

Экспортный гид

Чай



Узбекистан



Экспортный гид

Чай



Узбекистан

Гид создан при участии:



Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта чая в Республику Узбекистан. 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 чая в Республику Узбекистан.

© 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 — Республика Узбекистан	11
1.1. Экономические тенденции	13
1.2. Политические тенденции.....	18
1.3. Демографические тенденции	20
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	21
2. Обзор рынка.....	23
2.1. Объем и динамика рынка	25
2.2. Потребительские предпочтения	40
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	46
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	50
3. Требования и стандарты на продукцию	54
3.1. Требования к производителям	56
3.2. Требования к продукции.....	57
3.3. Требования к упаковке и маркировке	62
4. Особенности и барьеры входа на рынок	65
4.1. Особенности таможенных процедур.....	67
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	69
5. Организация экспортных поставок	71
5.1. Логистика.....	73
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций	78
5.3. Формы присутствия на рынке	81
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	84
6. Продвижение продукции	89
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	91
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	92
7. Особые экономические зоны	93
8. Особенности ведения бизнеса	97
9. Преимущества и риски осуществления поставок	102
9.1. Преимущества.....	104
9.2. Риски.....	104

10. Карта действий экспортера	106
11. Контактная информация	110
11.1. Потенциальные партнеры	112
11.2. Профильные организации	113
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	114

Резюме

- Узбекистан является одним из мировых лидеров среди стран, население которых предпочитает чай другим популярным напиткам. В структуре потребления преобладает зеленый чай — 70%, черный занимает 24,5%. Менее популярны фруктовые и травяные чаи, хотя в ближайшие пять лет эти сегменты имеют наибольший потенциал роста.
- В 2021 г. потребление чая в Узбекистане составило 33,2 тыс. тонн, импорт — 32,9 тыс. тонн. Собственное производство ограничено небольшими экспериментальными площадками. Потребление чая на душу населения составляет около 0,95 кг/год.
- Лидерами по потреблению чая являются город Ташкент, Ферганская и Наманганская области. В совокупности там потребляется до 16 тыс. тонн чая в год. Специфика региональных предпочтений — высокое потребление черного чая в Ташкенте.
- Крупнейшими компаниями, поставляющими чай на рынок Узбекистана, являются Самаркандская чаеразвесочная фабрика, британский производитель Ahmad Tea Ltd, узбекистанский импортер и дистрибьютор Ayven Trade, шри-ланкийский производитель Imperial Tea Exports.
- Прогнозируется сохранение сложившейся структуры рынка. До недавнего времени узбекистанские компании занимались исключительно развеской и продажей импортного чая. В последние годы конкурентоспособность местного производства (развески) снизилась в связи с ростом цен на чайное сырье, импортируемое из Китая, в результате чего сложилась благоприятная ситуация для осуществления поставок чая в Узбекистан.
- В структуре импорта чая по странам 87% занимает Китай, 5,3% — Кения. В числе других импортеров — ОАЭ, Шри-Ланка, Индия, Россия.
- Основные каналы реализации чая — розничные продажи (70–80%), HoReCa (28% до пандемии). Оптовая торговля не является значимым каналом сбыта. Доля онлайн-торговли относительно невелика, хотя продажи в этом секторе активно растут благодаря промокампаниям маркетплейсов. Восстановление продаж в канале HoReCa до допандемийного уровня ожидается к 2024 г.
- Наиболее востребован чай в средней ценовой категории — примерно 1,1 долл. США за 100 г. Наряду с ценой качество все чаще становится не менее важным фактором при принятии решения о покупке.
- Рынок чая в Узбекистане насыщенный и высококонкурентный, однако имеет потенциал для дальнейшего роста, в среднесрочной перспективе — 1,5% в год.
- Наиболее перспективный сегмент рынка с точки зрения роста потребительского спроса — фруктовый/травяной чай (ожидаемый рост 4,7% в год). Самый популярный и большой по объему продаж сегмент — зеленый чай (рост 1,4% в год), далее идет черный чай (1,3% в год).

- Одним из трендов в употреблении чая становится распространение пакетированного чая. К 2026 г. его доля составит до 62,2% продаж.
- Рынок чая в Узбекистане находится на стадии трансформации. Потребители готовы отходить от традиционных видов чая и пробовать новые. Для повышения осведомленности о новых продуктах и узнавания российских брендов рекомендуется проводить соответствующие маркетинговые кампании и рекламные акции.
- На территории Узбекистана российские экспортеры могут осуществлять взаиморасчеты в рублях. В Узбекистане не применяются импортные квоты. Во внешнеторговых отношениях между Узбекистаном и Россией действует Договор о зоне свободной торговли СНГ.
- В то же время Узбекистаном не ратифицировано Соглашение о Правилах определения страны происхождения товаров в СНГ (2009 г.), определяющее возможность применения режима свободной торговли к товару, экспортируемому с территории государства СНГ. Как следствие, на черный и зеленый чай, экспортируемый из России (коды ТН ВЭД 09021, 09023), не предоставляется сертификат СТ-1 и устанавливается высокая таможенная пошлина. Это делает черный и зеленый чай из России не конкурентоспособным для массового рынка (возможно, за исключением премиального сегмента). Однако на чаи растительного происхождения, в частности на фруктово-травяной чай (коды ТН ВЭД 2106), сертификат СТ-1 предоставляется.
- Принимая во внимание высокую конкуренцию со стороны фасовщиков чая, чья продукция пользуется лояльностью среди потребителей, рекомендуется выходить на рынок с привлекательной для потенциального покупателя ценой.

Список сокращений

Англоязычные сокращения

HoReCa	Hotel, Restaurant, Catering — индустрия гостеприимства
ИТС	International Trade Center — Международный торговый центр
UN Comtrade	База данных внешнеторговой статистики стран мира

Русскоязычные сокращения

АПК	Агропромышленный комплекс
ВВП	Валовый внутренний продукт
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
МВФ	Международный валютный фонд
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
ППС	Паритет покупательной способности
СЭЗ	Специальная экономическая зона
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТНК	Транснациональная компания
ЮНКТАД	Конференция ООН по торговле и развитию

Введение





Республика Узбекистан — государство в центральной части Средней Азии. Среди государств постсоветского пространства Узбекистан находится на третьем месте по численности населения после России и Украины. Сельское хозяйство является важной отраслью экономики и играет значимую роль в обеспечении социальной и экономической устойчивости. Страна входит в десятку ведущих производителей и экспортеров хлопка в мире. В последние годы интенсивно развивается производство и экспорт овощей, фруктов и орехов. При этом Узбекистан остается нетто-импортером продукции АПК.

Общие сведения (2021 г.)

ВВП (в текущих ценах): 69,2 млрд долл. США

Темпы роста ВВП: 7,4%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 8 585,0 долл. США

Уровень инфляции: 10,8%

Приток ПИИ: 2 044,0 млрд долл. США

Население: 35,0 млрд человек

Площадь: 448,9 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Ташкент (2 694,4 тыс.), Наманган (644,8 тыс.), Самарканд (551,7 тыс.), Андижан (450,0 тыс.), Нукус (321,2 тыс.)

Уровень урбанизации: 50,4%

Уровень безработицы: 9,6%

Структура ВВП: сельское хозяйство (26,9%), промышленность (34,5%), сфера услуг (38,6%)

Структура занятости: сельское хозяйство (25,2%), промышленность (23,7%), сфера услуг (51,0%)

Основные товары экспорта: хлопок, текстильная продукция, черные и цветные металлы, золото, энергетика и нефтепродукты, удобрения, продукты питания (овощи, фрукты, орехи)

Основные товары импорта: лекарственные средства, товары медицинского назначения, химические продукты и изделия из них, машины и оборудование (капитальное и транспортное оборудование), энергетика и нефтепродукты, продукты питания (зерновые, мясо и мясопродукты)

Объем экспорта: 14,0 млрд долл. США

Объем импорта: 23,7 млрд долл. США

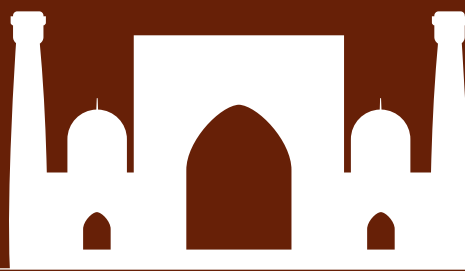
Источник: МВФ, Всемирный банк, ЮНКТАД, ООН, Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике, ITC Trade Map, AZNations

Примечание. Структура ВВП рассчитана по методике Всемирного банка.

Краткий обзор — Республика Узбекистан



Содержание



1.1.

Экономические тенденции

1.3.

Демографические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.4.

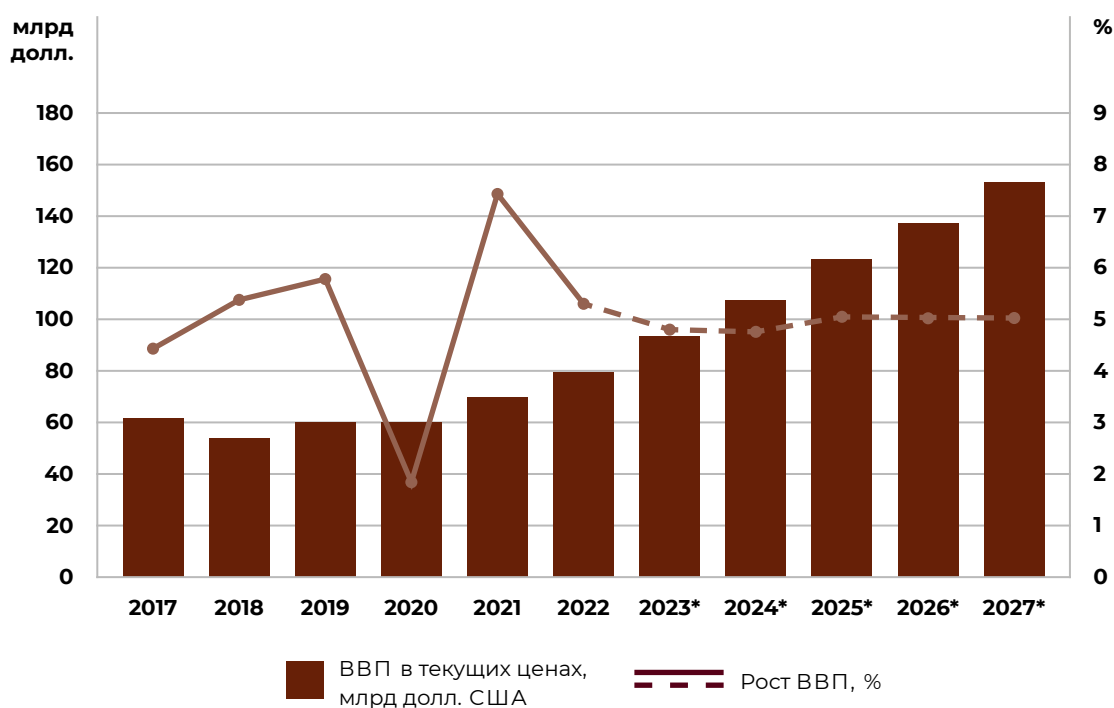
Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

1.1. Экономические тенденции

В 2021 г. экономика Узбекистана продемонстрировала быстрое восстановление после пандемии COVID-19: рост реального ВВП достиг 7,4%, безработица снизилась на 0,9 п.п. до 9,6%. По данным МВФ и Oxford Economics, по итогам 2022 г. прогнозируется рост реального ВВП на 5,1–5,2%, что обусловлено возросшим объемом денежных переводов мигрантов, продолжающейся фискальной поддержкой и устойчивым внутренним потреблением.

В 2023 г. ожидается замедление темпов роста до 4,7–4,8% ввиду глобального экономического спада и сокращения реальных доходов населения под давлением инфляции. С другой стороны, продолжающиеся реформы и улучшение транспортного и экономического взаимодействия с основными торговыми партнерами — Россией и Китаем — благоприятствуют умеренному росту в среднесрочной перспективе.

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

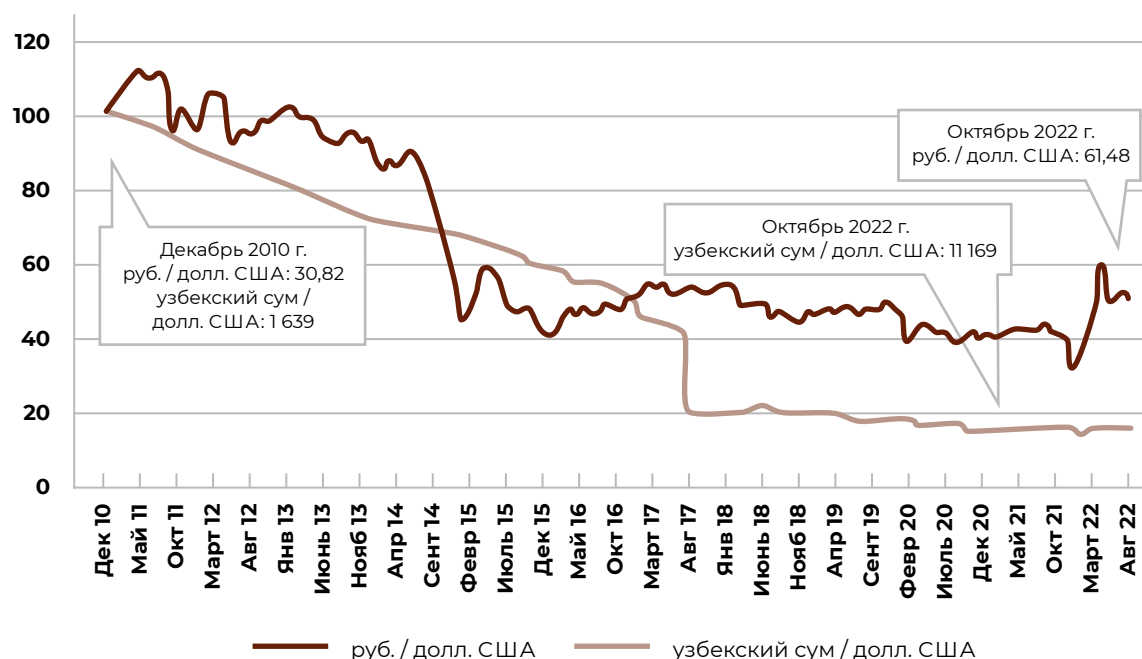


Источник: МВФ (World Economic Outlook), EMIS

Примечание. *прогноз.

Режим валютного курса узбекского сума контролировался Центральным банком Узбекистана до 5 сентября 2017 г., после этой даты был введен режим плавающего валютного курса. Национальная валюта поступательно обесценивается к доллару США на протяжении последнего десятилетия. Однако риск резкой девальвации невелик ввиду умеренного внешнего долга и низкого бюджетного дефицита.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и узбекского сума к доллару США, декабрь 2010 г. – октябрь 2022 г.



Источник: Банк международных расчетов, Банк России

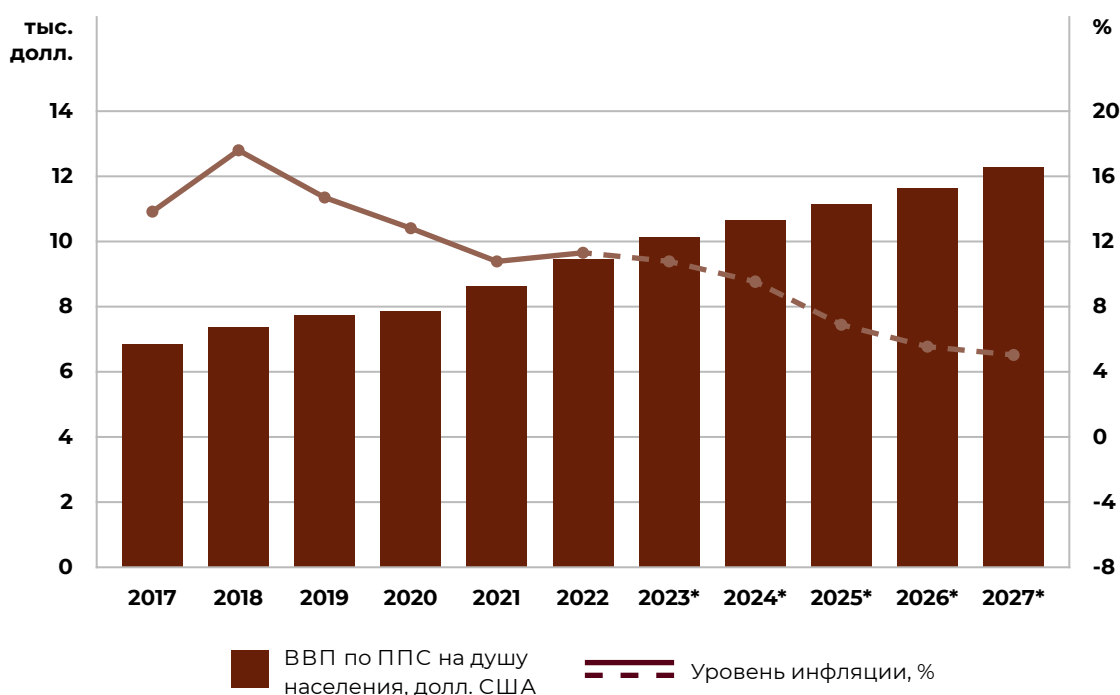
Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

Инфляция в октябре 2022 г. находилась на уровне 12,2%, оставаясь выше целевого показателя Национального банка Узбекистана — 5%, в основном из-за резкого роста цен на продовольствие на фоне высоких мировых котировок и усугубляющихся проблем с глобальными цепочками поставок.

В 2022 г. уровень инфляции оценивался в 11,2%, главным образом из-за снижения покупательной способности. Для борьбы с ростом цен на продовольствие правительство усилило меры социальной поддержки, включая сохранение тарифов на газ и электричество. Кроме того, с целью сдерживания инфляционного давления Центробанк оставил ключевую ставку без изменений — на уровне 15%.

Риски нарушения цепочек поставок из-за политики нулевой терпимости к COVID-19 в Китае способствуют усилению инфляционного давления, однако среднесрочный прогноз умеренно благоприятен: по оценке МВФ, к 2027 г. уровень инфляции снизится до 5,1%, а душевой ВВП достигнет 12,2 тыс. долл. США.

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



Источник: МВФ

Примечание. *прогноз.

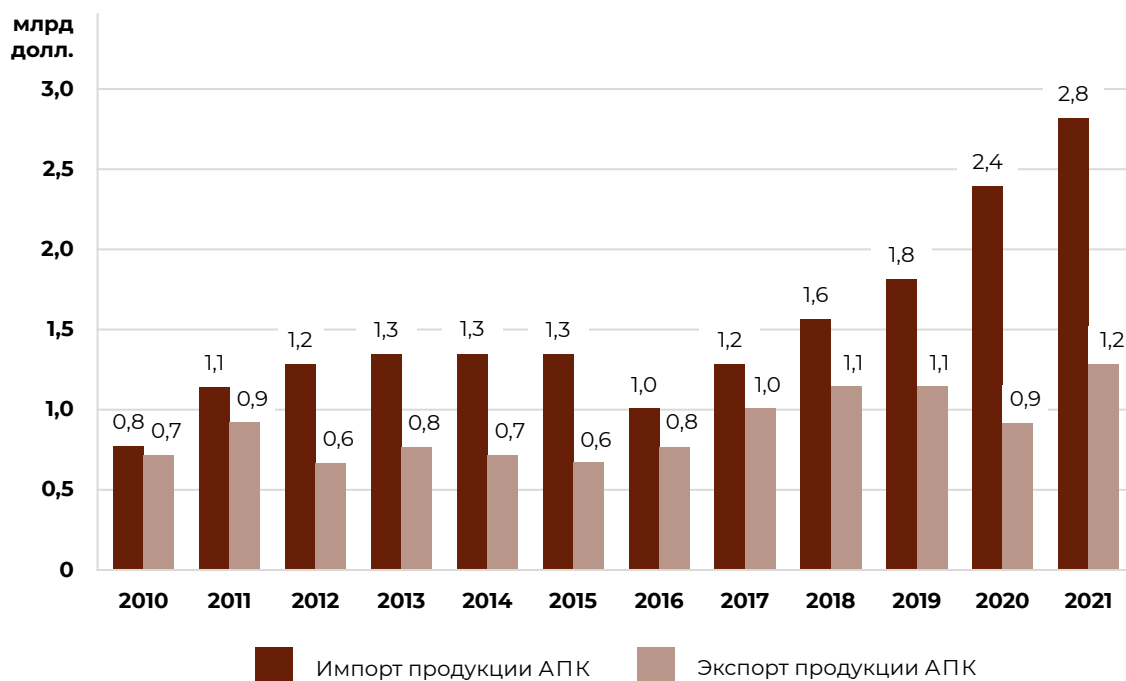
Внешняя торговля продукцией АПК

Несмотря на высокую долю сельского хозяйства в ВВП Узбекистана, страна остается нетто-импортером продукции АПК. По итогам 2021 г. сальдо торгового баланса составило 1,6 млрд долл. США. В свою очередь в динамике с 2010 г. импорт вырос в 3,5 раза и достиг 2,8 млрд долл. США.

Узбекистан преимущественно специализируется на экспорте различных фруктов и овощей. В структуре поставок в стоимостном выражении основными товарными категориями выступают виноград свежий (13,0%), фасоль (11,2%), вишня и черешня (7,6%), виноград сушеный (6,8%) и томаты свежие (5,4%).

В структуре импорта продукции АПК Узбекистана наибольшую долю занимает пшеница (22,3%), импортируемая практически полностью из Казахстана. Также Узбекистан завозит значительные объемы масла подсолнечного (8,9%), маргарина (4,2%), говядины и пищевых субпродуктов крупного рогатого скота (4,2%) и живых животных (4,1%).

