

28 ноября 2023

МАСЛО СОЕВОЕ



ИНДИЯ



Обзор ВЭД



Мнение эксперта



Михаил Мальцев

Исполнительный директор, Масложировой союз России

« За последние несколько сезонов Россия значительно увеличила производство соевого масла. Его выпуск по итогам сезона 2022/23 составил почти 1 млн тонн. Пока с таким показателем Россия занимает 8-е место среди мировых производителей соевого масла, зато среди экспортеров мы находимся на 4-м месте в мире. В прошедшем сезоне объем экспорта масла увеличился почти на 20%, а с учетом нынешнего рекордного урожая рассчитываем в текущем сезоне нарастить вывоз еще на 20%.

Потребление растительных масел на индийском рынке увеличивается каждый год. Только соевого масла по итогам 2022 г. страна импортировала почти 4 млн тонн. Доля отечественного масла в этом объеме пока незначительна, но прошедший сезон показал, что ее можно наращивать и спрос на нашу продукцию есть.

Индия занимает 2-е место в тройке лидеров по импорту российских растительных масел, являясь одним из ключевых наших покупателей. По итогам сезона 2022/23 страна закупила 683 тыс. тонн российского подсолнечного масла, нарастив объем импорта более чем в 2 раза по сравнению с сезоном 2021/22. Объемы вывоза соевого масла составили 131 тыс. тонн, что в 3,5 раза больше, чем в сезоне 2021/22. Рассчитываем, что объемы отгрузок в этом направлении продолжат увеличиваться и дальше.

»

Паспорт страны

Республика Индия (далее — Индия) — наиболее населенная страна в мире с численностью населения более 1,4 млрд человек. С 2000-х гг. Индия проводит важные экономические реформы и добилась значительного прогресса, благодаря которому число населения, живущих за чертой крайней бедности, сократилось на 90 млн человек. Россия является важным торговым партнером Индии в области сельского хозяйства, энергетики, здравоохранения и информационных технологий.

Общая информация (2022 г.)

ВВП в текущих ценах: 3 389,6 млрд долл. США

Рост ВВП: 7,2%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 8 397,5 долл. США

Уровень инфляции: 6,7%

Приток ПИИ: 49,9 млрд долл. США

Население: 1 417,2 млн человек

Площадь страны: 3 287,3 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 1 785,3 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Мумбаи (12,6 млн), Дели (10,9 млн), Бангалор (8,4 млн), Хайдарабад (6,8 млн), Ахмедабад (6,4 млн)

Уровень урбанизации: 35,9%

Уровень безработицы: 7,3%

Структура ВВП: сельское хозяйство (16,6%), промышленность (25,6%), сфера услуг (48,6%)

Структура занятости (2021 г.): сельское хозяйство (44,0%), промышленность (25,3%), сфера услуг (30,7%)

Объем экспорта продукции АПК: 51,1 млрд долл. США

Основные экспортируемые товары АПК: рис, ракообразные, сахар свекловичный и тростниковый, говядина и пищевые субпродукты КРС, пшеница

Объем импорта продукции АПК: 34,4 млрд долл. США

Основные импортируемые товары АПК: масло пальмовое, масло соевое, масло подсолнечное, орехи кешью, миндаль

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, UN Comtrade



Прогноз развития экономики страны

Экономическая активность в Индии восстанавливается после спада, вызванного распространением штамма коронавируса «омикрон». В отличие от предыдущих волн COVID-19 индийская экономическая система оказалась более устойчива к влиянию пандемии благодаря более эффективному управлению цепочками поставок, увеличению степени цифровизации и ускоренной вакцинации населения. Политика правительства Индии по улучшению логистической инфраструктуры, стимулирование промышленного производства и меры по повышению доходов фермерских хозяйств также способствуют ускоренному восстановлению экономики страны.

В 2022 г. рост реального ВВП страны составил 7,2% по сравнению с 9,1% в 2021 г. Несмотря на снижение темпов роста, экономика Индии остается одной из наиболее быстрорастущих в мире. Вместе с тем, в ближайшие годы ожидается снижение темпов роста индийского ВВП из-за сокращения объемов экспорта Индии на фоне замедления мировой экономики. По прогнозам МВФ, рост реального ВВП страны в 2023 г. ожидается на уровне 6,3%, согласно более оптимистичному прогнозу Oxford Economics — на уровне 6,6% в 2023 г. и 6,1% в 2024 г. в связи с замедлением экономической активности. Кроме того, в условиях спада доходов сельских домохозяйств ожидается снижение потребительского спроса. Тем не менее, умеренное замедление темпов роста мировой экономики может иметь для Индии и положительный эффект благодаря снижению мировых цен на сырьевые товары.



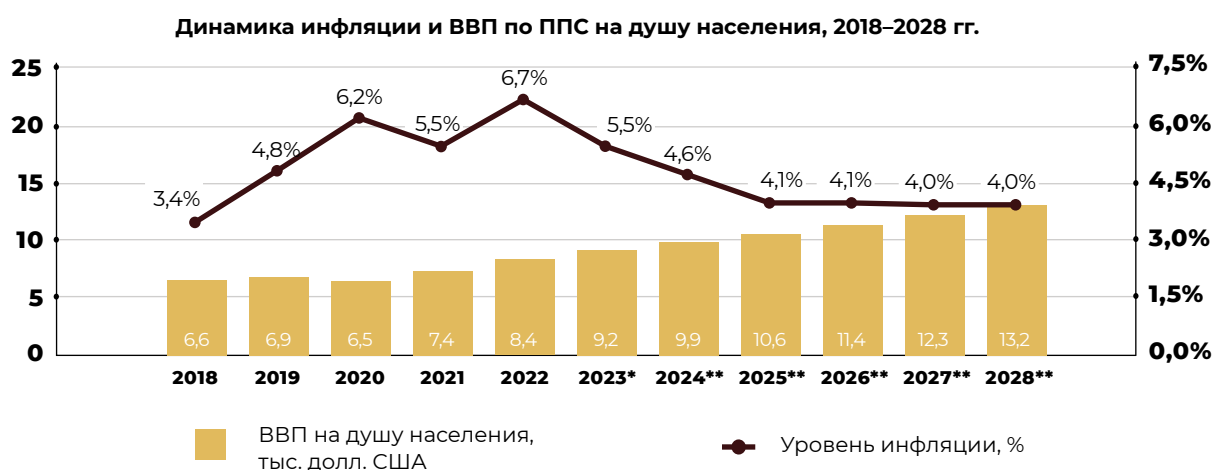


Источник: МВФ

Примечание. *оценка, **прогноз.

В 2022 г. ввиду инфляционного давления центральный банк Индии отказался от принятой во время пандемии политики количественного смягчения и повысил ключевую ставку до 6,5%. Тем не менее, объемы кредитования промышленности и сферы услуг остаются стабильно высокими.

Уровень инфляции в 2022 г., по данным МВФ, составил 6,7% по сравнению с 5,5% в 2021 г., показав наиболее высокий уровень за 2018–2022 гг. Основной фактор, влияющий на данный показатель, — продовольственная инфляция, уровень которой остается нестабильным, что ограничивает усилия центрального банка страны по регулированию инфляции в пределах 2–6%. Тем не менее, в 2023 г. ожидается снижение инфляции до 5,5% с последующей ее стабилизацией на уровне около 4,0% до 2028 г.



Источник: МВФ

Примечание. *оценка, **прогноз.



Сельское хозяйство

Основной объем продукции АПК Индии производится и потребляется непосредственно семьями фермеров. Уровень механизации в частных фермерских хозяйствах остается низким, несмотря на прошедшую в 1960–1970-х гг. «Зеленую революцию», которая привела к увеличению объемов производства и удельной продуктивности.

Благодаря значительной площади страны и обусловленными этим территориальными, климатическими и почвенными различиями, растениеводство Индии характеризуется значительным потенциалом. Так, в Индии выделяется сразу три сельскохозяйственных сезона: хариф, раби и заид. Хариф начинается с наступлением муссонов и дождей, во время которого с июня по июль высеваются такие культуры как рис, кукуруза, арахис и др. Уборка урожая происходит с сентября по октябрь. Раби, напротив, является сухим сезоном: в октябре–декабре проходит посевная пшеницы, ячменя, масличных культур. Уборка урожая производится в апреле–июне. Сезон заид длится с марта по июль, во время него высеваются и собираются овощи, бахчевые, технические культуры (джут).

Индия входит в число мировых лидеров по производству сахарного тростника. В 2022 г., согласно данным Министерства сельского хозяйства Индии, производство сахарного тростника составило 431,8 млн тонн, что на 6,5% выше показателя предыдущего года. Средний темп роста производства за 2018–2022 гг. находился на уровне 3,3% ежегодно.

