболее обеспеченные жители страны будут выбирать качественные бренды по более высокой цене.

В период пандемии COVID-19 люди стали проводить больше времени дома, в связи с чем выросло домашнее потребление шоколада и шоколадных кондитерских изделий. Эта тенденция способствовала росту продаж шоколадной продукции в 2020–2021 гг.

За счет притока иностранных инвестиций, как ожидается, повысится платежеспособный спрос на шоколад и шоколадные кондитерские изделия. В ближайшие годы продажи будут расти на фоне урбанизации. В городских районах шоколадную продукцию проще распространять, и городские потребители, как правило, имеют высокую покупательную способность, что делает шоколад и изделия из него для них более доступными, чем для жителей сельских районов.

Кроме того, ожидается расширение ассортимента шоколада и шоколадных кондитерских изделий. Новые бренды могут быть запущены мультинациональными производителями Mars Inc. и Nestlé. Местные компании Marou Chocolate Co. и Belcholat также будут заинтересованы в запуске новых продуктов и брендов при повышении спроса.

Размещение мощностей по выращиванию какао-бобов внутри страны позволит снизить издержки и зависимость от импорта ингредиентов. В результате увеличится число национальных поставщиков и объем внутреннего производства шоколада и кондитерских изделий.

Развитию шоколадной промышленности страны на мировом рынке могут способствовать крупные поставки высококачественного сырья — какао. Вьетнам фактически является ведущим стабильным рынком выращивания и сбора какао в регионе, а также в мире. Все больше известных производителей шоколада выбирают Вьетнам в качестве площадки для инвестиций в создание фабрик по переработке какао.

Товары-субституты

Основными товарами-субститутами для шоколада и шоколадных кондитерских изделий во Вьетнаме выступают традиционные сладости. Как правило, это всевозможные виды пастилы, лепешки из орехов, кунжута и семечек, слайсы из сухофруктов, железные конфеты и паста из зеленых бобов. Подобные виды сладостей не требуют холодильного оборудования при перевозках и выдерживают высокие температуры. Конкурентноспособность традиционных лакомств заключается в сравнительно низкой цене, обусловленной местным производством из выращиваемых в стране ингредиентов.

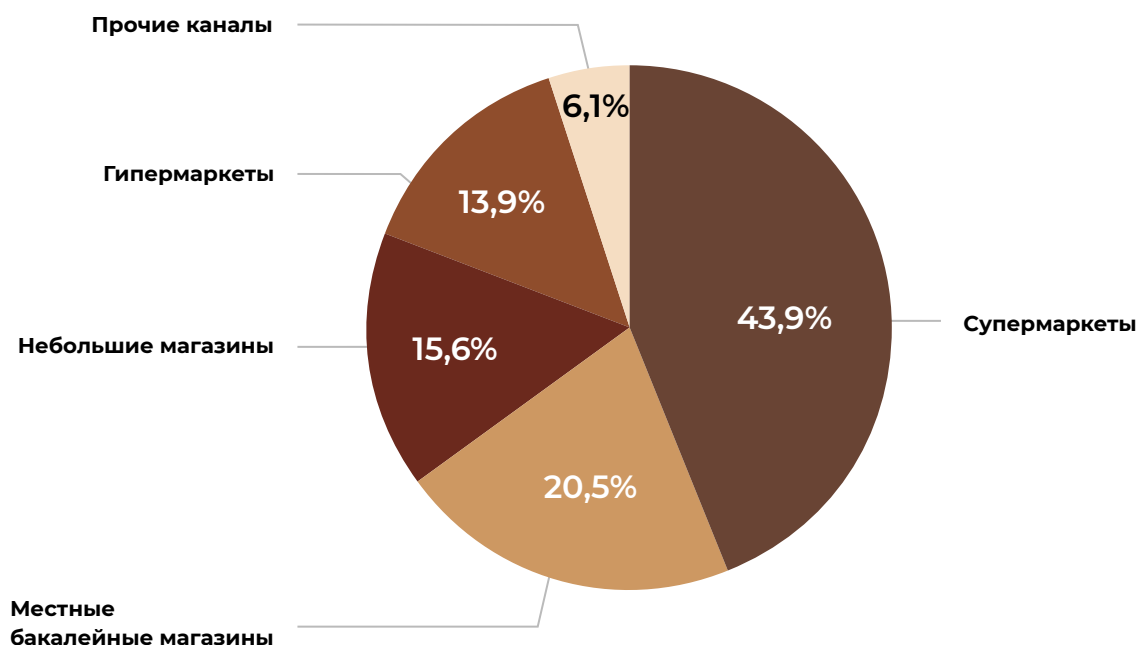
2.3. Торгово-распределительная сеть

Основные каналы сбыта

Основным каналом реализации шоколада и шоколадных кондитерских изделий во Вьетнаме являются розничные продажи. Каналы оптовой и электронной торговли, а также сектор HoReCa развиты в стране в меньшей степени. Доля офлайн-торговли составила 97,7% по итогам 2021 г., остальные 2,3% пришлось на сектор электронной коммерции. Примечательно, что доля розницы снизилась на 2,2 процентных пункта и на столько же (с 0,1% в 2017 г.) выросла электронная коммерция. Наибольший скачок пришелся на период массовых локдаунов. С 2021 г. рост оборота немного замедлился (за два года увеличившись лишь на 0,2%). При этом из-за удобства формата темпы потребления в онлайн-торговле будут наращиваться.

В рознице весь сбыт продукции осуществляется через продовольственные магазины. Наибольшая доля продаж приходится на супермаркеты (43,9%) и местные бакалейные магазины (20,5%). За ними следуют гипермаркеты (13,9%) и небольшие продуктовые магазины, которые специализируются на еде, напитках и табаке (15,6%).

Рис. 25. Структура рынка шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама по каналам, 2021 г., %



Источник: Euromonitor International



Розничная торговля

В розничной торговле наибольшей популярностью пользуются супермаркеты. Самыми распространенными сетевыми супермаркетами являются: Co.opmart (128 магазинов), Winmart (123 магазина), Sakuko (36 магазина), Lanchi Mart (24 магазина). Среди самых крупных сетей гипермаркетов — Big C (57,6%), Lotte Mart, E-Mart.

В супермаркетах цены на 5% выше, чем в гипермаркетах, хотя ассортимент товаров и услуг примерно одинаковый. Некоторые супермаркеты выпускают карты лояльности для накопления баллов и получения скидок на следующую покупку.

Ассортимент, цены и особенность упаковки

- Наибольшей популярностью пользуется продукция в индивидуальной упаковке, шоколадные плитки и шоколадные конфеты в форме батончика. Чаще всего потребители приобретают молочный шоколад (36,5%), темный (29%) и шоколад с начинкой (26,7%). Белый шоколад наименее популярен (только 7,8%).
- Продукция представлена в разном весе: от 35 до 305 г и более. Разнообразный вкусовой ряд наблюдается у KitKat. Наиболее популярен шоколад Chocolaterie Guylian, занимающий 6,9% рынка несмотря на высокую стоимость (около 9 долл. США за 180–250 г). Также востребован M&M's, на долю которого пришлось 5,3% всех продаж в 2022 г.
- Упаковка продукции: картонатор, лоток, флоу-пак.

Ключевые игроки

- **Co.opmart** — сеть супермаркетов, куда входят Co.Opmart, Co.Opmart SCA, Finelife, Co.opXtra, Co.opXtraplus. Доля рынка — 41%.
- **Vinmart** — сеть супермаркетов VinMart, основанная VinCommerce (дочерней компанией крупнейшего вьетнамского конгломерата VinGroup). С 2020 г. находится под управлением FMCG-корпорации Masan Group. Masan Group планирует к 2025 г. увеличить количество торговых точек до более десяти тысяч. Доля рынка — 22%.
- **Big C** — азиатская розничная сеть, функционирующая в Таиланде, Вьетнаме, Лаосе и Камбодже (основана Central Group). Насчитывает 153 гипермаркета, 63 супермаркета Big C Market и 1 018 минимаркетов Big C Mini. Доля рынка — 62%.
- **Lotte Mart** — южнокорейская сеть гипермаркетов, имеющая более 10 филиалов во Вьетнаме, представлена брендами Herbon, Wiselect, Withone, Basicicon, Tasse Tasse, Gerard Darel. Доля рынка — 20%.
- **E-Mart** — сеть корейских дисконтных магазинов. Первый магазин во Вьетнаме открылся в 2015 г. (с инвестициями 60 млн долл. США). Сеть расширяется, новый гипермаркет открылся в Хошимине. Доля рынка — 4%.

Оптовая торговля

В оптовом секторе преобладает шоколадная продукция большого объема. Так, плитки шоколада продаются от 200 штук, также популярны продажи 10–48 коробок одинаковой продукции. Наценка ниже, чем в розничном секторе, и в среднем составляет 5–10% в зависимости от объема покупки. Ведущий бренд — KitKat (шоколадные конфеты в форме батончика, шоколадные шарики с хрустящей начинкой и т.д.). Оптом, например, продаются коробки из 12 шоколадных конфет в форме батончика KitKat по цене 16 долл. США за коробку. Среди покупателей популярен шоколад с начинкой со вкусом зеленого чая, печенья, а также мандарина. Цена за шоколадные драже M&M's, в зависимости от объема закупки, составляет 0,47–0,77 долл. США за пачку 37 г.



Ключевые игроки

- **G&G FMCC** — компания, занимающаяся исключительно оптовыми продажами шоколадной продукции во Вьетнаме как национальных, так и зарубежных производителей.
- **MM Mega Market Vietnam (MMVN)** — лидер оптовой торговли во Вьетнаме. Сеть основана в 2002 г. (ранее называлась Metro Cash & Carry Vietnam) и предлагает широкий выбор шоколадной продукции. В 2020 г. был открыт центр оптовых продаж Food Wholesale and Distribution Center. Центр, оснащенный современным оборудованием для хранения, предлагает более 6 500 видов продукции от 2 000 поставщиков. Это единственная оптовая компания во Вьетнаме, которая соответствует требованиям международного стандарта безопасности пищевых продуктов³.

Электронная торговля

Сектор электронной коммерции на 2022 г. занимал 2,3% рынка. В общем объеме продаж доля канала возросла на 2,1% за прошедшие пять лет. Онлайн-оборот доставки продуктов в 2020 г. составил около 587 млн долл. США и в 2025 г. может достигнуть 2,7 млрд долл. США.

Ассортимент, цены и особенность упаковки

В интернет-магазинах ассортимент шире, чем в сетевых. Продается больше импортной продукции, а также шоколадной продукции с различными вкусами. Представлены разные весовые категории, среди которых востребованы небольшие форматы: 35, 45 и 50 г. Маркетплейсы регулярно проводят промоакции с предложением более выгодной цены за покупку большего количества продуктов. Популярен шоколад с добавлением кусочков сушеной клубники.

Большой выбор представлен у KitKat, также популярен шоколад Chokolaterie Guylia и M&M's. KitKat продается в среднем по цене 0,84 долл. США/35 г и 3,25 долл. США/204 г; шоколад (темный/горький/белый) стоит 0,63-1 долл. США/100 г, трюфель — 4,20 долл. США/400 г.

Упаковка: коробка, пакет. Наценка составляет около 15%.

Ключевые игроки

- **Shopee** — самый популярный во Вьетнаме маркетплейс (в среднем 33 млн посетителей в месяц) предлагает различную шоколадную продукцию. Также представлены импортные товары, регулярно проводятся промоакции. Востребованная продукция продается коробками с одним видом товара.

³ <https://clck.ru/348KYq>

- **Lazada** — второй по популярности маркетплейс во Вьетнаме (в среднем 18 млн посетителей в месяц). Предлагает широкий выбор шоколадной продукции, в том числе импортной.

Сектор HoReCa

Гостинично-ресторанный бизнес включает свыше 550 тыс. торговых точек: 430 тыс. уличных киосков, 7 тыс. ресторанов быстрого питания, 80 тыс. ресторанов с полным обслуживанием, 22 тыс. кафе и баров, более 12,5 тыс. отелей. В ассортименте представлены шоколадные конфеты в форме батончика, особенно популярен KitKat, а также шоколад темный/горький/белый и с наполнителем. KitKat в среднем стоит 0,90 долл. США за 35 г. Продукция продается в коробках, цена под запрос — в зависимости от приобретаемого объема. Растет спрос на подарочные и большие коробки шоколада, такие как подарочная коробка M&M's с 24 пачками драже по 45 г. Большинство компаний, задействованных в секторе HoReCa во Вьетнаме, не поставляют шоколад и шоколадные изделия из-за особенностей хранения товара. Главным игроком выступает MM Mega Market Vietnam, который имеет необходимое оборудование и активно развивает свое присутствие в этом секторе.

Ключевые игроки

- **MM Mega Market Vietnam (MMVN)** — лидер сектора сотрудничает как с местными, так и зарубежными поставщиками. Осуществляет поставки в отели, рестораны. Сеть регулярно обновляет линейку продукции, в том числе за счет расширения предложения импортных товаров. MMVN в 2020 г. открыла первый дистрибьюторский центр, ориентированный на сектор HoReCa. Компания имеет 20 офисов, 3 онлайн-платформы и более 7 тыс. сотрудников. Выручка в 2021 г. составила 50,2 млн долл. США.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Рынок шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама является высококонкурентным и низкоконцентрированным. Топ-5 компаний покрывают только 34% всех продаж. Во Вьетнаме выращивается какао, и обширная сырьевая база позволяет производить шоколадные изделия с низкими издержками. Таким образом, местные игроки могут использовать эту возможность для собственного производства и привлечения интереса потребителей к покупке локальных брендов. Более 50% рынка занимают компании с долей менее 0,1%, т.е. средний и малый бизнес.

Табл. 14. Доли компаний на рынке шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама, 2021 г.

	Компания	Доля, %
1	Mars Vietnam Co. Ltd	10,3
2	Nestlé Vietnam Co. Ltd	8,8
3	Chocolaterie Guylian N.V.	7,1
4	Mondelēz Kinh Do Vietnam JSC	4,5
5	Bien Hoa Confectionery Corp. (Bibica)	3,3
6	Ferrero S.p.A	1,9
7	Hershey Co., The	1,9
8	August Storck KG	2,1
9	Morinaga & Co. Ltd	1,9
10	Maestrani Schweizer Schokoladen AG	2,1
11	Belcholat Chocolate JSC	2,1
12	Maestro Swiss Chocolate Sdn. Bhd.	1,4
13	Ritter GmbH & Co. KG Alfred	0,8
14	Dai Hien Tam Co. Ltd	0,4
15	Marou Chocolate Co. Ltd	0,4
16	Delfi Ltd	0,4
17	Pham Nguyen Confectionery & Candy Co. Ltd	0,1
Прочие компании		50,5
Итого:		100,0
Справочно:		
Доля рынка топ-10 компаний (индекс концентрации)		43,9
Индекс Херфиндаля-Хиршмана (по топ-10 компаниям)		284,7

Источник: расчеты на основе данных Euromonitor International

Крупнейшие игроки на рынке



Mars Vietnam Co. Ltd

Сайт: <https://www.mars.com>

Американская компания — производитель пищевых продуктов длительного хранения, наиболее известная по шоколадным конфетам в форме батончика. На вьетнамском рынке продукция компании представлена шоколадом и конфетами Dove, шоколадными драже M&M's, а также шоколадными конфетами в форме батончика Mars и Snickers. Mars Vietnam Co. Ltd является ведущим игроком на рынке Вьетнама. При этом за последние пять лет доля компании снизилась с 12,9% (2018 г.) до 9,9% (2022 г.).