Рис. 4. Внешняя торговля продукцией АПК Узбекистана, 2010–2021 гг., млрд долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Виноград свежий	152,5	13,0
Фасоль	131,0	11,2
Вишня и черешня	88,8	7,6
Виноград сушеный (изюм)	79,8	6,8
Томаты свежие	63,6	5,4
Персики свежие	48,0	4,1
Хурма свежая	40,4	3,5
Луковичные овощи свежие	32,3	2,8
Продукты для кормления животных, кроме корма для собак и кошек	31,8	2,7

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Капуста свежая	27,7	2,4
Прочие продукты	473,6	40,5
Итого	1 169,4	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Пшеница	626,4	22,3
Масло подсолнечное	249,9	8,9
Маргарин	118,5	4,2
Говядина и пищевые субпродукты крупного рогатого скота	117,1	4,2
Крупный рогатый скот (живые животные)	116,0	4,1
Мука пшеничная	103,9	3,7
Шоколадные кондитерские изделия	99,5	3,5
Сахар свекловичный и тростниковый	98,3	3,5
Животные и растительные масла и жиры (гидрогенизированные, пере-, реэтерифицированные или элаидинизированные, но не подвергнутые дальнейшей обработке)	93,9	3,3
Чай	74,8	2,7
Прочие продукты	1 111,9	39,6
Итого	2 810,1	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

1.2. Политические тенденции

Узбекистан — демократическая республика с президентской формой правления¹. Высшим должностным лицом является президент, который представляет страну на международной арене, имеет право заключать договоры, является главнокомандующим вооруженных сил. Он также подписывает законы, взаимодействует с другими органами власти для управления страной. Президент избирается всеобщим тайным голосованием сроком на 5 лет. Должность президента с 2016 г. занимает Шавкат Миромонович Мирзиёев, который был переизбран в 2021 г.

Высшим государственным законодательным органом в Узбекистане является двухпалатный парламент. Сенат (верхняя палата) избирается раз в 5 лет тайным голосованием из числа депутатов региональных представительных органов (по 6 человек от каждой области, а также Ташкента и Республики Каракалпакстан). Кроме того, 16 из 100 сенаторов назначаются лично президентом. Нижней палатой парламента является Олий Мажлис, члены которого избираются всенародным голосованием раз в 5 лет. Он состоит из 150 депутатов. Парламент определяет направление внутренней и внешней политики страны, регулирует таможенные, валютные и кредитные дела, ратифицирует международные договоры, которые подписывает президент, утверждает указы президента.

Исполнительная власть принадлежит Кабинету министров. Кандидатура премьер-министра выдвигается политической партией, имеющей парламентское большинство. Президент Республики Узбекистан после рассмотрения представленной кандидатуры в десятидневный срок предлагает ее на рассмотрение и утверждение палатами Олий Мажлиса Республики Узбекистан.

Верховный суд Республики Узбекистан является высшим органом судебной власти в сфере гражданского, уголовного, экономического и административного судопроизводства.

Оценка рисков

В Узбекистане сложилась устойчивая политическая система. В последние годы наблюдается общее повышение показателей политической стабильности. Тем не менее остается в силе ряд рисков.

В Республике Каракалпакстан сохраняются риски сепаратизма. Основными причинами недовольства жителей Каракалпакстана являются низкий уровень жизни населения и серьезные экологические проблемы, вызванные высыханием Аральского моря и запустыниванием территории региона. В июле 2022 г.

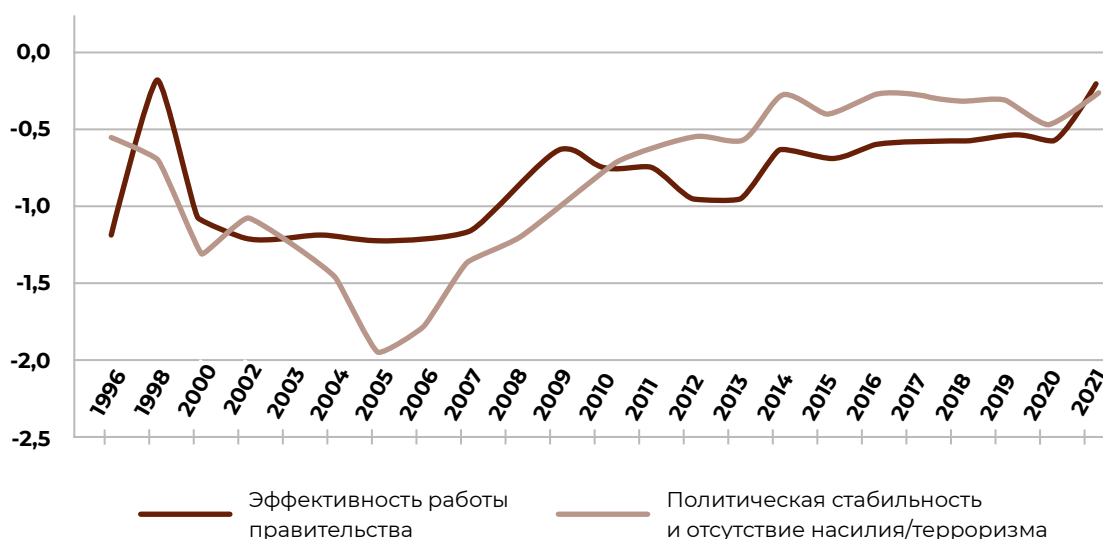
¹ <https://exportmo.ru/uzbekistan>

прошли акции протеста против готовившихся конституционных поправок, в результате которых Республика Каракалпакстан должна была лишиться статуса «суверенной» и утратить возможность выхода из Узбекистана с помощью референдума². Протесты были разогнаны силами полиции. После этих событий внесение изменений было отложено. Сейчас ситуация стабилизировалась, но в регионе имеют место перебои с интернетом и мобильной связью³.

Напряженной остается ситуация в Ферганской долине, так как между Узбекистаном, Киргизией и Таджикистаном сохраняются разногласия относительно государственных границ, что время от времени приводит к вооруженным столкновениям и конфликтам между представителями разных народов.

Сохраняются и внешние риски. В первую очередь опасность представляют неконтролируемые потоки мигрантов и вероятность дестабилизации ситуации в Афганистане. В Узбекистане также остается актуальной проблема террористической активности.

Рис. 5. Основные показатели качества государственного управления в Узбекистане



Источник: Банк международных расчетов

На текущий момент показатели политической стабильности и эффективности работы правительства по-прежнему показывают отрицательные значения. Однако общий курс можно интерпретировать как тренд на стабилизацию и повышение эффективности государственного управления, о чем свидетельствует последовательное повышение упомянутых показателей, остающихся на отно-

² <https://ria.ru/20220704/uzbekistan-1800167363.html>

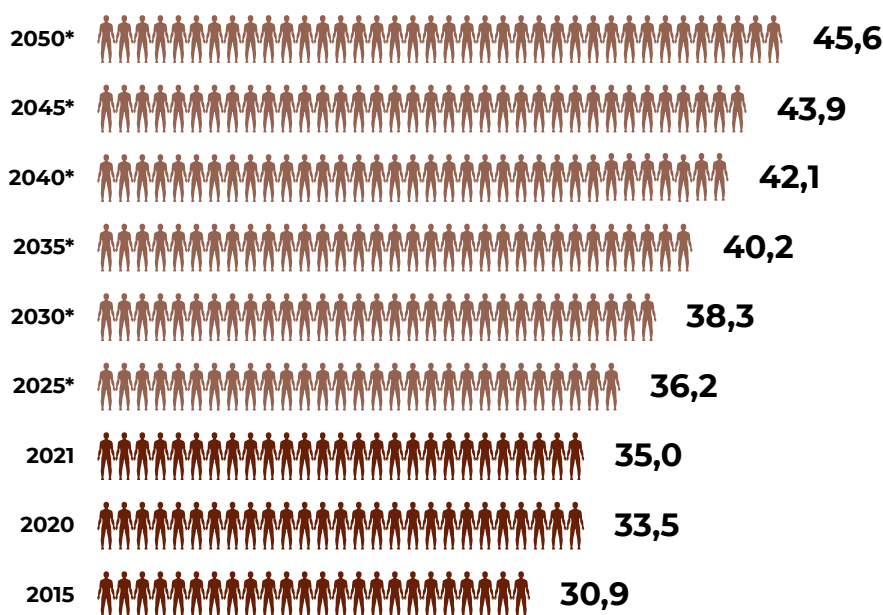
³ <https://lenta.ru/articles/2022/07/09/karakalpak/>

сительно стабильном уровне за последние 10 лет. На сегодняшний день факторы политического порядка не оказывают существенного негативного влияния на состояние продуктового рынка страны, в частности на рынок чая.

1.3. Демографические тенденции

В 2021 г. численность населения Узбекистана составила 35,0 млн человек. Прирост по отношению к 2020 г. составил 1,8%. По прогнозу ООН, к 2050 г. этот показатель достигнет 45,6 млн человек.

Рис. 6. Общая численность населения Узбекистана, прогноз до 2050 г., млн человек



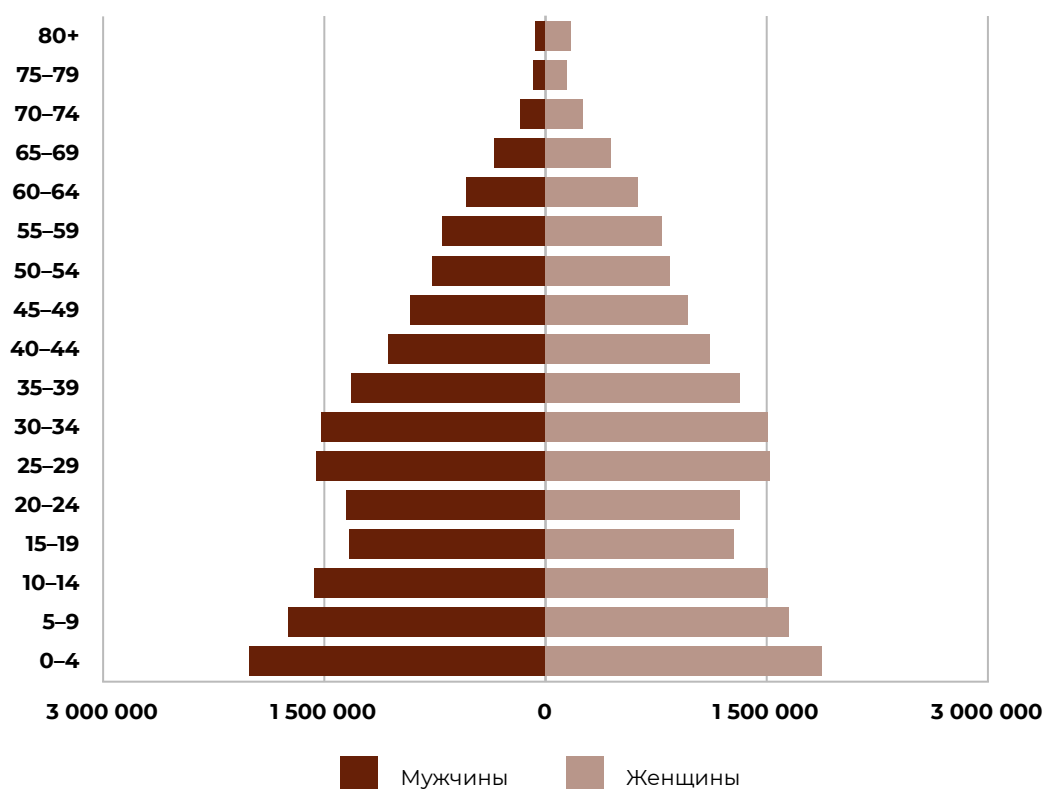
Источник: ООН

Примечание. *прогноз.

В Узбекистане преобладает титульная нация — узбеки. По данным Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан, на 1 января 2021 г. численность нации узбеков составила 84,4%. В динамике этническая концентрация возрастает, а доля узбеков демонстрирует рост (с 71,2% в 1989 г.). Также в стране проживают таджики (4,9%), казахи (2,4%), каракалпаки (2,2%), русские (2,1%) и другие народы.

В структуре населения численность женщин и мужчин примерно равна. Порядка 61,6% населения — люди трудоспособного возраста и 45,4% — люди моложе 25 лет, которые, как ожидается, станут драйвером потребительского спроса.

Рис. 7. Население Узбекистана по полу и возрасту, 2021 г.



Источник: ООН

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Несмотря на последствия геополитической напряженности, по итогам 2022 г. экономика Узбекистана выросла на 5,2%. Среднесрочный прогноз основан на проведении правительством структурных реформ с целью стимулирования роста экономики за счет частного сектора, который будет поддерживать деловую активность.

Потребительские расходы на душу населения увеличиваются и к 2027 г. ожидаются на уровне 1 400 долл. США. Почти половину из них составляют расходы на продукты питания и безалкогольные напитки.

По данным Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан, в 2021 г. около 17% населения находилось за чертой бедности. Социальные реформы будут иметь ключевое значение для поддержки наиболее уязвимых слоев населения.

Рис. 8. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2021 г., 2018–2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (Passport)

Примечание. *прогноз.

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Узбекистана:

- зависимость от импорта продуктов питания, поскольку в настоящее время сельское хозяйство и производственные мощности страны не в состоянии полностью удовлетворить потребительский спрос;
- активный прирост молодого населения;
- увеличение потребностей в полуфабрикатах и готовых к употреблению блюдах;
- активное распространение социальных сетей, которые являются эффективным каналом продвижения продукции;
- постепенный рост располагаемых доходов, урбанизация и повышение осведомленности населения о продуктах питания открывают новые возможности для потребления импортной продукции. Наряду с ценой качество все чаще становится не менее важным фактором;
- развитие гостинично-ресторанного сектора формирует спрос на импортную продукцию, растет популярность международных сетей заведений фастфуд, особенно среди молодежи.

A close-up photograph of a brown ceramic teapot pouring a stream of light-colored tea into a matching brown ceramic cup. The cup is partially filled with tea. In the background, another similar cup is visible, and some dried tea leaves are scattered on a dark, textured surface. A large, white, stylized number '2' is overlaid on the bottom right of the image.

2

Содержание



2.1.

Объем и динамика рынка

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.2.

Потребительские предпочтения

2.4.

Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

Чай в Узбекистане — очень популярный напиток, потребляемый несколько раз в день и занимающий важное место в национальной культуре. Существуют особенности чаепития: специальная посуда, правила заваривания, очередность подачи. Чаем начинается и завершается прием пищи. В стране потребляется большое количество этого напитка независимо от сезона.

Производство

Собственное производство чая в Узбекистане практически не развито. В 2018 г. принято решение о создании экспериментальных промышленных площадок по его выращиванию в четырех областях страны. Однако даже планируемые объемы производства не превышают 300 тонн в год.

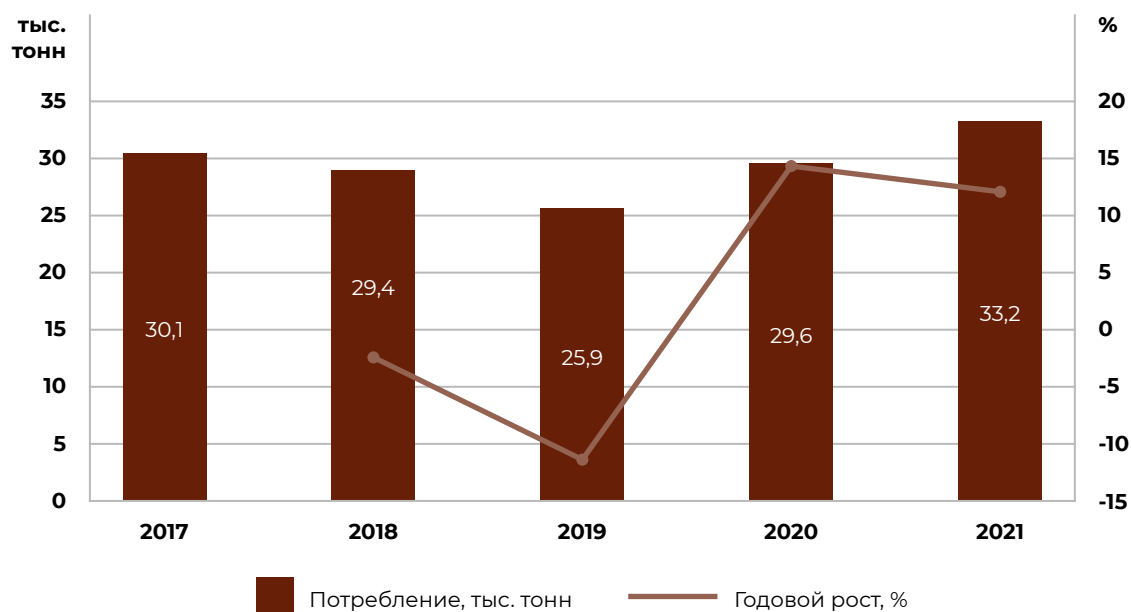
Производство чая ограничивается фасовкой и полностью зависит от импорта чайного сырья. В стране действует крупнейшая Самаркандская чаеразвесочная фабрика производственной мощностью до 18,5 тыс. тонн чая в год. На фабрике имеется порядка 26 упаковочно-фасовочных машин для фасовки чая в пакеты по 50–500 г. Компания импортирует чай из Китая, Турции, Шри-Ланки и Индии. Продукция выпускается под брендами Amir и «Самарканд Чой».



Потребление

В 2017–2018 гг. потребление чая в натуральном выражении находилось на стабильном уровне около 30 тыс. тонн. За рассматриваемый период лишь в 2019 г. отмечалось снижение объемов потребления на 12,1%, когда сократились поставки чая из Китая. В 2021 г. потребление составило 33,2 тыс. тонн, что на 11,9% больше 2020 г. Потребление на душу населения в 2021 г. также выросло на 9,7% и достигло рекордных объемов за анализируемый период в 0,95 кг в год.

Рис. 9. Потребление чая в Узбекистане в натуральном выражении, 2017–2021 гг.



Источник: Euromonitor International, EMIS, UN Comtrade

Примечание. Без учета переходящих запасов.

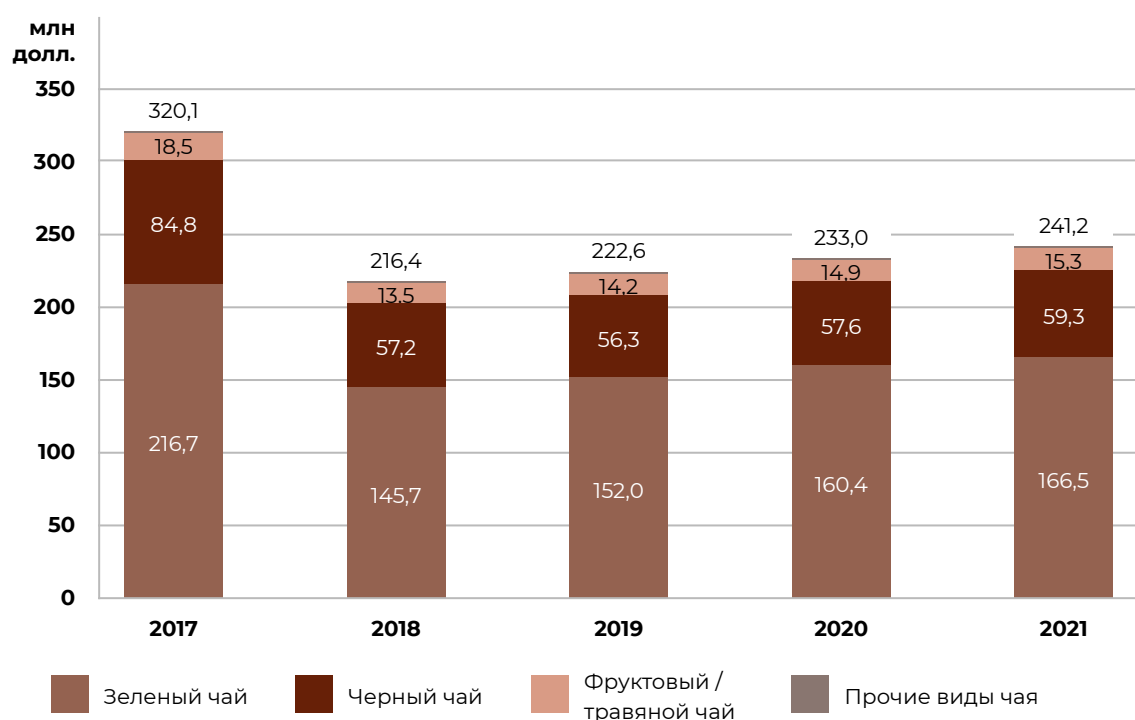
Рис. 10. Потребление чая в Узбекистане на душу населения, 2017–2021 гг.



Источник: Euromonitor International, EMIS

Наиболее распространенные виды чая — зеленый, черный, фруктовый и травяной. Зеленый чай имеет в Узбекистане наибольшую популярность и, соответственно, наибольший натуральный и стоимостной объем: 70% розничных продаж чая приходится именно на него. Далее по популярности следует черный чай, затем фруктовый и травяной. На протяжении всего исследуемого периода процентное соотношение всех видов чая достаточно стабильно.