По предварительной оценке, в 2022 г. было произведено 294,3 млн тонн зерна, среднегодовые темпы роста показателя за 2018–2022 гг. составили 3,2%. Порядка 75% общего объема производства приходится на рис и пшеницу. В последние пять лет производство риса и пшеницы ежегодно увеличивалось в среднем на 3,7% и 1,7% соответственно. Ключевыми штатами-производителями зерна выступают Уттар-Прадеш, Мадхья-Прадеш и Пенджаб.

Производство овощей в Индии с 2022 г. увеличилось на 2,7%, фруктов — на 1,0%. На три ведущих штата — Уттар-Прадеш, Западная Бенгалия, Мадхья-Прадеш — пришлось 39,2% производства овощей в стране. В сегменте фруктов три штата (Андхра-Прадеш, Махараштра и Уттар-Прадеш) обеспечивают 39,7% производства.

Производство продукции растениеводства, млн тонн

	2018	2019	2020	2021	2022
Сахарный тростник	379,9	405,4	370,5	405,4	431,8
Зерновые	259,6	263,1	274,5	285,3	294,3*
Рис	112,8	116,5	118,9	124,4	130,3
Пшеница	99,9	103,6	107,9	109,6	106,8
Кукуруза	28,8	27,7	28,8	31,7	33,6
Овощи, корнеплоды и клубнеплоды	183,5	182,5	185,4	194,8	200,0*
Картофель	51,3	50,2	48,6	56,2	53,4
Лук	23,3	22,8	26,1	26,6	31,3
Помидоры	19,8	19,0	20,6	21,2	20,3



Продолжение табл.

	2018	2019	2020	2021	2022
Фрукты и ягоды	100,7	102,9	105,6	106,4	107,5*
Бананы	30,8	30,5	32,6	33,1	35,1
Манго, мангустаны, гуава	25,0	25,6	24,7	25,0	25,9
Апельсины	8,4	9,5	10,2	10,3	10,7
Соевые бобы	10,9	13,3	11,2	12,6	13,0
Масличные семена	11,3	11,5	12,0	13,1	13,8*
Семена рапса	8,4	9,3	9,1	10,2	11,8
Семена касторового масла	1,6	1,2	1,8	1,6	1,6

Источник: Ministry of Agriculture & Farmers' Welfare, FAOSTAT

Примечание. *оценка.

Индия обладает крупнейшим в мире поголовьем КРС, превышающим 303 млн голов. В структуре поголовья примерно треть приходится на буйволов, мясо которых употребляется в пищу. В свою очередь забой домашних быков и коров на говядину не производится, так как данные животные считаются священными в преобладающей в стране религии — индуизме.

Согласно оценочным данным, производство мяса КРС по итогам прошлого года достигло 4,4 млн тонн, продемонстрировав прирост на 3,7% в сравнении с 2021 г. Производство мяса птицы значительно снизилось в 2020 г. вследствие пандемии COVID-19. Ограничения, введенные правительством, оказали серьезное негативное влияние на функционирование логистической инфраструктуры страны. На фоне закрытия критически важных морских портов пострадали не только поставки за рубеж, но и внутреннее производство. Тем не менее, уже в 2021 г. рост возобновился. В 2022 г., согласно данным OECD, производство мяса птицы составило 4,3 млн тонн (+17,2% к 2021 г.). За 2018–2022 гг. производство мяса птицы увеличивалось в среднем на 1,4% в год. Около 35,7% производства мяса в Индии приходилось на штаты Уттар-Прадеш, Махараштра и Западная Бенгалия.

Существуют государственные программы развития птицеводческой отрасли, благодаря которым растут объемы производства яиц и мяса птицы. Особенно показателен прирост производства яиц с 103,3 млрд штук в 2018 г. до 139,2 млрд штук в 2022 г. (среднегодовые темпы роста составили 5,7%).

Индия является мировым лидером по производству молока — в 2022 г. в стране произведено 234,0 млн тонн данного вида продукции. Прирост относительно 2021 г. составил 5,8%. Средний рост показателя за 5 лет составил 5,7%. Следует отметить, что коровье молоко занимает порядка 50% всего объема производства, а остальная часть приходится на буйволиное молоко. Главными молочными штатами страны являются Уттар-Прадеш и Раджастан.



Производство продукции животноводства

	2018	2019	2020	2021	2022
Куриное яйцо, млрд шт.	103,3	114,4	122,0	129,0	139,2*
Молоко, млн тонн	187,7	198,4	210,0	221,1	234,0*
Мясо КРС, млн тонн	4,2	4,3	3,8	4,2	4,4
Мясо птицы, млн тонн	4,1	4,3	3,6	3,7	4,3*
Рыба и морепродукты, млн тонн	12,6	13,6	14,2	14,7	16,2

Источник: Ministry of Agriculture & Farmers' Welfare, Department of Animal Husbandry & Dairying, FAOSTAT, OECD

Примечание. *оценка.



Важные события в истории развития сельского хозяйства Индии

• 1865 Компании

Учреждение компании Allana Group (Allanasons Private Limited) — одного из крупнейших в стране производителей и экспортеров мяса. Специализируется на производстве мяса буйвола, а также поставляет на рынок овощи, фрукты, кофейные бобы, зерно, корма для животных, растительные масла и прочие продукты питания.

• 1910 Компании

Основание Imperial Tobacco Company of India (ITC), в дальнейшем — крупнейшей национальной компании в сегменте торговли товарами повседневного спроса Индии. ITC принадлежат, в том числе, популярные в стране бренды макаронных и кондитерских изделий, полуфабрикатов, снеков и безалкогольных напитков. С 1990 г. компания развивает собственный агробизнес, изначально ориентированный на экспорт, входит в число крупных индийских экспортеров морепродуктов и переработанных фруктов.

• 1945 Внешняя политика

Присоединение Индии к Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО), Международному валютному фонду (МВФ) и Всемирному банку.

• 1946 Компании

Создание первого предприятия будущей Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation (GCMMF), ведущего производителя молочной продукции в Индии. Штаб-квартира компании расположена в г. Ананд, штат Гуджарат, также имеется более десяти представительств по всей стране. Продукция GCMMF реализуется под брендом Amul, который стабильно занимает первое место в Индии по объемам розничных продаж в категории молочных продуктов.

• 1948 Внешняя политика

Присоединение страны к Генеральному соглашению по тарифам и торговле (ГАТТ).

• 1959 Внутренняя политика

Принятие закона штата Тамилнад о рынках сельскохозяйственной продукции (№23/1959), в котором сформулирована правовая основа регулирования торговли продукции АПК на региональном уровне. Впоследствии аналогичные законы приняты другими штатами Индии.

• 1962 Новые институты

Закон об учреждении Национальной корпорации развития кооперации (NCDC) (№26/1962). Целью данной отраслевой ассоциации заявлена разработка и реализация программ поддержки производства, переработки, сбыта, хранения, экспорта и импорта продукции АПК, в том числе продуктов пищевой промышленности и животноводства, а также ряда других товаров и услуг, в рамках кооперативов.

• 1965 Новые институты

Создание Продовольственной корпорации Индии (FCI) — структурного подразделения Министерства по делам потребителей, продовольствия и общественного распределения Индии, ответственного за закупку зерновых у индийских фермеров, развитие логистической инфраструктуры в интересах АПК, формирование стратегических запасов, а также обеспечение доступности базовых продуктов питания для всех слоев индийского общества и поддержку приемлемого уровня цен за счет зерновых интервенций.

• 1965 Новые институты

Основание Национального совета по развитию молочной промышленности (NDDB) — структурного подразделения Министерства сельского хозяйства Индии, отвечающего за развитие и регулирование молочной отрасли страны.

• 1975 Внешняя политика

Вступление во Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС).



• **1977 Внешняя политика**

Вступление в Международный фонд сельскохозяйственного развития (ИФАД).

• **1982 Новые институты**

Создание под эгидой Министерства финансов Индии Национального банка сельского хозяйства и развития сельских территорий (NABARD), целью которого заявлено, в том числе, регулирование деятельности банков и кредитование сельскохозяйственных предприятий в аграрных регионах Индии.

• **1982 Новые институты**

Основание Национального координационного комитета производителей яиц (NECC) — одной из крупнейших в мире отраслевых ассоциаций птицеводов, членами которой являются более 35 тыс. индийских фермеров. Организация играет ключевую роль в повышении эффективности производства яиц в Индии и мониторинге региональных цен на данный вид продукции.