Nestlé Vietnam Co. Ltd

Сайт: <https://www.nestle.com.vn/vi>

Nestlé Vietnam основана в 1995 г. и на рынке шоколадных изделий представлена в основном шоколадом KitKat. На сегодняшний день компания имеет 6 заводов и около 2 300 сотрудников по всему Вьетнаму.



Chocolaterie Guylian N.V.

Сайт: <https://guylian.com>

Компания обеспечивает поставки высококачественной шоколадной продукции во Вьетнам. Шоколад Guylian производится в Бельгии. Позиционирует себя как поставщик продуктов без пальмового масла и сои. Предлагает подарочные коробки с конфетами, ассорти, конфеты в индивидуальной упаковке и плитки из бельгийского шоколада.



Mondelēz

Сайт: <https://www.mondelezinternational.com/Vietnam>

Mondelēz Kinh Do является частью Mondelēz International Inc. На рынке Вьетнама представлены шоколад Toblerone и Cadbury Dairy Milk. Компания работает в трех локациях (более 3 тыс. сотрудников): главный офис в Хошимине, два завода в Бинь Дуонге и Хунг Йене. Mondelēz Kinh Do удостоена награды «Корпоративная социальная ответственность» (CSR от AmCham).



A MEMBER OF THE PAN GROUP

Bien Hoa Confectionery Corp. (Bibica)

Сайт: <http://www.bibica.com.vn>

Bibica является одним из ведущих производителей и дистрибьюторов кондитерских изделий во Вьетнаме и имеет хорошо знакомую потребителям торговую марку. Ежегодно компания может поставлять на рынок более 20 тыс. тонн кондитерских изделий всех видов. Из шоколадной продукции представлены конфеты ChocoBella.



Ferrero S.p.A.

Сайт: <https://www.ferrero.com>

Итальянский производитель шоколада и кондитерских изделий с популярным брендом Ferrero Rocher. Маркетинговая стратегия позиционирует шоколад как эксклюзивный продукт премиум-класса в качестве подарка (шоколадные пралине Golden Ferrero Rocher). Другие виды продукции — это шоколадные изделия для детей линейки Kinder (Chocolate, Bueno, Joy) и шоколадная паста Nutella.



Hershey

Сайт: <https://clck.ru/348Lt5>

The Hershey Company — американская кондитерская компания, пятая крупнейшая в мире. На вьетнамском рынке предлагает Hershey's Kisses и Van Houten.



Табл. 15. Доли брендов в розничных продажах шоколада и шоколадных кондитерских изделий Вьетнама, 2021 г.

Бренд	Компания-владелец	Доля бренда в общих розничных продажах на рынке, %
KitKat	Nestlé S.A.	8,9
Guylian (Lotte Group)	Chocolaterie Guylian N.V.	6,9
M&M's	Mars Incorporated	5,3
Bella	Bien Hoa Confectionery Corp. (Bibica)	3,1
Snickers	Mars Incorporated	2,9
Ferrero Rocher	Ferrero S.p.A.	2,2
Toblerone	Mondelēz International	2,2
Hershey's Kisses	The Hershey Company	2,0
Dars	Morinaga & Co. Ltd	1,9
Munz	Maestrani Schweizer Schokoladen AG	1,6
Vochelle	Maestro Swiss Chocolate Swiss Corp. Sdn. Bhd.	1,3
Koko Choco	Mondelēz International	1,0
Dove	Mars Incorporated	0,9
Ritter Sport	Alfred Ritter GmbH & Co. KG	0,9
Mars	Mars Incorporated	0,9
Merci	August Storck KG	0,9
Belcholat	Belcholat Chocolate JSC	0,8
Riesen	August Storck KG	0,6
Cadbury Dairy Milk	Mondelēz International	0,6
Прочие бренды		55,1
Итого:		100,0

Источник: расчеты на основе данных Euromonitor International

Стандарты на продукцию

3





Содержание

3.1.

Требования к производителям

3.2.

Требования к продукции

3.3.

Требования к упаковке и маркировке

3.1. Требования к производителям

Перед началом экспортных поставок в Социалистическую Республику Вьетнам настоятельно рекомендуется изучить основные документы, регулирующие внешнеторговую деятельность:

- Закон о безопасности пищевых продуктов № 55/2010/QH12;
- Декрет о регулировании применения ряда статей Закона о безопасности пищевых продуктов № 15/2018/ND-CP;
- Закон о защите прав потребителей № 59/2010/QH12;
- Закон о конкуренции № 27/2004/QH11;
- Закон о коммерческой деятельности № 36/2005/QH11;
- Постановление Правительства о маркировке товаров № 43/2017/ND-CP;
- Постановление Правительства о наказаниях за административные правонарушения в области безопасности пищевых продуктов № 115/2018/ND-CP;
- Циркуляр 19/2012/ТТ-ВУТ о декларировании соответствия техническим регламентам и стандартам безопасности пищевых продуктов.

Для импорта продуктов питания необходимо получить сертификат соответствия стандартам (требованиям к качеству), который выдается Вьетнамской администрацией по продуктам питания (Vietnam Food Administration) при Министерстве здравоохранения.

В отличие от продуктов животного происхождения и морепродуктов, регистрация кондитерских изделий не требуется.

Оценка соответствия проходит на основе технических регламентов. Для импорта переработанных продуктов и ингредиентов обычно требуется сертификат соответствия надлежащей производственной практике GMP (Good Manufacturing Practice) или стандартам системы менеджмента HACCP (ХАССП); также необходим сертификат о проведении исследований.

Импортёр проводит оценку соответствия самостоятельно либо в сертифицированном независимом центре, одобренном Министерством здравоохранения Вьетнама. Затем результаты исследования передаются во Вьетнамскую администрацию по продуктам питания.

При определении максимально допустимых уровней вредных примесей в продуктах питания используются Циркуляры № 24/2013/ТТ-ВУТ (ветеринарные вещества в продуктах питания), № 2/2011/ТТ-ВУТ (микотоксины и тяжелые ме-

таллы), № 5/2012/ТТ-ВУТ (микробиологическое загрязнение для ряда продуктов питания). Стоит отметить, что проверка безопасности продуктов питания зачастую сводится именно к проверке содержания остаточных веществ.

Сотрудники предприятия, ответственные за экспорт продукции во Вьетнам, должны знать и выполнять на практике требования вьетнамского законодательства, предъявляемые к производству, хранению, транспортировке и реализации шоколада и шоколадных кондитерских изделий.

3.2. Требования к продукции

Общие требования к продуктам питания

Требования к безопасности пищевой продукции во Вьетнаме устанавливаются Законом о безопасности пищевых продуктов № 55/2010/QH12 (Basic Food Safety Law). В нем определяются права и обязанности организаций и граждан в области обеспечения безопасности пищевых продуктов по следующим аспектам: условия обеспечения безопасности пищевых продуктов и их производства; торговля, импорт и экспорт; реклама и маркировка продуктов питания; требования к лабораторным испытаниям продуктов питания; правила анализа рисков безопасности пищевых продуктов (включая меры по предотвращению и прекращению инцидентов, связанных с безопасностью пищевых продуктов).

Статья 5 Закона о безопасности пищевых продуктов определяет действия, запрещенные при производстве и обращении продуктов питания. Так, при производстве запрещено:

- использование для пищевых целей сырья и ингредиентов, отличных от тех, которые разрешены для использования в пищевых продуктах;
- использование сырья и ингредиентов с истекшим сроком годности, неясного происхождения или небезопасных для производства и переработки пищевых продуктов;
- использование пищевых добавок или технологических вспомогательных средств с истекшим сроком годности или не входящих в перечень разрешенных к применению, либо использование разрешенных пищевых добавок или технологических вспомогательных средств сверх допустимых дозировок;

В процессе производства и обращения продуктов питания:

- не допускается нарушение правил маркировки товаров, связанных с пищевыми продуктами;

- запрещены пищевые продукты, не соответствующие техническим регламентам или стандартам на продукцию;
- запрещены пищевые продукты, содержащие токсичные или опасные вещества или загрязненные токсинами или загрязняющими веществами сверх допустимых пределов;
- должны быть изъяты из оборота пищевые продукты, которые загрязнены по причине того, что их упаковка или тара небезопасны, сломаны, порваны или деформированы в процессе транспортировки;
- также подлежат изъятию из обращения продукты питания неясного происхождения или с истекшим сроком годности;
- запрещено использование транспортных средств, которые могут привести к загрязнению пищевых продуктов, или транспортных средств, которые перевозили токсичные или опасные вещества, но еще не были очищены для перевозки пищевых материалов или продуктов питания;
- запрещено предоставление ложных или поддельных результатов тестирования пищевых продуктов;
- запрещены сокрытие, фальсификация или уничтожение доказательств инцидентов, связанных с безопасностью пищевых продуктов, или совершение других действий, направленных на умышленное воспрепятствование обнаружению и устранению таких инцидентов;
- к производству или торговле пищевыми продуктами не допускаются лица, инфицированные инфекционными заболеваниями;
- запрещена реклама продуктов питания, не соответствующая действительности или вводящая потребителей в заблуждение.

Статья 38 Закона о безопасности пищевых продуктов определяет условия обеспечения безопасности ввозимых пищевых продуктов.

За противоправную деятельность в сфере оборота товаров и защиты прав потребителей на территории Вьетнама предусмотрены разные виды ответственности. В частности, за нарушение условий безопасности пищевых продуктов (ст. 4–8) может быть наложен штраф в размере от 10 млн до 100 млн донгов; за нарушение условий безопасности пищевых продуктов при их производстве, торговле и поставке (ст. 9–18) может быть наложен штраф в размере от 0,5 млн до 100 млн донгов; за нарушение условий безопасности пищевых продуктов при импорте и экспорте, производстве, торговле и поставке (ст. 19–22) может быть наложен штраф в размере от 1 млн до 100 млн донгов; за нарушения в отношении рекламы, информирования, коммуникаций, отслеживания источников небезопасных пищевых продуктов и пр. (ст. 23–26) может быть наложен штраф в размере от 3 млн до 70 млн донгов.

Требования к шоколаду и шоколадным кондитерским изделиям

Требования и идентификационные признаки шоколада во Вьетнаме определяет национальный стандарт TCVN 10727:2015 «Шоколад и шоколадные продукты», повторяющий положения CODEX STAN 87-1981 (редакция 2003 г.) (далее — Стандарт):

Шоколад

2.1.1.1. Шоколад должен содержать в пересчете на сухие вещества не менее 35% сухих веществ какао, в том числе не менее 18% какао-масла и не менее 14% сухих обезжиренных веществ какао.

Шоколад кувертюр

2.1.3. Шоколад кувертюр должен содержать в пересчете на сухие вещества не менее 35% сухих веществ какао, в том числе не менее 31% какао-масла и не менее 2,5% сухих обезжиренных веществ какао.

Шоколад молочный

2.1.4. Шоколад молочный должен содержать в пересчете на сухие вещества не менее 25% сухих веществ какао (в том числе не менее 2,5% сухих обезжиренных веществ какао) и определенный минимум между 12% и 14% сухого молочного остатка (в том числе не менее 2,5%–3,5% молочного жира).

Минимальное содержание сухого молочного остатка и молочного жира определяется уполномоченными органами, в сфере деятельности которых находится установление подобных требований. Под сухим молочным остатком понимаются молочные компоненты, сохраняющие естественное соотношение своих составных частей, за исключением возможных случаев добавления или удаления молочного жира.

По требованию уполномоченных органов также может быть установлено минимальное общее содержание какао-масла и молочного жира.

Шоколад с начинкой

2.2.2 Шоколад с начинкой представляет собой продукт, покрытый одним или несколькими разновидностями шоколада, перечисленными в пункте 2.1. Стандарта, за исключением шоколада a la taza, шоколада familiar a la taza, и продуктов, определенных пунктом 2.1.7.4. Стандарта — шоколад para mesa, начинка которого вследствие своего состава существенно отличается от внешней оболочки. Под шоколадом с начинками не подразумеваются мучные кондитерские продукты, сдобные хлебобулочные продукты, печенье или мороженое. Внешняя оболочка из шоколада должна составлять не менее 25% от общей массы продукта.

Если внутренняя часть продукта включает в себя компонент или компоненты, на которые существуют отдельные стандарты Codex Alimentarius, эти компоненты должны соответствовать применимым стандартам.

Шоколадные изделия (пraliне)

2.2.3. Шоколадное изделие (пralи́не) — это продукт порционного размера, в котором содержание шоколадного компонента составляет не менее 25% от общей массы готового продукта. Данный продукт состоит из шоколада с начинкой или единичного вида или комбинации нескольких видов шоколада, указанных в пункте 2.1. Стандарта, за исключением шоколада a la taza, шоколада вида a la taza и продуктов, указанных в пункте 2.1.7.4. Стандарта — шоколада para mesa.

Табл. 16. Требования к составу шоколада

Продукт	Составляющие (%)						
	Масло какао	Обезжи- ренный сухой остаток какао- продуктов	Общий сухой остаток какао- продуктов	Молочный жир	Общий сухой остаток веществ молока и/или продуктов его пере- работки	Крахмал/ Мука	Молотый лесной орех
2.1. Виды шоколада							
2.1. Виды шоколада (состав)							
2.1.1. Шоколад	≥ 18	≥ 14	≥ 35				
2.1.1.1. Шоколад a la taza	≥ 18	≥ 14	≥ 35			< 8	
2.1.2. Сладкий шоколад	≥ 18	≥ 12	≥ 30				
2.1.2.1. Шоколад вида a la taza	≥ 18	≥ 12	≥ 30			< 18	
2.1.3. Шоколад кувертюр	≥ 31	≥ 2,5	≥ 35				
2.1.4. Молочный шоколад		≥ 2,5	≥ 25	≥ 2,5-3,5	≥ 12-14		
2.1.5. Молочный шоколад для всей семьи		≥ 2,5	≥ 20	≥ 5	≥ 20		

Продолжение табл. 16.

Продукт	Составляющие (%)						
2.1.6. Молочный шоколад кувертюр		≥ 2,5	≥ 25	≥ 3,5	≥ 14		
2.1.7. Прочие шоколадные изделия							
2.1.7.1. Белый шоколад	≥ 20			≥ 2,5-3,5	≥ 14		
2.1.7.2. Шоколад «Джандуйя»		≥ 8	≥ 32				20-40
2.1.7.3. Молочный шоколад «Джандуйя»		≥ 2,5	≥ 25	2,5-3,5	≥ 10		15-40
2.1.7.4. Шоколад para mesa							
2.1.7.4.1 Шоколад para mesa	≥ 11	≥ 9	≥ 20				
2.1.7.4.2. Полугорький шоколад para mesa	≥ 15	≥ 14	≥ 30				
2.1.7.4.3. Горький шоколад para mesa	≥ 22	≥ 18	≥ 40				
2.2. Виды шоколада (формы)							
2.2.1. Шоколад в форме вермише-ли или хлопьев	≥ 12	≥ 14	≥ 32				
2.2.1.2. Шоколад молочный в форме вермишели или хлопьев		≥ 2,5	≥ 20	≥ 3	≥ 12		

Примечание. % рассчитан на основе содержания сухого остатка в продукте после вычета веса прочих пищевых добавок, разрешенных к применению.

Пищевые добавки

Использование разрешенных к применению пищевых добавок для шоколада возможно только в строго определенных количествах. Допустимо использование прочих добавок, указанных в CODEX STAN 192-1995 «Общий стандарт Кодекса на пищевые добавки» и в циркуляре Министерства здравоохранения № 24/2019/ТТ-ВУТ.