Рис. 11. Структура потребления чая в Узбекистане в стоимостном выражении, 2017–2021 гг., млн долл. США

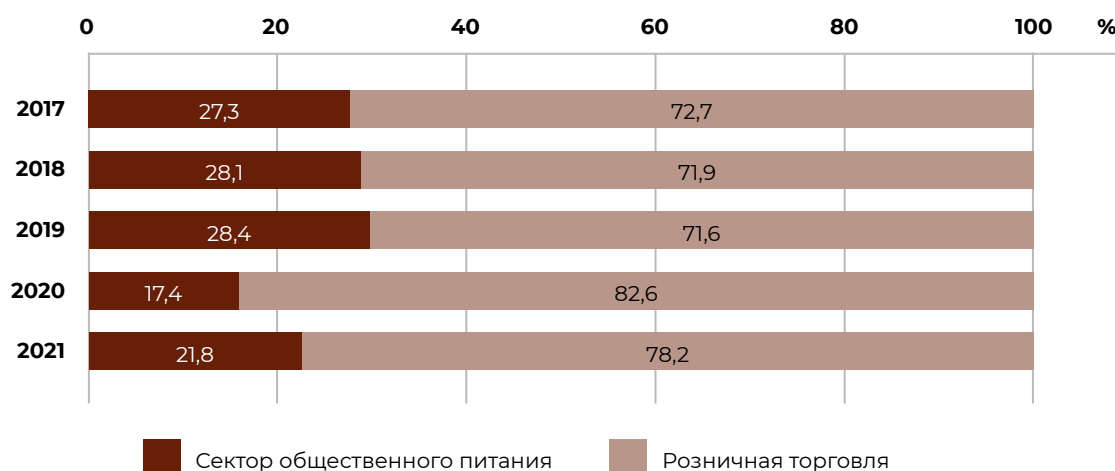


Источник: Euromonitor International

Основной канал реализации чая — розничная торговля, на которую приходится 70–80% потребления. Около 28% чая реализуется в секторе HoReCa, во время пандемии доля данного сектора в структуре потребления снизилась до 21%.



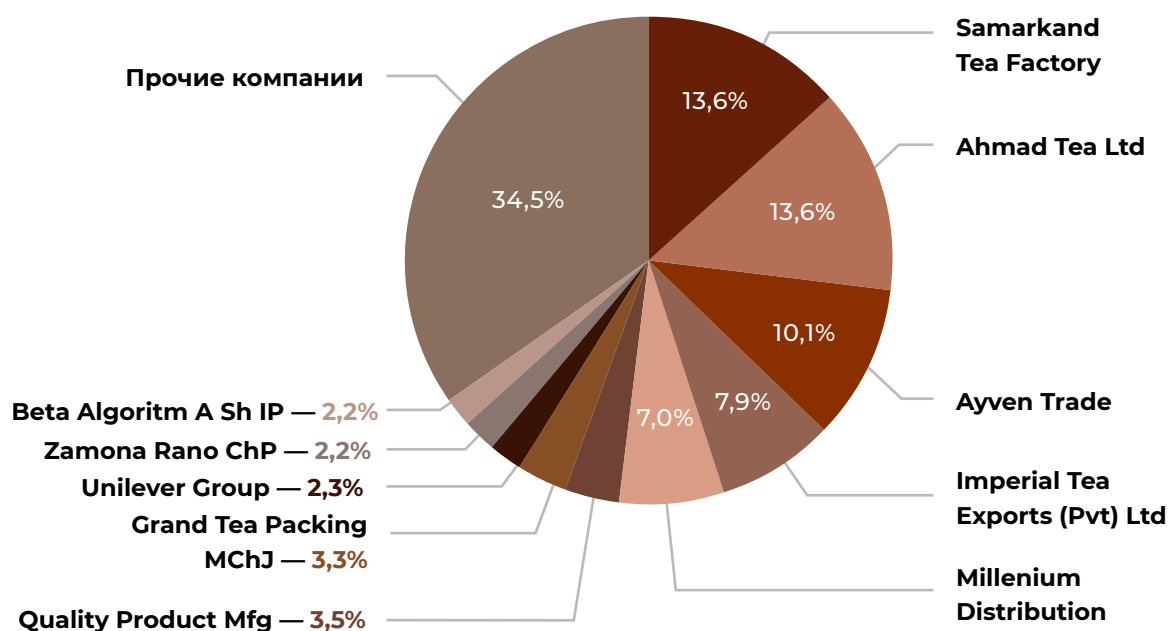
Рис. 12. Структура потребления чая в Узбекистане по каналам реализации, 2017–2021 гг., %



Источник: Euromonitor International, EMIS

Крупнейшими игроками рынка являются: Самаркандская чаеразвесочная фабрика — 13,6%; британский производитель чая Ahmad Tea Ltd с заводами в Китае, ОАЭ, Шри-Ланке и России — 13,6%; узбекистанский импортер Ayven Trade (дистрибьютор брендов Greenfield, Tess, Princessa Java, Nuri) — 10,1%; экспортер чая из Шри-Ланки Imperial Tea Exports — 7,9%; узбекистанский импортер/дистрибьютор чая и кофе Millenium Distribution — 7,0%.

Рис. 13. Основные компании – поставщики чая в Узбекистане в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: Euromonitor International, EMIS

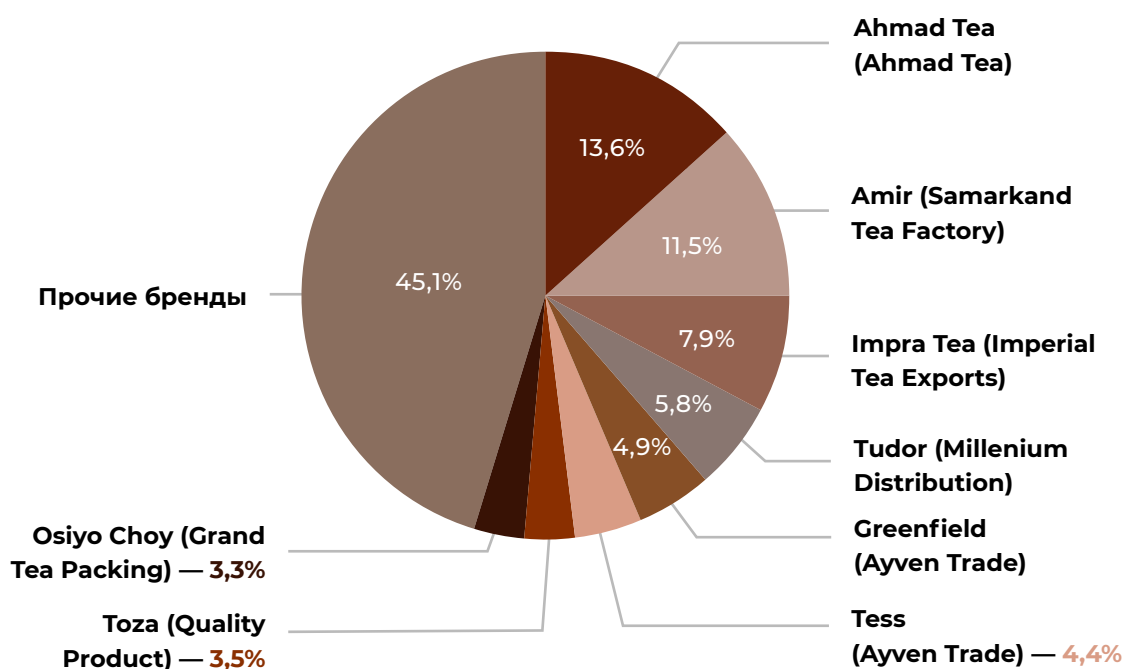
Наибольшую долю продаж на рынке чая имеют бренды Amir — 13,8% (Самаркандская фабрика, наиболее распространенные чаи № 110 и № 95) и Ahmad Tea (Ahmad Tea Ltd). Далее следует Imprа Tea (Imperial Tea Exports) с долей продаж 7,7%. На 4–5-м местах находятся бренды Flecha (китайский экспортер чая Flecha Tea) и Toza (узбекистанская чаеразвесочная компания Quality Product) с долями 6,0% и 5,9% соответственно.

Лидер рынка бренд Amir представлен в категории зеленого чая (упаковки листового чая в 80, 90, 500 г и на развес) и черного чая (упаковки листового чая в 80 г и на развес). Ahmad Tea также предлагает чай зеленый листовой (упаковки 100, 250 г) и в пакетиках (50 г), наряду с черным чаем — упаковки листового чая (100, 250 г) и упаковки с чайными пакетиками (50, 200 г).

Под брендом Imprа Tea на рынке представлен черный чай — упаковки листового чая (100, 250 г) и упаковки с чайными пакетиками (50, 60 г). Бренд Flecha предлагает главным образом зеленый листовой чай (350 г) и черный листовой чай (88, 350 г).

Под брендом Toza продается черный чай — упаковки листового чая (90, 100 г и на развес), а также зеленый чай — упаковки листового чая (80, 100, 225, 400 г).

Рис. 14. Структура розничных продаж чая в Узбекистане по брендам в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: Euromonitor International, EMIS

Экспорт и импорт

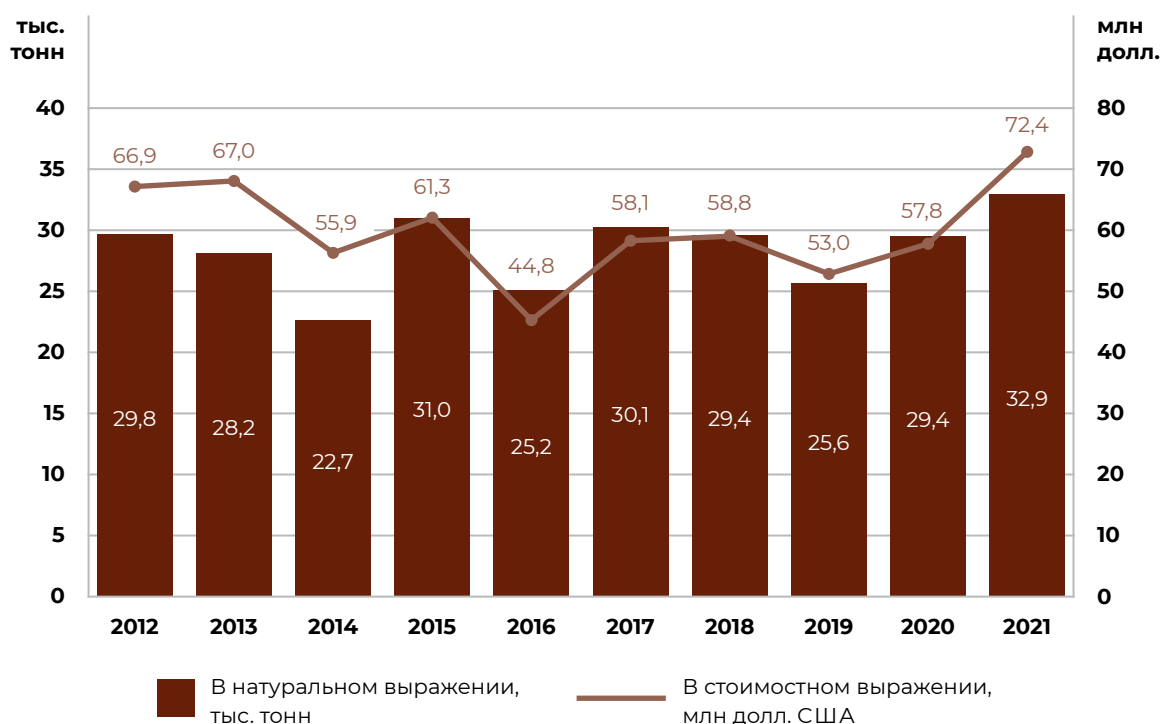
Экспорт

Узбекистан экспортирует незначительные объемы чая. Более 80% объемов занимает зеленый чай, его средняя цена значительно ниже, чем у черного. Основным импортером чая из Узбекистана является Таджикистан.

Импорт

За последние пять лет импорт чая Узбекистана составлял порядка 30 тыс. тонн. В 2021 г. объемы в натуральном и стоимостном выражении увеличились на 11,9% и 25,2% и составили 32,9 тыс. тонн на 72,4 млн долл. США, что стало рекордным показателем за 2012–2021 гг.

Рис. 15. Импорт чая Узбекистана в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.

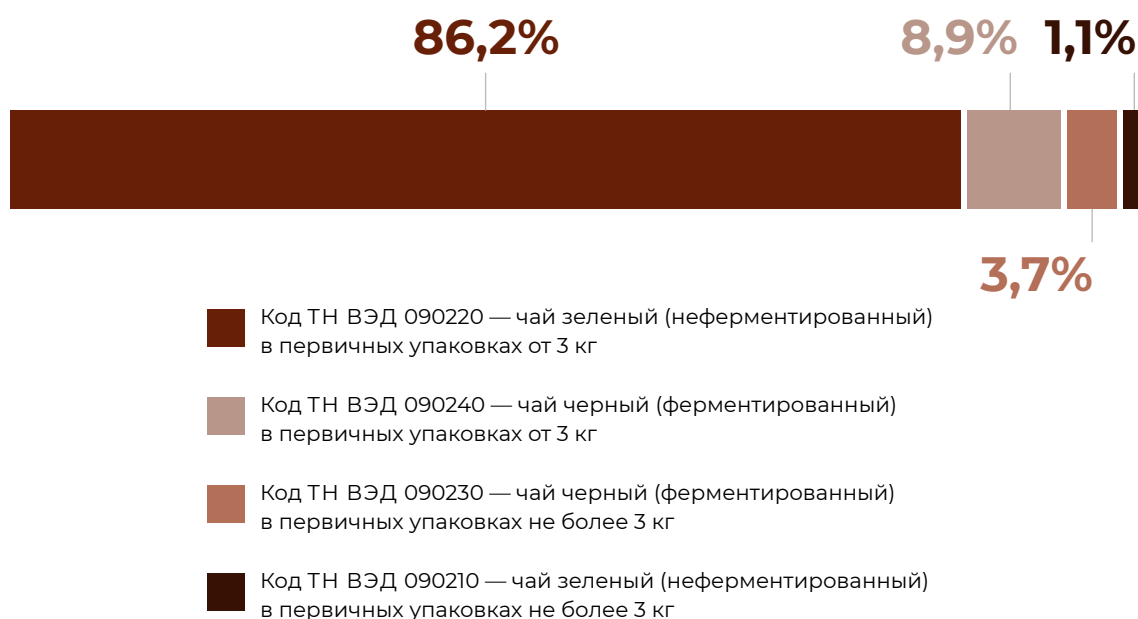


Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

В натуральном выражении 86,2% импорта чая Узбекистана приходилось на неферментированный зеленый чай в крупных упаковках от 3 кг и гораздо меньший объем в 8,9% — на ферментированный черный чай в упаковках от 3 кг. Доли ферментированного черного чая в упаковках не более 3 кг и неферментированного зеленого чая в упаковках не более 3 кг незначительны — 3,7% и 1,1% соответственно.

Рис. 16. Структура импорта чая Узбекистана по категориям в натуральном выражении, 2021 г., %



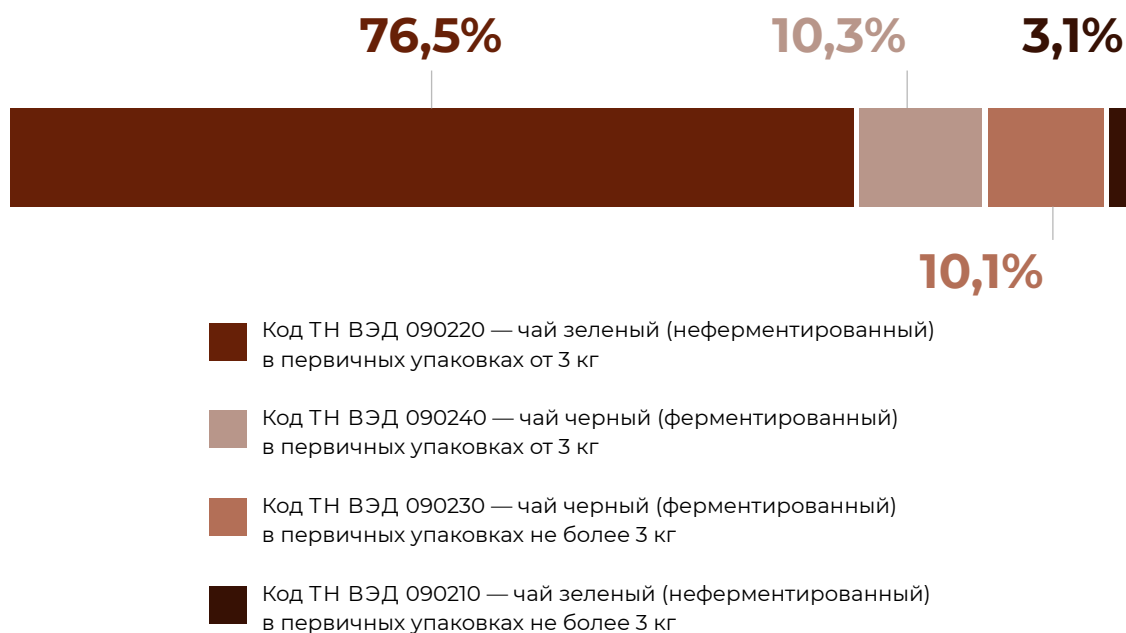
Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.



В стоимостном выражении 76,5% импортируемого в страну чая составляет неферментированный зеленый чай в упаковках от 3 кг, 10,3% — ферментированный черный чай в упаковках от 3 кг. Такая же доля ферментированного черного чая в упаковках, но не более 3 кг — 10,1%. Доля неферментированного зеленого чая в упаковках не более 3 кг — 3,1%.

Рис. 17. Структура импорта чая Узбекистана по категориям в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.



В 2021 г. ведущим экспортером чая в Узбекистан был Китай, занявший 87,0% рынка в натуральном выражении. В 2021 г. китайский экспорт вырос на 24,7% относительно 2020 г. и составил 28,7 тыс. тонн. Осуществлялись также поставки из Кении, ОАЭ и Шри-Ланки, на долю которых суммарно пришлось 9,8% импорта Узбекистана. Россия активно начала поставлять чай в Узбекистан с 2017 г. и в 2021 г. заняла 5-е место в структуре узбекистанского импорта с долей 1,2%.

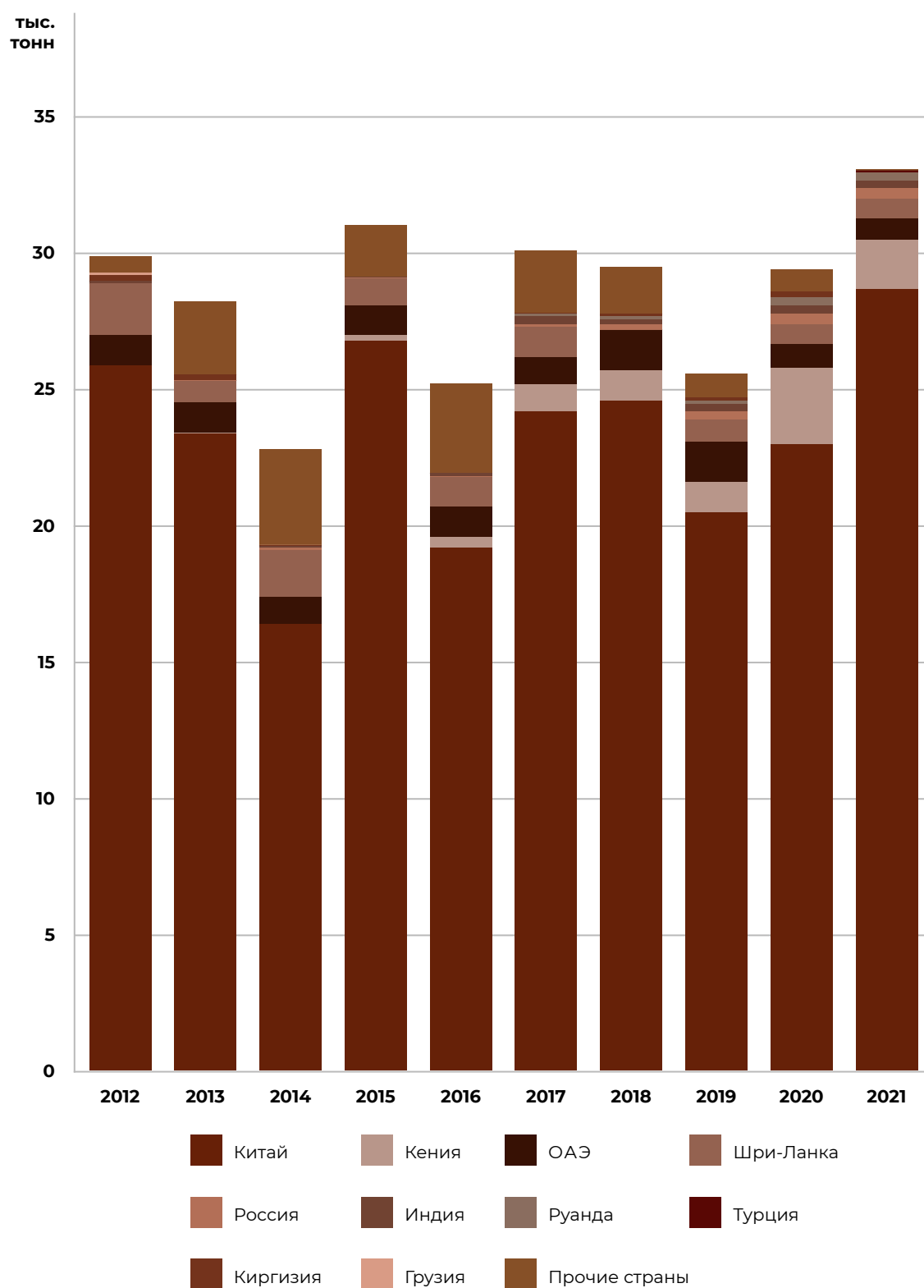
Табл. 3. Импорт чая Узбекистана по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Китай	25,9	23,4	16,4	26,8	19,2	24,2	24,6	20,5	23,0	28,7	87,0
2	Кения	—	0,03	—	0,2	0,4	1,0	1,1	1,1	2,8	1,8	5,3
3	ОАЭ	1,1	1,1	1,0	1,1	1,1	1,0	1,5	1,5	0,9	0,8	2,4
4	Шри-Ланка	1,9	0,8	1,7	1,0	1,1	1,1	—	0,8	0,7	0,7	2,1
5	Россия	0,0	0,03	0,1	0,03	0,03	0,1	0,2	0,3	0,4	0,4	1,2
6	Индия	0,1	—	0,05	0,01	0,1	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,9
7	Руанда	—	—	—	—	—	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,8
8	Турция	—	0,0003	0,0004	—	0,0003	0,0001	0,002	0,004	0,01	0,04	0,1
9	Киргизия	0,2	0,2	0,05	0,01	0,005	0,01	0,1	0,1	0,2	0,03	0,1
10	Грузия	0,1	—	—	0,001	0,01	0,01	—	0,001	0,002	0,02	0,1
	Прочие страны	0,6	2,7	3,5	1,9	3,3	2,3	1,7	0,9	0,8	0,02	0,1
	Итого	29,8	28,2	22,7	31,0	25,2	30,1	29,4	25,6	29,4	32,9	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Рис. 18. Импорт чая Узбекистана по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

В 2021 г. в стоимостном выражении по поставкам чая наибольшую долю (77,5%) также занимал Китай. Шри-Ланка, Кения и ОАЭ поставили чай на 12,4 млн долл. США и заняли суммарно долю в 17,3%. На остальные страны в совокупности пришлось 5,2% импорта, что эквивалентно 3,9 млн долл. США.