• **1984 Компании**

В штате Тамилнад начала работу птицеводческая ферма Suguna Foods, в дальнейшем — один из крупнейших производителей мяса птицы в Индии. В настоящее время компания работает в 18 штатах, закупает животных у 40 тыс. фермерских хозяйств и располагает более чем 70 комбикормовыми заводами.

• **1986 Компании**

Основание компании Ruchi Soya — одного из ведущих производителей растительных масел в Индии со штаб-квартирой в штате Мадхья-Прадеш. Сегодня на 22 производственных площадках компании по всей стране ежедневно производится более 10 тыс. тонн продукции, в том числе соевый шрот и лецитин, поставляемые на экспорт.

• **1995 Внешняя политика**

Вступление Индии во Всемирную торговую организацию (ВТО).

• **2002 Внутренняя политика**

Принятие закона о межштатных кооперативных обществах (№39/2002), положениями которого определен порядок регистрации кооперативов на межрегиональном и национальном уровнях. Имплементация закона способствовала развитию кооперации хозяйствующих субъектов соседних штатов, в том числе в аграрном секторе.

• **2006 Внешняя политика**

Вступление в силу соглашения о создании зоны свободной торговли с Таиландом, а также заключение соглашения о преференциальной торговле с Чили.

• **2013 План развития**

Утверждение стратегии развития животноводства Индии, целями которой заявлены: повышение производительности и инвестиционной привлекательности отрасли; стимулирование связанных научных исследований; увеличение объемов производства молока, мяса и яиц; приведение качества продукции индийского животноводства в соответствие с международными стандартами; развитие ветеринарии и т.д.

• **2013 Внутренняя политика**

Принятие закона о продовольственной безопасности Индии (№20/2013), положениями которого закреплена обязанность государства по обеспечению продуктами питания наиболее незащищенные слои населения.

• **2017 Развитие отрасли**

Принятие стратегии развития морского рыболовства Индии в целях обеспечения устойчивого развития и модернизации отрасли, а также повышения добавленной стоимости выпускаемой продукции.

• **2018 Внешняя политика**

В рамках работы межправительственной российско-индийской комиссии по торгово-экономическому, научно-техническому и культурному сотрудничеству состоялось первое заседание российско-индийской рабочей группы по сотрудничеству в области сельского хозяйства. Стороны обсудили развитие двусторонней торговли и существующие барьеры, взаимодействие в области ветеринарного и фитосанитарного надзора, а также сотрудничество в области сельскохозяйственной науки и выставочно-ярмарочной деятельности.



• **2019 Сделки M&A**

Французская компания Lactalis приобрела активы местного производителя молочной продукции Prabhat Dairy с целью расширения своего присутствия на рынке Индии. Сумма сделки составила 17 трлн рупий.

• **2019 Сделки M&A**

Поглощение лидера рынка растительных масел Индии Ruchi Soya многопрофильным конгломератом Patanjali Ayurved (Patanjali Foods) в результате дефолта по облигациям.

• **2020 Развитие отрасли**

Утверждение стратегии развития рыболовства и рыбоводства Индии. Целями государственной политики в данной области заявлены повышение устойчивости и диверсификация отрасли за счет развития производства продукции с высокой добавленной стоимостью, создание и совершенствование рыбохозяйственной инфраструктуры, стимулирование развития аквакультуры, повышение конкурентоспособности индийских морепродуктов на мировом рынке и увеличение экспорта.

• **2021 Внутренняя политика**

Отмена ряда принятых в 2020 г. законов о фермерской деятельности, предусматривавших дерегулирование системы государственных оптовых рынков, из-за опасений фермеров относительно потенциального отказа государства от поддержания минимального уровня цен.

• **2022 Сделки M&A**

Один из крупнейших индийских производителей товаров повседневного спроса Adani Wilmar приобрел у швейцарского холдинга McCormick Switzerland GmbH бренд Kohinoor, под которым на рынке Индии реализуется фасованный рис, готовая еда и продукты быстрого приготовления, а также снеки и специи.

• **2022 Внешняя политика**

Заключение соглашений о создании зон свободной торговли с ОАЭ и Австралией.

• **2023 Внутренняя политика**

На фоне рекордных мировых цен на рис правительство Индии запретило экспорт белого риса и ввело 20%-ную экспортную пошлину на пропаренный рис. Целями новых ограничений заявлено обеспечение рисом индийского рынка и снижение внутренних цен. Страна является крупнейшим мировым экспортером риса, на долю Индии приходится более трети поставок данного вида продукции, в связи с чем рост цен на рис ускорился, наиболее заметно — в наименее экономически развитых странах Африки и Азии, являющихся основными импортерами индийского риса.

• **2023 Развитие отрасли**

Запуск единой платформы сбыта продукции органического сельского хозяйства на базе государственного сельскохозяйственного кооператива National Cooperative Organics Ltd. (NCOL) и под общим брендом Bharat Organics. Планируется, что NCOL будет предоставлять производителям органических продуктов поддержку в вопросах сертификации, логистики, брендинга, маркировки продукции, а также содействовать ее продвижению на национальном и зарубежных рынках.

Источник: FAO, EMIS, открытые источники



Поддержка сельского хозяйства

Согласно Конституции Индии, основные полномочия по развитию сельского хозяйства осуществляют правительства штатов, а центральное Правительство играет вспомогательную роль. В центральном Правительстве Министерство сельского хозяйства отвечает за разработку политики по улучшению сельскохозяйственного производства и торговли. Министерство сфокусировано на политике, связанной с производством, заготовкой урожая и улучшением состояния аграрного сообщества.

Государственная политика в сельскохозяйственном секторе направлена на обеспечение продовольственной безопасности для потребителей при одновременном обеспечении стабильных цен для фермеров. Закон об основных товарах 1955 г. (с поправками от 2006 г.) предусматривает «в интересах широкой общественности контроль за производством, поставками и распределением, а также торговлей и коммерцией определенными товарами». При необходимости также проводятся частые интервенции, в том числе путем введения ограничений на импорт и экспорт, для обеспечения стабильности предложения и цен на внутреннем рынке¹.

Единственным органом национального уровня, представляющим интересы переработчиков, фермеров и экспортеров сои в Индии, является Ассоциация переработчиков сои Индии (англ. SOPA, Soybean Processors Association). Основной задачей SOPA является стимулирование развития и продвижение продуктов, основанных на сое, в интересах как фермеров, так и переработчиков.

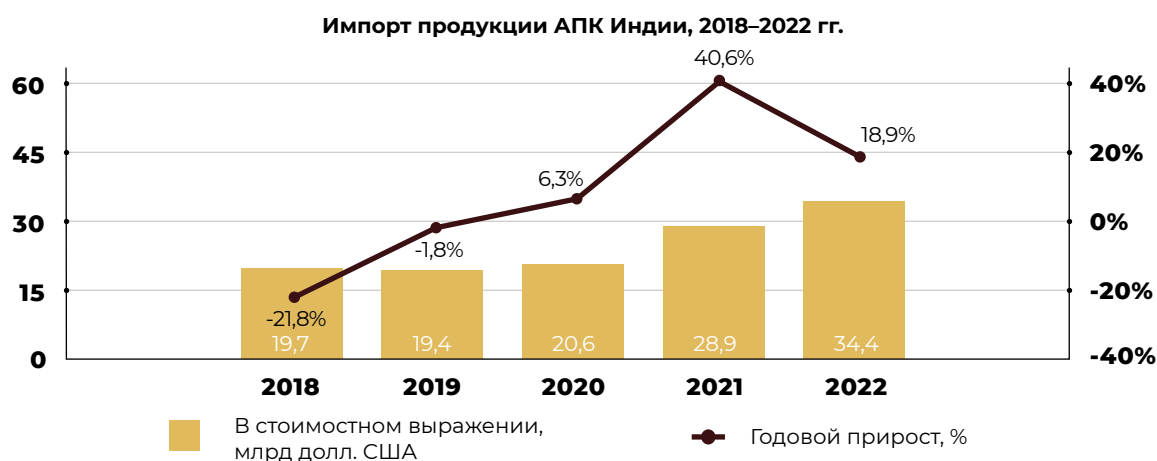


¹ https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s403_e.pdf

Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

По итогам 2022 г. Индия импортировала сельскохозяйственной продукции на 34,4 млрд долл. США, что на 18,9% выше 2021 г. За 2018–2022 гг. объем импорта продукции АПК страны ежегодно рос в среднем на 14,9%.