В Циркуляре «Руководство по обращению с пищевыми добавками» № 27/2012/ТТ-ВУТ Министерства здравоохранения (с поправками, внесенными циркуляром № 08/2015/ТТ-ВУТ) приводится перечень разрешенных пищевых добавок при производстве, переработке и торговле пищевыми продуктами, а также максимальные пределы количества пищевых добавок в продуктах питания.

С полным перечнем разрешенных добавок можно ознакомиться [на сайте](#).

Национальный стандарт TCVN 10727:2015 «Шоколад и шоколадные продукты» устанавливает максимально допустимый уровень содержания подщелачивающих и нейтрализующих агентов, применявшихся в процессе обработки какао-продуктов.

Табл. 17. Требования к шоколадной продукции по содержанию компонентов

Регуляторы кислотности		Максимально допустимый уровень
503(i)	Карбонат аммония	Ограничено стандартами GMP
527	Гидроксид аммония	
503(ii)	Гидрокарбонат аммония	
170(i)	Карбонат кальция	
330	Лимонная кислота	
504(i)	Карбонат магния	
528	Гидроксид магния	
530	Оксид магния	
501(i)	Карбонат калия	
525	Гидроксид калия	
501(ii)	Гидрокарбонат калия	
500(i)	Карбонат натрия	
524	Гидроксид натрия	
500(ii)	Гидрокарбонат натрия	
526	Гидроксид кальция	
338	Ортофосфорная кислота	2,5 г/кг в пересчете на пятиокись фосфора (P_2O_5) в готовых какао-продуктах и шоколадных изделиях
334	Винная кислота	5 г/кг в готовой продукции и шоколадных изделиях

Продолжение табл. 17.

Эмульгаторы		Максимально допустимый уровень		Продукт
471	Моно- и диглицериды жирных кислот	согласно стандартам GMP		Продукты категории 2.1. и 2.2. (см. Стандарт)
322	Лецитины			
422	Глицерин			
442	Аммонийные соли фосфатидиловой кислоты	10 г/кг	15 г/кг в сочетании	
476	Эфиры полиглицерина и взаимоэтерифицированных рициноловых кислот	5 г/кг		
491	Сорбитан моностеарат	10 г/кг		
492	Сорбитан тристеарат	10 г/кг		
435	Полиоксиэтилен (20)	10 г/кг		
Ароматизаторы				
3.4.1.	Натуральные и искусственные ароматизаторы, за исключением имитирующих натуральные ароматизаторы шоколада и молока	согласно стандартам GMP		Продукты категории 2.1. и 2.2. (см. Стандарт)
3.4.2.	Ванилин	1 г/кг в сочетании		
3.4.3.	Этилванилин			
Заменители сахара				
950	Ацесульфам калия	500 мг/кг		Продукты категории 2.1. и 2.2. (см. Стандарт)
951	Аспартам	2 000 мг/кг		
952	Цикламовая кислота и ее натриевые и кальциевые соли	500 мг/кг		
954	Сахарин и его натриевые и кальциевые соли	500 мг/кг		
957	Тауматин	согласно стандартам GMP		
420	Сорбит			
421	Маннит			
953	Изомальт			
965	Мальтит			
966	Лактит			
967	Ксилит			
Глазирователи				
414	Гуммиарабик	согласно стандартам GMP		Продукты категории 2.1. и 2.2. (см. Стандарт)
440	Пектин			
901	Воск пчелиный, белый и желтый			
902	Воск свечной (канделильский)			
904	Шеллак			

Продолжение табл. 17.

Антиоксиданты		Максимально допустимый уровень	Продукт
304	Аскорбилпальмитат	200 мг/кг	Расчет производится на основе содержания жиров
319	Трет-бутилгидрохинон	200 мг/кг каждого отдельно или в сочетании	
320	Бутилгидроксианизол		
321	Бутилгидрокситолуол		
310	Пропилгаллат		
307	Альфа-токоферол	750 мг/кг	
Красители (применение допускается лишь в декоративных целях)			
175	Золото	согласно стандартам GMP	Продукты категории 2.1. и 2.2. (см. Стандарт)
174	Серебро		
Наполнители			
1200	Полидекстрозы А и N	согласно стандартам GMP	Продукты категории 2.1. и 2.2. (см. Стандарт)
Технологические добавки			
Гексан (62 °C–82 °C)		1 мг/кг	Расчет производится на основе содержания жиров

Термин «технологические добавки» определяется в Законе о безопасности пищевых продуктов как вещество, которое преднамеренно используется при обработке пищевых материалов или ингредиентов для достижения технологической цели и может быть удалено из пищевых продуктов или оставаться в них. Правила применения и допустимая дозировка технологических вспомогательных средств подробно изложены в Постановлении Правительства от 19 декабря 2007 г. № 46/2007/QD-BYT и в Циркуляре Министерства здравоохранения «О предельном уровне биологического и химического загрязнения пищевых продуктов» от 14 августа 2013 г. № 24/2013/ТТ-BYT.



3.3. Требования к упаковке и маркировке

Общие правила маркировки во Вьетнаме требуют, чтобы на этикетке пищевых продуктов была четко указана следующая информация⁴:

- наименование продукта;
- наименование и адрес организации;
- происхождение продукта;
- количество;
- дата изготовления и срок годности;
- ингредиенты или количество ингредиентов;
- информация о предупреждениях (если есть);
- инструкции по применению и хранению.

Кроме того, в зависимости от каждого типа упакованных пищевых продуктов этикетка должна отвечать особым требованиям, установленным законом. Упаковка должна быть герметичной и предотвращать попадание влаги и живых организмов в продукт.

Требования к информации на упаковке

Для маркировки товаров разрешается самостоятельно определять размер этикетки, в том числе размер букв и цифр, нанесенных на этикетку, при условии соблюдения основных требований:

- 1) должен быть размещен весь обязательный по закону контент;
- 2) размер букв и цифр должен позволять читать их невооруженным глазом с учетом следующих правил:

⁴ На основании Закона о безопасности пищевых продуктов № 55/2010/QH12, Постановления Правительства Социалистической Республики Вьетнам «О маркировке товаров» от 14 апреля 2017 г. № 43/2017, Совместного циркуляра от 27 октября 2014 г. № 34/2014/TTLT-BYT-BNNPTNT-BCT и Постановления от 9 декабря 2021 г. № 111/2021/ND-CP о внесении изменений в правила маркировки ввозимых товаров.

- размер букв и цифр, обозначающих единицу измерения, должен соответствовать положениям Закона об измерении;
- для продуктов питания и пищевых добавок (или вспомогательных средств для обработки пищевых продуктов), которые расфасованы, высота букв обязательного содержания этикетки должна быть не менее 1,2 мм. Если этикетка нанесена на одну сторону упаковки (без учета стыковочных частей или полей) размером менее 80 см², высота букв должна быть не менее 0,9 мм.

Необходимо также обеспечить четкость цветовых решений, букв, знаков, цифр, рисунков, изображений и т.п. на этикетке. В частности, цвет, которым нанесена обязательная информация, должен контрастировать с фоновым цветом этикетки.

Вся обязательная информация должна быть указана на вьетнамском языке. Перевода любой дополнительной информации, написанной на иностранном языке, не требуется. Более того, законодательство Вьетнама разрешает представление на других языках (латинского происхождения) следующего контента:

- международное или научное название;
- международное или научное название, в состав которого входит химическая формула или формула состава химического вещества, вспомогательного вещества или ингредиента лекарственного средства;
- название и адрес иностранного предприятия, участвующего в производстве товара.

Международное или научное название ингредиента и количество ингредиента допустимы в том случае, если такое название не может быть переведено на вьетнамский язык или когда вьетнамский перевод не имеет смысла.

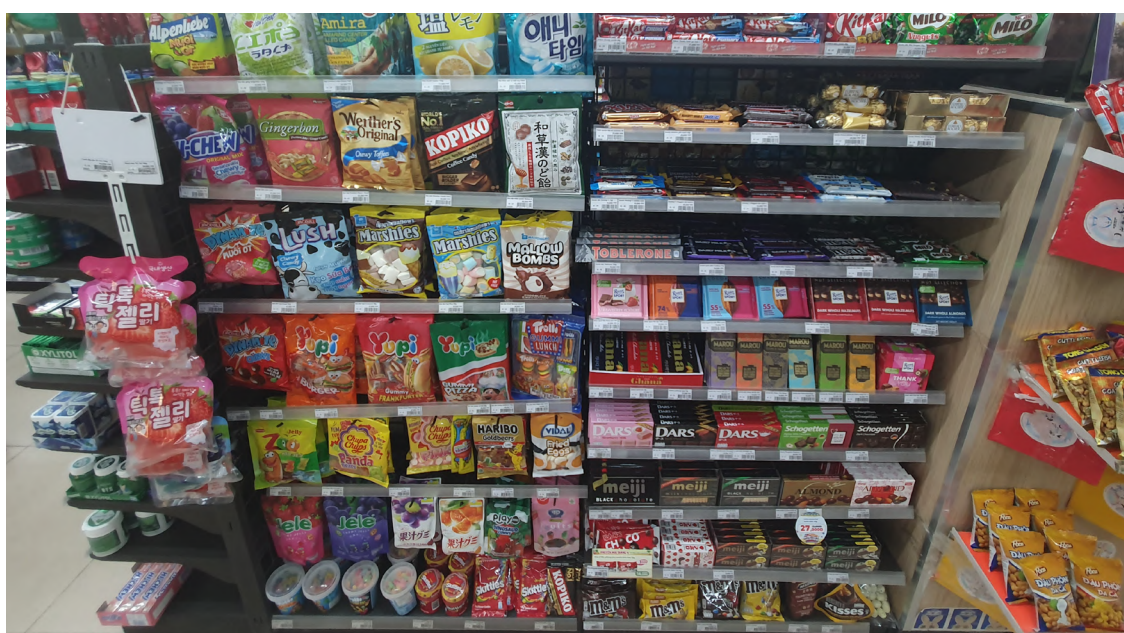
Все упакованные продукты питания должны содержать на упаковке заявление, в котором указывается страна изготовления или производства. Производитель или импортер должен сам определить и указать на этикетке происхождение товаров, обеспечивая достоверность и точность данных и их соответствие вьетнамскому законодательству или договорам, участником которых является Вьетнам. Страна происхождения записывается следующим образом: «Изготовлено в» (made in / made by) или «Страна происхождения» (producing country / product of) или «Происхождение» (origin) с последующим названием страны или территории, где товар был изготовлен⁵. Сокращение названия не допускается.

⁵ Согласно Постановлению № 111/2021 вместо страны происхождения, если невозможно определить, допустимо указать место обработки/переработки, сборки, маркировки или упаковки товара (manufactured in; assembled in; labeled at; packed in).

Обязательное требование маркировки страны происхождения также распространяется на все пищевые продукты.

Кроме того, для продовольственных товаров при ввозе в страну на этикетку должна быть нанесена дополнительная информация:

- количество;
- дата изготовления;
- срок годности;
- состав или количество ингредиентов; пищевой состав, пищевая ценность (если применимо). Содержание и способ записи состава пищевых ингредиентов, пищевой ценности должны соответствовать указаниям Министерства здравоохранения;
- предупредительная информация;
- инструкция по применению и хранению.



Барьеры входа на рынок



Содержание



4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Вопросы таможенного оформления, перечень необходимых документов и другие практические аспекты, связанные с импортом и экспортом товаров во Вьетнам, регулируются Законом «О таможене» от 23 июня 2014 г. № 54/2014/QH13 и Постановлением Правительства от 21 января 2015 г. № 08/2015/ND-CP о порядке исполнения ряда статей Закона «О таможене» в отношении таможенного контроля, надзора и таможенной инспекции. Процедура таможенного контроля при импорте товаров детально регламентирована в одноименном Циркуляре Министерства финансов от 25 марта 2015 г. № 38/2015/TT-BTC.

Таможенные процедуры осуществляются в отделениях таможенного органа Вьетнама в международных морских и речных портах, а также в международных аэропортах гражданской авиации, почтовых офисах, на международных железнодорожных станциях и постах пограничного сухопутного контроля или в любом другом отделении таможенного органа.

Таможенная декларация может быть подана на бумажном носителе и в электронном формате через систему единого окна таможенного учета. Таможенная декларация и документы таможенного досье должны быть представлены в таможенный орган до момента прибытия или в течение 30 дней с момента прибытия товаров. Таможенная декларация действительна для осуществления таможенных операций в течение 15 дней с момента регистрации.

Перечень необходимых для импорта документов (таможенное досье):

- 1)** таможенная декларация (2 экз., оригинал);
- 2)** счет-фактура (оригинал);
- 3)** договор купли-продажи либо аналогичный документ (копия);
- 4)** разрешение на ввоз подконтрольных товаров (оригинал);
- 5)** коносамент (копия);
- 6)** детализированная товарная накладная (packing list, оригинал);
- 7)** декларация стоимости товара (2 экз., оригинал): отправляется в электронном формате по заданному образцу через систему единого окна (при необходимости);
- 8)** сертификат происхождения товара (оригинал): для получения преференциальных тарифных ставок в рамках Соглашения о свободной торговле между ЕАЭС и Вьетнамом. Сертификат о происхождении товара формы EAV выдается уполномоченным органом страны-экспортера;

- 9) сертификат соответствия обязательным техническим регламентам и стандартам;
- 10) документ, подтверждающий проверку качества, или уведомление об освобождении от проверки 1 экз. (оригинал): выдается Государственной инспекцией качества (для товаров, подлежащих госинспекции);
- 11) карантинный сертификат 1 экз. (оригинал): выдается карантинным органом (для товаров, подлежащих карантину);
- 12) для таможенного оформления при ввозе товаров через морские порты декларант должен дополнительно представить Деливери ордер (D/O).

Основным таможенным органом Вьетнама является Главное таможенное управление (General Department of Vietnam Customs) при Министерстве финансов Вьетнама. Его структура включает 34 управления в крупных провинциях и городах центрального подчинения и 169 отделений таможни (постов) в морских портах и пограничных пунктах пропуска вдоль морских и сухопутных границ.

Таможенные декларации при оформлении экспортно-импортных операций могут подаваться в любое отделение таможни (пост) по усмотрению декларанта отдельных видов продукции. Таможенные посты функционируют во всех международных аэропортах Нойбай (Ханой), Камрань (Нячанг), Кантхо (Кантхо), Чулай (Тамки), Дананг (Дананг), Фубай (Хюе), Фукуок (остров Фукуок), Таншоннят (Хошимин), а также в морских портах.

Согласно ст. 1 – 2 Закона об иностранных инвестициях в порядке таможенных процедур для таможенных органов Вьетнама не существует различий между национальными и иностранными инвесторами, реализующими проекты на территории страны.

В соответствии с циркуляром Министерства финансов Вьетнама от 14 ноября 2016 г. № 274/2016/ТТ-ВТС, вьетнамская таможенная служба взимает следующие сборы:

- сбор за подачу таможенной декларации — 20 тыс. донгов;
- сбор за досмотр, экспертизу или прекращение таможенных процедур импорта товаров, в отношении которых подано ходатайство о защите прав на интеллектуальную собственность — 200 тыс. донгов;
- сбор за транзит груза — 200 тыс. донгов.

Между Россией, как государством-членом ЕАЭС, и Вьетнамом действует зона свободной торговли. Шоколадные изделия входят в ту подгруппу товаров, на которые пошлины будут полностью обнулены Вьетнамом в течение переходного периода (до 2025 г.) в соответствии с Соглашением ЕАЭС–Вьетнам.