Табл. 4. Импорт чая Узбекистана 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	Китай	51,1	52,8	38,0	50,4	31,5	42,5	47,0	36,2	40,4	56,1	77,5
2	Шри-Ланка	9,4	6,9	10,1	5,6	5,5	6,0	—	4,4	3,8	4,8	6,7
3	Кения	—	0,1	—	0,6	1,0	3,0	2,6	2,4	5,5	4,0	5,6
4	ОАЭ	3,9	3,2	2,3	1,7	1,5	2,2	4,9	5,7	2,9	3,6	5,0
5	Россия	0,0	0,2	0,4	0,1	0,1	0,4	1,2	1,6	2,1	1,9	2,6
6	Индия	0,2	—	0,2	0,03	0,3	0,8	0,3	0,6	0,7	0,7	0,9
7	Руанда	—	—	—	—	—	0,3	0,3	0,2	0,7	0,7	0,9
8	Турция	—	0,005	0,003	—	0,002	0,001	0,01	0,01	0,03	0,1	0,1
9	Киргизия	0,9	0,5	0,1	0,02	0,004	0,02	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1
10	Грузия	0,2	—	—	0,0003	0,008	0,004	—	0,001	0,0005	0,1	0,2
	Прочие страны	1,2	3,3	4,9	2,8	4,9	2,9	2,2	1,7	1,6	0,3	0,4
	Итого	66,9	67,0	55,9	61,3	44,8	58,1	58,8	53,0	57,8	72,4	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

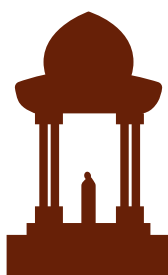
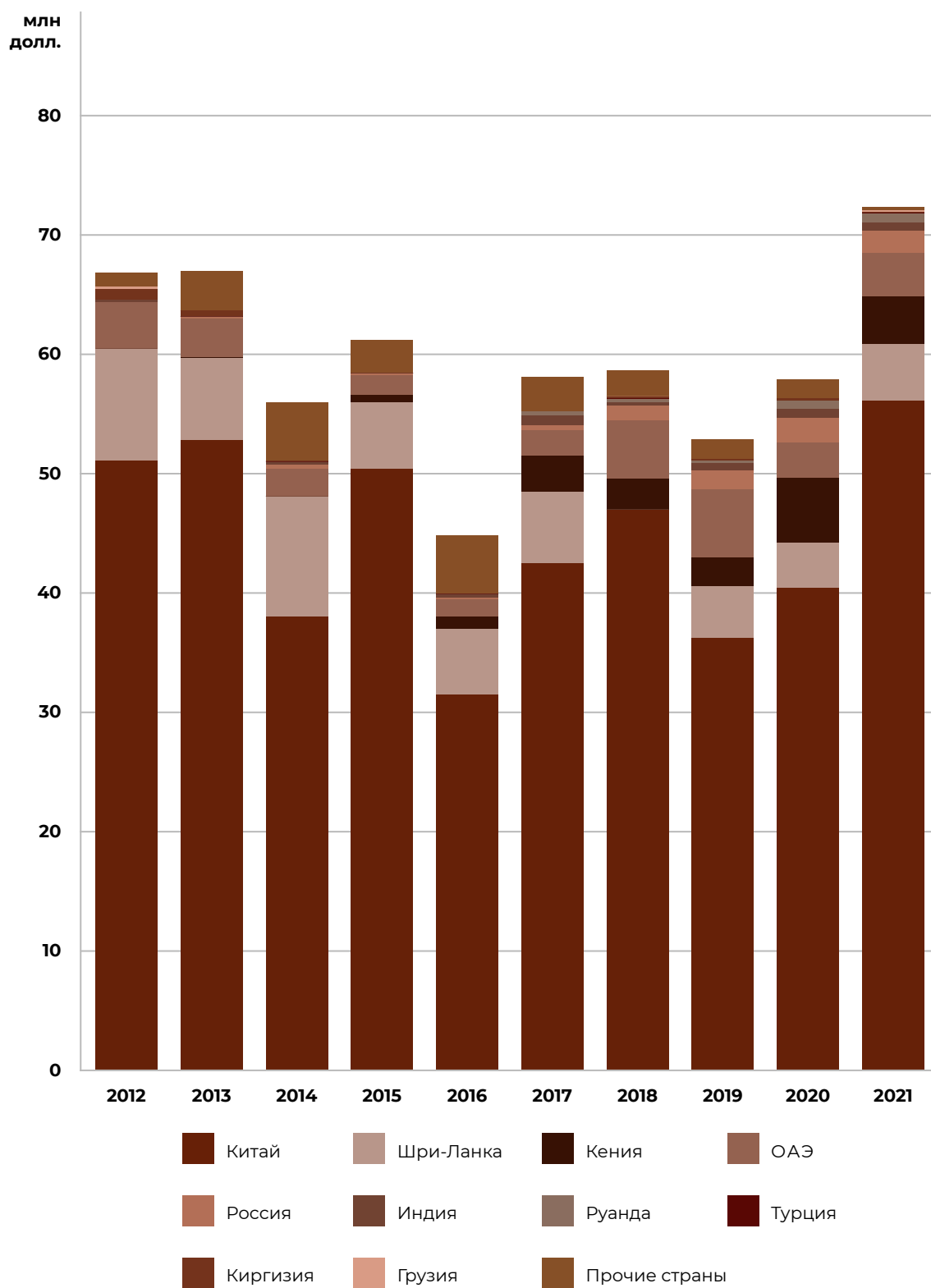


Рис. 19. Импорт чая Узбекистана по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

В 2021 г. средняя цена импортируемого чая составила 2 200 долл. США за тонну. Наиболее дорогая продукция поставлялась из Грузии (в 3,4 раза выше средней цены), Шри-Ланки (в 3,2 раза), России (в 2,2 раза), ОАЭ (в 2,1 раза). В 2021 г. Китай — крупнейший экспортер чая в страну — осуществлял поставки по цене на 11,0% ниже средней.

Табл. 5. Средняя импортная цена чая Узбекистана по странам-экспортерам, 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	2 245	2 377	2 459	1 976	4 456	1 933	1 997	2 071	1 969	2 200	—
Грузия	1 323	—	—	499	1 250	750	—	1 200	300	7 492	в 3,4 раза
Шри-Ланка	4 851	8 291	6 062	5 488	4 845	5 492	—	5 788	5 843	7 002	в 3,2 раза
Россия	1 498	6 654	6 332	4 585	4 803	4 632	5 719	5 117	5 247	4 908	в 2,2 раза
ОАЭ	3 657	3 064	2 231	1 555	1 360	2 172	3 350	3 758	3 273	4 674	в 2,1 раза
Руанда	—	—	—	—	—	3 324	2 839	2 811	2 719	2 660	20,9
Турция	—	—	8 277	—	5 741	6 412	3 666	2 869	4 317	2 586	17,6
Кения	—	3 155	—	2 853	2 781	3 100	2 451	2 101	1 917	2 310	5,0
Киргизия	4 823	2 561	1 775	1 834	980	2 525	1 789	2 287	1 406	2 251	2,3
Индия	2 760	—	3 426	2 684	2 769	2 316	1 660	1 857	2 011	2 182	-0,8
Китай	1 978	2 257	2 319	1 881	1 644	1 759	1 910	1 765	1 753	1 958	-11,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.



Табл. 6. Основные страны – экспортеры чая на рынок Узбекистана в 2021 г.

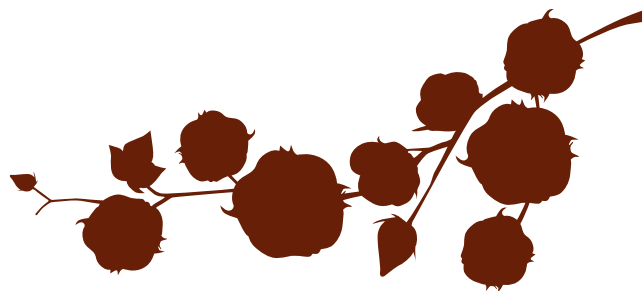
№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Китай	77,5	- Китай является мировым лидером по производству чая, а культура чаепития в стране — древнейшая в мире. Наиболее массово чай производится в провинциях Аньхой, Чжэцзян, Юньнань и Фуцзянь. Каждая из них славится уникальными сортами и разновидностями чая, что обусловлено разницей в условиях произрастания чайных кустов, а также в традициях обработки сырья. - На зеленый чай приходится большая часть производства чая в Китае и, как следствие, больше половины от общего объема экспорта. - В 2021 г. цена за тонну экспортируемого китайского чая была зафиксирована на уровне 1 958 долл. США, что на 11% ниже средней импортной цены
2	Шри-Ланка	6,7	- Шри-Ланка экспортирует свою продукцию по самым высоким ценам, в 2021 г. цена за тонну чая из страны была зафиксирована на уровне 7 002 долл. США, что в 3,2 раза выше средней импортной цены. - Шри-Ланка является одним из мировых лидеров по производству чая. Почти вся производимая продукция идет на экспорт. Чай культивируется круглый год и выращивается на трех уровнях: до 600 м над уровнем моря в районах Балангоды, Ратнапуры, долины реки Келани и Галле; от 600 до 1 200 м и выше 1 200 м в районах вокруг Нуvara-Элии. - В 2021 г. на рынок Узбекистана было поставлено 0,7 тыс. тонн чая на 4,8 млн долл. США, что выше показателей 2020 г. на 5% в натуральном и 25% в стоимостном выражении
3	Кения	5,6	- На протяжении всего рассматриваемого периода Кения наращивала объем поставок чая в Узбекистан и в 2021 г. поставила на рынок страны 1,8 тыс. тонн продукции на 4,0 млн долл. США, заняв второе место среди стран-экспортеров. - При выращивании чая кенийские производители не используют химические удобрения и пестициды, поэтому кенийский чай считается одним из самых экологически чистых в мире. - Больше 95% производимого в стране чая — различные разновидности черного чая, которых насчитывается более полусотни

Продолжение табл. 6.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
4	ОАЭ	5,0	- Эмиратская компания Alokozay является одним из крупнейших мировых производителей чая с ежегодным оборотом до 2 млн коробок чая, включая черный, зеленый, ароматизированный и травяной. - Значительную долю экспорта чая из ОАЭ составляют премиальные чайные наборы с элитными сортами чая, а средняя импортная цена на тонну продукции в 2021 г. была зафиксирована на уровне 4 674 долл. США, что в 2,1 раза выше средней. - С 2017 г. ОАЭ входит в топ-5 экспортеров чая в Узбекистан как в натуральном, так и в стоимостном выражении. В 2021 г. ОАЭ поставили в страну 0,8 тыс. тонн чая на 3,6 млн долл. США
5	Россия	2,6	- Являясь крупными импортерами сырья из разных стран, российские чаеразвесочные предприятия обеспечивают готовой продукцией не только внутренний рынок, но и имеют возможность экспортировать ее. - Благодаря разнообразию природно-климатических условий Россия может поставлять на экспорт и виды чая с разнообразными уникальными добавками, такие как иван-чай и различные травяные сборы. - В 2021 г. Россия поставила на рынок Узбекистана 0,4 тыс. тонн чая на 1,9 млн долл. США по цене в 2,2 раза выше средней (4 908 долл. США/тонна)

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.



2.2. Потребительские предпочтения

Особенности и традиции потребления

Узбекистан является мировым лидером по потреблению чая: по данным Euromonitor, 99,6% населения страны предпочитает этот напиток кофе⁴, что во многом обусловлено историей и культурными традициями. Чаем открывается и завершается любая прием пищи, в течение дня чай может подаваться как «отдельное блюдо», и каждый раз он обязательно заваривается свежий.

Чай появился в Узбекистане относительно недавно, в XIX веке. Тогда в чистом виде его могли позволить себе только самые богатые люди. Большинство населения заваривало сборы из местных трав со специями и небольшой долей чайного листа. Основную роль в развитии традиций чаепития сыграло географическое положение Узбекистана как одной из ключевых точек Шелкового пути (г. Самарканд), по которому из Китая и Индии перевозили товары, в том числе чай, в Европу.

Практически во всех регионах Узбекистана население предпочитает зеленый чай остальным видам напитка (по данным аналитики Euromonitor, это 80% всего потребляемого в стране чая). Однако в столице страны, Ташкенте, большей популярностью пользуются различные виды черного чая (общая доля черного чая, по данным Euromonitor, примерно 25%). Кроме того, издавна у многих народов Азии, в том числе в Узбекистане, в пищу традиционно употребляется соленый чай на молоке со специями, который заваривается на основе как черного, так и зеленого чая.

Предпочтения различных видов чая восходят к периоду зарождения чайной традиции Узбекистана, когда под влиянием западно-монгольских (калмыцких) традиций, предполагавших употребление черного чая на молоке, и отчасти в силу особенностей развития чайной торговли в конце XIX века в Ташкент завозилось больше черного чая из Индии и Цейлона. В Самарканд традиционно доставлялся зеленый чай из Китая, откуда он далее распространялся по другим регионам страны.

Среди рецептов приготовления чая в Узбекистане наиболее популярны: кок-чай (зеленый чай), раис-чай (крепкий зеленый чай), кора-чай (черный чай), мурч-чай (черный чай с черным перцем и медом), райхонли-чай (черный чай с базиликом), сенданами-чай (черный чай с семенами посевной чернушки), заъфаронли-чай (зеленый чай с шафраном), различные горные чаи (на основе зеленого чая с набором трав). Остается популярным и традиционный чай на молоке ок-чай (на основе черного чая или смеси черного с зеленым) с добавлением соли, масла, специй, который утоляет не только жажду, но и голод⁵.

⁴ <https://en.vestikavkaza.ru/news/Azerbaijan-ranked-third-in-world-tea-consumption-rating.html>

⁵ <https://turi-uzbekistana.ru/uzkuxnya/uzbtea.html>

В последнее время под влиянием новых вкусовых привычек широкое распространение в Узбекистане получил так называемый «ташкентский» чай, состоящий из четырех компонентов (чай черный или смесь черного с зеленым, мята, цитрусовые, сладкие леденцы)⁶.

Фруктовые и/или травяные чаи, приобретающие популярность во всем мире благодаря продвижению глобальными чайными компаниями, в Узбекистане пока менее популярны (по данным Euromonitor, доля в общем объеме продаж составляет 6%). Вместе с тем, по оценкам экспертов, этот сегмент находится на стадии раннего развития и является очень перспективным с потенциалом значительного расширения клиентской базы. Причина тому — растущий интерес к новым вкусам чая среди населения страны, поддерживаемый продвижением со стороны компаний, а также позиционирование травяного чая как средства лечения различных болезней.

В Узбекистане множество традиций, связанных с чаем, включая правила заварки и употребления. Напиток популярен как среди старшего поколения, так и молодежи. Особенно актуально чаепитие в период «чилли» — 40 самых жарких дней лета, с конца июня до середины августа. Зеленый чай обладает охлаждающими свойствами, расслабляет и одновременно дает энергию из-за высокого содержания кофеина.

Значительную роль в культуре потребления играют чайханы, пользующиеся в Узбекистане большой популярностью как основное место отдыха и употребления чая.



⁶ <https://www.nur.kz/food/recipes/1765185-taskentskij-cai-sostav-i-recept/>

Около 25% продаж чая в стране совершается на рынках, где разные виды и сорта можно приобрести на развес. Несмотря на более сложный процесс заваривания, чай на развес по-прежнему считается более натуральным и полезным. Чай, наряду с покупками на рынках, все чаще приобретается в магазинах. В больших городах супермаркеты удобны близостью к дому и широким ассортиментом.

Несмотря на рост популярности чайной продукции глобальных игроков, таких как Ahmad Tea, бренды местного производства сохраняют сильные позиции на рынке страны во всех сегментах, так как их продукция является более доступной в силу постоянного присутствия на рынке и эффективной организации сбыта. Немаловажную роль играет и лояльность потребителей к брендам национального производства.

В 2021 г., по данным международного информационного агентства Sputnik, лидерами по закупкам чая за рубежом и в большей степени по его потреблению стали Ташкент, Ферганская и Наманганская области. В совокупности они импортировали до 16 тыс. тонн чая⁷.

Тенденции в потреблении

Согласно данным Euromonitor, прогнозируется, что до 2026 г. включительно в Узбекистане наиболее перспективным с точки зрения потребительского спроса будет сегмент фруктового и/или травяного чая. Он обладает эффектом низкой базы, а местные покупатели проявляют все больший интерес к потреблению новых вкусов чая. С учетом последствий пандемии COVID-19 интерес к этому виду чая с большой вероятностью будет расти, в том числе при активном продвижении со стороны компаний фруктового и/или травяного чая как «средства от всех недугов». Данный сегмент может продемонстрировать самые высокие показатели роста в натуральном выражении: с 762 тонн в 2021 г. до 958 тонн в 2026 г. Среднегодовой ожидаемый темп прироста в данной категории составит 4,7%.



⁷ <https://clck.ru/34Wibk>

Рис. 20. Прогноз объема продаж чая в Узбекистане (розничное потребление), тонны



Источник: Euromonitor International

Сегмент зеленого чая в прогнозируемом периоде останется традиционно самым популярным и лидирующим по объему продаж. По темпу роста он будет на втором месте, увеличившись с 23,8 тыс. тонн в 2021 г. до 25,6 тыс. тонн в 2026 г. (среднегодовой темп прироста 1,4%). Третьим по динамике роста, как ожидается, станет сегмент черного чая: с 5,1 тыс. тонн в 2021 г. до 5,5 тыс. тонн в 2026 г. (среднегодовой темп прироста 1,3%).

В стоимостном выражении соотношение сегментов и тренды по ним примерно схожи. В сегменте черного чая цены останутся примерно на одном уровне без значительных изменений.

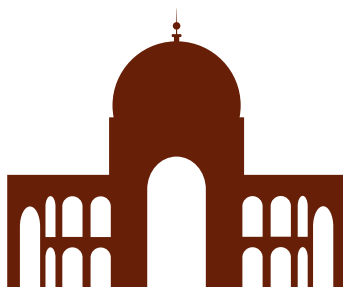


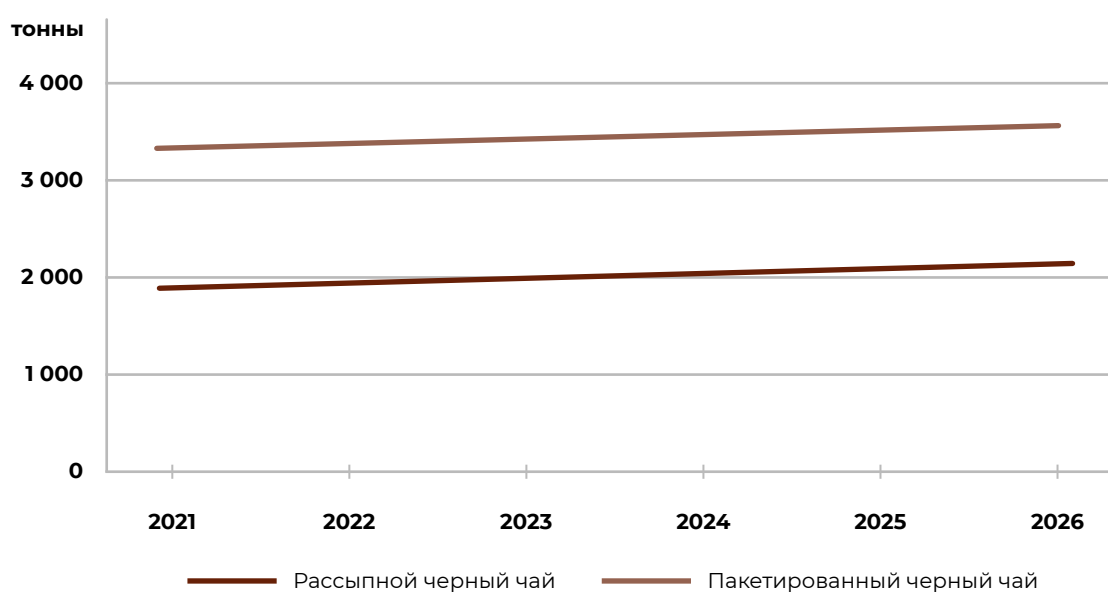
Рис. 21. Динамика объема продаж чая, млрд узбекских сумов



Источник: Euromonitor International

Наиболее широко употребляется рассыпной зеленый чай. Одной из тенденций последних лет становится расширение потребления пакетированного чая. По данным Euromonitor, на 2022 г. его доля в общем объеме продаж составила 60% и в среднесрочной перспективе ожидается рост до 62,2%. В то же время в силу традиций рассыпной чай не утратит популярности в обозримой перспективе.