Источник: UN Comtrade

В структуре импорта продукции АПК Индии в стоимостном выражении в 2022 г. основной позицией было пальмовое масло — 34,1%. В топ-3 продуктов также вошли масло соевое (17,7%) и масло подсолнечное (8,8%). Суммарно на топ-10 импортируемых продуктов пришлось 77,1% импорта продукции АПК Индии.

В 2022 г. наиболее значительный прирост относительно 2021 г. наблюдался по закупкам масла пальмового (+22,6% или +2,2 млрд долл. США), масла соевого (+28,3% или +1,3 млрд долл. США) и орехов кешью (+65,4% или +752,4 млн долл. США). При этом импорт фасоли в 2022 г. сократился на 18,1% (-159,8 млн долл. США).



Структура импорта продукции АПК Индии, 2022 г.

№	Наименование	Млрд долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
1	Масло пальмовое	11,7	34,1%
2	Масло соевое	6,1	17,7%
3	Масло подсолнечное	3,0	8,8%
4	Орехи кешью	1,9	5,5%
5	Миндаль	1,0	3,0%
6	Фасоль	0,7	2,1%
7	Голубиный горох сушеный	0,6	1,8%
8	Чечевица сушеная	0,5	1,6%
9	Продукты для кормления животных, кроме корма для собак и кошек	0,4	1,2%
10	Соевые бобы	0,4	1,2%
	Прочие продукты	7,9	22,9%
	Итого	34,4	100,0%

Источник: UN Comtrade

В 2022 г. главными поставщиками продукции АПК в Индию являлись Индонезия (17,9% стоимостного импорта), Малайзия (11,8%), Аргентина (10,5%), Бразилия (7,6%) и США (5,1%). Суммарно на топ-10 стран пришлось 67,6% стоимостного импорта продукции АПК Индии.

Наиболее значительно за 2021–2022 гг. выросли поставки из Бразилии (в 2,5 раза или на 1,6 млрд долл. США), Таиланда (на 87,2% или на 710,5 млн долл. США) и России (в 3 раза или на 622,0 млн долл. США). Бразилия увеличила экспорт соевого масла в 3,3 раза (с 668,8 млн долл. США до 2,2 млрд долл. США). Таиланд нарастил поставки масла пальмового в 2,1 раза (с 585,8 млн долл. США до 1,2 млрд долл. США). Россия увеличила поставки масла подсолнечного (в 2,7 раза, с 302,6 до 803,1 млн долл. США) и семян кориандра (в 6,6 раза, с 3,4 до 22,6 млн долл. США).

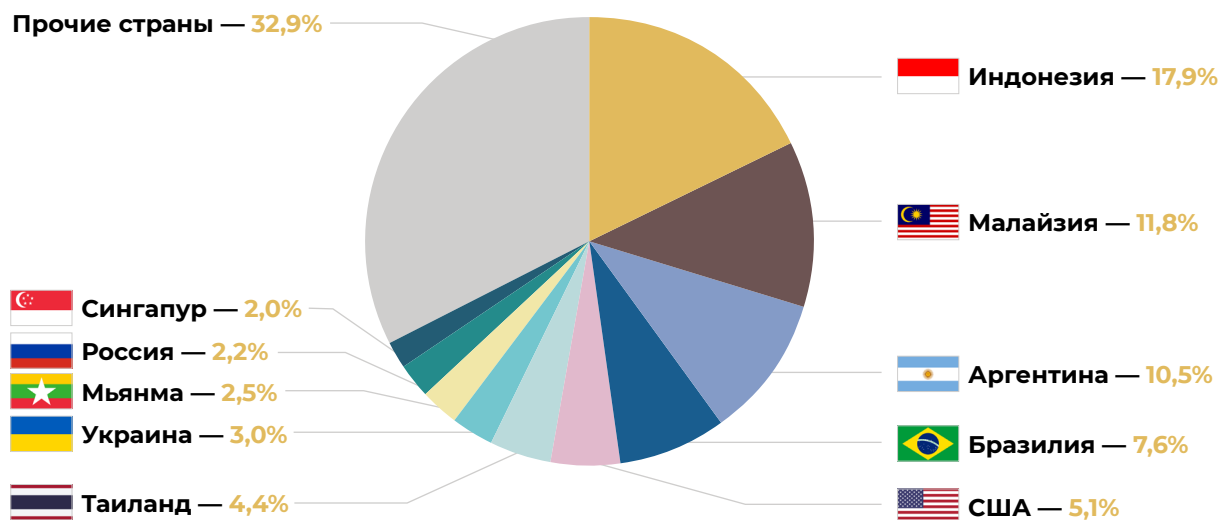


Основные страны-экспортеры продукции АПК в Индию, 2018–2022 гг., млрд долл. США

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	Индонезия	4,1	3,0	3,7	4,5	6,2
2	Малайзия	1,4	2,4	1,6	4,3	4,1
3	Аргентина	1,6	1,9	2,3	3,3	3,6
4	Бразилия	1,2	0,6	1,0	1,1	2,6
5	США	1,4	1,4	1,4	1,4	1,7
6	Таиланд	0,4	0,3	0,3	0,8	1,5
7	Украина	1,9	1,7	1,6	1,9	1,0
8	Мьянма	0,3	0,4	0,5	0,7	0,9
9	Россия	0,1	0,2	0,4	0,3	0,8
10	Сингапур	0,5	0,5	0,4	0,6	0,7
	Прочие страны	6,8	7,0	7,6	10,1	11,3
	Итого	19,7	19,4	20,6	28,9	34,4

Источник: UN Comtrade

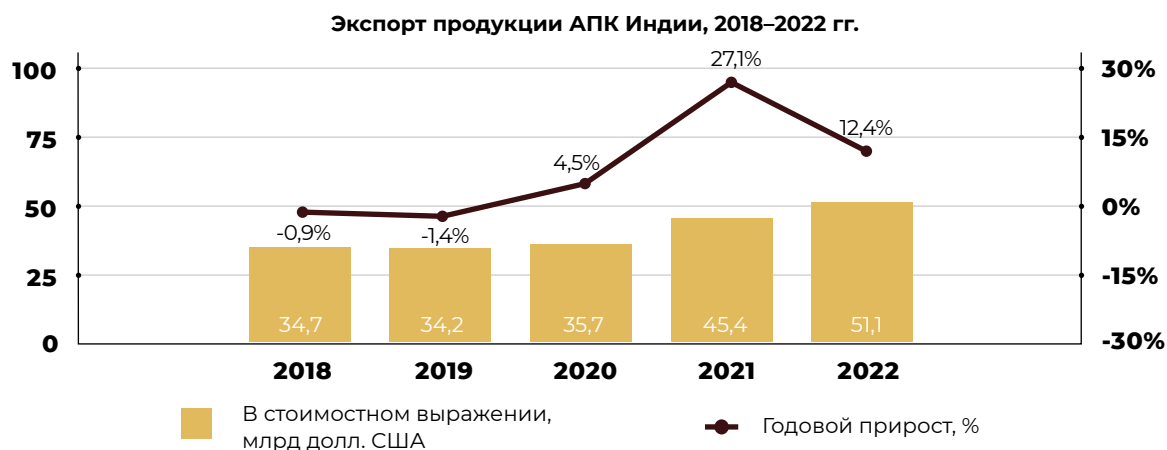
Доля стран в импорте продукции АПК Индии в стоимостном выражении, 2022 г., %



Источник: UN Comtrade

Экспорт продукции АПК

В 2022 г. экспорт продукции АПК Индии составил 51,1 млрд долл. США, увеличившись на 12,4% относительно уровня 2021 г. За 2018–2022 гг. экспорт страны рос в среднем на 10,1% ежегодно.



Источник: UN Comtrade

Основу экспорта продукции АПК Индии в 2022 г. составил рис (21,0% стоимостного экспорта), сахар свекловичный и тростниковый (11,2%), ракообразные (9,4%), говядина и пищевые субпродукты КРС (6,2%), а также пшеница (4,2%). Суммарно на топ-10 экспортируемых видов продукции пришлось 62,2% стоимостного экспорта продукции АПК страны. Значительнее всего в 2022 г. увеличился экспорт сахара свекловичного и тростникового (+50,6% или +1,9 млрд долл. США) и риса (+11,9% или +1,1 млрд долл. США).



Структура экспорта продукции АПК Индии, 2022 г.