В 2021 г. на некоторые шоколадные кондитерские изделия вьетнамские пошлины уже равны нулю, на другие — значительно снижены по сравнению с пятью годами ранее.

Российские товары пользуются преимуществом сниженных ставок перед товарами из стран, с которыми у Вьетнама нет преференциальных соглашений и в торговле с которыми применяются ставки режима наибольшего благоприятствования (РНБ).

Табл. 18. Применимые ставки ввозных таможенных пошлин на шоколадные кондитерские изделия российского производства во Вьетнаме

Код ТН ВЭД	Товар	Ставка РНБ	Ставка для РФ в 2021 г., %	Ставка для РФ в 2022 г., %
1806 10	Какао-порошок с добавками	20	7,3	5,5
1806 20	Шоколадные изделия массой более 2 кг	от 18 до 20	от 0 до 7,3	от 0 до 5,5
1806 31	Шоколад с начинкой	13	от 0 до 10,9	от 0 до 8,2
1806 32	Шоколад без начинки	20	от 7,3 до 10,9	от 5,5 до 8,2
1806 90	Шоколадные изделия, кроме шоколада	13–25	от 0 до 9,1	от 0 до 6,8

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

В рамках существующей зоны свободной торговли между ЕАЭС и Вьетнамом Россия имеет преференциальный доступ на рынок Вьетнама. По всем видам шоколадной продукции ввозная пошлина составляет 0%. Исключением являются товары в категории Шоколад и пищевые продукты, содержащие какао (кроме подслащенного какао-порошка), в упакованном виде (ТН ВЭД 180631) — в 2022 г. ставка составляет 5,5% и с начала 2025 г. будет обнулена.

В 2021 г. крупнейшими поставщиками шоколада и кондитерских изделий во Вьетнам стали США (55,5%), Малайзия (6,7%) и Германия (4,6%). Поставки из России обеспечили 2,2% вьетнамского импорта. Пошлины на импорт из Германии составляют 10,5–16,65%, для импорта из США достигают 13–20,75%. Продукция из Малайзии ввозится беспошлинно.

Нетарифные барьеры

Таможенный контроль

Затраты времени и стоимость оформления необходимых для прохождения таможи документов могут рассматриваться как барьер для входа на рынок.

В рейтинге Doing Business Всемирного банка Вьетнам из 190 стран занимает 104-е место по трансграничной торговле. При этом по времени и стоимости прохождения таможенного контроля страна имеет показатели лучше средних по региону.

Табл. 19. Оформление импорта во Вьетнам: время и стоимость

Процедура	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	56	373
Оформление документов	76	181

Источник: Всемирный банк (Doing Business 2020)

Примечание:

- Лучше среднего по региону
- Хуже среднего по региону

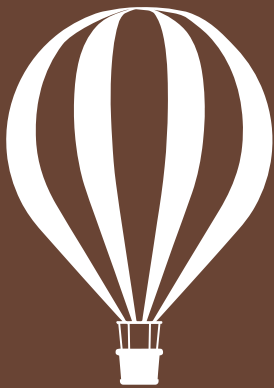
Лицензирование импорта

Вьетнам не требует наличия у компании отдельной импортной лицензии для осуществления импортной деятельности в стране. Однако для осуществления розничных продаж шоколадной продукции необходимо получение дополнительной лицензии. Создание торговой компании занимает около трех месяцев. Получение торговой лицензии может занять от одного до трех месяцев.

Важно! Язык — это существенное препятствие для ведения бизнеса. Во время переговоров потенциальный деловой партнер может предпочесть говорить на вьетнамском, даже если понимает и говорит по-английски. Встречи с высокопоставленными чиновниками, вероятнее всего, будут проходить с участием переводчика. Вопрос перевода лучше заранее решить самим, пригласив переводчика, а не рассчитывать, что об этом позаботятся деловые партнеры. Во-первых, таким образом будут обеспечены комфортные условия проведения бизнес-встречи. Во-вторых, не стоит полагаться на переводчика представителей другой стороны, так как есть риск получить неполную информацию.

Организация экспортных поставок

5



Содержание

5.1.

Логистика

5.2.

Осуществление валютно-
финансовых операций

5.3.

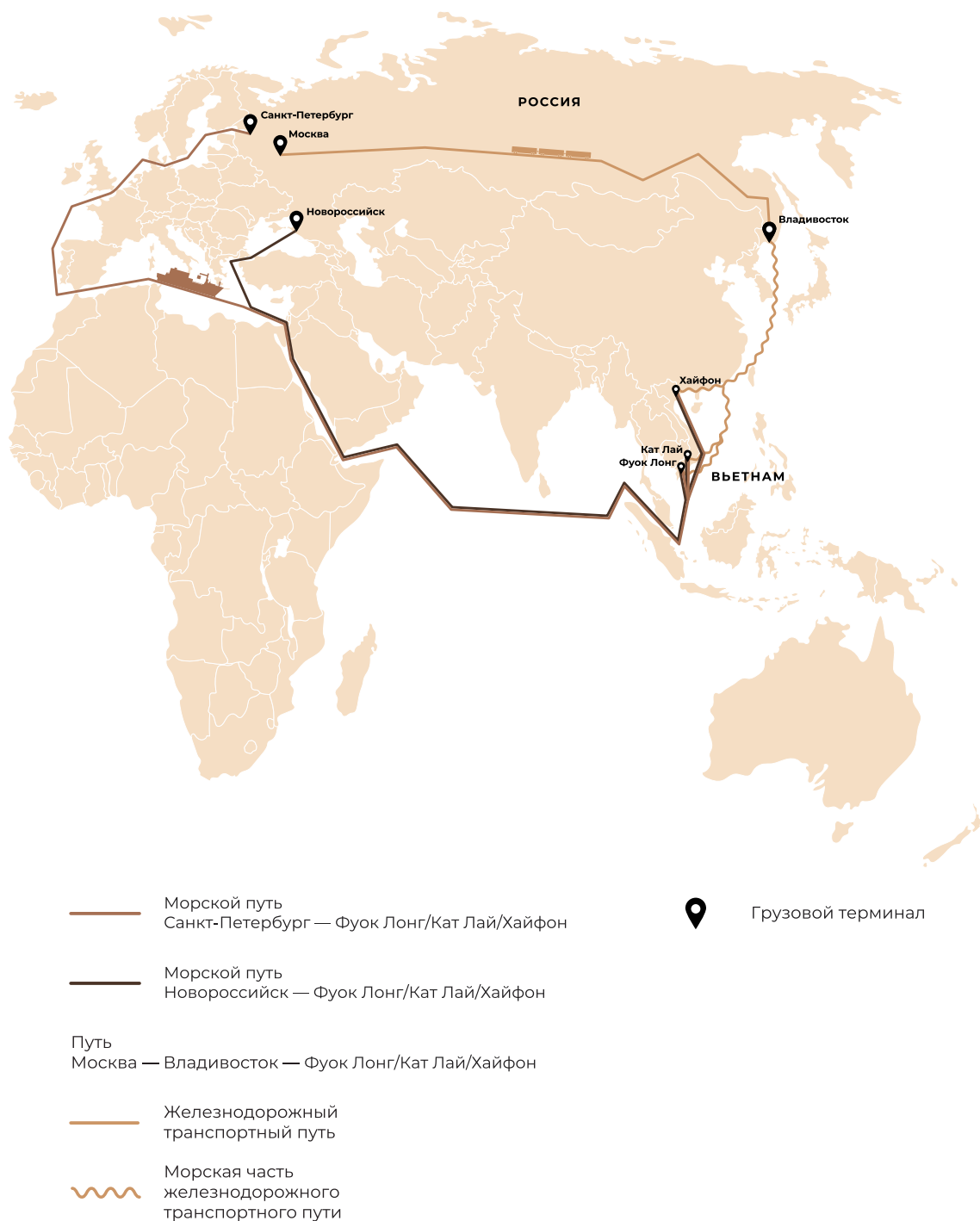
Формы присутствия на рынке

5.4.

Защита интеллектуальной
собственности

5.1. Логистика

Рис. 26. Доставка шоколадной продукции из России во Вьетнам



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», НИУ ВШЭ, Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД» ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

Существует несколько логистических путей доставки продукции, подлежащей температурному контролю, из России во Вьетнам:

1) Авиаперевозка.

2) Морская перевозка. Варианты и этапы:

- автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки:
 - с перевалкой в порту,
 - без перевалки в порту;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки;
- морская перевозка.

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза, а поддержание надлежащего температурного режима в этом случае вызовет организационные трудности.

Основные международные аэропорты Вьетнама:

- Таншоннят (г. Хошимин);
- Камрань (г. Нячанг);
- Нойбай (г. Ханой);
- Фубай (г. Хюэ).

Для воздушной перевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю придется разместить груз в термоконтейнере, который нужно либо купить, либо взять в аренду. В случае приобретения в собственность вернуть или продать контейнер проблематично, поэтому потраченные на него денежные средства обычно закладываются в стоимость продукции как расходы на невозвратную тару. Подключение контейнера к электропитанию, а также необходимый температурный режим должны быть оговорены с перевозчиком отдельно.

Морская перевозка

Оптимальный способ доставки партии груза из России во Вьетнам — морским транспортом. Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (с перевалкой в порту)

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах (рефконтейнерах) автомобильным или железнодорожным транспортом либо в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). Вместимость одного авторефрижератора составляет около 19 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три авторефрижератора в два рефконтейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к ним, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории России. Ввиду локализации производств преимущественно на европейской части России, подобные доставки осуществляются в основном в порты Санкт-Петербург и Новороссийск.

Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (без перевалки в порту)

Вместимость одного 40-футового морского рефрижераторного контейнера составляет до 27 тонн брутто. Отгрузки в 20-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России для доставки тяжелого контейнера можно использовать либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями. Это позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Коробки размещаются в контейнере без палет.

Во время перевозки необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания и обеспечения стабильной температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +1 °C и ниже использование дизель-генератора желательно, но не обязательно, так как рефконтейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение около 24 часов. В большинстве случаев этого достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения контейнера к постоянному источнику электропитания.

Для контроля температуры в процессе перевозки товара используют термологгеры: электронные (накапливают информацию о температуре) и химические

(меняют цвет при нарушении температурного режима). При нарушении температурного режима транспортировки получатель может отказаться от приемки товара. Во избежание подобных рисков рекомендуется подключать контейнер к источнику питания на всем маршруте следования.

Рефрижераторный контейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к температурному режиму перевозки конкретного продукта (процедура прохождения Pre Trip Inspection, PTI).

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по ставке 0%.

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение груз перевозится на палетах. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 19 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнерах три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковые по нагрузке на склады сезоны (октябрь – март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

Перевозка осуществляется на основании транспортной накладной и сопровождается бухгалтерскими документами (товарной накладной, счетом-фактурой), сертификатами качества.

Автомобильная доставка экспортной продукции на склад накопления считается внутрироссийской перевозкой и облагается НДС 20%, за исключением случаев, когда подрядчиком является компания, применяющая упрощенную систему налогообложения.

Склад для накопления экспортной шоколадной продукции должен обеспечивать надлежащую температуру хранения. Склады накопления, как правило, располагаются вблизи портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов при отгрузке через склад накопления:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилями (ставка устанавливается обычно за палету);
- хранение (ставка может быть установлена за палету или тонну, в зависимости от договоренности со складом и веса палеты с грузом);
- погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом накопления возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. Также экспортеру необходимо иметь представителя своей компании на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера указанные выше процедуры осуществляются его силами.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

- возможность хранения охлажденной продукции;
- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки

При перевозках через порт Владивосток, в связи с удаленностью основных мест производства шоколадной продукции, доставка в порт отправления осуществляется железнодорожным транспортом. При отправке по железной дороге используется два типа контейнеров:

- автономные рефрижераторные контейнеры (контейнеры со встроенным дизель-генератором для обеспечения рефрижераторной установки контейнера электропитанием); внутренний полезный объем — 61,1 м³, вместимость — около 25 тонн брутто;
- морские рефрижераторные контейнеры увеличенной кубатуры; внутренний полезный объем — 66–67 м³, вместимость — около 27 тонн брутто.

Отправки производятся с двух основных станций «Селятино» и «Селикатная» (Москва), а также со станций «Иня-Восточная» (Новосибирск), «Автово» (Санкт-Петербург), «Ростов-Западный» (Ростов-на-Дону), «Тихорецкая» (Казань) и др. Отправки из Москвы осуществляются ежедневно, из других пунктов — ориентировочно еженедельно. Транзитное время на доставку от Москвы до Владивостока составляет около 14 дней.

При отправке товара железнодорожным транспортом оформляется железнодорожная накладная (ЖДН). Отправке по железной дороге предшествует автомобильная доставка до станции отправления (см. подразделы «Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки», «Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки»).

Морская перевозка

Основные порты для доставки рефрижераторных грузов во Вьетнам:

- Хайфон (г. Хайфон);
- Кат Лай (г. Хошимин);
- Фуок Лон (г. Хошимин).

В связи с санкционной политикой в отношении России перечень основных судоходных линий, которые осуществляют перевозки из портов России во Вьетнам, существенно изменился.

Из порта Санкт-Петербург:

- MSC.

Из порта Новороссийск:

- MSC.

Из порта Владивосток:

- MSC;
- FESCO;
- Sinocore Line (HEUNG A LINE);
- Transit LLC.

Транзитное время морской доставки зависит от скорости обработки грузов в транзитных портах.



Табл. 20. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Хайфон (Haiphong)	Кат Лай (Cat Lai)	Фуок Лон (ICD Phuoc Long)
Санкт-Петербург	60	54	54
Новороссийск	43	—	—
Владивосток	32	13	13

Сроки и стоимость доставки

Табл. 21. Ориентировочная стоимость комплексной доставки рефрижераторных грузов во Вьетнам

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
МСК — СПб — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 300	27	0,46	65–70
МСК — СПб — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 300	27	0,46	50–55
МСК — СПб — Хошимин, Фуок Лон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 300	27	0,46	50–55
Белгород — СПб — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 200	27	0,49	65–70
Белгород — СПб — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 200	27	0,49	50–55
Белгород — СПб — Хошимин, Фуок Лон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 200	27	0,49	50–55
МСК — Новороссийск — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	14 500	27	0,54	50–55

Продолжение табл. 21.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — Новороссийск — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	14 500	27	0,54	50–55
Владивосток — Владивосток — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 000	27	0,48	45–50
МСК — МСК — Владивосток — Хайфон	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	13 400	27	0,50	35–40
МСК — МСК — Владивосток — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	13 600	27	0,50	35–40
МСК — МСК — Владивосток — Хошимин, Фуок Лон	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	13 600	27	0,50	35–40
Белгород — МСК — Владивосток — Хайфон	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	14 700	27	0,54	35–40
Белгород — МСК — Владивосток — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	14 900	27	0,55	35–40
Белгород — МСК — Владивосток — Хошимин, Фуок Лон	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	14 900	27	0,55	35–40

Примечание. В связи с переориентацией грузопотоков в сторону Азии грузы простаивают в порту Владивосток в ожидании обработки и дальнейшей отправки на судне в порт назначения. Данная процедура существенно увеличивает сроки доставки груза, а также может повышать стоимость перевозки (дополнительные расходы за подключение к источнику электропитания и сверхнормативное использование контейнера в порту Владивосток).

Указаны действующие на январь 2023 г. ставки. Включены все необходимые расходы: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн, фрахт, дизель-генератор, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения. Ставки рассчитаны по курсу 70 руб. за доллар США.