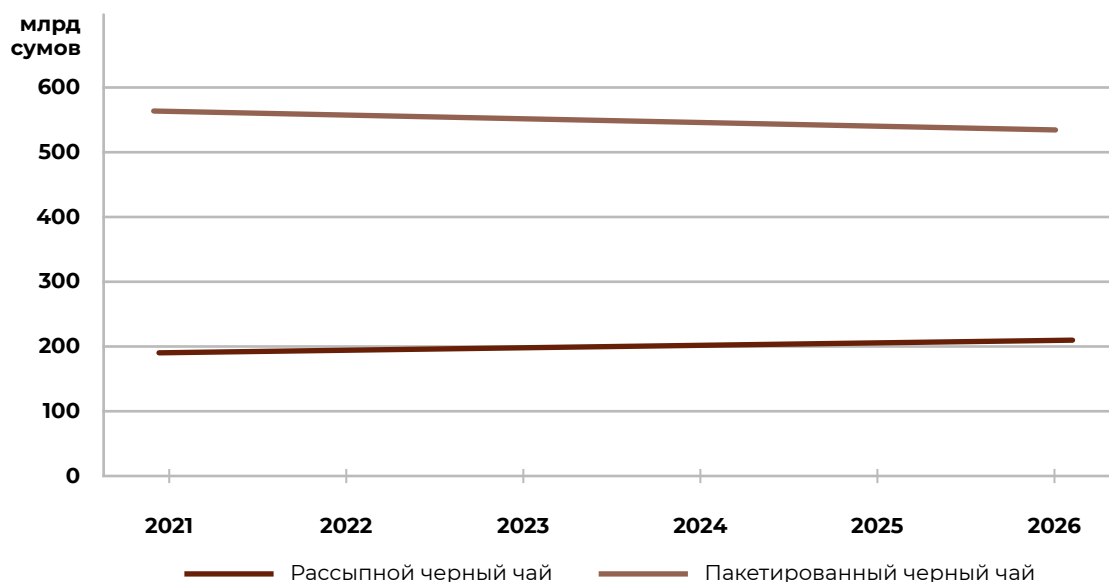
Рис. 22. Динамика продаж черного чая по способу упаковки, тонны



Источник: Euromonitor International

При анализе в стоимостном выражении динамика изменения объемов продаж показывает противоположное соотношение (на примере черного чая).

Рис. 23. Динамика продаж черного чая по способу упаковки, млрд узбекских сумов



Источник: Euromonitor International

Употребление пакетированного чая растет, при этом его стоимость немного снижается. В сравнении с развесным чаем объемы его потребления и стоимость увеличиваются пропорционально. Это позволяет предположить смещение спроса в более низкий ценовой сегмент, который будет расти более быстрыми темпами.

В премиальном сегменте потребляется главным образом рассыпной чай, как правило чаи брендов Amir и Flecha высокой плотности из крупного листа.

Динамика изменений в категориях пакетированного и развесного чая во всех сегментах ожидается примерно одинаковой со среднегодовым темпом прироста 1,3% в натуральном выражении. Среднегодовой рост рынка чая в целом до 2026 г. включительно составит 1,5%.

Пандемия COVID-19 в 2020 г. негативно сказалась на продажах чая, так как правила социального дистанцирования и карантина не позволили заведениям HoReCa работать на полную мощность. Сегодня уровень потребления чая восстанавливается, в том числе благодаря успешной кампании по вакцинации, что способствует восстановлению предприятий общественного питания и росту продаж через эти каналы.

В 2021 г. потребление в секторе общественного питания показало рост на 29%, что привело к увеличению числа кафе и специализированных чайных, в то время как сектор розничных продаж вырос всего на 4%. В перспективе ожидается, что продажи в секторе HoReCa продолжат расти.

Товары-субституты

Так как чай в Узбекистане является традиционным, массово-популярным и универсальным напитком, прямые продукты-субституты у него отсутствуют. К косвенным заменителям можно отнести минеральную воду, которая обычно употребляется в жаркий сезон с мая по сентябрь. Популярными альтернативами чаю в некоторой степени могут выступать напитки на основе фруктов — компот из сушеных фруктов и щербет (на основе сока фруктов и ягод), а также традиционные для Центральной Азии кисломолочные напитки айран и катык.

2.3. Торгово-распределительная сеть

Основные каналы сбыта

Основные дистрибьюторские каналы для продажи чая в Узбекистане — розница, сектор HoReCa и электронная торговля. Оптовая торговля не является значимым каналом распространения продукции. Преобладают продажи зеленого чая от местных производителей и известных мировых производителей.

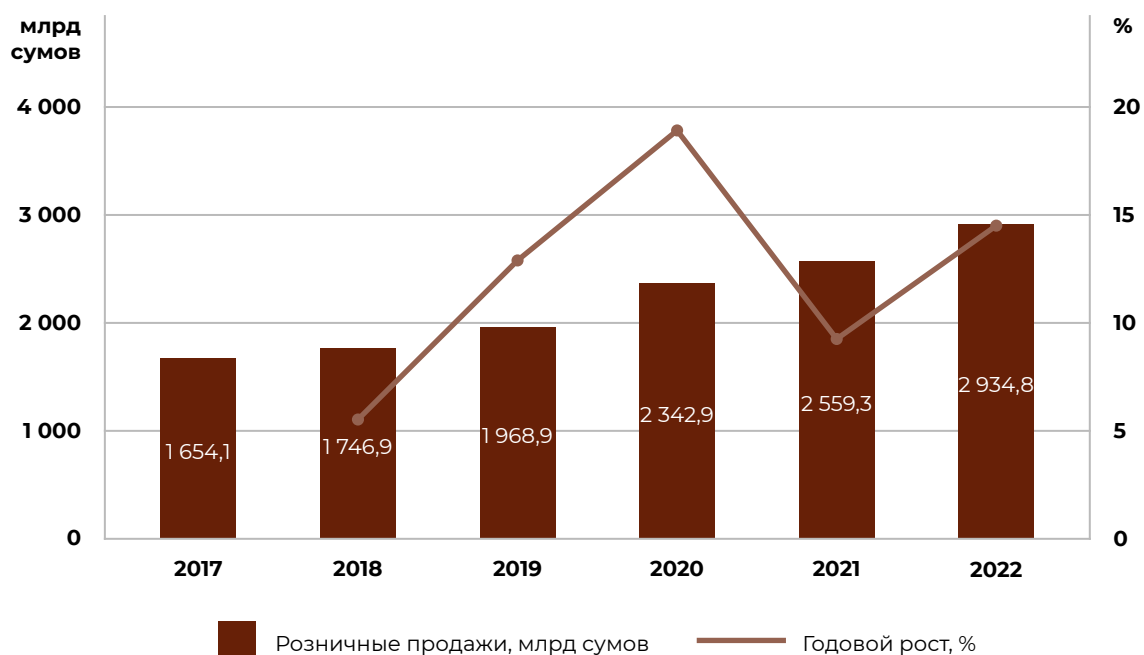
В 2021 г. розничная стоимость товаров в данной категории выросла на 7% по сравнению с 2020 г. В перспективе розничные продажи чая будут прирастать по 2% ежегодно в натуральном выражении. В последние годы для местных производителей ситуация осложнилась в связи с ростом цен на чайное сырье из Китая, что может косвенно способствовать осуществлению экспортных поставок из других стран в Узбекистан.

Розничная торговля

Объем розничных продаж чая в Узбекистане в 2022 г. увеличился на 15% по сравнению с предыдущим годом и составил 2 934 млрд узбекских сумов. За период 2017–2022 гг. продажи в рознице демонстрировали рост в среднем на 12% ежегодно. Пиковое значение пришлось на 2020 г., когда продажи выросли на рекордные 19%.



Рис. 24. Розничные продажи чая в Узбекистане, 2017–2022 гг., млрд сумов



Источник: Euromonitor International

В 2021 г. большинство продаж в розничном сегменте пришлось на зеленый чай — до 4/5 от общего объема. На рынке действуют как прямые производители, так и многочисленные компании-посредники, закупающие чайное сырье и предлагающие потребителю продукт под отдельным брендом, а также дилеры и дистрибьюторы. Самые популярные бренды — Amir и Ahmad Tea.

Ассортимент, цены и особенности упаковки

- В розничном сегменте популярны такие виды национального чая, как кок-чай — зеленый чай; ок-чай — зеленый чай с добавлением молока. Растет спрос на новые виды чая — фруктовый и травяной. По способу упаковки среди продаж черного чая в рознице популярен чай в пакетиках.
- Типичная упаковка — коробка из картона или другого прочного материала. Популярна упаковка чая в среднем 100 г. Так, черный чай в пакетиках представлен в картонных коробках, в каждой по 25 пакетиков, вес одного пакетика — от 5 до 8 г.
- Стабильный спрос на продукцию позволяет розничным дистрибьюторам устанавливать наценку до 80% в зависимости от элитности сорта чая.
- Средние цены на чай составляют: черный чай в пакетиках — 1–1,9 долл. США, черный чай на развес — 0,10–1,5 долл. США, зеленый чай — 1,3–1,8 долл. США, фруктовый чай — 1,6–1,8 долл. США.

Лидер в области розничной торговли — сеть магазинов Korzinka.uz. Следом с большим отрывом идет Beijan Trade. Монополия и слабая конкуренция среди розничных игроков связаны с тем, что население Узбекистана долгое время предпочитало приобретать продукты питания на базаре и не проявляло интереса к розничным сетям. Ситуация изменилась после того, как государственные компании ввели карточную систему и стали выдавать сотрудникам карточки с денежной суммой, потратить которую можно только в зарегистрированных сетевых магазинах. Это привело к снижению популярности покупок на базаре, где предусмотрена оплата только наличными.

Ключевые игроки

- **Korzinka.uz** — сеть супермаркетов, предлагающая большой и доступный ассортимент товаров для дома, продуктов питания и детских товаров. Имеет собственный интернет-магазин. На 2022 г. насчитывала до 100 супермаркетов. Лидер на рынке ретейла в Узбекистане. Доля рынка — 10% в ретейле и 50% в онлайн-торговле.
- **Beijan Trade** — сеть гипермаркетов, под брендом Makro, управляет 100 магазинами в 25 городах страны. Доля рынка 5% в ретейле.
- **Metro** — крупнейшая международная сеть, также активно работающая в Узбекистане. Представлен широкий выбор продуктов питания, в том числе чая.
- **Baraka Market** — сеть розничных магазинов товаров широкого потребления, которая к 2023 г. насчитывает 40 торговых точек в Ташкенте.

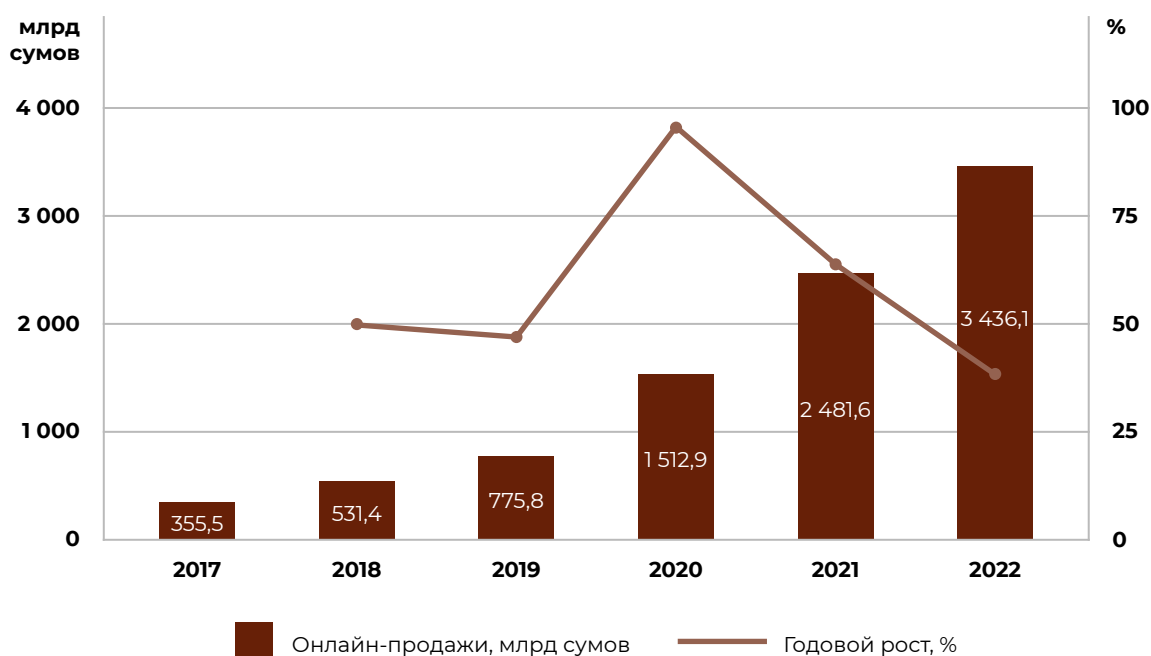


Электронная торговля

Доля онлайн-продаж несколько ниже розничных. Однако продажи в этом сегменте стремительно набирают обороты из-за активно проводящейся PR-кампании маркетплейсов, а также ввода промоакций для привлечения новых клиентов.

Объем онлайн-продаж чая в 2022 г. составил 3 436 млрд узбекских сумов (+38% к 2021 г.). Продажи чая в секторе электронной торговли демонстрирует рекордные темпы роста. Так, в 2020 г. продажи выросли на 95%. В ближайшие годы рост продаж продолжится.

Рис. 25. Онлайн-продажи чая в Узбекистане, 2017–2022 гг., млрд сумов



Источник: Euromonitor International

В интернет-магазинах, как и в розничной торговле, распространена продажа пакетированного чая в картонных коробках весом 100–200 г.

В числе основных игроков — Korzinka, активно реализующая продукцию через собственный интернет-магазин.

Сектор HoReCa

В 2019–2020 гг. продажи чая в сфере HoReCa значительно упали в период пандемии COVID-19 и на данный момент не вернулись к допандемийному уровню. Полное восстановление сектора ожидается не ранее 2024 г.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Рынок чая в Узбекистане находится в процессе формирования, при этом преобладают продажи зеленого чая, а местные бренды по-прежнему занимают устойчивые позиции. На 2022 г. лидерами по производству чая являются Самаркандская чаеразвесочная фабрика и Ahmad Tea Ltd (с долями по 14%), за ними следует Ayven Trade с долей в 10%.

Остальной рынок занимают малые местные чаеразвесочные предприятия, дистрибьюторы и иностранные компании. Многие крупные игроки владеют собственными производственными мощностями по развеске чая в Ташкенте и Самарканде.

Табл. 7. Доля ключевых компаний на рынке чайной продукции в Узбекистане, %

Компания	2017	2018	2019	2020	2021
Samarkand Tea Factory	11,9	12,7	12,9	13,5	13,6
Ahmad Tea Ltd	10,9	12,8	12,9	13,4	13,6
Ayven Trade ООО	6,7	9,4	9,6	10,0	10,1
Imperial Tea Exports (Pvt) Ltd	8,8	7,5	7,5	7,9	7,9
Millenium Distribution ООО	6,6	6,6	6,6	7,0	7,0
Quality Product Mfg ООО	6,0	3,2	3,3	3,4	3,5
Grand Tea Packing MChJ	4,0	3,2	3,2	3,4	3,3
Unilever Group	4,0	2,1	2,2	2,3	2,3
Zamona Rano ChP	2,2	2,0	2,1	2,1	2,2
Beta Algoritm A Sh IP	—	1,7	1,9	2,0	2,0
Прочие компании	38,9	38,8	37,8	35	34,5
Итого:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Справочно

Доля рынка топ-10 компаний (индекс концентрации), %	61,1	61,2	62,2	65	65,5
Индекс Херфиндаля – Хиршмана	499,15	545,08	558,78	610,04	620,61

Источник: данные и расчеты на основе Euromonitor International

По итогам января – сентября 2022 г. импорт чая сократился на 36% по сравнению с соответствующим периодом в 2021 г., что объясняется общим падением спроса в условиях пандемии COVID-19. На фоне сокращения импорта узбекистанские компании остаются зависимыми от зарубежных поставок.

До пандемии COVID-19 динамика розничных продаж чая в Узбекистане оставалась положительной со средним темпом прироста 4,5%. Средний прирост потребления по сегменту фруктовых и травяных чаев составил 3,2%.

Ключевые игроки рынка

Самаркандская чаеразвесочная фабрика

Основана в 1904 г., одна из крупнейших компаний на рынке Узбекистана, выпускает чай под брендами Amir и «Самарканд Чой». Занимается производством (развеской) черного и зеленого чая. В 1995 г. на фабрике проведена модернизация стоимостью около 35 млн долл. США за счет кредита правительства Индии. Производственная мощность составляет 18,5 тыс. тонн фасованного чая в год при работе в одну смену.

Ahmad Tea Ltd



Британская ТНК, производитель, импортер. Ahmad Tea Ltd основана в 1986 г. Использует в производстве чаи из Китая, Индии, Шри-Ланки и Кении. Компании принадлежат фабрики в Великобритании, Китае, Иране, ОАЭ, Шри-Ланке, России и Украине. В Узбекистан компания завозит уже упакованный китайский байховый чай (сорт зеленого чая). Узбекистан — первая страна, для которой Ahmad Tea стала выпускать чай в фасовке по 5 кг.

Ayven Group



Национальный дистрибьютор товаров повседневного спроса, одна из крупнейших дистрибьюторских сетей в Узбекистане. Имеет собственные дочерние компании в каждой стране, где работает. С 2016 г. является эксклюзивным дистрибьютором брендов Greenfield и Tess. Занимает 3-е место по доле продаж чая в Узбекистане.



Imperial Tea Exports (Pvt) Ltd

Шриланкийская ТНК, производитель, импортер. Компания основана в 1994 г., производит чай и различные специи. Весь ассортимент чайной продукции выпускается в Западной провинции Шри-Ланки на фабричном комплексе компании. Представлена на рынках более 60 стран мира. Поставляет за рубеж уже упакованные чаи, имеет склады в России, США, Австралии и Китае. Imprа Tea является флагманским брендом компании и занимает 4-е место по популярности на рынке Узбекистана.

Millenium Distribution ООО

Национальный дистрибьютор. С 1996 г. занимается продажей отечественных и зарубежных продуктов питания и товаров для дома в Узбекистане. Имеет более 16 000 розничных точек, представлена в каждом регионе страны. Реализует готовую чайную продукцию марок Tudor (Великобритания) и «Ташкентский» и занимает 5-е место по доле продаж на этом рынке.

Табл. 8. Список брендов и компаний-собственников на рынке чайной продукции, %

Бренд	Компания-владелец / дистрибьютор (страна)	2018	2019	2020	2021
Ahmad Tea	Ahmad Tea Ltd (Великобритания)	12,8	12,9	13,4	13,6
Amir	Samarkand Tea Factory (Узбекистан)	10,6	10,8	11,3	11,5
Impra Tea	Imperial Tea Exports (Pvt) Ltd (Шри-Ланка)	7,5	7,5	7,9	7,9
Tudor	Millenium Distribution ООО (Узбекистан)	5,4	5,5	5,7	5,8
Greenfield	Ayven Trade ООО (Узбекистан)	4,5	4,6	4,8	4,9
Tess	Ayven Trade ООО (Узбекистан)	4,0	4,1	4,3	4,4
Toza	Quality Product Mfg ООО (Узбекистан)	3,2	3,3	3,4	3,5
Osiyo Choy	Grand Tea Packing MChJ (Узбекистан)	3,2	3,2	3,4	3,3
Lipton	Unilever Group (Великобритания)	2,1	2,2	2,3	2,3
Samarkand Tea	Samarkand Tea Factory (Узбекистан)	2,1	2,0	2,1	2,1
Bayce	Beta Algoritm A Sh IP (Узбекистан)	1,6	1,9	2,0	2,0
Alokozay	Alokozay International Ltd (ОАЭ, завод в Узбекистане)	1,8	1,9	2,0	2,0
Toshkent Choy	Millenium Distribution ООО (Узбекистан)	1,2	1,2	1,2	1,2

Продолжение табл. 8.

Бренд	Компания-владелец / дистрибьютор (страна)	2018	2019	2020	2021
Rano	Zamona Rano ChP (Узбекистан)	1,1	1,1	1,1	1,1
Hillway	Food Empire Holdings (Сингапур)	1,0	1,1	1,1	1,1
Karkadè	Alikante ООО (Россия)	1,0	1,0	1,0	1,1
Best Tea	Best Propack ООО (Узбекистан)	0,8	0,7	0,7	0,7
Java	Ayven Trade ООО (Узбекистан)	0,5	0,5	0,6	0,6
ROYAL Life	East Tea ООО (Узбекистан)	0,5	0,5	0,5	0,5
Dilmah	Gourmet Foods Sp zoo (Польша)	0,3	0,3	0,4	0,3
Nuri	Ayven Trade ООО (Узбекистан)	0,3	0,3	0,3	0,3
Akbar	Akbar Bros (Pvt) Ltd (Шриланка)	0,1	0,1	0,1	0,1
Plody Shipovnika	Nafis Olam ООО (Узбекистан)	0,1	0,1	0,1	0,1
Прочие бренды		34,3	33,2	30,3	29,6
Итого:		100,0	100,0	100,0	100,0

Источник: составлено на основе данных Euromonitor International

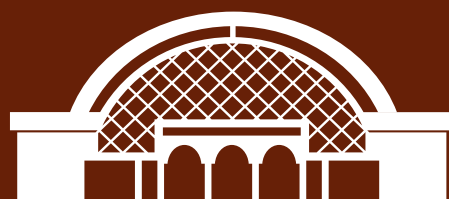


Требования и стандарты на продукцию



3

Содержание



3.1.

Требования к производителям

3.3.

Требования к упаковке и маркировке

3.2.

Требования к продукции

3.1. Требования к производителям

Для осуществления экспорта в Узбекистан необходимы документы:

- лицензия на производство, если экспортер выступает изготовителем;
- документы, предоставляющие право собственности;
- сертификаты соответствия, удостоверения качества;
- товаросопроводительные документы, в число которых входят:
 - товарно-транспортная накладная, где отмечается количество мест, вес и упаковка;
 - счет-фактура, указывается цена на товар⁸;
 - акт разгрузки-погрузки;
 - документы на транспортное средство, к которым предъявляются особые требования по оформлению и полноте содержания.