№	Наименование	Млрд долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
1	Рис	10,7	21,0%
2	Сахар свекловичный и тростниковый	5,7	11,2%
3	Ракообразные	4,8	9,4%
4	Говядина и пищевые субпродукты КРС	3,1	6,2%
5	Пшеница	2,1	4,2%
6	Паприка	1,2	2,3%
7	Кукуруза	1,1	2,2%
8	Масло касторовое	1,1	2,1%
9	Экстракты непищевые, природные смолы	1,0	2,0%
10	Моллюски	0,9	1,7%
	Прочие продукты	19,3	37,8%
	Итого	51,1	100,0%

Источник: UN Comtrade

В число основных импортеров сельскохозяйственной продукции Индии в 2022 г. входили США (10,6% стоимостного экспорта), Китай (7,1%), Бангладеш (6,4%), ОАЭ (5,9%) и Индонезия (4,2%). Всего на долю десяти крупнейших импортеров пришлось 50,6% экспортных поставок сельскохозяйственной продукции Индии.

Относительно 2021 г. наиболее значительный прирост по объемам закупок продукции АПК из Индии продемонстрировали Иран (+60,4% или +566,4 млн долл. США), ОАЭ (+19,9% или +498,1 млн долл. США) и Саудовская Аравия (+29,8% или +463,7 млн долл. США). Иран увеличил закупки риса (+74,5%, с 662,0 млн долл. США до 1,2 млрд долл. США). ОАЭ в 2,6 раза нарастили импорт чая (с 62,4 до 162,2 млн долл. США), а также на 35,6% риса (с 319,3 до 433,0 млн долл. США). Саудовская Аравия также увеличила импорт риса (+25,6%, с 788,2 до 989,8 млн долл. США) и сахара свекловичного и тростникового (+65,0%, с 195,2 до 322,1 млн долл. США).

В то же время значительно сократился импорт Бангладеш (-10,7% или -396,3 млн долл. США) и Непала (-17,5% или -237,8 млн долл. США). Бангладеш уменьшил закупки риса (-72,5%, с 934,2 до 257,0 млн долл. США) и пшеницы (-28,8%, с 1,0 млрд долл. США до 734,5 млн долл. США). Непал также снизил импорт риса (-23,5%, с 427,3 до 326,8 млн долл. США).

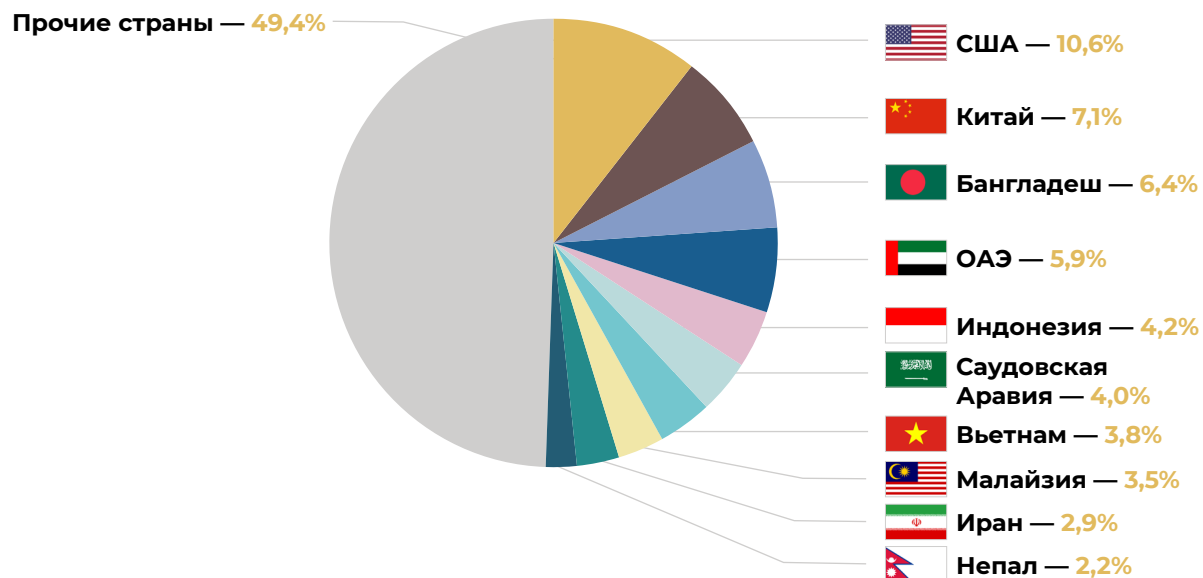


Основные страны-импортеры продукции АПК Индии, 2018–2022 гг., млрд долл. США

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	США	4,6	4,7	4,7	5,7	5,4
2	Китай	1,2	2,5	2,5	3,1	3,6
3	Бангладеш	0,9	0,8	1,4	3,7	3,3
4	ОАЭ	2,0	1,8	1,8	2,5	3,0
5	Индонезия	0,8	0,7	1,0	2,0	2,2
6	Саудовская Аравия	1,6	1,7	1,6	1,6	2,0
7	Вьетнам	3,8	2,1	1,1	1,9	1,9
8	Малайзия	0,9	0,9	1,1	1,5	1,8
9	Иран	1,6	2,3	1,6	0,9	1,5
10	Непал	0,9	0,9	1,1	1,4	1,1
	Прочие страны	16,3	15,9	17,8	21,2	25,2
	Итого	34,7	34,2	35,7	45,4	51,1

Источник: UN Comtrade

Доля стран в экспорте продукции АПК Индии в стоимостном выражении, 2022 г., %



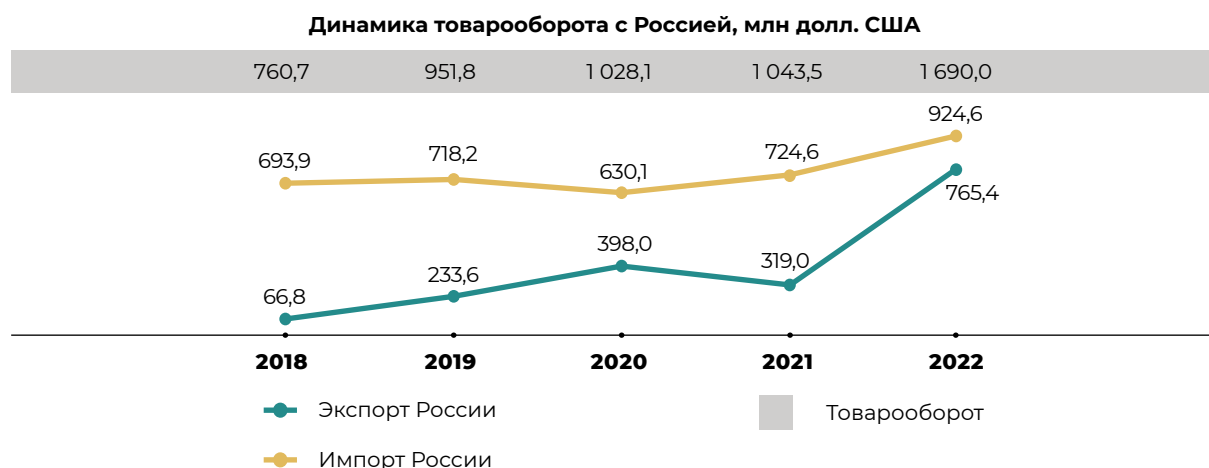
Источник: UN Comtrade

Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Индией

Объем взаимной торговли (товарооборот) сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Индией в 2021 г. в сравнении с 2020 г. увеличился на 1,5% и составил 1 043,5 млн долл. США. Экспорт России в Индию снизился на 19,8% до 319,0 млн долл. США, а импорт России из Индии вырос на 15,0% до 724,6 млн долл. США.

Российский экспорт в Индию в 2021 г. составлял 30,6% от товарооборота продукции АПК между Россией и Индией. На долю товарооборота продукции АПК между двумя странами приходилось 1,5% всего российского внешнеторгового товарооборота продукции АПК.

В 2022 г. товарооборот между Россией и Индией в сравнении с 2021 г. увеличился на 62,0% и составил 1 690,0 млн долл. США. Российский экспорт в Индию вырос в 2,4 раза до 765,4 млн долл. США, а российский импорт — на 27,6% до 924,6 млн долл. США.



Источник: ФТС России



Импорт России из Индии в 2021 г. составил 411,0 млн долл. США на 724,6 млн долл. США. На долю Индии приходилось 2,1% импорта продукции АПК России. Основными товарными позициями в стоимостной структуре импорта России из Индии в 2021 г. являлись ракообразные (16,4% импорта), чай (13,2%), рис (9,6%), табачное сырье (8,9%), экстракты непищевые, природные смолы (7,7%).

Рост импорта в стоимостном выражении на 15,0% обусловлен преимущественно увеличением поставок ракообразных, табачного сырья, экстрактов непищевых, природной смолы, риса. При этом сократился российский импорт арахиса, говядины и пищевых субпродуктов КРС, прочих пищевых продуктов, кофе.