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании Постановления [Правительства Российской Федерации от 15 сентября 2017 г. №1104](#), экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара. Для этого следует подать заявку в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 12 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

Таможня

Таможенное оформление шоколадной продукции на экспорт осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя и с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера. Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Экспортную таможенную декларацию можно оформить на таможенном посту по месту нахождения отправителя и в пункте пересечения границы Российской Федерации.

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры, предоставляющие склады накопления и обеспечивающие отправку продукции различными видами транспорта и через различные порты России:
 - [ООО «Суперкарго»](#);
 - [ГК «Галеас»](#).

2) Железнодорожные операторы:

- ООО «Рефагротранс»;
- ООО «Дальрефтранс».

3) Сюрвейерские компании:

- SGS;
- ГК «ТопФрейм»;
- IPC NORMANN.

Контакты морских линий приведены в подразделе «Морская перевозка».

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Компании – экспортеры шоколадной продукции имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для возврата средств обязательно подтверждение факта экспорта на основании следующих документов:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (в случае оформления);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта;
- CMR-накладная;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);
- коносамент (в случае морской перевозки);
- таможенная декларация с печатью о вывозе товара с территории Российской Федерации.

Логистические риски

При транспортировке грузов могут возникать различные риски. Перечислим наиболее распространенные.

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- a)** утрата (гибель), недостача или повреждение всего или части застрахованного груза;
- b)** возникновение непредвиденных расходов в виде:
 - расходов и взносов в случае общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;
 - необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая;
- c)** неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- d)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
- e)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
- f)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;
- g)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
- h)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;

- i) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;
- j) утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) или части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- к) подмочка груза атмосферными осадками;
- l) выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- m) нарушение температурного режима (влияние температуры) при поломке рефрижератора на непрерывный срок не менее 24 часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе) с исправными устройствами записи температуры воздуха (самописцами);
- n) кража, грабеж и/или разбой.

Санкционно-военные риски. Данная категория связана в основном с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основной ущерб при таких рисках связан с задержками и возможными расходами на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит грузов, или потери груза в результате военных рисков.

Коммерческие риски. При продаже товара на условиях Incoterms риски экспортера/отправителя по хранению и доставке продукции отнюдь не исключаются. Если получатель отказался от груза или судоходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании условий коносамента соответствующие суммы могут быть взысканы с грузоотправителя по коносаменту.

В моменты существенного падения рыночной цены на товар возможны отказы от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные действия со стороны получателя/покупателя ведут к рискам простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель согласно коносаменту.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара:

- нарушение температурного режима;
- несоответствие маркировки продукции;

- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательства качества погруженной продукции. В этой ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество отгружаемой продукции. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Порядок осуществления валютно-финансовых операций

Центральный банк — Государственный банк Вьетнама (State Bank of Vietnam, SBV), главный орган финансового контроля в стране. Валютное регулирование осуществляется Правительством Вьетнама и Государственным банком. Официальная валюта — вьетнамский донг, который не является свободно конвертируемой валютой. В стране отсутствует валютная биржа. Конвертация национальной валюты возможна только по решению Госбанка, который ежедневно публикует котировки ведущих мировых валют.

На резидентов распространяется требование по хранению валютной выручки исключительно на валютных счетах в кредитных организациях, имеющих разрешение на открытие и обслуживание таких счетов. Осуществление любых валютных переводов и расчетов также возможно только через уполномоченные организации. Кроме того, для хранения валюты на зарубежных счетах требуется разрешение Госбанка.

Государственный банк Вьетнама использует механизмы валютного контроля для сдерживания оттока иностранной валюты и поддержания стабильного обменного курса, при котором разовое ослабление донга не превышает 2%. В то же время периодически возникают проблемы с доступностью иностранной валюты из-за сохраняющегося в стране дефицита торгового баланса. Иностранные предприятия могут переводить всю выручку в свободно конвертируемую валюту. Нерезидентам и резидентам (иностранным гражданам) разрешается переводить валютные денежные средства за рубеж.

Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций

К основным документам, необходимым экспортерам для осуществления валютно-финансовых операций при организации поставок во Вьетнам, относятся:

- таможенная декларация;
- контракт купли-продажи или документы эквивалентной юридической силы. Контракт должен быть составлен на вьетнамском или английском языке;
- счет-фактура с указанием цены за единицу и общей стоимости товара (выдается производителем или дилером);
- коносамент, подтверждающий качество, состояние и количество товара, полученного перевозчиком;
- упаковочный лист, в котором указаны вес, вид упаковки и код ТН ВЭД (для каждого товара);
- сертификат о происхождении товара, подтверждающий, что импортируемые товары были произведены и приобретены в конкретной стране происхождения.

Каждый документ должен быть представлен в оригинале и как минимум с одной копией.

Особенности практик применения вариантов взаиморасчетов

Компании, экспортирующие товары во Вьетнам, преимущественно прибегают к аккредитивам и банковским переводам. Для российских компаний-экспортеров возможны переводы по банковским реквизитам в национальных валютах.

Сложившая деловая практика показывает, что вьетнамские компании часто отказываются от использования подтвержденных аккредитивов из-за дополнительных затрат и требований банков к их обеспечению. Местные компании с приемлемым кредитным риском (включая крупные частные компании и государственные предприятия) могут получить кредитные линии, в том числе финансирование импорта, от иностранных банков.

Наиболее распространены аккредитивы на срок до 60, 90 или 120 дней. Несмотря на привлекательность продуктов и услуг иностранных банков, затраты на торговое финансирование будут ниже в случае открытия аккредитива одним из 4 государственных банков или 34 частных коммерческих банков Вьетнама. Использование аккредитивов позволяет нивелировать риски неполучения средств от вьетнамских контрагентов, тогда как с надежными партнерами резонно обсуждать варианты прямых банковских переводов в российских рублях или вьетнамских донгах.

Табл. 22. Банки для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт
Вьетнамский банк сельского хозяйства и развития сельских районов (Agribank)	Основан 26 марта 1988 г. Один из ведущих коммерческих банков Вьетнама, играет важную роль в осуществлении денежно-кредитной политики, обеспечении макроэкономической стабильности, экономического роста, развитии сельского хозяйства и сельских районов	www.agribank.com.vn
Банк инвестиций и развития Вьетнама (Bank for Investment and Development of Vietnam)	Создан 26 апреля 1957 г. Крупнейший государственный банк Вьетнама по размеру активов (72 млрд долл. США по состоянию на июнь 2021 г.)	www.bidv.com.vn
Акционерный коммерческий банк внешней торговли Вьетнама (Vietcombank)	Основан 1 апреля 1963 г. как Банк внешней торговли Вьетнама. Имеет 116 филиалов и 474 операционных офиса во Вьетнаме, три местных дочерних предприятия, три зарубежных дочерних предприятия, три совместных предприятия и зарубежное представительство в Сингапуре	www.vietcombank.com.vn

Продолжение табл. 22.

Банк	Описание	Сайт
Вьетнамский Банк промышленности и торговли (VietinBank)	Создан Государственным банком Вьетнама в 1991 г. Одна из крупнейших финансовых организаций	www.vietinbank.vn
Восточный коммерческий акционерный банк (The Orient Commercial Joint Stock Bank)	Основан 10 июня 1996 г. Ведущий частный коммерческий банк	www.ocb.com.vn
Азиатский коммерческий банк (Asia Commercial Bank)	Зарегистрирован 19 мая 1993 г. Крупнейший частный банк Вьетнама по размеру активов со штаб-квартирой в Хошимине	www.acb.com.vn

5.3. Формы присутствия на рынке

Благодаря динамичности вьетнамской экономики открытие бизнеса во Вьетнаме стало привлекательным для многих мультинациональных корпораций.

Деятельность коммерческих компаний во Вьетнаме регулируют:

- [Закон о предприятиях № 68/2014/QH13](#);
- [Закон об инвестициях № 61/2020/QH14](#).

С нормативно-правовыми документами Вьетнама можно ознакомиться на официальных сайтах: <https://clck.ru/348aFy> и <https://clck.ru/348aH8>.

Иностранные инвесторы могут открыть компанию во Вьетнаме, выбрав одну из следующих организационно-правовых форм ведения бизнеса:

- 1) общество (компания) с ограниченной ответственностью;
- 2) акционерное общество;
- 3) партнерство или простое товарищество;
- 4) индивидуальное предпринимательство (частное предприятие);
- 5) филиал иностранной компании;
- 6) представительство иностранной компании.

Общество (компания) с ограниченной ответственностью

Создается участниками в количестве от одного до 50 человек. Компания может быть зарегистрирована как с полным, так и с частичным участием иностранного капитала.

Законодательство Вьетнама разрешает иностранным компаниям вести бизнес в таких секторах, как торговля, производство, информационные технологии, логистика. При этом существует список отраслей, доступ к которым закрыт или ограничен в соответствии со ст. 6 Закона об инвестициях.

Документы, необходимые для создания общества (компании) с ограниченной ответственностью:

- форма для регистрации бизнеса;
- устав компании;
- список участников;
- копии удостоверений личности участников, являющихся физическими лицами, и уполномоченных представителей членов, являющихся организациями;
- решение об учреждении.

Директором компании может быть только резидент страны, который должен:

- находиться во Вьетнаме;
- иметь разрешение на работу во Вьетнаме. Однако, если директор является учредителем, разрешение на работу не требуется;
- предъявить доказательства 12-месячного стажа работы в данной должности.

Для прохождения процедуры оформления во Вьетнаме необходимо:

- 1)** получить сертификат иностранного инвестирования (Foreign Investment Certificate, FIC);
- 2)** иметь офис во Вьетнаме;
- 3)** получить свидетельство о депозите на сумму уставного капитала;
- 4)** открыть корпоративный счет в банке Вьетнама;

- 5) ежегодно предоставлять отчет о доходах компании;
- 6) подавать годовую финансовую отчетность, заверенную профессиональным аудитором.

Акционерное общество

Может быть создано с частично или полностью иностранным капиталом. Рекомендуются выбирать такую организационно-правовую форму для среднего и крупного бизнеса. Минимальное число акционеров — 3, максимальное — не ограничено. К процессу регистрации акционерного общества предъявляются более строгие требования. Одно из основных различий между обществом (компанией) с ограниченной ответственностью и акционерным обществом заключается в том, что последнему разрешено выпускать акции и проводить листинг на фондовой бирже.

Требования к инвестиционному капиталу при регистрации компании во Вьетнаме для большинства направлений бизнеса отсутствуют. Однако в отдельных отраслях минимальный размер уставного капитала может быть предусмотрен в качестве условия для выдачи лицензии на ведение определенного вида хозяйственной деятельности. Более подробно с порядком лицензирования и сертификации можно ознакомиться на бизнес-портале [National Business Registration Portal](#).

Сервисные компании, например, консалтинговые, могут использовать адрес виртуального офиса. Однако для осуществления большинства видов деятельности (производство, розничная торговля и др.) зарегистрированные компании должны физически находиться во Вьетнаме или иметь здесь офис.

Если иностранный инвестор планирует создание компании со 100%-ным иностранным капиталом или компании, имеющей 50% и более иностранной собственности в уставном капитале, необходимо предварительно зарегистрировать инвестиционный проект.

Партнерство (простое товарищество)

Может быть зарегистрировано минимум двумя участниками, которые несут неограниченную ответственность по обязательствам товарищества.

Индивидуальное предпринимательство (частное предприятие)

Участник частного предприятия несет неограниченную ответственность по обязательствам предприятия.

Одни из наиболее распространенных и рекомендуемых форм присутствия иностранных компаний на начальном этапе работы во Вьетнаме — филиалы и представительства иностранных компаний.

Создание и деятельность филиалов и представительств иностранных компаний на территории Вьетнама регулируются:

- Законом о торговле № 36\2005\QH11;
- Постановлением Правительства № 07/2016/ND-CP о порядке применения положений Закона о торговле, касающихся представительств и филиалов иностранных компаний во Вьетнаме.

Срок, на который создается представительство или филиал (отделение) компании, равен пяти годам, но не более срока деятельности компании, указанного в свидетельстве о регистрации. По истечении данного срока для продолжения деятельности представительства или филиала разрешение необходимо продлевать.

Филиал иностранной компании

Филиал является продолжением материнской компании. Иностранные компании, которые ведут бизнес за границей в течение пяти лет и более, имеют право открыть филиал во Вьетнаме. При этом филиал может быть учрежден только в определенных сферах, таких как банковская, финансовая, юридическая деятельность, культура, образование, туризм.

Филиал иностранной компании вправе (в соответствии с вьетнамским законодательством):

- осуществлять деятельность по купле-продаже товаров и иные сопутствующие виды деятельности согласно разрешению на создание филиала (отделения) или положениям международных договоров Вьетнама;
- арендовать офисное помещение, брать в аренду или приобретать средства и предметы, необходимые для осуществления деятельности филиала;
- нанимать работников — граждан Вьетнама и других государств для работы в филиале;
- заключать договоры во Вьетнаме в рамках разрешенной деятельности;
- открывать счет в иностранной валюте и во вьетнамских донгах в банке, осуществляющем свою деятельность во Вьетнаме;
- переводить прибыль в иностранное государство;

- иметь печать с наименованием филиала;
- пользоваться другими правами, предусмотренными вьетнамским законодательством.

Представительство иностранной компании

Зарегистрировать представительство во Вьетнаме могут иностранные компании, работающие на рынке более одного года.

Представительство иностранной компании вправе:

- осуществлять деятельность, связанную с продвижением и развитием торговли и коммерческих проектов иностранной компании во Вьетнаме;
- осуществлять маркетинговую деятельность и оказывать услуги компании, которую представляет;
- контролировать соблюдение условий договоров, заключенных иностранной компанией с партнерами на вьетнамском рынке;
- арендовать офисное помещение, брать в аренду или приобретать средства и предметы, необходимые для деятельности представительства;
- в соответствии с вьетнамским законодательством нанимать работников — граждан Вьетнама и других государств для работы в представительстве;
- открывать счет в иностранной валюте или во вьетнамских донгах, приобретенных на доллары США во вьетнамском банке, и использовать этот счет только для обеспечения деятельности представительства;
- иметь печать с наименованием представительства;
- пользоваться другими правами, предусмотренными вьетнамским законодательством.

Документы, необходимые для регистрации филиала или представительства иностранной компании во Вьетнаме:

- 1) форма заявки, выданная Министерством промышленности и торговли и подписанная компетентным представителем иностранного трейдера;
- 2) копия свидетельства о регистрации основного предприятия;
- 3) письмо о назначении руководителя филиала;
- 4) копии проверенных финансовых отчетов или сертификатов об исполнении налоговых обязательств за предыдущий финансовый год в качестве

доказательства существования иностранного предприятия и ведения им деятельности (выдаются и заверяются компетентными органами по месту нахождения иностранной компании);

- 5) устав филиала;
- 6) паспорт руководителя филиала;
- 7) документы о предполагаемом местонахождении филиала (Меморандум о взаимопонимании (MOU) или договоры аренды).

Для регистрации компании и выбора конкретной формы ведения бизнеса во Вьетнаме рекомендуется обратиться за независимой юридической консультацией. В среднем регистрация занимает около месяца. Однако, в зависимости от выбранной сферы и формы бизнеса, некоторым компаниям потребуется подать заявку на получение сублицензии. В этом случае процесс регистрации может продлиться до трех месяцев.

Ежегодный налог (патент) для всех компаний, зарегистрированных во Вьетнаме, составляет 2 млн донгов. Также при регистрации в налоговой инспекции необходимо оформить USB-накопитель для последующей подачи налоговых деклараций. Каждые 18 месяцев компании должны приобретать электронные красные чеки (примерная стоимость — 2,5 млн донгов).