Международными требованиями предусмотрено, что при отгрузке на экспорт чай должен сопровождаться:

- фитосанитарным сертификатом (документ международного образца, сопровождающий партию подкарантинной продукции и удостоверяющий ее соответствие карантинным фитосанитарным требованиям страны назначения);
- документами, подтверждающими качество и безопасность продукции (сертификат соответствия СТ-1, декларация о соответствии).

⁸ <https://exportmo.ru/uzbekistan>

3.2. Требования к продукции

Фитосанитарные требования, предъявляемые к подкарантинной продукции, ввозимой на территорию Республики Узбекистан

Ввоз подкарантинной продукции на территорию страны осуществляется в соответствии с требованиями Закона Республики Узбекистан «О карантине растений» и законодательства в области карантинного фитосанитарного контроля.

Фитосанитарные требования, предъявляемые к подкарантинной продукции, разработаны в соответствии с требованиями Закона Республики Узбекистан «О карантине растений», постановления Кабинета министров Республики Узбекистан от 29 января 2018 года № 65 «Об утверждении положений о порядке охраны территории Республики Узбекистан от вредных организмов по карантину растений и прохождения разрешительных процедур в сфере карантина растений» и определяют требования к фитосанитарному состоянию ввозимой на территорию Республики Узбекистан подкарантинной продукции и ее упаковке⁹.

- 1) Подкарантинная продукция, ввозимая на территорию Республики Узбекистан, должна быть свободна от карантинных объектов, внесенных в Перечень вредителей, болезней растений и сорняков, имеющих карантинное значение для Республики Узбекистан.
- 2) Ввоз подкарантинной продукции в Республику Узбекистан разрешается при наличии карантинного разрешения, выданного Государственной инспекцией по карантину растений при Кабинете министров Республики Узбекистан (далее — Инспекция), а также фитосанитарного сертификата или свидетельства, выданного уполномоченными государственными органами страны-экспортера.

Ввоз в Республику Узбекистан подкарантинной продукции из страны-экспортера, не имеющей уполномоченного государственного органа, допускается при наличии карантинного разрешения, выдаваемого Инспекцией отдельно на каждую партию. Органы государственного и хозяйственного управления, юридические и физические лица при ввозе подкарантинной продукции обязаны при закупке в зарубежных странах подкарантинной продукции с высоким риском опасности (семенной и посадочный материал, а также свежие фрукты и цитрусовые) предусматривать в случае необходимости направление специалистов по карантину растений для изучения фитосанитарного состояния подкарантинной продукции в этих странах.

⁹ <https://clck.ru/34Vy3z>

- 3)** Подкарантинная продукция, ввозимая на территорию Республики Узбекистан на автомобильном, воздушном и железнодорожном транспорте, подлежит карантинному фитосанитарному контролю в местах прибытия (пограничных пунктах по карантину растений) и досмотру в местах завершения таможенного оформления (в местах назначения, доставки). При необходимости проводится карантинная экспертиза.
- 4)** Государственный инспектор по карантину растений осуществляет карантинный контроль подкарантинной продукции, отправленной в адрес дипломатических представительств, с отбором образцов для лабораторного исследования при участии ее владельца (представителя) и сотрудника таможенного органа по месту прибытия груза. Данные грузы должны сопровождаться фитосанитарным сертификатом или свидетельством, выданным уполномоченными государственными органами страны-экспортера.
- 5)** В случае обнаружения признаков заражения вредными организмами растений в образцах подкарантинной продукции они передаются в соответствующие карантинные лаборатории для экспертизы. При обнаружении в этих образцах карантинных и других опасных вредителей, болезней растений и сорняков, они должны быть обеззаражены или возвращены грузоотправителю. В случае невозможности возвращения грузоотправителю они должны быть уничтожены. Об этом государственным инспектором по карантину растений составляется отдельный акт и в течение трех рабочих дней направляется заинтересованным сторонам.
- 6)** При наличии у растительной продукции, поступившей в адрес дипломатических представительств для пищевых целей, фитосанитарного сертификата или свидетельства и отсутствии в них вредных карантинных организмов, после лабораторного обследования, разрешается их использование без обеззараживания.
- 7)** Ввозимая в Республику Узбекистан подкарантинная продукция и транспортные средства досматриваются государственным инспектором по карантину растений в пограничных пунктах карантина растений, организованных в местах пересечения государственной границы.
- 8)** Государственные инспекторы по карантину растений непосредственно участвуют в приемке подкарантинной продукции, ввозимой в Республику Узбекистан автомобильным, воздушным и железнодорожным транспортом, а также почтовым отправлением.
- 9)** Подкарантинная продукция, ввозимая в Республику Узбекистан, проходит первый (первичный) карантинный досмотр до выгрузки, а также в процессе выгрузки и загрузки.

- 10)** Второй (вторичный) карантинный досмотр этой продукции осуществляется государственным инспектором по карантину растений на территории оформления таможенных документов путем оформления акта о вскрытии транспортной единицы согласно форме, указанной в приложении № 2 к Постановлению Кабинета министров Республики Узбекистан от 29 января 2018 г. № 65 «Об утверждении положений о порядке охраны территории Республики Узбекистан от вредных организмов по карантину растений».
- 11)** При отсутствии карантинных вредных организмов на поверхности подкарантинной продукции инспекторы пограничных пунктов карантина растений отбирают из партий грузов образцы для выявления фитосанитарного состояния растительной продукции и проверяют их в установленном порядке.
- 12)** Если в результате карантинного досмотра или лабораторного исследования в отобранных образцах не выявлены карантинные и другие вредные организмы, государственным инспектором по карантину растений составляется акт карантинного досмотра согласно форме, указанной в приложении № 2а к Постановлению Кабинета министров Республики Узбекистан от 29 января 2018 г. № 65 «Об утверждении положений о порядке охраны территории Республики Узбекистан от вредных организмов по карантину растений и прохождения разрешительных процедур в сфере карантина растений».
- 13)** В случае обнаружения в грузах и транспортных средствах карантинных вредных организмов их образцы отправляются для подтверждения в соответствующие лаборатории по карантину растений. В случае невозможности обеззараживания или возвращения данной подкарантинной продукции в установленном порядке грузоотправителю она должна быть уничтожена.
- 14)** Члены экипажей автомобильных, воздушных и железнодорожных транспортных средств, прибывших в пограничные пункты Республики Узбекистан, обязаны указать наличие или отсутствие подкарантинной продукции в ручном багаже, и если подкарантинная продукция имеется, представить ее для карантинного досмотра.
- 15)** Досмотр автомобильных, воздушных и железнодорожных транспортных средств и их грузовых отделений осуществляется по требованию государственного инспектора по карантину растений при участии представителей этих транспортных средств, водителей или владельцев грузов.
- 16)** После выгрузки подкарантинной продукции из автомобильных, воздушных и железнодорожных транспортных средств, прибывших в Республику Узбекистан, эти транспортные средства должны быть очищены и обеззаражены владельцем транспорта, а в месте назначения груза — стороной, принимающей груз. Необходимость в обеззараживании и очистке транспортных средств от вредных организмов карантина растений определяется государственным инспектором по карантину растений.

- 17)** При обнаружении в разгруженных транспортных средствах карантинных вредных организмов государственный инспектор по карантину растений дает указания по обеззараживанию транспортных средств и контролирует их выполнение.
- 18)** В случае невозможности применения эффективных мер обеззараживания и очистки в отношении подкарантинной продукции, зараженной карантинными и другими опасными вредителями, болезнями растений и сорняками, они должны быть в установленном порядке возвращены в страну-экспортер или уничтожены (сжиганием или закапыванием в землю в специально отведенном месте).
- 19)** Почтовые отправления и бандероли, содержащие подкарантинную продукцию, после прибытия в Республику Узбекистан подлежат карантинному контролю и лабораторному исследованию.
- 20)** Транспортные организации или грузополучатели по указанию инспектора по карантину растений в пограничных пунктах направляют запрос в специальные фумигационные отделения территориальных инспекций по карантину растений для осуществления мероприятий по обеззараживанию.
- 21)** Фумигация и дегазация подкарантинной продукции на всех видах транспортных средств в пограничных пунктах осуществляется специальными фумигационными отделениями территориальных инспекций по карантину растений.
- 22)** Транспортные организации и грузополучатели выделяют для обеззараживания транспортных средств и грузов специально оборудованные площади и здания, которые отвечают требованиям обеззараживания и технике безопасности.
- 23)** В случае ввоза подкарантинной продукции транспортными средствами в обеззараженном виде государственными инспекторами по карантину растений в пограничных пунктах Республики Узбекистан проверяется качество их дегазации.

Межгосударственный стандарт по зеленому чаю

Стандарт разработан Некоммерческой организацией «Российская Ассоциация производителей чая и кофе «Росчайкофе» и был утвержден национальным органом по стандартизации Узбекистана «Узстандарт».

Табл. 9. Технические требования к зеленому чаю

Показатель	Характеристика
Внешний вид настоя чая: • листовой и гранулированный; • прессованный	Светло-желтый или светло-зеленый, прозрачный или мутноватый; Красно-желтый
Аромат и вкус настоя чая: • листовой и гранулированный; • прессованный	Нежный аромат, приятный с терпкостью вкус; Свойственный зеленому прессованному чаю
Цвет разваренного чайного листа: • листовой и гранулированный; • прессованный	Однородный, с желтоватым или зеленоватым оттенком; Темно-зеленый с темно-коричневым оттенком

Сырье, используемое в производстве зеленого чая, по показателям безопасности должно соответствовать требованиям нормативных правовых актов, действующих на территории государства, принявшего стандарт¹⁰.

Табл. 10. Требования к физико-химическим свойствам зеленого чая

Наименование показателя	Минимальное значение	Максимальное значение
Содержание водорастворимых экстрактивных веществ*, % (мас.)	33,0	—
Массовая доля влаги, % (мас.)	—	10,0
Общее содержание золы*, % (мас.)	4,0	8,0
Содержание водорастворимой золы (доля от общего содержания золы)*, % (мас.)	40,0	—
Содержание грубых волокон*, % (мас.)	—	24,0

Примечание. * Для прессованного чая не нормируется.

¹⁰ ГОСТ 32574–2013. Чай зеленый. Технические условия.

По показателям безопасности (токсичные элементы, микробиологические показатели) зеленый чай должен соответствовать требованиям нормативных правовых актов, действующих на территории государства, принявшего стандарт.

3.3. Требования к упаковке и маркировке

Маркировка транспортной упаковки, в которую помещена пищевая продукция, должна содержать следующую информацию:

- наименование пищевой продукции;
- количество и масса пищевой продукции;
- дата изготовления пищевой продукции;
- срок годности пищевой продукции;
- условия хранения пищевой продукции;
- сведения, позволяющие идентифицировать партию пищевой продукции (например, номер партии);
- страна производства (наименование места происхождения пищевой продукции), наименование и местонахождение изготовителя (производителя) пищевой продукции.

В случае, если маркировка, нанесенная на потребительскую упаковку пищевой продукции, помещенной в транспортную упаковку, может быть доведена до сведения потребителей без нарушения целостности транспортной упаковки, допускается не наносить маркировку на транспортную упаковку.

В маркировке пищевой продукции, помещенной в транспортную упаковку, могут быть указаны дополнительные сведения, в том числе сведения о документе, в соответствии с которым произведена пищевая продукция, товарный знак и знаки соответствия¹¹.

¹¹ <https://clck.ru/34VzYQ>

Условия маркирования потребительских товаров, подлежащих обязательному маркированию на государственном языке

Обязательному маркированию на государственном языке, проставляемому предприятием-изготовителем, подлежат товары, включенные в приложение № 1 к Постановлению Кабинета министров Республики Узбекистан от 13 мая 2013 г. № 127 «О дополнительных мерах по совершенствованию ввоза потребительских товаров в Республику Узбекистан» и имеющие потребительскую упаковку, являющуюся частью товара и входящую в его стоимость, в которой они непосредственно поступают в розничную торговлю. Маркировка бывших в употреблении товаров осуществляется на общих основаниях в соответствии с применимыми Правилами.

Соответствие маркировки на государственном языке требованиям нормативных документов по стандартизации на продукцию проверяется аккредитованными органами по сертификации.

Маркировка на государственном языке должна быть полной и достоверной для потребителя согласно требованиям приложения к упомянутым Правилам. Основные потребительские свойства и характеристики товара, а также другая информация, содержащаяся на маркировке предприятия-изготовителя, должна указываться на маркировке на государственном языке в соответствии с приложением к Правилам.

Не допускается:

- внесение дополнительной информации на маркировке на государственном языке, которая не существует на маркировке предприятия-изготовителя на других языках;
- маркирование товара на государственном языке способом наклеивания стикера на упаковку товара поверх маркировок, проставленных предприятиями-изготовителями, не позволяющим провести анализ соответствия информации, изложенной на маркировке на государственном языке, с маркировкой предприятия-изготовителя на других языках.

Маркирование отдельных видов импортируемых потребительских товаров, подлежащих обязательному маркированию на государственном языке, проставляемому предприятиями-изготовителями, осуществляется согласно приложению к применимым Правилам.

Чайная продукция относится к видам импортируемых потребительских товаров, подлежащих обязательному маркированию на государственном языке (продукты переработки овощей, фруктов, орехов или прочих частей растений).

Обязательная информация к переводу на государственный язык:

- перечень основных потребительских, в том числе специфических, свойств;
- дата изготовления;
- срок годности;
- адреса изготовителя;
- способы и правила хранения.

Возможные способы маркирования:

- этикетка на потребительской таре;
- бирка;
- лейбл;
- формуляр;
- паспорт;
- руководство по применению.



Особенности и барьеры входа на рынок



4



Содержание.....

4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Предварительные этапы таможенного оформления подразумевают совершение следующих действий:

- уведомление таможенного органа о намерении ввоза или вывоза через границу товара или транспортного средства;
- демонстрация представителю таможни товара и транспортного средства;
- подача пакета документов, необходимых для растаможивания груза.

Таможенное оформление состоит из пяти основных этапов:

- регистрация декларации на товары;
- прохождение документального контроля, во время которого производится проверка всех представленных декларантом документов (декларации на товары, декларация таможенной стоимости); корректировка таможенной стоимости, также проверяются коды ТН ВЭД и страна происхождения товара;
- прохождение валютного контроля, во время которого идет проверка финансовых документов, включая паспорт сделки и контракт. Проверяется также правильность указанных таможенных платежей;
- уплата таможенных платежей, включая пошлины, таможенные сборы, налоги, сборы на выдачу лицензий и иные платежи, предусмотренные законодательством при таможенном оформлении груза;
- прохождение линии таможенного контроля, где происходит общая заключительная проверка правильности проведенного растаможивания груза.

После этого представитель таможни досматривает груз и проверяет его соответствие указанным данным.

Для таможенного оформления импорта юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям необходимы следующие документы:

- контракт/договор купли продажи;
- счет-фактура;
- упаковочный лист;
- CMR (TIR), авианакладная, железнодорожная накладная, коносамент (в зависимости от вида транспорта);

- фитосанитарный сертификат (готовится на основании импортного карантинного разрешения, предоставленного узбекистанским партнером);
- сертификат о стране происхождения товара СТ-1;
- декларация о соответствии;
- сведения о контракте (уникальный номер, присвоенный банком контракту свыше 3 млн руб., ранее — паспорт сделки);
- платежное поручение на таможенную пошлину, НДС);
- оплата за товар, если предусмотрено по контракту (платежное поручение, выписка со счета или заявление на перевод). Согласно таможенному режиму Узбекистана, при отсрочке платежа следует предоставить письмо из Таможенного комитета, в котором подтверждается факт предоставления гарантии в виде залога груза, транспортного средства или внесения определенной суммы на депозитный счет;
- страховка (для условий поставки СІР (стоимость и страхование оплачены до) или СІF (стоимость, страхование, фрахт);
- документы перевозчика (транспортный договор);
- экспортная декларация.

Узбекистаном не ратифицировано Соглашение от 20 ноября 2009 г. о Правилах определения страны происхождения товаров в Содружестве Независимых Государств, согласно которому определяется возможность **применения режима свободной торговли** к товару, экспортируемому с таможенной территории страны СНГ. Для подтверждения страны происхождения товаров используется сертификат происхождения товара формы СТ-1.

Правила 2009 г. содержат Перечень особых условий и операций, при выполнении которых товар, в производстве которого использованы импортные материалы, может считаться происходящим из государства – участника СНГ, в котором эти операции проводились. Перечень содержит до 240 товарных позиций, в числе которых чай.

Как следствие, **чай, экспортируемый в Узбекистан из России («чай черный/зеленый» — коды ТН ВЭД 09021, 09023), не считается товаром, к которому применимы правила свободной торговли**, на него не предоставляется сертификат СТ-1 и как на импортный товар устанавливается высокая таможенная пошлина. Практически это делает черный и зеленый чай из России не конкурентоспособным для массового рынка (возможно, за исключением премиального сегмента) и препятствует наращиванию поставок чайной продукции.

Исключение составляют продукты полностью российского происхождения, включая растительные чаи, — на **фруктово-травяной чай** (код ТН ВЭД 2106) сертификат СТ-1 предоставляется.

Табл. 11. Таможенные пошлины на чайную продукцию в Узбекистане

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка таможенной пошлины
0902 10 000 1, 0902 30 000 1	Чай в первичных упаковках нетто-массой не более 3 кг в одноразовой упаковке	15%, но не менее 0,30 долл. США/кг
0902 10 000 9, 0902 30 000 9	Прочий чай в первичных упаковках нетто-массой не более 3 кг	10%, но не менее 0,20 долл. США/кг
0903 00 000 0	Мате (парагвайский чай)	5%

Источник: Приложение № 1 к Постановлению Президента Республики Узбекистан от 29 июня 2018 г. № ПП-3818 «Ставки импортных таможенных пошлин»

Причем в период с 1 мая 2022 г. до 1 января 2024 г. Указом Президента Республики Узбекистан от 31 мая 2022 г. № УП-145 «О дополнительных мерах по обеспечению стабильности цен на потребительских рынках и повышению действенности антимонопольных мер» установлены нулевые ставки таможенной пошлины на категории товаров «чай черный/зеленый» (коды ТН ВЭД 0902 10 000 1, 0902 30 000 1, 0902 10 000 9, 0902 30 000 9).

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

В рамках зоны свободной торговли СНГ Россия может беспошлинно поставлять чай (определенных видов) на рынок Узбекистана. Аналогичные условия введены в отношении российского чая и другими государствами Центральной Азии, за исключением Туркменистана, не состоящего в соглашениях о зоне свободной торговли с Россией.

По итогам 2021 г. Россия занимает пятое место среди экспортеров чая на рынок Узбекистана, уступая прежде всего Китаю. Среди крупных поставщиков Россия пользуется наибольшими преференциями. Следует также отметить, что Китай и Индия имеют преференциальные условия поставки чая относительно стран с режимом наибольшего благоприятствования (12,5% и 25% соответственно).

Нетарифные барьеры

Таможенный контроль

Затраты времени и стоимость оформления необходимых для прохождения таможенных документов могут рассматриваться как барьер для входа на рынок. В по-

следнем опубликованном рейтинге Doing Business Всемирного банка Узбекистан занимает 152-е место из 190 стран по трансграничной торговле в основном из-за высокой стоимости пограничного и таможенного контроля и оформления документов на импорт.

Табл. 12. Оформление импорта в Узбекистан: время и стоимость

Процедура	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	110,6	277,9
Оформление документов	150	242

Источник: Всемирный банк (Doing Business 2020)

Примечание: Лучше среднего по региону

Хуже среднего по региону

Лицензирование импорта

Лицензионный порядок импорта товаров в Республику Узбекистан действует в отношении «специфических товаров», но чай к ним не относится.

Сертификат на продукты питания

Для ввоза товаров в Узбекистан необходимо предъявить сертификат происхождения товара СТ-1. Продукция, поставляемая в Узбекистан для дальнейшей перепродажи в третьи страны, не проходит процедуру оформления импорта.



Организация экспортных поставок





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 чая из России в Узбекистан



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

Между Россией и Узбекистаном исторически установились прочные торговые отношения. По данным официальной статистики Узбекистана, Россия занимает второе место в списке основных внешнеторговых партнеров этой страны. В январе – июне двусторонний торговый оборот увеличился на 32% по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. — до 4,065 млрд долл. (16,6% в общем объеме внешней торговли Узбекистана). В частности, объем импорта вырос до 2,845 млрд долл. (19,5% в общем объеме импорта)¹².

Прямые способы грузовых перевозок чая в Узбекистан — автомобильный и железнодорожный транспорт.

Автомобильная перевозка

Перевозка чая осуществляется в тентованных автомобилях (фурах/тентах). Вместимость одного тента составляет около 19 тонн брутто в связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России. Груз размещается в фуре на палетах для циркуляции воздуха.

Стоимость доставки, как и транзитное время, зависит от расстояния и маршрута следования. Производство чая в России осуществляется в южных регионах, таких как Краснодарский край и Крым. Стоимость наземной доставки одного автомобиля с чаем из указанных регионов до Ташкента в январе 2023 г. составляла в среднем 200 тыс. руб.

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

Железнодорожная перевозка

В новых логистических реалиях России активное развитие получает железнодорожный маршрут «Север — Юг» с масштабными инвестициями и существенным увеличением грузопотока.

Отправки производятся еженедельно из Москвы с двух основных станций Селятино и Силикатная, с тенденцией к увеличению регулярности и расширению географии станций погрузки.

В настоящий момент, в связи с необходимостью доставки чая из южных регионов в Москву, отправка железнодорожным транспортом экономически не эффективна.

При отправке товара железнодорожным транспортом оформляется железнодорожная накладная.

¹² <https://clck.ru/34uNo4>

Таможня

Таможенное оформление чая 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 (ранее — паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта;
- фитосанитарный сертификат.

Экспортную таможенную декларацию можно оформить на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы России.

Возможные контрагенты

Комплексные логистические провайдеры с возможностью предоставления склада накопления и отправки продукции различными видами транспорта и через разные порты России:

- ООО «Суперкарго»;
- ООО «Гиртека».