По итогам 2022 г. импорт продукции АПК России из Индии относительно 2021 г. увеличился на 27,6% в стоимостном выражении (или на 200,1 млн долл. США). За данный период вырос импорт экстрактов непищевых, природной смолы (в 2,3 раза), табачного сырья (+91,7%), экстрактов и эссенций кофе, продуктов из них (+60,7%), но снизился импорт чая (-14,7%), говядины и пищевых субпродуктов КРС (-25,9%), арахиса (-66,2%).

Российский импорт, 2020–2021 гг.

№	Наименование	2020		2021		Прирост 2021 к 2020			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Ракообразные	11,5	77,2	17,2	118,7	5,7	49,8	41,4	53,6
2	Чай	39,8	91,9	35,6	95,3	-4,3	-10,7	3,4	3,7
3	Рис	132,2	60,6	133,0	69,6	0,8	0,6	9,0	14,9
4	Табачное сырье	12,3	52,4	13,7	64,8	1,4	11,1	12,4	23,6
5	Экстракты непищевые, природные смолы	25,3	44,5	32,8	56,0	7,5	29,5	11,4	25,7
6	Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	6,7	46,9	7,7	51,9	1,0	14,8	4,9	10,5
7	Виноград свежий	23,4	40,3	24,5	39,0	1,1	4,8	-1,3	-3,1
8	Говядина и пищевые субпродукты КРС	12,3	42,9	8,8	34,6	-3,5	-28,5	-8,3	-19,4
9	Семена кунжута	13,5	24,3	15,9	28,3	2,4	17,4	4,0	16,5
10	Огурцы	25,0	12,9	30,4	17,1	5,4	21,7	4,2	32,4
	Прочие продукты	91,0	136,2	91,6	149,3	0,6	0,6	13,2	9,7
	Итого	393,0	630,1	411,0	724,6	18,0	4,6	94,4	15,0

Источник: ФТС России



В 2021 г. из России в Индию было ввезено 247,3 тыс. тонн продукции на 319,0 млн долл. США. На долю Индии приходилось 0,9% экспорта продукции АПК России.

Основными товарными позициями в структуре экспорта продукции АПК России в Индию в стоимостном выражении в 2021 г. являлись масло подсолнечное (97,2%), семена кориандра (1,4%), непищевые продукты из рыбы и морских существ (0,4%), нут сушеный (0,3%), водка (0,2%).

Снижение российского экспорта в Индию в стоимостном выражении на 19,8% обусловлено преимущественно уменьшением поставок соевого масла, нута сушеного, подсолнечного масла, пшеничной клейковины. При этом вырос экспорт семян кориандра, непищевых продуктов из рыбы и морских существ, экстрактов и эссенций кофе, продуктов из них, водки.

По итогам 2022 г. экспорт России в Индию относительно 2021 г. увеличился в 2,4 раза в стоимостном выражении (или на 446,4 млн долл. США). За данный период вырос экспорт подсолнечного масла (+332,4 млн долл. США), соевого масла (+94,2 млн долл. США), семян кориандра (+19,5 млн долл. США), но снизился российский экспорт экстрактов и эссенций кофе, продуктов из них (-0,4 млн долл. США), шоколадных кондитерских изделий (-0,1 млн долл. США), прочих пищевых продуктов (-0,1 млн долл. США).

Российский экспорт, 2020–2021 гг.

№	Наименование	2020		2021		Прирост 2021 к 2020			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Масло подсолнечное	459,8	333,5	236,8	310,0	-223,0	-48,5	-23,5	-7,0
2	Семена кориандра	4,6	3,1	6,2	4,6	1,6	34,1	1,5	49,0
3	Непищевые продукты из рыбы и морских существ	0,01	0,2	0,1	1,3	0,1	в 10,9 раза	1,1	в 6,0 раз
4	Нут сушеный	70,9	28,2	2,4	1,0	-68,5	-96,6	-27,2	-96,4
5	Водка	0,2	0,3	0,4	0,5	0,2	82,3	0,2	70,6
6	Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	0,01	0,1	0,1	0,4	0,1	в 4,9 раз	0,4	в 7,0 раз
7	Масло соевое	44,7	30,5	0,3	0,4	-44,4	-99,3	-30,1	-98,6
8	Клейковина пшеничная	0,9	0,9	0,1	0,2	-0,8	-88,1	-0,7	-82,1
9	Шоколадные кондитерские изделия	0,01	0,0001	0,1	0,1	0,1	-	0,1	-
10	Пищевые продукты прочие	0,001	0,1	0,003	0,1	0,001	88,1	0,1	92,0
	Прочие продукты	2,4	1,2	0,9	0,3	-1,6	-64,2	-0,9	-74,0
	Итого	583,5	398,0	247,3	319,0	-336,2	-57,6	-79,0	-19,8

Источник: ФТС России

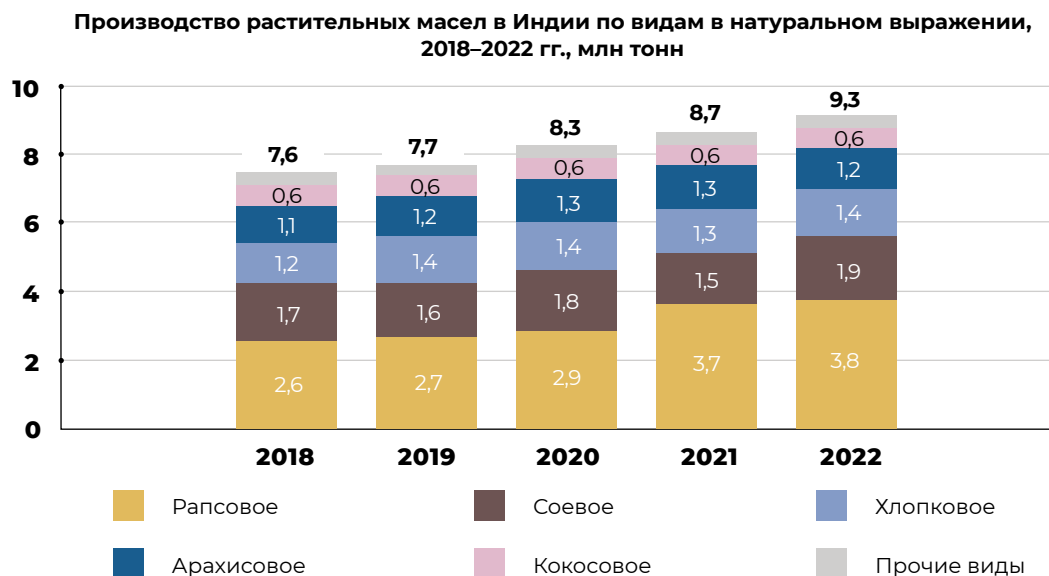


Обзор рынка соевого масла в Индии

В 2018–2022 гг. производство растительных масел в Индии, в том числе соевого, постепенно увеличивалось: в 2022 г. в стране было произведено 9,3 млн тонн растительных масел, что на 5,9% выше 2021 г. Большая часть производства растительных масел в Индии в 2022 г. приходилась на рапсовое масло — 41,5% (3,8 млн тонн). На долю соевого масла пришлось 20,0% производства (1,9 млн тонн). Третьим по объему стало хлопковое масло — на него пришлось 14,6% (1,4 млн тонн).

Несмотря на значительные объемы производства Индия остается зависима от импорта растительных масел. Правительство страны предпринимает ряд мер с целью стимулирования внутреннего производства и повышения уровня самообеспечения данным видом продукции.