5.4. Защита интеллектуальной собственности

Правовое регулирование вопросов интеллектуальной собственности закреплено за Ведомством по интеллектуальной собственности Вьетнама ([Intellectual Property Office of Vietnam](#)) при [Министерстве науки и технологий Вьетнама](#). Это министерство отвечает за управление научно-технической деятельностью, развитие науки и техники, интеллектуальную собственность, стандарты, контроль качества и т.п.

К объектам авторского права относятся литературные, художественные и научные произведения, исполнения, фонограммы, видеозаписи и телепередачи.

Объектами охраны промышленной собственности являются изобретения, промышленные образцы, топологии интегральных схем, коммерческая тайна, товарные знаки, фирменные наименования и географические указания.

Товарные знаки, патенты и прочие виды интеллектуальной собственности во Вьетнаме защищены в соответствии со следующими законами и нормативными актами:

- [Закон об интеллектуальной собственности № 50/2005/QН1](#);

- Постановление № 103/2006/ND-CP о применении ряда статей Закона об интеллектуальной собственности в отношении промышленной собственности;
- Циркуляр № 01/2007/TT-BKHCN о применении Постановления № 103/2006/ND-CP (разъяснение порядка регистрации прав промышленной собственности);
- Закон о таможене № 54/2014/QH13;
- Закон об информационных технологиях № 67/2006/QH11;
- Гражданский кодекс № 91/2015/QH13;
- Гражданский процессуальный кодекс № 92/2015/QH13;
- Постановление № 98/2020/ND-CP об административных правонарушениях (изготовление и реализация контрафактных товаров, защита прав потребителей).

Признание международных прав на интеллектуальную собственность обеспечено участием Вьетнама в международных организациях и конвенциях:

- Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС);
- Стокгольмская конвенция об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС);
- Парижская конвенция по охране промышленной собственности;
- Договор о патентной кооперации;
- Мадридское соглашение о международной регистрации знаков и Протокол к нему;
- Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений;
- Римская конвенция об охране прав исполнителей, производителей фонограмм и организаций эфирного вещания;
- Женевская конвенция об охране производителей фонограмм от несанкционированного копирования;
- Гаагское соглашение о международной регистрации промышленных образцов.

Регистрация товарного знака

Организации и физические лица имеют право регистрировать товарные знаки для производимых товаров или оказываемых ими услуг. Товарные знаки могут регистрироваться в отношении собственной продукции, а также продукции, производимой третьими лицами (при условии, что производители не возражают против регистрации и не используют собственные товарные знаки для этой продукции).

Поскольку в 2015 г. Вьетнам присоединился к Мадридскому протоколу, заявка на регистрацию может быть подана как через вьетнамское ведомство по интеллектуальной собственности, так и через ВОИС.

При подаче заявки напрямую заявители могут направить ее либо в бумажной форме, либо онлайн через [портал государственных услуг](#) Ведомства интеллектуальной собственности Вьетнама. Для совершения транзакций необходимо иметь цифровой сертификат и цифровую подпись с учетной записью в системе ведомства. Заявитель должен представить следующие документы:

- заполненная заявка на регистрацию товарного знака с информацией о заявителе;
- изображение знака;
- описание заявленного обозначения (с описанием элементов, транскрипцией и переводом на вьетнамский язык);
- перечень товаров и услуг;
- подтверждение оплаченных пошлин и сборов;
- оригинал доверенности на имя представителя (легализация не требуется);
- документы, подтверждающие разрешение на использование специальных знаков (при наличии в заявленном для охраны знаке символики, флагов, значков национальных и международных органов и организаций и т.д.);
- документы, подтверждающие право на регистрацию (если такое право приобретено заявителем от другого лица);
- документы, подтверждающие преимущественное право (если запрашивается приоритет).

Для подачи заявки через ВОИС заполняется утвержденная форма (ММ2). После проверки корректности данных ВОИС пересылает заявку во вьетнамское ведомство.

Вне зависимости от способа подачи заявки (напрямую или через ВОИС) во Вьетнаме заявка рассматривается в следующем порядке:

- 1)** формальная экспертиза: 1 месяц;
- 2)** публикация заявки: в течение 2-х месяцев со дня подачи заявки выносится решение о принятии заявки к рассмотрению. Одновременно с этим назначается срок для подачи возражений третьими лицами;
- 3)** экспертиза по существу: не более 9 месяцев с даты публикации заявки.

В качестве товарных знаков можно регистрировать видимые знаки, такие как буквы, слова, рисунки или изображения (включая голограммы) либо их комбинацию, представленную в одном или нескольких цветах, а также трехмерные знаки (фигуры).

Ведомство проверяет наличие/отсутствие абсолютных и относительных оснований для отказа в регистрации. Так, например, не могут быть зарегистрированы обозначения:

- полностью состоящие из неохраняемых элементов;
- противоречащие нормам морали;
- вводящие потребителя в заблуждение относительно вида, свойств, территориальной принадлежности;
- сходные с государственными символами;
- сходные с ранее зарегистрированными обозначениями.

Во Вьетнаме применяется установленная Ниццким соглашением 1957 г. международная классификация товаров и услуг (МКТУ) из 45 классов. Одна заявка может быть подана для регистрации товарного знака в нескольких классах товаров (услуг). Рекомендуется учитывать возможность использования одного товарного знака для сопутствующих товаров или услуг, а не просто рассматривать тот класс, в котором будет продаваться продукт.

Правовая охрана товарного знака действует 10 лет с даты подачи заявки с возможностью продления на 10 лет многократно. Заявление о продлении можно подать за 6 месяцев до истечения регистрации либо не позднее 6 месяцев после истечения срока.

Географические указания

Во Вьетнаме географические указания (ГУ) охраняются не только посредством закрепления специального права *sui genesis*, но и придания им статуса коллективного или сертификационного знака⁶. В последнее время возрастает популярность регистрации ГУ среди объединений иностранных правообладателей.

Географическое указание подлежит охране, если оно удовлетворяет следующим условиям:

- товар с географическим указанием происходит из области, местности, территории или страны, соответствующих такому географическому указанию;
- продукт с географическим указанием имеет репутацию, качество или характеристики, в основном связанные с географическими условиями области, местности, территории или страны, соответствующими такому географическому указанию.

Качество товаров определяется природными и человеческими факторами региона. К природным факторам можно отнести климат, геологию, экологию и т.д. К человеческому фактору относятся навыки и опыт производителей, а также традиционные производственные процессы на местах.

Сертификаты зарегистрированных географических указаний являются бессрочными.

Правовая охрана товарного знака

Правообладатели вправе препятствовать незаконному использованию объектов интеллектуальной собственности. Нарушением прав на товарные знаки является использование тождественных и сходных обозначений для идентичных (однородных) товаров и услуг без согласия правообладателя.

Суды применяют следующие средства гражданско-правовой защиты при рассмотрении дел по нарушению прав интеллектуальной собственности:

- принуждение к прекращению действий, нарушающих права;
- требование публичных извинений и исправлений;
- принуждение к исполнению гражданско-правовых обязательств;

⁶ <https://clck.ru/348biu>

- принуждение к возмещению ущерба;
- принудительное уничтожение или реализация в некоммерческих целях товаров, сырья, материалов и средств в случае производства или продажи товаров, нарушающих права интеллектуальной собственности (при условии, что это не повлияет на интересы правообладателей).

Нарушителям также назначается штраф в размере не менее стоимости обнаруженных контрафактных товаров, но не более пятикратного размера стоимости товара.

Агентство по надзору за рынком (Market Surveillance Agency) при Министерстве промышленности и торговли Вьетнама строго контролирует нарушения, некоторые дела могут быть переданы в суд. Сообщалось о случаях подделки брендов и обмана покупателей по вопросу происхождения технологий. Однако нарушения прав на интеллектуальную собственность в пищевой промышленности менее распространены и серьезны, чем в сферах IT, издательского дела или музыки.

Регистрация доменного имени

Доменная зона VN представляет интерес для производителей, планирующих продвигать свои товары не только на рынке Вьетнама, но и в странах Азии. Реестром доменов является Агентство информационных и интернет-технологий Вьетнама ([Vietnam Internet Network Information Center](#), VNNIC). Доступны два расширения верхнего уровня: .vn и .com.vn. Доменное имя может включать от трех до 63 символов и регистрируется минимум на год.

Регистрация доменов во Вьетнаме осуществляется исключительно национальными регистраторами. Зарубежным компаниям необходимо указать название и сферу деятельности. Доменные споры разрешаются путем обращения в ВОИС.



Продвижение продукции

A close-up photograph of a stack of chocolate bars and shavings. The chocolate is dark brown and has a textured, slightly crumbly surface. The stack is composed of several pieces, some of which are broken into smaller chunks. The background is dark and out of focus, with some chocolate shavings and small pieces of chocolate scattered around the base of the stack. A large, white, stylized number '6' is overlaid on the bottom left of the image.

6

Содержание



6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Продажи через супермаркеты

Супермаркеты остаются главным каналом реализации шоколада и шоколадных кондитерских изделий во Вьетнаме благодаря современным системам хранения и кондиционирования. При выработке стратегии сбыта российскому экспортеру рекомендуется обратить внимание прежде всего на сетевые магазины.

Интерес к новинкам ассортимента

Конкуренция на рынке шоколадной продукции во Вьетнаме остается высокой. Помимо мировых брендов Mars и Nestlé, продукция национальных игроков также широко представлена на прилавках. Население испытывает интерес к новым продуктам. Поэтому активный спрос поможет экспортеру занять долю на вьетнамском рынке.

Ценовая политика компаний-лидеров

В целом рекомендуется придерживаться стратегии конкурентного ценообразования. Российскому экспортеру необходимо учитывать, что средняя стоимость шоколадных конфет — 9,5 долл. США за 200 г, шоколадных конфет в форме батончика — 0,83 долл. США за 40 г, плитки шоколада — 1,82 долл. США за 50 г. Компании-лидеры также регулярно выводят на рынок шоколад с новым вкусом, например, шоколад с морской солью или чили. Данную тенденцию следует иметь в виду.

Практика применения маркетинговых технологий

Во Вьетнаме продолжает развиваться онлайн-реклама. Наиболее часто она размещается в поисковой сети Google или менее популярных системах SocCoc и Yahoo. Кроме того, рентабельно использовать рекламу на платформе YouTube, к которой вьетнамцы обращаются ежедневно. При разработке маркетинговой стратегии рекомендуется продвигать продукт в социальных сетях, с привлечением селебрити.

Самый эффективный маркетинговый канал — телевизионная реклама. Здесь необходимо следовать определенным правилам цензуры, так как вьетнамское правительство контролирует все широковещательные и печатные СМИ.

Стимулировать продажи предлагается за счет скидок на большие партии товара во время крупных праздников, когда возрастает покупательная активность. Купонный маркетинг и почтовые скидки неэффективны для вьетнамцев, поскольку их использование воспринимается местной культурой как потеря престижа и статуса.

Для контекстной рекламы необходимо проанализировать, на каком языке общается целевая аудитория. Основная часть населения страны говорит на вьетнамском языке, однако многие вьетнамцы хорошо владеют и английским.

Улучшение качества и дизайна упаковки

Качественная и инновационная упаковка, которая защищает продукцию от воздействия высоких температур, является важным конкурентным преимуществом на вьетнамском рынке. Во время пандемии покупатели стали чаще посещать небольшие магазины «у дома» из-за удобства и безопасности, а также заказывать продукцию через интернет. Наличие качественной упаковки позволит экспортеру диверсифицировать дистрибьюторские каналы и сотрудничать с небольшими магазинами, а также развивать продажи через электронные платформы. Вьетнамцы обращают внимание на внешнее оформление. Для повышения узнаваемости бренда рекомендуется проработать запоминающийся дизайн упаковки. При этом лучше представить продукцию разной весовой категории, а также рассмотреть поставки шоколадных конфет в форме батончика типа KitKat, которые являются одним из самых популярных шоколадных изделий во Вьетнаме.

6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Vietnam EXPO Крупнейшая международная многоотраслевая выставка Вьетнама www.vietnamexpo.com.vn/en	Ханой Hanoi International Exhibition Center (ICE)	05–08.04.2023
Vietfood & Beverage — Propack Международная выставка продуктов питания, напитков и упаковки https://hcm.foodexvietnam.com/en	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center (SECC)	10–12.08.2023

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
VietStock Expo & Forum 2023 Международный форум и выставка кормового растениеводства, животноводства и мясной индустрии https://clck.ru/348cXH	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center (SECC)	11–13.10.2023
Vietnam Foodexpo Международная выставка пищевой промыш- ленности www.foodexpo.vn/en/index.php	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center (SECC)	22–25.11.2023
Food & Hotel Vietnam (FHV) Международная выставка продуктов питания, напитков и индустрии гостеприимства www.foodnhotelvietnam.com/?lang=en	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center (SECC)	19–21.03.2024
ILDEX Vietnam Международная выставка оборудования и технологий для мясного и молочного животноводства, мясопереработки и аквакультуры www.ildex-vietnam.com	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center (SECC)	29–31.05.2024

**Особые
экономические зоны**



В последнее десятилетие во Вьетнаме наблюдается стремительное развитие различных видов особых экономических зон (ОЭЗ). По состоянию на ноябрь 2022 г. на территории страны насчитывалось 18 прибрежных экономических зон, 27 приграничных экономических зон и 325 промышленных и экспортно-производственных зон⁷.

Деятельность экспортно-промышленных зон в стране регулируется Постановлением Правительства № 35/2022/ND-CP⁸. В частности, вводится новый тип ОЭЗ — «Исключительные экономические зоны» (Particular Economic Zone), а также уточняется порядок работы в существующих ОЭЗ (в сфере аренды земельных участков, отводимых под строительство промышленной или сервисной инфраструктуры). Надзор за инвестиционными правилами и процедурами осуществляет Агентство иностранных инвестиций при Министерстве планирования и инвестиций Вьетнама.

Российская шоколадная продукция пользуется спросом на рынке Вьетнама: объем поставок с 2019 по 2021 гг. вырос на 17%⁹. Хотя между ЕАЭС и Вьетнамом действует соглашение о свободной торговле, пошлины на российские шоколадные изделия и прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао (код ТН ВЭД ЕАЭС 1806), будут полностью обнулены только в 2025 г. В этой связи закрепление российских компаний на вьетнамском рынке с использованием преимуществ СЭЗ представляется перспективной стратегией.

Большинство СЭЗ Вьетнама находится в близком доступе от аэропортов и портов, которыми могут воспользоваться компании. Логистику также улучшают налаженные автомобильные и железнодорожные сети. Правительство Вьетнама инвестирует в инфраструктуру СЭЗ, обеспечивая соответствие мировым стандартам. Российские компании могут воспользоваться различными преимуществами развитой инфраструктуры: складскими помещениями, системами безопасности и т.д.

Преференции

Основными преференциями для резидентов ОЭЗ Вьетнама являются налоговые каникулы и сниженные налоговые ставки. Их сроки и размер определяются несколькими факторами, в первую очередь расположением — в «неблагополучных районах» (extremely disadvantage areas) предусмотрено больше льгот.

⁷ <https://clck.ru/348ctX>

⁸ <https://clck.ru/348cu7>

⁹ <https://clck.ru/348cy6>

Обычные экономические зоны:

- налоговые каникулы от 2 до 4 лет (в зависимости от отрасли и величины инвестиций);
- от 4 до 9 лет сниженная в два раза ставка корпоративного налога на прибыль.

Экономические зоны в «неблагополучных районах»:

- ставка корпоративного налога на прибыль в размере 10% на весь срок инвестиций;
- 4 года налоговых каникул;
- 9 лет сниженная в два раза ставка корпоративного налога на прибыль.