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Компании-экспортеры имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для возврата средств обязательным является 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 либо железнодорожная накладная;
- таможенная декларация с печатью о вывозе товара с территории России.

Логистические риски

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

Страхуемые риски. В категорию страхуемых рисков входят:

- a)** утрата (гибель), недостача или повреждение всего или части застрахованного груза;
- b)** 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;
- c)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
- d)** 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;
- e)** 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;
- f)** подмочка груза атмосферными осадками;
- g)** 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 потеря груза в результате военных рисков.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Наиболее частые причины претензий:

- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица;
- недовеса.

Перевозчик вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательства качества погрузившейся продукции. В данной ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера. Оно не обязательно, однако позволяет проконтролировать количество и качество продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

Изменения в логистике поставок

В настоящее время Россия и Узбекистан выстраивают новую логистику поставок. Ряд крупных российских логистических операторов открывает в республике свои представительства и центры. Это делает доставку сборных грузов по направлению «Россия — Узбекистан» более доступной.

Осуществлению поставок в Узбекистан также способствует проект «Агроэкспресс» — специализированный сервис «РЖД Логистики» и «Российского экспортного центра» по доставке грузов с помощью ускоренных поездов, позволяющий сократить сроки доставки и снизить транспортные расходы, благодаря эффективно выстроенной экспортно-импортной логистике.





5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Официальная валюта Узбекистана — узбекский сум. Правительством страны обеспечивается конвертируемость валюты для операций по текущим счетам. Кроме того, с 2017 г. Правительство Узбекистана устранило разницу между заниженным официальным курсом и обменным курсом на черном рынке, а также официально разрешило неограниченные безналичные операции в иностранной валюте для бизнеса.

Валютная политика Центрального банка Узбекистана в настоящее время основана на рыночных принципах, хотя Центральный банк по-прежнему прибегает к сглаживанию резких колебаний обменного курса, возникающих в результате краткосрочных дисбалансов между спросом и предложением. Дальнейшие планы развития валютного рынка включают более гибкий режим обменного курса и внедрение валютных свопов, опционов, фьючерсов и других финансовых инструментов.

Также Центральный банк Узбекистана заявлял о своем намерении повысить гибкость обменного курса, чтобы помочь адаптироваться к внутренним и внешним шокам.

Формально иностранным инвесторам гарантируется перевод средств в иностранной валюте в Узбекистан и из Узбекистана без ограничений при условии оплаты всех налогов и других финансовых обязательств в соответствии с законодательством. Тем не менее местные власти могут приостановить репатриацию средств иностранного инвестора в случаях неплатежеспособности и банкротства, преступных действий иностранного инвестора или по решению суда.

Юридические лица, зарегистрированные в Республике Узбекистан, а также физические лица, имеющие постоянное место жительства на территории Республики Узбекистан и зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей, имеют право заниматься внешнеэкономической деятельностью. Государственные органы Республики Узбекистан могут осуществлять внешнеэкономическую деятельность, если иное не предусмотрено законом. Компаниям или частным лицам разрешается вести торговлю с иностранными предприятиями напрямую или через внешнеторговых агентов.

Указ Президента Республики Узбекистан от 2 сентября 2017 г. № 5177 предусматривает осуществление расчетов за товары, реализуемые на территории республики, только в национальной валюте. Однако данный указ не распространяется на внешнеторговые операции. Контракт считается внешнеторговым, если он заключен между юридическим или физическим лицом иностранного государства и хозяйствующим субъектом Узбекистана. При этом контракт должен быть зарегистрирован в Единой электронной информационной системе внешнеторговых операций (ЕЭИСВО)¹³. Контракт, не зарегистрированный в установленном порядке в ЕЭИСВО, внешнеторговым считаться не будет. К внешнеторговым контрактам относятся экспортные, бартерные и импортные контракты. Валюта платежа по ним указывается в иностранной валюте.

Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций

К таким документам относятся:

- импортная таможенная декларация;
- коммерческий счет-фактура;
- сертификат происхождения;
- транспортные документы;
- фитосанитарные и ветеринарные сертификаты (в зависимости от типа продукции);
- сертификаты соответствия (в зависимости от типа продукции);
- упаковочный лист.

Все документы должны быть представлены в оригинале и нескольких копиях.

¹³ [Инструкция](#) по формированию и отправке электронной копии внешнеэкономического контракта через Единый портал государственных услуг в ЕЭИСВО.

Особенности практик применения взаиморасчетов

Наиболее распространенными способами расчетов в Узбекистане являются электронные переводы и аккредитивы. Клиенты могут открывать карты Visa, Mastercard и China UnionPay в местных банках для международных платежей и поездок, а также использовать местные карты UzCard и Humo для платежей в национальной валюте.

Сотрудничество UzCard и Humo с Visa, Mastercard и China UnionPay привело к выпуску кобрендинговых карт (UzCard-Mastercard, UzCard-UnionPay, Humo-Visa, Humo-Mastercard, Humo-UnionPay), которые могут использоваться как для местных, так и для международных платежей. В апреле 2021 г. Uzcard и Humo подписали меморандум о сотрудничестве по интеграции своих инфраструктур, чтобы терминалы начали принимать карты обоих типов.

Несмотря на то, что обслуживание карт российской платежной системы «Мир» временно приостановлено в Узбекистане, при внешнеторговых контрактах распространена практика расчета в национальных валютах. Так, в 2022 г. банки Узбекистана и России осуществили примерно 60% взаиморасчетов в национальных валютах своих стран.

Таким образом, на начальном этапе работы с узбекистанскими партнерами рекомендуется прибегать к более дорогим, но безопасным аккредитивам. Ahbor-reyting — местное рейтинговое агентство, которое оказывает рейтинговые услуги коммерческим банкам, страховым и лизинговым компаниям. По мере выстраивания деловых отношений можно рассмотреть опцию расчетов посредством электронных переводов, в том числе в национальной валюте.

Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банковская система в Узбекистане находится под контролем государства посредством сложного набора нормативных актов и практик.

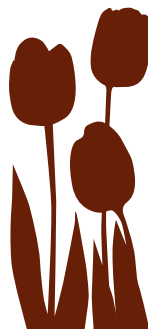


Табл. 13. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт
Национальный банк внешнеэкономической деятельности Республики Узбекистан	Основан в 1991 г. и является универсальным коммерческим банком Узбекистана. Это крупнейший банк по объему активов. Предоставляет широкий спектр банковских услуг	www.nbu.uz
АК «Алокабанк»	Основан в 1994 г. Имеет 14 филиалов, 105 операционных касс и 22 офиса международных денежных переводов	www.aloqabank.uz
АКБ «Тенге Банк»	Является дочерней компанией Halyk Bank (Казахстан). 18 мая 2019 г. АКБ «Тенге Банк» получил лицензию Центрального банка Республики Узбекистан на осуществление банковских операций	www.tengebank.uz
Народный банк Республики Узбекистан (Xalq banki)	Крупнейший акционерный коммерческий банк Узбекистана. Предоставляет широкий набор банковских услуг в розничном и корпоративном секторе	https://clck.ru/34pqoo

5.3. Формы присутствия на рынке

Основными нормативно-правовыми документами, регулирующими создание и деятельность компаний на территории Республики Узбекистан, являются Закон «Об обществах с ограниченной и дополнительной ответственностью», Закон «О частном предприятии», Закон «Об акционерных обществах и защите прав акционеров», Классификатор организационно-правовых форм Республики Узбекистан.

При регистрации предприятий с иностранными инвестициями должны выполняться три условия:

- размер уставного фонда составляет не менее 400 млн сумов;
- наличие в составе учредителей иностранного юридического или физического лица;
- доля иностранного юридического или физического лица составляет не менее 15% от общего размера уставного фонда.

По законодательству Узбекистана иностранным лицам предоставляется возможность участвовать в нескольких организационно-правовых формах компаний.

Совместное предприятие в форме ООО (СП ООО)

Размер уставного капитала компании для регистрации должен быть не менее 400 млн сумов. Кроме того, по крайней мере один из учредителей должен быть иностранным юридическим или физическим лицом, которое владеет не менее 15% доли в уставном капитале данной компании.

Иностранное предприятие в форме ООО (ИП ООО)

Уставный капитал компании должен составлять не менее 400 млн сумов. Все учредители иностранного предприятия должны быть иностранными юридическими или физическими лицами, обладающими 100% долей в уставном капитале. Регистрация компаний с иностранными инвестициями осуществляется в районных центрах государственных услуг, в зависимости от адреса предприятия.

В 2022 г. было отменено обязательное присутствие иностранного юридического лица в составе участников предприятий с иностранными инвестициями. Помимо этого, государственная пошлина за регистрацию таких предприятий снижена в три раза.

Акционерное общество

Регистрация и деятельность акционерных обществ регулируется Законом Республики Узбекистан от 26 апреля 1996 г. № 223-I «Об акционерных обществах и защите прав акционеров».

Основные положения:

- акционерным обществом признается хозяйствующий субъект, уставный фонд которого разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательства общества по отношению к акционерам;
- акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций;
- акционеры, не полностью оплатившие акции, несут солидарную ответственность по обязательствам общества в пределах неоплаченной части стоимости принадлежащих им акций;
- акционерные общества могут быть открытыми или закрытыми. В открытом акционерном обществе нет ограничений на минимальное количество учредителей, в то время как закрытое акционерное общество должно содержать не менее трех учредителей, каждый из которых является акционером общества;

- для акционерного общества минимальный размер уставного фонда должен быть не менее 400 тыс. долл. США по курсу Центрального банка Республики Узбекистан на дату государственной регистрации общества;
- для формирования уставного фонда общества в соответствии с учредительными документами предоставляется срок, не превышающий один год с момента государственной регистрации общества.

Регистрация компании

Процесс регистрации компании включает в себя следующие этапы:

- резервирование наименования узбекистанской компании;
- подготовка учредительных документов компании;
- открытие расчетного счета и внесение уставного капитала компании;
- заключение договора аренды офисного помещения и оформление юридического адреса компании;
- оплата государственной пошлины за регистрацию;
- подача документов на регистрацию компании посредством онлайн-загрузки документов в систему или через любой центр государственных услуг;
- регистрация в налоговом органе.

За регистрацию компании в Узбекистане взимается госпошлина в размере 3 млн сумов. Процедура регистрации компании занимает в среднем 14–16 дней. Регистрация в системе производится в течение 30 минут.

Представительство

Согласно законодательству Республики Узбекистан, представительство не является юридическим лицом и рассматривается как структурное подразделение нерезидента, которое не имеет права на осуществление коммерческой деятельности. Для открытия представительства необходимо получить аккредитацию в Министерстве внешних экономических связей, инвестиций и торговли Республики Узбекистан (МВЭСИТ).

Для получения аккредитации следует предоставить письменную заявку, содержащую информацию о деятельности компании, договорах и соглашениях, учредительные документы компании, документ о государственной регистра-

ции, доверенность, положение о представительстве и гарантийное письмо от юридического или физического лица, являющегося собственником нежилого помещения, которое может быть предоставлено в аренду или реализовано представительству.

5.4. Защита интеллектуальной собственности

Вопросами охраны интеллектуальной собственности в стране занимается Агентство по интеллектуальной собственности при Министерстве юстиции Республики Узбекистан (далее — Агентство).

Узбекистан является участником следующих международных организаций и соглашений:

- Стокгольмская конвенция об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС);
- Парижская конвенция по охране промышленной собственности;
- Договор о патентной кооперации;
- Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков;
- Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений;
- Страсбургское соглашение о Международной классификации патентов;
- Договор о законах о товарных знаках;
- Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для регистрации товарных знаков;
- Локарнское соглашение о Международной классификации промышленных образцов;
- Договор ВОИС по авторскому праву.

Национальное законодательство в области прав интеллектуальной собственности включает следующие акты:

- Закон Республики Узбекистан № 267-II от 30 августа 2001 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (с изменениями в соответствии с Законом № ЗРУ-446 от 14 сентября 2017 г.)¹⁴;
- Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-42 от 20 июля 2006 г. «Об авторском праве и смежных правах» (с изменениями в соответствии с Законом № ЗРУ-476 от 18 апреля 2018 г.)¹⁵;
- Закон Республики Узбекистан № 1062-XII от 6 мая 1994 г. «Об изобретениях, полезных моделях и промышленных образцах» (с изменениями в соответствии с Законом № ЗРУ-446 от 14 сентября 2017 г.)¹⁶.

Регистрация товарного знака

В качестве товарных знаков в Узбекистане могут быть зарегистрированы изображения, слова, знаки и другие обозначения определенной формы или любое их сочетание, выполненное одним цветом или разными цветами. Словесные знаки включают слова, словосочетания, предложения, другие словесные единицы, а также их комбинации.

В качестве товарных знаков не регистрируются:

- обозначения, представляющие собой изображения государственных гербов, флагов и государственных наград;
- официальные названия государств, сокращенные или полные наименования международных или межправительственных организаций;
- официальные контрольные, гарантийные и пробирные клейма, печати;
- изображения знаков отличий и различий государственных служб, применяемых в Республике Узбекистан;
- обозначения, не обладающие различительной способностью;
- обозначения, противоречащие интересам общества, принципам гуманности и морали;

¹⁴ <https://wipo.lex.wipo.int/ru/text/470607>

¹⁵ <https://wipo.lex.wipo.int/ru/text/473103>

¹⁶ <https://wipo.lex.wipo.int/ru/text/472491>

- обозначения, тождественные или сходные до степени их смешения;
- товарные знаки, ранее зарегистрированные или заявленные на регистрацию в Республике Узбекистан на имя другого лица, а также охраняемые без регистрации в силу международных договоров Республики Узбекистан или обладающие более ранним приоритетом в отношении однородных товаров.

Заявка на регистрацию товарного знака подается юридическим или физическим лицом (далее — заявитель) в Агентство на [портале госуслуг](#).

После подачи заявки на регистрацию товарного знака Агентство в течение одного рабочего дня размещает сведения о данной заявке на своем официальном веб-сайте. Затем заинтересованные лица могут представить в Агентство письменные замечания о недобросовестности поданной заявки на регистрацию товарного знака.

Заявка на регистрацию товарного знака должна относиться к одному товарному знаку и содержать следующие сведения:

- заявление о регистрации обозначения в качестве товарного знака;
- изображение заявляемого обозначения;
- перечень товаров, для которых испрашивается регистрация товарного знака, сгруппированных в соответствии с Международной классификацией товаров и услуг для регистрации знаков.

К заявке должны быть приложены:

- документ, подтверждающий уплату пошлины за подачу заявки;
- доверенность, выданная заявителем, в случае подачи заявки через патентного поверенного.

Заявленное обозначение рассматривается в следующем порядке:

- **Формальная экспертиза.** Формальная экспертиза заявки на регистрацию товарного знака проводится в тридцатидневный срок с даты подачи. Проверяется содержание заявки на регистрацию товарного знака, наличие необходимых документов, а также их соответствие установленным требованиям. По результатам формальной экспертизы заявителю сообщается решение Агентства о принятии заявки к рассмотрению либо об отказе.
- **Экспертиза заявленного обозначения.** Экспертиза заявленного обозначения проводится Агентством в соответствии с решением о принятии заявки на регистрацию товарного знака в течение семи месяцев, но не ранее шести месяцев с даты подачи заявки. Агентство проверяет наличие/отсутствие абсолютных и относительных оснований для отказа в регистрации.

По результатам экспертизы Агентство выносит решение о регистрации товарного знака либо об отказе его в регистрации, о чем заявитель уведомляется.

Мадридская система регистрации товарных знаков

Процесс регистрации по Мадридскому соглашению включает следующие этапы:

- заявка на национальную регистрацию подается в местное патентное ведомство — Роспатент (в случае российских компаний);
- на базе национальной заявки в Роспатент подается международная заявка. Для подачи заявки через ВОИС заполняется утвержденная форма (ММ2). Стоимость международной регистрации складывается из пошлины Мадридской системы (рассчитывается по калькулятору ВОИС и пошлины Роспатента за обработку международной заявки);
- Роспатент передает международную заявку в ВОИС;
- ВОИС передает заявку в патентное ведомство Узбекистана;
- Узбекистан проводит собственную экспертизу и регистрирует товарный знак либо направляет предварительный отказ;
- выдается свидетельство на товарный знак;
- **международная регистрация в течение первых пяти лет зависит от базовой регистрации.** Это значит, что в случае, если по какой-либо причине базовая регистрация будет аннулирована, автоматически будет прекращена и регистрация международной заявки.

Стандартная процедура регистрации занимает около 13–15 месяцев. Срок действия регистрации товарного знака составляет 10 лет, продление срока — на 10 лет неограниченное количество раз.

При неиспользовании товарного знака на территории Республики Узбекистан без уважительной причины непрерывно в течение последних трех лет его регистрация может быть аннулирована на основании решения суда по требованию любого заинтересованного лица. Выдача лицензии на пользование товарным знаком считается его использованием.

Защита прав на товарные знаки

Незаконное использование товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения для однородных товаров влечет наложение штрафа на юридические лица от 100 до 200 базовых расчетных величин. Размеры штрафов определяются по каждому виду правонарушений в отдельности.

На основании заявления правообладателя Агентством проводится проверка соблюдения права на использование товарного знака. Проверки, проводимые в отношении субъектов предпринимательства, осуществляются по согласованию с Уполномоченным при Президенте Республики Узбекистан по защите прав и законных интересов субъектов предпринимательства в порядке, установленном законодательством.

Лицо, неправомерно использующее товарный знак, обязано прекратить нарушение и возместить владельцу товарного знака понесенные им убытки.

Лицо, неправомерно использующее товарный знак, обязано уничтожить изготовленные изображения товарного знака, удалить с товара или его упаковки незаконно используемый товарный знак или обозначение, сходное с ним до степени смешения. При невозможности выполнить требования соответствующий товар подлежит уничтожению.

Доменное имя

Владельцем доменного имени может быть любое физическое или юридическое лицо. Домен верхнего уровня — **.uz**. Срок регистрации домена в Узбекистане составляет обычно не более 1–2 дней с момента поступления оплаты на расчетный счет регистратора.

Срок действия регистрации и перерегистрации доменного имени составляет от 1 года до 10 лет.

С более подробной информацией можно ознакомиться [на сайте](#).

Продвижение продукции

A glass of beer with a large white number 6 overlaid. The glass is filled with a golden beer, and a stream of liquid is being poured into it from above, creating a splash and bubbles. The background is dark, and the glass is condensation-covered. A large white number 6 is overlaid on the right side of the glass.

6

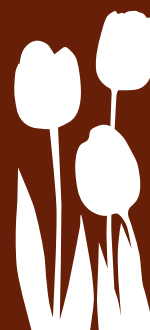
Содержание.

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки



6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Потребительские предпочтения

Наибольшей популярностью в Узбекистане пользуется зеленый чай. Присутствие черного чая на рынке относительно невелико, спрос на него стабилен. По оценкам экспертов Euromonitor, рынок зеленого и черного чая в Узбекистане насыщен, чайная продукция представлена в широком ассортименте и способна удовлетворить самые взыскательные вкусы потребителей. В ближайшие годы наиболее активный рост будут демонстрировать продажи травяного и фруктового чая, что, наряду с нулевыми ввозными пошлинами, делает этот сегмент наиболее привлекательным для российского экспортера.

Новым экспортерам проще войти на рынок в сегменте развесного чая. Также целесообразно изучить возможность экспорта пакетированного чая, что может увеличить объем продаж.

Ценовая политика

Большую часть игроков на рынке чая долгое время составляли национальные компании. Однако из-за пандемии и перебоев в цепочках поставок местные компании столкнулись с рядом трудностей, в том числе с ростом цен на сырье, импортируемое из Китая, поэтому оказались вынуждены повышать цены.

Согласно прогнозам, в среднесрочной перспективе (до 2026 г.) рынок чая в Узбекистане будет в целом стабильным. Как и в большинстве развивающихся стран, где покупательная способность большей части населения невысока, наиболее востребован чай в средней ценовой категории — около 1,1 долл. США за 100 г.

Принимая во внимание высокую конкуренцию со стороны национальных игроков, пользующихся доверием потребителей, рекомендуется выходить на рынок с привлекательной ценой, в том числе и для формирования положительной репутации нового бренда.

Маркетинговая стратегия

Рынок чая в Узбекистане находится на стадии трансформации. Потребители готовы пробовать новые вкусы и пересматривать устоявшиеся традиции. Для повышения узнаваемости бренда экспортеру рекомендуется проводить в крупных сетевых магазинах рекламные и маркетинговые кампании, включающие возможность дегустации.

Участие в выставках

Экспортеру рекомендуется регулярно принимать участие в популярных выставках и ярмарках, так как покупатели отдают предпочтение брендам, которые проявили себя и вызывают доверие.

6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
UzProdExpo 2023 Крупная выставка продуктов пищевой и перерабатывающей промышленности, сельскохозяйственного оборудования и технологий www.ieg.uz/uzagroexpo	Ташкент Uzekspocentre Exhibition Centre	22–24.11.2023
FoodWeek Uzbekistan Крупная международная выставка производителей продуктов питания и напитков www.10times.com/food-uzbekistan	Ташкент Uzekspocentre Exhibition Centre	28–30.11.2023
AgroWorld Uzbekistan 2023 Международная выставка сельскохозяйственного оборудования, кормов, удобрений и технологий www.agroworld.uz/ru	Ташкент Uzekspocentre Exhibition Centre	12–14.03.2024
UzFood Международная выставка продуктов питания, ингредиентов и технологий производства www.uzfoodexpo.uz/ru/index.php	Ташкент Uzekspocentre Exhibition Centre	26–28.03.2024

Особые экономические зоны





В настоящее время в Республике Узбекистан функционируют 22 свободные экономические зоны (СЭЗ), две из которых специализируются на сельском хозяйстве: «Бухоро-агро» и «Каракалпак-агро». Обе СЭЗ созданы относительно недавно — в 2018 и 2020 гг. соответственно.