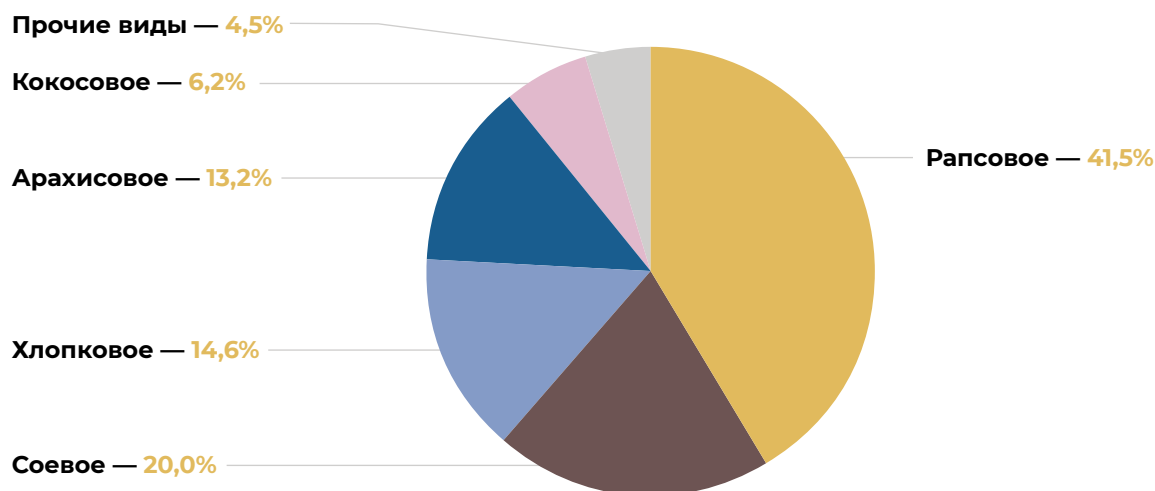
В середине 2023 г. правительство Индии объявило о новых минимальных ценах на закупку некоторых сельскохозяйственных культур на 2023/24 сельскохозяйственный год, в том числе на некоторые масличные культуры, включая арахис, подсолнечник и сою. Данная мера направлена на обеспечение выгодных цен для индийских производителей, а также стимулирование фермеров к диверсификации посевов масличных культур.



Источник: USDA



Производство растительных масел в Индии по видам в натуральном выражении, 2022 г., %



Источник: USDA

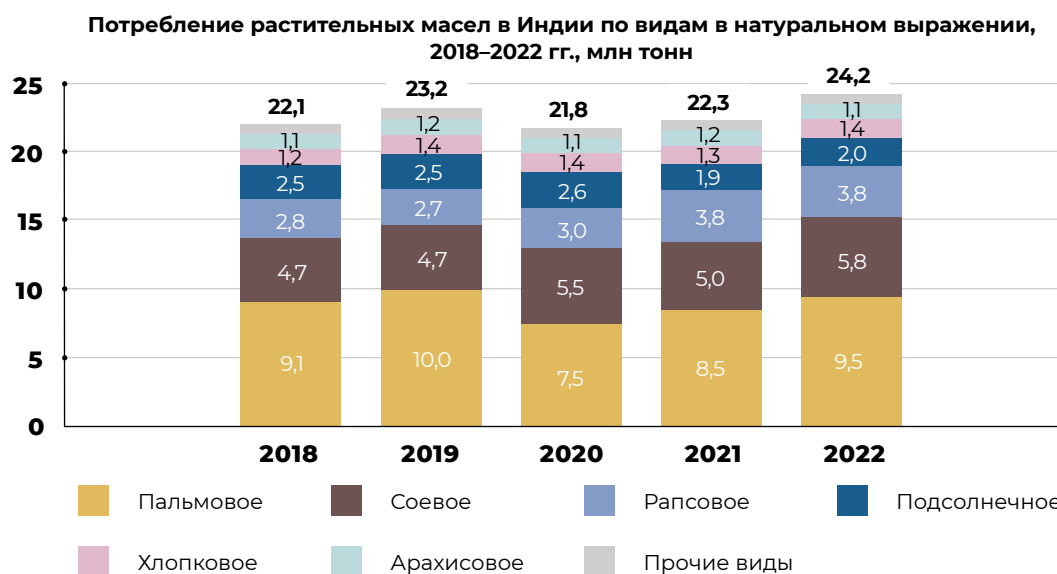
Объем потребления растительных масел в Индии в 2022 г. составил 29,3 млн тонн, что стало рекордным показателем с 2018 г. Относительно 2021 г. потребление увеличилось на 8,4%.

Больше всего в стране потреблялось пальмового масла — 9,5 млн тонн в 2022 г., что составило 39,1% потребления. Значительная часть потребления также пришлась на соевое (5,8 млн тонн или 23,8%) и рапсовое (3,8 млн тонн или 15,9%) масло.

Благодаря многовековой истории выращивания масличных культур в Индии потребляется более 15 различных видов масел. Горчичное масло используется, в основном, в северных и восточных штатах (Раджастхан, Западная Бенгалия, Пенджаб, Кашмир и т.д.), арахисовое масло — в северо-западных и центральных штатах (Гуджарат, Махараштра), кокосовое масло — в южных (Керала, Тамилнад, Телингана).

В 2022 г. на фоне геополитической напряженности и проблем с логистикой в Индии наблюдался повышенный уровень продовольственной инфляции. Индийские потребители из-за роста цен, в том числе на растительные масла, были вынуждены перейти от потребления традиционных продуктов к более дешевым, таким как соевое и пальмовое масло.

В 2023 г. вследствие снижения цен и стабилизации уровня продовольственной инфляции прогнозируется рост потребления растительных масел. Этому также будет способствовать отмена правительством Индии постановления об ограничении максимальных запасов растительных масел в ноябре 2022 г., в свете которого местные трейдеры, а также операторы гостинично-ресторанного бизнеса начали наращивать свои запасы. Также ожидается, что в преддверии выборов губернаторов штатов в 2023 г., а также общенациональных выборов в 2024 г. правительство примет ряд дополнительных мер для сдерживания продовольственной инфляции, которые будут направлены на обеспечение наличия достаточных запасов растительных масел в стране.



Источник: USDA

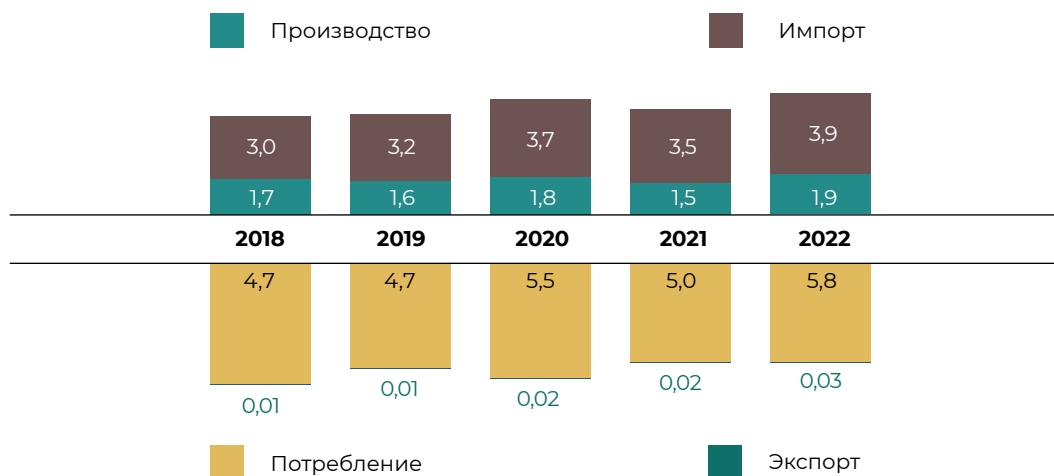


Источник: USDA

Объем произведенного соевого масла в 2022 г. в Индии составил 1,9 млн тонн, что выше 2021 г. на 21,2%. Росту производства в 2022 г. способствовало увеличение посевных площадей под сою. Уровень самообеспеченности Индии соевым маслом остается на невысоком уровне — внутреннее производство обеспечивает лишь около трети потребления.

В 2022 г. объем потребления соевого масла в Индии вырос на 14,1% относительно 2021 г. до 5,8 млн тонн. Средний темп роста потребления за 2018–2022 гг. находился на уровне 5,2% ежегодно, в то время как производство за тот же период увеличивалось в среднем на 7,1% в год.