Другие льготы и преференции предоставляются в зависимости от конкретной экономической зоны. К примеру, в промышленной зоне Донг Нам (Dong Nam Industrial Park):

- сниженная ставка налога на прибыль на первые 15 лет;
- освобождение от уплаты пошлины на 5 лет для ввоза материалов, которые не производятся внутри страны¹⁰.



¹⁰ <https://clck.ru/UDdtA>

Территориальные особенности

Учитывая количество промышленных зон в разных частях страны, расположение является определяющим фактором при выборе наиболее подходящей площадки для инвестора. Власти Вьетнама разделяют страну на три экономических региона или ключевых экономических зоны (КЭЗ) — Северную, Центральную, Южную (ряд источников отдельно выделяют регион Дельты реки Меконг на юге страны¹¹). В каждом регионе уделяется особое внимание отдельным отраслям: северная КЭЗ более других ориентирована на сельскохозяйственные проекты; центральная — на судостроение, нефтегазовые проекты и IT-компании; южная — экспорт услуг, телекоммуникационные и высокотехнологичные проекты.

Табл. 23. Территориальное распределение ОЭЗ Вьетнама

Ключевая экономическая зона	Число провинций	Число ОЭЗ
Северная	21	125
Центральная	11	56
Южная	19	183

Примечание. Составлено авторами по данным NamDinhVu Industrial Park.

Северная ключевая экономическая зона

Регион обеспечивает 32% ВВП Вьетнама, на него также приходится более 26% прямых иностранных инвестиций в экономику страны. В регионе расположена столица Ханой, а также главный экономический центр Хайфон и ряд других крупных городов страны.

Центральная ключевая экономическая зона

Регион охватывает города Дананг, Тхыатхьен-Хюэ, Куангнам и Куангнгай, а также провинцию Биньдинь. Основная деятельность сосредоточена в районе Дананга¹². В 11 провинциях функционируют 56 индустриальных парков (меньше, чем в других зонах)¹³.

¹¹ <https://clck.ru/348dMJ>

¹² <https://clck.ru/UDdob>

¹³ <https://clck.ru/UDdoX>

Южная ключевая экономическая зона

Преимущество Южной экономической зоны состоит в близости к крупнейшему торговому порту Вьетнама. Здесь сосредоточена наибольшая часть промышленных парков (183 парка в 19 провинциях в 2020 г.¹⁴). Южные регионы занимают развитием торговли, экспорта, технологий, услуг и телекоммуникаций.

Наиболее распространенной формой ОЭЗ во Вьетнаме является экспортно-производственная зона (ЭПЗ). Для работы в ней необходимо создать экспортно-производственное предприятие (ЭПП), которое имеет следующие особенности:

- Территория предприятия должна иметь ограждение, зоны погрузки/разгрузки и въезда/выезда.
- ЭПП обязаны соблюдать таможенные правила в отношении мер нетарифного регулирования и уплаты ввозных (импортных) пошлин.
- ЭПЗ часто расположены в промышленных зонах и сосредоточены на производстве товаров для экспорта¹⁵.
- Предприятиям, работающим в ЭПЗ, разрешается реализовывать товары на местном рынке; в этом случае пошлину оплачивает покупатель.
- В то же время ЭПП, работающим в других промышленных зонах, запрещается продавать свою продукцию местным предприятиям на вьетнамском рынке.
- Для ЭПП действует нулевая ставка пошлины и НДС при импорте из-за рубежа, экспорте за рубеж, сделках по покупке или продаже товаров с другими ЭПП, сделках по приобретению или продаже товаров с предприятиями, не входящими в ЭПЗ во Вьетнаме. Некоторые из этих исключений не применяются, если компания не зарегистрирована в качестве ЭПП¹⁶.

Более подробную информацию о промышленных и экспортно-производственных зонах можно получить в Департаменте управления экономическими зонами или в Агентстве иностранных инвестиций при Министерстве планирования и инвестиций Вьетнама.

¹⁴ <https://clck.ru/UDdoX>

¹⁵ <https://clck.ru/UDbcx>

¹⁶ <https://clck.ru/UDbdH>

Особенности ведения бизнеса



8



Вьетнам — это древнее государство с богатой историей и культурой, где бизнес-этикет формируется как под влиянием традиций, так и современных тенденций. Например, во время деловых встреч допускается традиционное европейское рукопожатие, которое ранее считалось недопустимым.

Как и в других азиатских странах, концепция «сохранения лица» имеет здесь первостепенное значение. Важен принцип иерархии и старшинства, который необходимо соблюдать на переговорах, при оказании услуг или ведении бизнеса.

Во Вьетнаме личные встречи предпочитают деловой переписке или он-лайн-переговорам. Посещение страны позволит на месте оценить партнерские отношения и наладить связи, а также выявить новые возможности, существующие проблемы и потенциальные препятствия. Вьетнамцы высоко ценят личные встречи с новыми экспортерами. Кроме того, личные знакомства позволят заручиться рекомендацией государственных учреждений, торговых ассоциаций и/или существующих торговых партнеров, что повысит авторитет фирмы.

Планирование встречи

Деловые встречи нередко переносятся. С высокопоставленными чиновниками и должностными лицами оговоренные даты могут изменяться незадолго до назначенного срока. Поэтому рекомендуется периодически подтверждать их и быстро реагировать на проявление инициатив со стороны вьетнамских партнеров. Пунктуальность считается признаком уважения.

Этикет приветствия

Рукопожатие в качестве приветствия вошло в обиход как у мужчин, так и у женщин. Как правило, первым подает руку самый старший представитель принимающей стороны. В знак уважения рекомендуется слегка обхватить его руку обеими руками. Кивок и улыбка также являются распространенной формой приветствия.

При обращении к деловым партнерам важно помнить, что во вьетнамской культуре фамилия стоит перед именем. Обычно называют фамилию и полное имя. В деловой беседе к вьетнамцам лучше обращаться «господин»/«госпожа». Следует учитывать, что некоторые привычные для европейцев жесты могут быть не поняты вьетнамцами. Например, скрещивание ног — проявление неуважения; скрещивание рук — недовольство; подзывание рукой — грубость. Прямая постановка вопроса, категоричный отказ и попытка сразу же «перейти к делу» могут быть восприняты негативно.

Стиль одежды

Официальные мероприятия и встречи предполагают деловой дресс-код. Для мужчин уместны костюмы, для женщин — юбка с блузкой. В любом случае одежда должна быть нейтральных тонов.

Подарки

На деловой встрече принято обмениваться подарками. Вручать подарки лучше после успешных переговоров или во время делового ужина. По правилам хорошего тона подарок передают обеими руками и поясняют повод. Например, как выражение признательности или благодарности. Не следует дарить предметы личного пользования или дорогие вещи. Приветствуются корпоративные подарки.



Визитные карточки

Вьетнам — азиатское государство, здесь традиционно обмениваются визитными карточками обеими руками. Приняв визитную карточку, ее нужно бегло прочесть и положить на стол рядом с собой.

Деловое общение

На деловые мероприятия к вьетнамским партнерам рекомендуется приходить в сопровождении своего переводчика.

Переговоры обычно начинаются с приветственного слова принимающей стороны. Далее следует представление всех участников. Затем вьетнамская сторона рассказывает о своей компании и специфике ее деятельности. Рекомендуется внимательно выслушать презентацию, сделать пометки. Все вопросы следует задавать только после того, как вас представят. Это важно, так как вьетнамцы часто неохотно идут на контакт, если ничего не знают о деловом партнере.

Многие иностранные партнеры совершают распространенную ошибку, принимая радушный прием вьетнамцев за готовность к заключению сделки. Но зачастую это всего лишь означает вежливое отношение и готовность продолжать переговоры. Вьетнамцы избегают прямолинейности, и у них не принято говорить «нет». «Да» может выражать лишь понимание, а не полное согласие. В ходе переговоров договоренности могут пересматриваться, поэтому важно проявлять гибкость и терпение.

Вьетнамские компании часто не отвечают на предложения, которые их не интересуют. Они могут проявить большой интерес в начале обсуждения, но потерять его, узнав о трудностях в реализации проекта.

После личного знакомства важную роль в построении деловых отношений играет поддержание контакта, в том числе телефонные звонки и электронные письма.

Особенности ведения бизнеса

Вьетнамские малые и средние предприятия часто недостаточно осведомлены о торговых практиках и правилах. Поэтому перед началом сотрудничества важно убедиться, что местный партнер информирован о процедурах ввоза и реализации товаров, включая регистрацию, маркировку и прохождение таможенного контроля.

Кроме того, вьетнамские предприятия, как правило, более чувствительны к цене, чем к качеству. Они часто стремятся к эксклюзивным дистрибьюторским правам, а также к финансовой поддержке при запуске новых продуктов на рынок.

Если сотрудничество с вьетнамскими импортерами только начинается, следует серьезно отнестись к вопросу получения оплаты, даже если местный партнер имеет солидную репутацию. При невозможности осуществления 100% предоплаты вьетнамской стороной, наиболее безопасным условием платежа является безотзывный аккредитив.

При планировании деловых поездок во Вьетнам следует учитывать нерабочие праздничные дни.

Табл. 24. Государственные праздники Вьетнама в 2023 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Канун Вьетнамского Нового года	21 января
Вьетнамский Новый год	22 января
День поминовения королей Хунгов	29 апреля
День победы и воссоединения	30 апреля
День труда	1 мая
День независимости Вьетнама	2 сентября



The background of the entire page is a close-up, high-resolution photograph of numerous broken pieces of dark chocolate. The pieces are irregular in shape, with sharp edges and facets, creating a complex, textured pattern of brown and dark brown tones. The lighting highlights the glossy surface of the chocolate.

Преимущества и риски осуществления поставок

9

Содержание



9.1.

Преимущества

9.2.

Риски

9.1. Преимущества

Политические и торгово-экономические отношения

Российско-вьетнамские отношения имеют богатую и длительную историю, а статус «всеобъемлющего стратегического партнерства» во многом отражает многоплановость двустороннего сотрудничества и высокий уровень доверия между странами. Однако, как и большинство малых и средних стран Юго-Восточной Азии, вынужденных балансировать между крупными международными акторами, Вьетнам оказался в непростом положении на фоне роста геополитической напряженности с 2022 г.¹⁷ Вьетнам не присоединился к анти-российским санкциям, вьетнамская дипломатия демонстрирует свойственную ей сдержанность, прагматизм и взвешенность.

Между ЕАЭС и Вьетнамом с 2015 г. действует соглашение о свободной торговле, которое благоприятствует развитию сотрудничества. В 2021 г. товарооборот России с Вьетнамом достиг 7,1 млрд долл. США, увеличившись на 25,9% по сравнению с 2020 г.¹⁸

Интенсивный экономический рост

Экономика Вьетнама на протяжении тридцати лет демонстрирует один из самых высоких темпов роста в мире — экономический подъем в 2022 г. составил 8,02% в годовом выражении и стал максимальным с 1997 г.¹⁹ Быстрыми темпами увеличивается население (по состоянию на 01.03.2023 г. в стране проживает 100,4 млн человек, ежегодный темп прироста — 1,12%²⁰). В результате рынок постоянно расширяется и появляются новые сегменты. Потенциальной нишей могут стать органические товары верхнего ценового диапазона, особенно в крупных городах. Развивается новый канал торговли — электронный. Несмотря на то, что супермаркеты остаются основной торговой площадкой продаж шоколадных изделий, растет рынок электронной коммерции, в связи с чем ключевые игроки больше инвестируют в цифровой маркетинг.

Условия для иностранных компаний и сотрудничества

Смягчаются требования для ведения бизнеса с международными партнерами. Появилась возможность регистрации компаний с организационно-правовой формой ООО, как со 100%-ным, так и с частичным участием иностранного капитала. Отсутствуют требования к минимальному инвестиционному капиталу

¹⁷ Россия и Вьетнам в поисках новых точек пересечения // РСМД 13.02.2022

¹⁸ <https://clck.ru/fAJ5x>

¹⁹ Рост ВВП Вьетнама в 2022 году стал максимальным с 1997 года // Интерфакс. 29.12.2022

²⁰ Население Вьетнама // Countrymeters // <https://clck.ru/348e2S>

в отдельных типах компаний (кроме АО). Появилась возможность для экспортеров создавать совместные предприятия, что облегчает вхождение на рынок. В рамках соглашения о свободной торговле между Вьетнамом и ЕАЭС с 2020 г. действуют нулевые пошлины на большинство наименований видов готовой продукции из России.

9.2. Риски

Высокий уровень конкуренции

Крупнейшие мультинациональные производители удерживают позиции на рынке шоколадных изделий во Вьетнаме: Mars Inc. (10,3%), Nestlé (8,8%), Chocolaterie Guylian (7,1%), Mondelēz Kinh Do (4,5%). Вместе с тем растет доля местных производителей (Marou Faiseurs de Chocolat, Alluvia), которые обладают преимуществом за счет прямого взаимодействия с конечными потребителями. Офлайн-продажи остаются ключевым каналом продаж товаров данной категории, причем потребители отличаются низкой лояльностью к любой торговой марке, что повышает значимость оформления упаковки и ценовой политики в каждом сегменте.

Программы государственной поддержки национальных производителей

Во Вьетнаме приоритет смещен в сторону поддержки национального производителя какао-бобов — мелких фермеров, выращивающих сырье для производства шоколада. Поддержка осуществляется не на федеральном, а на региональном уровне. В настоящий момент такая поддержка организована в провинциях Донгнай²¹ и Даклак²². Ориентация на производство шоколада из местного какао в перспективе повлияет на снижение цен на внутреннем рынке и будет способствовать повышению его конкурентоспособности по отношению к международным брендам.

Логистика и инфраструктура доставки

Значительное расстояние от западной части России до Вьетнама определяет существенную долю транспортных расходов в стоимости поставок. Это может стать причиной неконкурентных цен. При планировании отгрузок продукции на экспорт во Вьетнам необходимо учитывать срок годности товара и время, которое будет затрачено на логистику (до двух месяцев).

²¹ Việt Nam needs focus on quality cocoa: experts // [Viet Nam News](#) 26.11.2020

²² Adopting technologies and new ways to develop Vietnam's cocoa plant // [Vietnam Economic News](#). 2016

Инфраструктура доставки в настоящее время развита слабо, что влечет за собой риски, касающиеся логистики и обеспечения безопасности замороженной/охлажденной продукции (особые условия хранения шоколада при жарком климате).

Валютно-финансовое регулирование

Валютное регулирование осуществляется Правительством Вьетнама и Государственным банком Вьетнама. Вьетнамский донг не является свободно конвертируемой валютой, и конвертация возможна только по решению Госбанка. В стране отсутствует валютная биржа, на которой торговались бы донг или иностранная валюта. Государственный банк Вьетнама использует механизмы валютного контроля для ограничения оттока иностранной валюты. Несмотря на это, доступность иностранной валюты периодически ограничивается из-за сохраняющегося в стране дефицита торгового баланса.

Новые тенденции в потреблении

Снижение потребления сахаросодержащих товаров может стать препятствием для входа на рынок, так как на фоне тенденций здорового питания и активного образа жизни уменьшается интерес вьетнамских потребителей к таким продуктам.

Правовые риски

Одним из недостатков деловой среды Вьетнама является отсутствие прозрачности процедур и регулирования. Правовые риски связаны с бюрократическими и административными требованиями при получении разрешений и согласований, а также частыми изменениями в законодательстве. Бюрократия во многом затрудняет ведение бизнеса в стране. Ввиду наличия дублирующих ведомственных функций и сложностей правового характера, очень важно привлечь местного специалиста, который поможет разобраться в специфике регулирования и деловой среды.