Цели сельскохозяйственных СЭЗ:

- привлечение иностранных инвестиций;
- эффективное использование потенциала регионов;
- развитие человеческого капитала;
- поощрение организации полного процесса сельскохозяйственного производства от семян до рынка;
- внедрение современных ресурсосберегающих технологий;
- создание научно-производственных центров в соответствии с международными стандартами;
- сертификация и маркировка производимой продукции на основе мировых стандартов;
- формирование современной инфраструктуры для оказания логистических услуг, помощь сельхозпроизводителям в организации экспорта своей продукции.

Преференции

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 26 октября 2016 г. № УП-4853, компании, которые являются участниками свободных экономических зон, освобождаются от уплаты следующих налогов и сборов:

- земельного налога, налога на прибыль, налога на имущество юридических лиц, налога на благоустройство и развитие социальной инфраструктуры, единого налогового платежа для микрофирм и малых предприятий, а также обязательных отчислений в Республиканский дорожный фонд и внебюджетный Фонд реконструкции, капитального ремонта и оснащения общеобразовательных школ, профессиональных колледжей, академических лицеев и медицинских учреждений при Министерстве финансов Республики Узбекистан;

- таможенных платежей (кроме сборов за таможенное оформление) за оборудование, сырье, материалы и комплектующие изделия, ввозимые для собственных производственных нужд, а также направляемые на модернизацию, реконструкцию и техническое, технологическое перевооружение, расширение действующих производств, строительство производственных зданий, приобретение сырья и материалов, необходимых для собственных производственных нужд, без права возврата отрицательной суммы налога на добавленную стоимость, возникающую при экспорте продукции;
- таможенных платежей (кроме сборов за таможенное оформление) за строительные материалы, не производимые в республике и ввозимые в рамках реализации проектов, при наличии положительного заключения ГУП «Центр комплексной экспертизы проектов и импортных контрактов» при Министерстве экономики и промышленности Республики Узбекистан, по результатам комплексной экспертизы перечней товаров. Данный пункт может быть нерелевантным в силу действия зоны свободной торговли в рамках СНГ и наличия нулевых ставок пошлин на многие виды товаров.

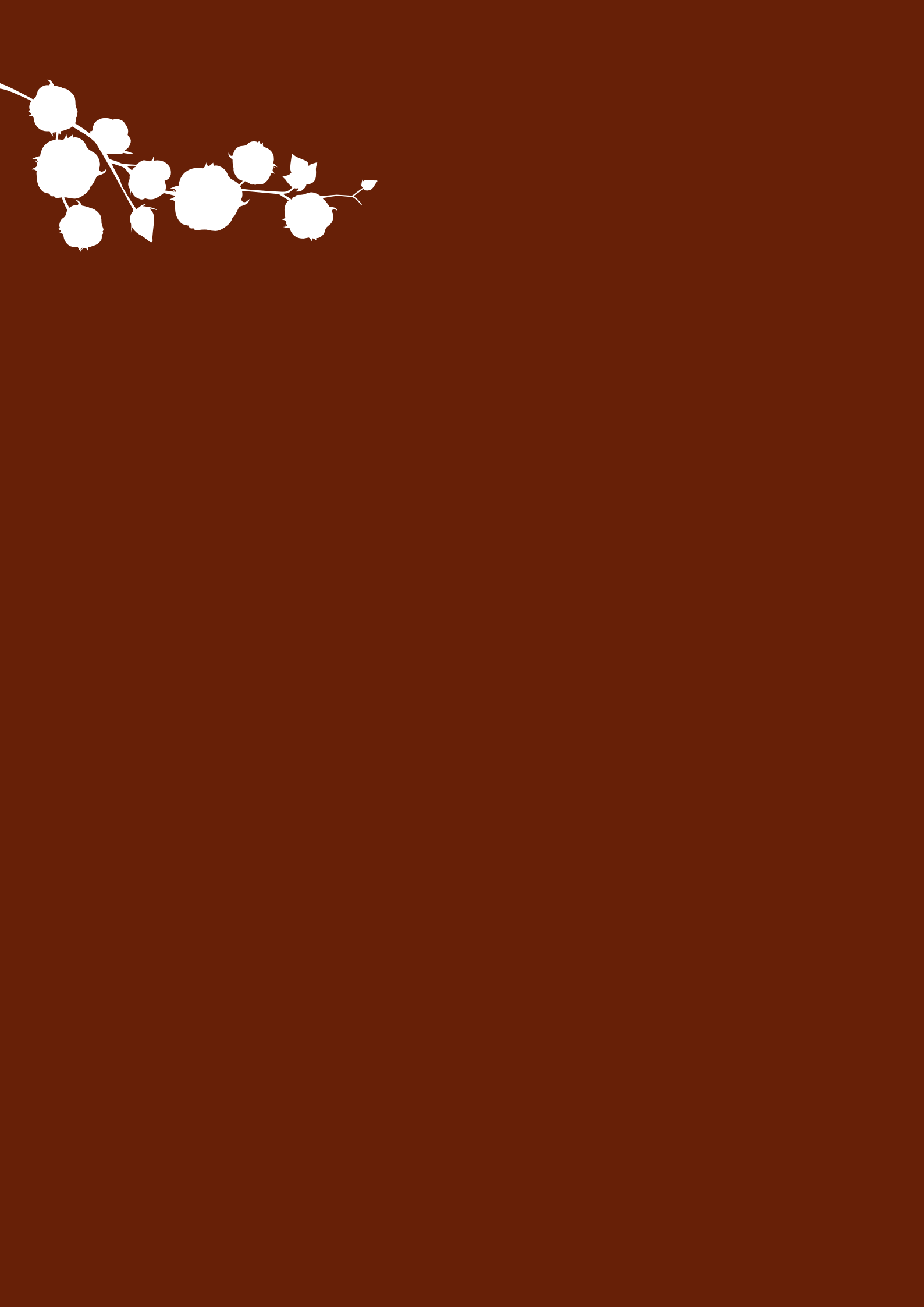
Льготы в СЭЗ предоставляются на срок от 3 до 10 лет в зависимости от объема внесенных инвестиций, в том числе в эквиваленте:

- от 300 тыс. до 3 млн долл. США — сроком на 3 года;
- 3–5 млн долл. США — сроком на 5 лет;
- 5–10 млн долл. США — сроком на 7 лет;
- от 10 млн долл. США и более — сроком на 10 лет, с применением в течение последующих 5 лет ставки налога на прибыль и единого налогового платежа в размере на 50% ниже действующих ставок.

Резиденты СЭЗ освобождаются на весь период деятельности от уплаты таможенных платежей (кроме сборов за таможенное оформление) на ввозимое сырье, материалы и комплектующие изделия в части продукции, направляемой на экспорт.

Особенности ведения бизнеса

8



Официальная религия в Республике Узбекистан — ислам, что определяет уклад общественной и семейной жизни. В стране проживают представители свыше 135 национальностей, которые дружелюбны по отношению друг к другу. Помимо мусульман, здесь есть православные, католики, лютеране, евреи и т.д.

Общество крайне иерархично. Узбеки уважительно и внимательно относятся к возрасту, что подразумевает готовность младших оказать любую помощь и поддержку старшим. Уважение к возрасту и положению воспитывается с детства, поэтому очень важно следовать местным традициям и оказывать подобные знаки внимания самостоятельно.

Культуру населения отличает коллективное сознание. Это предполагает, что интересы общества стоят выше интересов отдельных его членов. Для узбеков большую роль играют клановые отношения и семейная взаимопомощь.

Современному узбекскому национальному характеру свойственны гордость и высокий уровень патриотизма. Недопустимо проявление высокомерия в отношениях. Лучше избегать таких понятий, как «старший брат — младший брат», когда речь идет о сотрудничестве между двумя странами.

Иерархия в бизнесе

На деловой встрече первым поприветствуют самого старшего по возрасту. Мужчины обмениваются рукопожатием, при этом левую руку принято прикладывать к сердцу или к животу. Женщины дотрагиваются до локтя рукой, могут поцеловать друг друга в щеки, если хорошо знают друг друга. Мужчина приветствует женщину легким рукопожатием, если она первая подает руку.

Планирование и проведение встречи

Официальный язык в Узбекистане — узбекский, русский язык по-прежнему широко используется, но представители бизнеса и государственного сектора все чаще говорят на английском.

Этикет приветствия

Приветствие сопровождается фразой: «Ассалому алейкум!», в ответ говорится: «Ваалейкум ассалом!» Затем разговор необходимо продолжить, спросив о делах, семье, здоровье и т.п. Отсутствие интереса к личным делам собеседника может быть расценено как равнодушие, неуважение, невнимательность.



Стиль одежды

Деловой дресс-код у мужчин соответствует западноевропейскому стилю, вполне подойдут строгий костюм, рубашка и галстук. Женщины из космополитичных семей предпочитают брючные или юбочные костюмы с блузкой, прикрывающей плечи. Некоторые женщины надевают традиционную одежду и покрывают голову платком.

Подарки

В узбекской культуре особое место отведено обмену подарками. Подарок принято оборачивать в красивую упаковку. Нежелательно дарить алкоголь и канцелярские принадлежности, кроме имиджевых и корпоративных аксессуаров. Женщинам дарят цветы, сладости. Этикетом предусмотрено вручать подарки по завершении встречи.

Визитные карточки

Визитную карточку с контактами передают только правой рукой, даже если человек левша. В Азии визитка передается и принимается двумя руками. При этом вручение происходит в порядке иерархии сотрудников по возрасту и положению в компании.

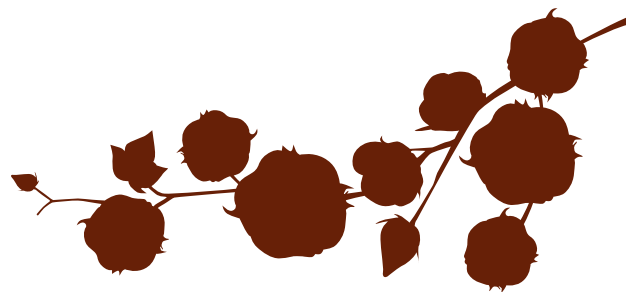
Нельзя класть визитку в карман брюк, убирать со стола во время беседы. Визитная карточка вручается в конце совещания.

Деловое общение

Узбеки, как правило, не спешат с принятием решений в бизнесе. Иностранцу очень важно выбрать правильный стиль общения с местными партнерами, коллегами. Недосказанность в переговорах может смутить узбекистанских партнеров, помешать созданию доверительных отношений. В национальной культуре ведения бизнеса заложена определенная склонность достаточно широко трактовать достигнутые договоренности (в свою пользу), хитрить и всячески стараться добиться дополнительных выгод. В процессе переговоров стоит придерживаться последовательного и немного напористого стиля. Важно найти грань между выполнением обещаний и сохранением доброжелательной и уважительной манеры без намека на агрессию и давление. Не стоит эмоционально реагировать, проявлять панибратство и чрезмерно уходить в юмор. Расслабленность и равновесие очень ценятся в узбекской культуре.

Табл. 14. Государственные праздники в Узбекистане в 2023 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Международный женский день	8 марта
Навруз	21 марта
Ураза-байрам	22 апреля
День памяти и почестей	9 мая
Курбан-байрам	29 июня
День независимости	1 сентября
День учителя	1 октября
День Конституции	8 декабря

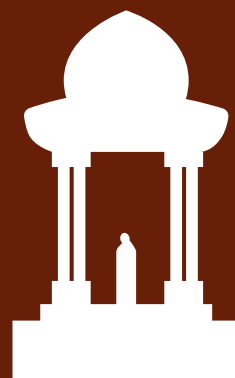


Преимущества и риски осуществления поставок

A glass teapot is pouring a stream of amber-colored tea into a glass cup. The scene is set on a dark, textured surface with several pieces of chocolate scattered around. A large, white, stylized number '9' is overlaid on the cup.

9

Содержание



9.1.

Преимущества

9.2.

Риски

9.1. Преимущества

Развитые политические и торгово-экономические отношения

Россия и Узбекистан традиционно сохраняют высокий уровень двусторонних отношений. Товарооборот Узбекистана с Россией по итогам 2022 г. вырос на 23% по сравнению с 2021 г. — до 9,28 млрд долл. США. Россия вернулась на первое место среди стран во внешнеторговом обороте республики. Товарооборот продукцией АПК увеличился на 36,4%. Имеется потенциал для дальнейшего роста торгового оборота. В сентябре 2022 г. в Самарканде обозначен принципиально новый этап в истории взаимоотношений России и Узбекистана. Лидерами двух государств подписана декларация о всеобъемлющем стратегическом партнерстве.

Рост спроса на разнообразные виды чая

Чай — самый популярный напиток в Узбекистане. Если раньше рынок был представлен только местными брендами, сегодня на нем распространены такие известные марки, как Ahmad Tea и Greenfield. Предпочтения потребителей становятся разнообразнее. Растет спрос на фруктовые и травяные чаи, на которые распространяется режим свободной торговли.

Зависимость от импорта

В Узбекистане отсутствует собственное производство чая — оно представлено в основном небольшими экспериментальными площадками. Спрос удовлетворяется преимущественно за счет импортной продукции. Так, в 2021 г. объем импорта составил 99% от общего объема рынка чая в стране, что создало благоприятные условия для импорта чая в Узбекистан.

9.2. Риски

Конкуренция со стороны мировых лидеров чайной промышленности

Рынок чая в Узбекистане является высококонкурентным. Основные игроки — несколько ТНК, национальные производители и дистрибьюторы, причем рынок характеризуется олигополией: у наиболее крупных игроков доля рынка примерно 14%, у остальных компаний — не более 1%. Российский чай представлен на рынке республики более 10 лет, его доля пока относительно невелика.

Рынок фасованного чая насыщен, ассортимент представленных брендов достаточно широк — все сегменты от премиум до дешевого заполнены, и колебания минимальны. Новым экспортерам проще войти на рынок в сегменте развесного чая (с условием выхода на местных дистрибьюторов). Также целесообразно рассмотреть возможность экспорта пакетированного чая.

Таможенные пошлины

Экспорт зеленого и черного чая, самых массовых категорий чайной продукции, облагается высокими таможенными пошлинами, что ограничивает возможности российского экспортера по выходу на массовый потребительский рынок.

Программы государственной поддержки национальных производителей

В перспективе конкурентным риском для новых экспортеров может стать развитие собственного производства чая в Узбекистане с выращиванием чайного сырья на промышленных плантациях. Такое производство поддерживается государством, например в рамках Стратегии развития Нового Узбекистана (2022–2026 гг.)¹⁷. Однако на сегодняшний день подобное производство отсутствует.



¹⁷ <https://lex.uz/ru/docs/5841077>

Карта действий экспортера

10





Правительство Узбекистана может устанавливать тарифные квоты на беспошлинный ввоз ряда товаров. Во внешнеторговых отношениях между Узбекистаном и Россией Договор о зоне свободной торговли СНГ, в соответствии с которым на категорию фруктовых и травяных чаев не распространяются таможенные пошлины.

При поставках в Узбекистан следует учитывать ТН ВЭД этой страны, которая во многих позициях существенно отличается от российской. Поэтому при осуществлении экспорта оформление документов на поставку и проведение соответствующих процедур целесообразно доверить профессионалам.

Документы, необходимые для осуществления экспорта в Узбекистан

Необходимые для экспорта документы, характеризующие продукцию:

- лицензия на производство, если экспортер выступает изготовителем;
- документы, предоставляющие право собственности;
- сертификат соответствия (следует запросить у производителя);
- удостоверение качества (также могут потребоваться санитарные, ветеринарные или иные удостоверения для подтверждения безопасности и качества товара).

К прочим экспортным документам относятся товаросопроводительные: товарно-транспортная накладная (ТТН), акт разгрузки-погрузки, документы на транспортное средство. К ним предъявляются конкретные требования по оформлению и полноте содержания. В частности, в ТТН отмечается количество мест, вес и упаковка. В счете-фактуре обязательно указывается цена на товар.

Документы для подтверждения экспорта в Узбекистан

Для подтверждения экспорта необходимы документы для таможенного оформления. Они также потребуются для заключительной процедуры — возврата НДС. Сегодня налажен упрощенный порядок взаимодействия в сфере налогообложения. В частности, выплачивать НДС должна лишь сторона, которая продает товар в Узбекистан последнему покупателю (частному лицу). Поэтому экспортер может указать в своих бумагах ставку, равную нулю. Но для этого необходимо обратиться в налоговую инспекцию и подать соответствующее заявление и копии контракта, накладной и счета-фактуры.

Помимо этого потребуются подтверждающие документы, полученные у торгового партнера:

- заявка на ввоз товара в Узбекистан (с отметкой из государственного налогового органа).
- выписка банка по счету, в которой отмечены дата и сумма оплаты.

Полезные контакты

Содействие в осуществлении экспортных поставок в Узбекистан может оказать АО «Российский Экспортный Центр» (РЭЦ). Информация о полезных ресурсах РЭЦ, приводится ниже:

- цифровая платформа «Мой Экспорт»: <https://myexport.exportcenter.ru/>;
- регистрация на портале: <https://lk.exportcenter.ru/ru/registration/step-1>;
- доступ к базе знаний: clck.ru/33s6vV;
- перечень предоставляемых услуг (кредитно-гарантийная поддержка, страхование, продвижение на внешние рынки, специальные программы по поддержке экспорта и др.): <https://www.exportcenter.ru/services/>;
- партнерские предложения: <https://bit.ly/3z4lbbl>.

Потенциальный экспортер может также получить поддержку в Минпромторге России: www.minpromtorg.gov.ru/ministry/trade_mission/request_support_export и Торгпредстве России в Узбекистане: <https://uzb.minpromtorg.gov.ru>.

Контактная информация

11

Содержание

11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации



11.1. Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
Alvenda	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Тел.: + 998 99 996 22 22 E-mail: info@ramonatea.uz Сайт: https://ramonatea.uz
Balton Trading Group	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: ул. Олтинкуль, 26, Мирабадский район, Ташкент Тел.: +998 78 120 00 48 E-mail: director@baltontrading.com Сайт: www.baltontrading.com
Biznes Aziya	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: ул. Бобура, 22а, Яккасарайский район, Ташкент Тел.: +998 71 231 89 99 E-mail: info@biznes-aziya.uz Сайт: http://biznes-aziya.uz/ru
FMG Group	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: Малая кольцевая дорога, 59, Ташкент Тел.: + 998 71 241 19 50 Сайт: www.gfmcg.uz
Premium Trade Group	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: ул. Абдуллы Каххара, 16а, Яккасарайский район, Ташкент E-mail: premiumtg@mail.ru
Uztrade Export & Import	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: ул. Истиклол, 51, Ташкент Тел.: +998 71 233 01 97 E-mail: info@uzte.uz Сайт: www.uzte.uz
Best Tea	Импорт, производство, дистрибьюторская деятельность	Адрес: ул. Тикланиш, Чирчик Тел.: +998 98 125 14 05 E-mail: info@besttea.uz Сайт: www.besttea.uz
Baraka Market	Розничная торговля	Адрес: ул. Нукус, 73, Мирабадский район, Ташкент E-mail: info@barakamarket.uz Сайт: www.barakamarket.uz
Korzinka	Розничная торговля	Адрес: ул. Кичик Халка йули, 120, Яккасарайский район, Ташкент Тел.: +998 78 140 14 14 E-mail: info@korzinka.uz Сайт: www.korzinka.uz
Makro	Розничная торговля	Адрес: ул. Чиланзар, 55, Чиланзарский район, Ташкент Тел.: + 998 71 205 12 05 Сайт: www.makromarket.uz

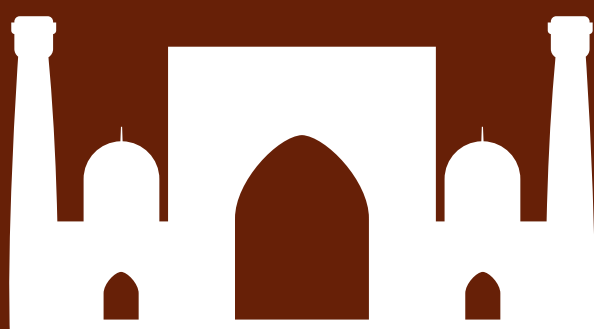
Компания	Профиль	Контактная информация
Smart Market	Розничная торговля	Тел.: +998 78 777 84 84 Сайт: www.smart-market.uz
Glotr	Электронная торговля	Тел.: +998 78 150 67 76 Сайт: https://glotr.uz

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
Министерство сельского и водного хозяйства	Адрес: Ташкентская обл., Кибрайский район, ул. Университетская, 2 Тел.: +998 71 206 70 30 E-mail: info@agro.uz Сайт: https://www.agro.uz/ru
Узбекское агентство по техническому регулированию	Адрес: Ташкент, ул. Фараби, 333а Тел.: +998 71 246 17 63 E-mail: uzst@standart.uz Сайт: www.standart.uz/ru/site/index
Министерство инвестиций и внешней торговли	Адрес: Ташкент, ул. Ислама Каримова, 1 Тел.: +998 71 238 50 00 E-mail: info@mift.uz ; mift@exat.uz Сайт: https://miit.uz/ru
Государственный таможенный комитет	Адрес: Ташкент, ул. Ислама Каримова, 3 Тел.: + 998 55 502 76 00 E-mail: info@customs.uz Сайт: www.customs.uz/ru
Агентство по привлечению иностранных инвестиций при Министерстве инвестиций и внешней торговли	Адрес: Ташкент, ул. Тараса Шевченко, 34 Тел.: +998 71 202 02 10 E-mail: uzipa@invest.gov.uz Сайт: www.invest.gov.uz/ru
Торгово-промышленная палата Узбекистана	Адрес: Ташкент, ул. Амира Темура, 4 Тел.: +998 78 150 60 06 E-mail: info@chamber.uz Сайт: https://chamber.uz/ru/index
Российско-Узбекский деловой совет	Тел.: 8 351 266 52 21 E-mail: ok@tpp74.ru Сайт: https://rus-ruds.tpprf.ru/ru

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**

12



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 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 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 напитки
 -  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 напитки
 -  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 развитие инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности, включая 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>**