Во Вьетнаме есть свои особенности у разных форм бизнеса (иностранное ООО, ООО с частичной иностранной собственностью, АО, филиал, представительство). В иностранном ООО и АО директор должен получить разрешение на работу и приезжать во Вьетнам; также предъявляются требования к стажу директора, уставному капиталу, отчетности и др. В совместном предприятии (ООО с частичной иностранной собственностью) одним из учредителей-акционеров должен быть резидент страны. Использование виртуального офиса возможно только для консалтинговых фирм, но для торговли или производства необходимо физическое присутствие во Вьетнаме.

Карта действий экспортера

A close-up photograph of a chocolate bar, cocoa powder, and a spoon. The chocolate bar is broken into pieces, and cocoa powder is scattered around. A silver spoon is visible, with cocoa powder on its bowl. The number 10 is overlaid in a large, white, sans-serif font. The background is dark and textured.

10



Последовательность действий экспортера

Организацию экспортных поставок шоколада во Вьетнам целесообразно планировать на основе тщательного изучения рынка. Плюсами рынка являются его емкость, темпы прироста, лояльность потребителей к России; минусы — географическая протяженность страны, наличие конкуренции.

На уровне потребителей в стране благожелательное отношение к тому, что связано с Россией, и это можно использовать в маркетинге. Продукция из России ассоциируется с хорошим качеством и вкусом. При этом факт поставок из России не гарантирует автоматического завоевания доли на рынке. У Вьетнама есть зона свободной торговли с ЕС, активны местные производители.

Важно убедиться, что продукция, которую планируется экспортировать во Вьетнам, подойдет потребителям и заинтересует их. Игнорирование подобного исследования чревато убытками. Ошибка в планировании на начальном этапе приведет к тому, что торговая наценка не обеспечит покрытия всех издержек.

Деловые отношения с зарубежными партнерами из Вьетнама начинаются задолго до подписания контракта.

Компании-поставщику рекомендуется провести анализ своей подготовленности к выходу на рынок Вьетнама. При необходимости следует внести коррективы в планы, учитывая следующие аспекты:

- достаточность производственных и ресурсных мощностей для экспорта товаров;
- соответствие маркировки, упаковки и дизайна продукции стандартам Вьетнама;
- определение оптимального способа реализации продукции (через дистрибьютора или прямые контракты с торговыми сетями).

До начала осуществления поставок необходимо изучить технические барьеры во Вьетнаме.

Этап I — Подготовка к экспорту

- 1) Соберите общую информацию о барьерах.
- 2) Определите возможные запреты и ограничения на импорт.
- 3) Выберите партнера или агента во Вьетнаме.
- 4) Проверьте наличие обязательных требований к экспортируемому товару.

- 5) Проанализируйте информацию об обязательных требованиях.
- 6) Определите формы оценки соответствия, предусмотренные для товара.
- 7) Подготовьте документацию, необходимую для проведения оценки соответствия.
- 8) Разработайте маркировку.
- 9) Разработайте дизайн упаковки товара, возможно, с акцентом на происхождение из России.
- 10) Выберите дистрибьютора продукции на территории Вьетнама.
- 11) Учтите дополнительные требования рынка.
- 12) Решите вопросы охраны интеллектуальной собственности при экспорте.

Этап II — Действия на территории России

- 1) Оформите полный пакет таможенных документов.
- 2) Подготовьте и подайте грузовой манифест.
- 3) Проверьте соблюдение экспортных правил и присвоение товарам верных кодов ТН ВЭД.
- 4) Предоставьте все необходимые документы в течение 14 дней после заполнения и подачи таможенной декларации.
- 5) Оплатите пошлины (НДС 5%) и сборы с учетом имеющихся льгот.
- 6) Организуйте доставку и страхование груза.

По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции из России.

Полезные контакты

Обращение в АО «Российский Экспортный Центр»:

- цифровая платформа «Мой Экспорт»: <https://myexport.exportcenter.ru/>;
- регистрация на портале: [https://lk.exportcenter.ru/ru/registration/step-1](https://lk.exportcenter.ru/ru/registration/step-1;);
- изучение базы знаний: www.exportcenter.ru/international_markets/export/;

- знакомство с перечнем услуг (кредитно-гарантийная поддержка, страхование, продвижение на внешние рынки, специальные программы по поддержке экспорта и др.): www.exportcenter.ru/services/;
- партнерские предложения: www.exportcenter.ru/partnyerskaya-programma-rets/.

Запрос на поддержку экспортера в Минпромторг России: www.minpromtorg.gov.ru/ministry/trade_mission/request_support_export/.

Торговое представительство России во Вьетнаме: тел.: +84 24 3833 0755, +84 8 3933 0923; e-mail: torgpredvn-hcmc@yandex.ru.

Представительство АО «Российский экспортный центр»: e-mail: kurilo@exportcenter.ru.

Контактная информация



11



Содержание

11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
Annam Group	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: 41 Thao Dien Street, Thao Dien Ward, District 2, Ho Chi Minh City, Viet Nam Тел.: +84 028 3512 6400 E-mail: info.vietnam@annam-finefood.com Сайт: www.annam-group.com
Bach Linh	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: 33 Tho Nhuom Street, Cua Nam Ward Hoan Kiem District, Ha Noi, Viet Nam Тел.: +84 439 387 607 E-mail: bachlinh.ltd@gmail.com Сайт: www.bachlinhco.com
Huong Thuy	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: C10, 39 homeland area 18A, Nguyen Huu Tho Street, Phuoc Kien ward, Nha Be town, Ho Chi Minh City Тел.: +84 28 3620 9955 E-mail: info@huongthuy.com.vn Сайт: www.huongthuy.com.vn
Bach Hoa Xanh	Дистрибьюторская деятельность, оптовая и розничная торговля	Адрес: Lot T2-1,2, Road D1, High Tech Park, Tan Phu Ward, District 9, HCM City Тел.: +84 28 3622 9900 E-mail: lienhe@bachhoaxanh.com Сайт: www.bachhoaxanh.com
Co.opMart Supermarket	Дистрибьюторская деятельность, оптовая и розничная торговля	Адрес: 199-205 Nguyen Thai Hoc, Pham Ngu Lao Ward, District 1, HCM City Тел.: +84 28 3836 0143 E-mail: thuematbang@coopmart.vn Сайт: www.co-opmart.com.vn
Ha Long Foods Import Export	Оптовая торговля	Адрес: 718/18A National Road 13, Hiep Binh Phuoc Ward, Thu Duc District, Ho Chi Minh City Тел.: +84 9 0303 8492 E-mail: tpdhhl_phongkd@halongfoods.com.vn Сайт: www.halongfoods.com.vn
LanChi Mart	Розничная торговля	Тел.: +84 91 660 3888 Сайт: https://lanchi.vn

Компания	Профиль	Контактная информация
Nam An Market	Розничная торговля	Адрес: 21 Thao Dien Street, Thao Dien Ward, District 2, Ho Chi Minh City Сайт: www.namanmarket.com
Sakuko	Розничная торговля	Тел.: +84 1800 0010 Сайт: www.sakukostore.com.vn
Winmart	Розничная торговля	Тел.: +84 24 7106 6866 Сайт: www.winmart.vn

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
Ассоциация производителей продовольственных товаров Хошимина (Food and Foodstuff Association of Ho Chi Minh City)	Адрес: 1st Floor, 156 Nam Ky Khoi Nghia Street, District 1, Ho Chi Minh City Тел.: +84 8 3823 3747 E-mail: info@ffa.com.vn Сайт: www.ffa.com.vn
Агентство по развитию торговли Вьетнама (Vietnam Trade Promotion Agency)	Адрес: 20 Ly Thuong Kiet, Hoan Kiem District, Hanoi Тел.: +84 24 3934 7628 E-mail: vietrade@vietrade.gov.vn Сайт: www.vietrade.gov.vn
Торгово-промышленная палата Вьетнама (Vietnam Chamber of Commerce and Industry)	Адрес: 9 Dao Duy Anh Street, Dong Da District, Hanoi Тел.: +84 24 3574 2022 Сайт: https://en.vcci.com.vn
Таможенная служба	Адрес: 9 Duong Dinh Nghe Street, Yen Hoa, Cau Giay, Hanoi Тел.: +84 24 3944 0833 E-mail: webmaster@customs.gov.vn Сайт: http://www.customs.gov.vn

Контактная информация

Организация	Контактная информация
Управление безопасности пищевых продуктов Министерства здравоохранения Вьетнама (Vietnam Food Administration)	Адрес: 138A Giang Vo, Ba Dinh District, Hanoi Тел.: +84 24 3846 4489, +84 24 3846 3702 E-mail: vfa@vfa.gov.vn Сайт: www.vfa.gov.vn
Ведомство по уведомлению и предоставлению информации по вопросам санитарного и фитосанитарного контроля Вьетнама (Vietnam Sanitary and Phytosanitary Notification Authority and Enquiry Point)	Адрес: 10 Nguyen Cong Hoan Street, Ba Dinh District, Hanoi Тел.: +84 24 3734 4764 E-mail: spsvietnam@mard.gov.vn Сайт: www.spsvietnam.gov.vn
Министерство промышленности и торговли (Ministry of Industry and Trade)	Адрес: 54 Hai Ba Trung Street, Hoan Kiem, Hanoi Тел.: +84 24 2220 2108 E-mail: bbt@moit.gov.vn Сайт: www.moit.gov.vn
Министерство сельского хозяйства и аграрного развития (Ministry of Agriculture and Rural Development)	Адрес: 2 Ngoc Ha Street, Ba Dinh District, Hanoi Тел.: +84 24 8235 804, +84 24 7341 635 (205) E-mail: trangtin@mard.gov.vn Сайт: www.mard.gov.vn
Департамент по стандартизации и качеству Министерства науки и технологий (Directorate for Standards, Metrology and Quality)	Адрес: 8 Hoang Quoc Viet Street, Cau Giay District, Hanoi Тел.: +84 24 3756 5453, +84 24 3791 1642, +84 24 3791 1606 E-mail: vptdc@tcvn.gov.vn Сайт: https://tcvn.gov.vn
Ассоциация ресторанов Вьетнама (Restaurant Association of Vietnam)	Адрес: 33 Hoang Dieu, Ward 10, Phu Nhuan District, Ho Chi Minh City Тел.: +84 86 529 1459 E-mail: partners@rav.vn Сайт: https://rav.vn

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**



12



Действующие меры господдержки

Программа льготного кредитования

Предоставление льготных краткосрочных и инвестиционных кредитов по ставке от 1 до 5%.

Краткосрочные кредиты (до одного года) направлены на пополнение оборотных средств и ведение текущей деятельности компании.

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для финансирования капитальных затрат на строительство, реконструкцию, модернизацию производственных мощностей и инфраструктуры.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 № 512

Программа создания и модернизации объектов АПК

Поддержка создания и модернизации объектов АПК путем возмещения части прямых затрат на создание или модернизацию сельскохозяйственных объектов. Возмещение в размере от 20 до 25% фактической стоимости предоставляется предприятиям по переработке зерна, масличных культур, рыбы и морепродуктов, а также по производству сухих молочных продуктов.

- Отрасли:**
-  масложировая отрасль
(переработка масличных культур)
 -  зерновые
(глубокая переработка зерна)
 -  рыба и морепродукты
(переработка и консервирование рыбы)
 -  молочная отрасль
(производство сухих молочных продуктов)

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2020 № 137

Программа льготного лизинга оборудования

Льготный лизинг оборудования, необходимого для омологации продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков.

Предоставляется единовременная скидка при уплате авансового платежа в размере 25 или 45% от стоимости предмета лизинга.

Отрасли: все отрасли (акцент на пищевую и перерабатывающую промышленность)

Компетентные органы: Минсельхоз России

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 07.08.2021 № 1313

Программа стимулирования производства масличных культур

Стимулирование производства масличных культур (бобы соевые и семена рапса) путем возмещения части затрат на региональные проекты. Ставка рассчитывается на одну тонну прироста объема производства.

Отрасли:  продукция масложировой отрасли
(бобы соевые и семена рапса)

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 № 717 (Приложение 11 (1))

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация 25% затрат на транспортировку продукции АПК железнодорожным, автомобильным, водным и смешанными видами транспорта (за исключением воздушного). Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Правительством.

- Отрасли:**
-  живые животные
 -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
 -  рыба и морепродукты
 -  живые растения, луковицы, корни
 -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
 -  жиры и масла животного и растительного происхождения
 -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
 -  продукты переработки овощей и фруктов
 -  спирт, алкогольные и безалкогольные продукты
 -  остатки и отходы пищевой промышленности
 -  органические химические вещества, белковые вещества
 -  необработанные шкуры

Компетентные органы: Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 № 1104

Программа компенсации затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках. Возмещается 50 или 90% объема затрат на сертификацию, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев. Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Минсельхозом России.

- Отрасли:**
-  живые животные
 -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
 -  рыба и морепродукты
 -  живые растения, луковицы, корни
 -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
 -  жиры и масла животного и растительного происхождения
 -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
 -  продукты переработки овощей и фруктов
 -  алкогольные и безалкогольные продукты
 -  остатки и отходы пищевой промышленности
 -  органические химические вещества, белковые вещества
 -  необработанные шкуры
 -  табак, вакцины, удобрения, экстракты
 -  шелк, шерсть, лен

Компетентные органы: Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 25.12.2019 № 1816

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

В рамках федерального проекта «Экспорт продукции АПК» национального проекта «Международная кооперация и экспорт» АО «РЭЦ» реализует программу по созданию (управлению и содержанию) постоянно действующих дегустационно-демонстрационных павильонов российских продуктов питания в иностранных государствах.

Программа создает условия для эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

Организации могут разместить свою продукцию в павильонах в Китае (г. Шанхай), Объединенных Арабских Эмиратах (г. Дубай), Вьетнаме (г. Хошимин), Египте (г. Новый Каир), Турции (г. Стамбул), Саудовской Аравии (г. Эр-Рияд).

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: АО «РЭЦ»

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 № 255

Программа компенсации части затрат на участие в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

Возмещение российским экспортерам отдельных видов затрат, связанных с самостоятельным участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Для субъектов малого и среднего предпринимательства лимит составляет 700 тыс. рублей, для крупного бизнеса — 2 млн рублей.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минпромторг России и АО «РЭЦ»

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 № 2316

Программа софинансирования части затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях

Софинансирование от 50 до 80% затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях в целях поддержки мероприятий, направленных на повышение международной конкурентоспособности, а также продвижение продукции и услуг на внешние рынки.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минпромторг России и АО «РЭЦ»

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 № 342

Полезная информация на сайте Агроэкспорта

Аналитика — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



Господдержка — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



Мероприятия — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



Продвижение — в разделе публикуются все экспортные гиды и краткие версии концепций продвижения, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



Барьеры — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



Сертификация — раздел содержит информацию о всех видах сертификации, которая может понадобиться для поставок на экспорт: НАССР, Халаль, Кошер и Органика.



Новости — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.



Мы в социальных сетях:

Вконтакте: [**https://vk.com/aemcx**](https://vk.com/aemcx)

Telegram: [**www.t.me/mcxae**](http://www.t.me/mcxae)

Яндекс Дзен: [**www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c**](http://www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c)

Связаться с нами:

Сайт: **www.aemcx.ru**

Телефон: **+7 495 280-74-49**

Почта: **info@aemcx.ru**

Вконтакте: **<https://vk.com/aemcx>**