Баланс рынка соевого масла в Индии, 2018–2022 гг., млн тонн

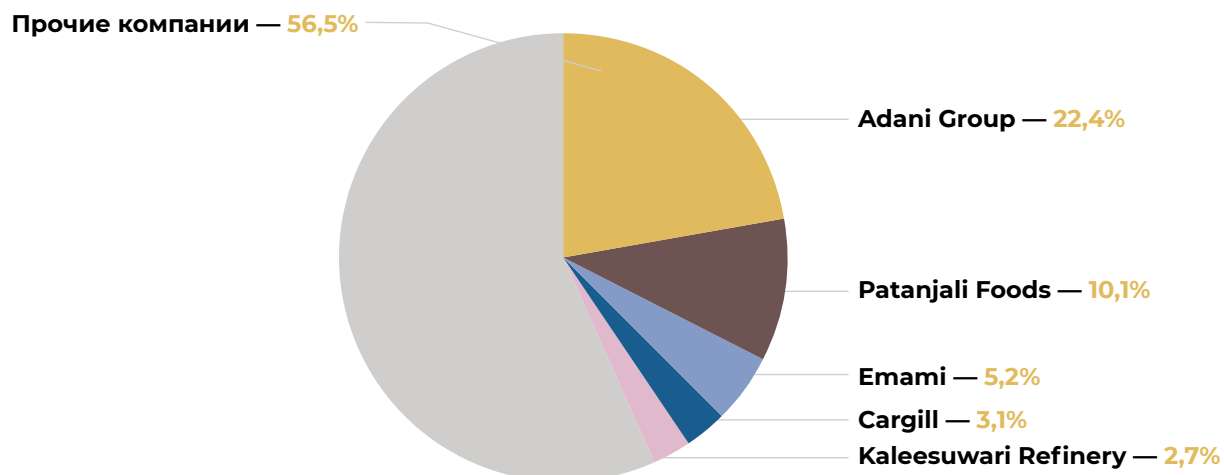


Источник: USDA, UN Comtrade

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Основную долю (22,4%) на рынке растительных масел в Индии в 2022 г. занимала компания Adani Group. Второй по объему продаж — индийский производитель Patanjali Foods, на долю которого пришлось 10,1% рынка. Еще 5,2% рынка занимала компания Emami. Суммарно на топ-5 компаний-производителей в 2022 г. пришлось 43,5% рынка растительных масел в Индии.

Доля основных игроков на рынке растительных масел в Индии в стоимостном выражении, 2022 г., %



Источник: EMIS

Крупнейшие компании на рынке соевого масла Индии

Название	Описание
Adani Group 	Индийский холдинг, основанный в 1988 г. в Ахмадабаде, штат Гуджарат. В холдинг входят компании в сферах транспортной инфраструктуры, энергетики, цементной и пищевой промышленности. Дочерняя компания Adani Wilmar Limited является одним из крупнейших производителей растительных масел в Индии. Ассортимент производимых масел включает соевое, пальмовое, подсолнечное, арахисовое и т.д. Сайт: www.adani.com 
Patanjali Foods 	Индийская компания, основанная в 1986 г. и ранее известная как Ruchi Soya Industries, является одним из крупнейших производителей растительного масла в стране. Входит в число крупнейших FMCG-компаний Индии и управляет 22 производственными предприятиями на территории всей страны. Наиболее известные бренды масла — Nutrela и Sunrich. Сайт: www.ruchisoya.com 
Emami 	Индийский холдинг со штаб-квартирой в Калькутте, основанный в 1974 г. Продукция компании реализуется под различными брендами более чем в 60 странах и представлена в 4,5 млн торговых точек по всей Индии. Компания Emami Agrotech Ltd., входящая в группу компаний Emami, занимается производством и продажей пищевых масел и специализированных жиров. В настоящее время в портфель брендов Emami Agrotech входят Healthy & Tasty, Advans, Himani Best Choice, Rasoi, Mantra Masala и Bake Magic. Компания Emami Agrotech имеет производственные мощности в штатах Западная Бенгалия, Андхра-Прадеш, Раджастан и Гуджарат с общим объемом производства около 12 тыс. тонн в день. Сайт: www.emamiltd.in 
Cargill 	Американская продовольственная компания со штаб-квартирой в г. Уэйзата, штат Миннесота, основанная в 1865 г. В Индии компания Cargill начала свою деятельность в 1987 г. Компания занимается производством рафинированных масел, пищевых добавок, зерна и масличных культур, хлопка и кормов для животных. Под эгидой компании работают 17 маслоперерабатывающих предприятий. В настоящее время в портфель Cargill входят такие бренды пищевых масел, как Nature Fresh, Gemini, Sweekar, Leonardo Olive Oil, Rath и Sunflower. Сайт: www.cargill.co.in 

Продолжение табл.

Название	Описание
Kaleesuwari Refinery 	Ведущая индийская компания со штаб-квартирой в Ченнаи, штат Тамилнад, основанная в 1973 г. Компания производит продукты питания и безалкогольные напитки. Kaleesuwari Refinery реализует широкий ассортимент продуктов, включая пищевое масло и сопутствующие продукты. Компания также работает в странах Ближнего Востока, Шри-Ланке, Малайзии, Сейшельских островах, Австралии и США. Сайт: www.kaleesuwari.com 

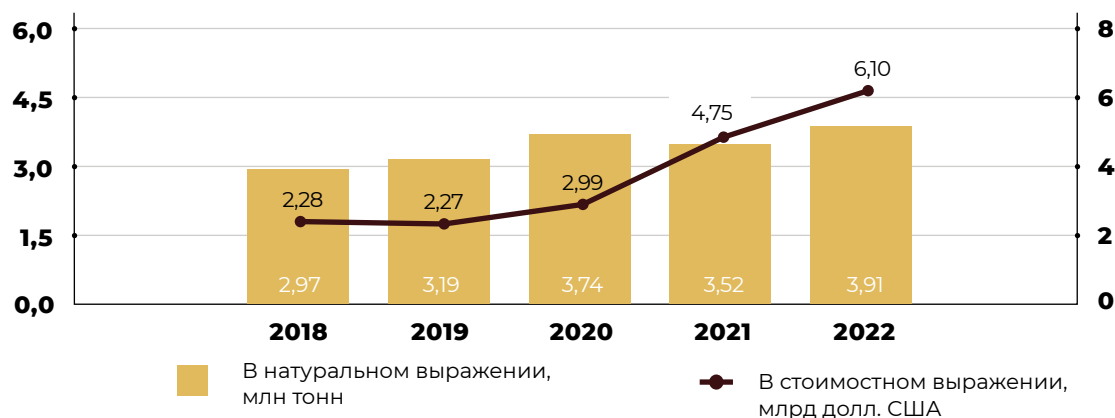
Источник: EMIS



Импорт масла соевого Индии

В 2022 г. импорт соевого масла Индии составил 3,91 млн тонн на 6,10 млрд долл. США, что на 11,1% (+389,3 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 28,3% (+1,3 млрд долл. США) в стоимостном выше 2021 г. На протяжении 2018–2022 гг. импорт соевого масла ежегодно увеличивался в среднем на 7,1% по весу и на 27,9% по стоимости.

Импорт соевого масла Индии в натуральном и стоимостном выражении, 2018–2022 гг.



Источник: UN Comtrade

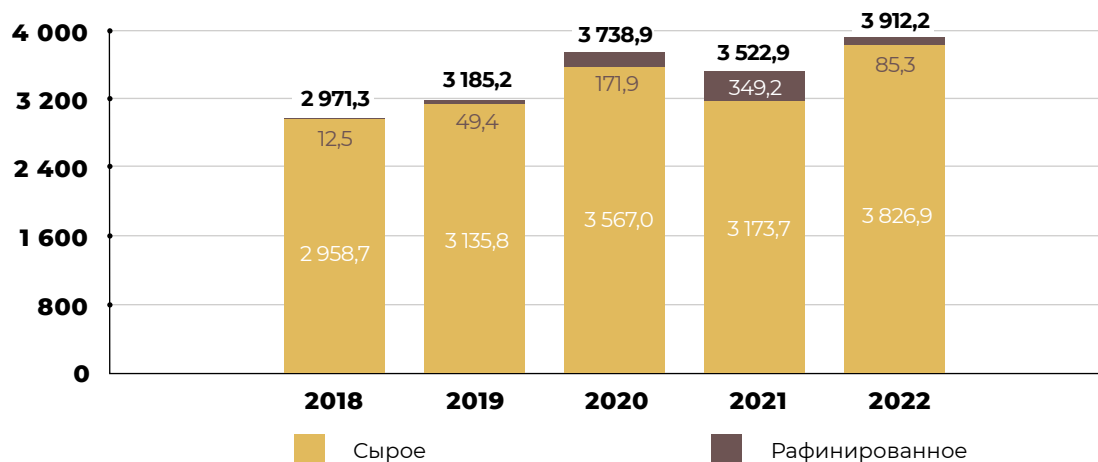
Примечание. Коды ТН ВЭД 150710, 150790.

Основу импорта соевого масла на протяжении 2018–2022 гг. составляло соевое масло сырое (код ТН ВЭД 150710). В 2022 г. Индия импортировала 3,8 млн тонн сырого соевого масла на 5,9 млрд долл. США, что составило более 97% импорта данной категории. Импорт соевого рафинированного масла в 2022 г. составил 85,3 тыс. тонн (2,2%) на 154,8 млн долл. США (2,5%).

В 2022 г. вырос импорт сырого соевого масла — на 653,2 тыс. тонн (+20,6%) или на 1,8 млрд долл. США (+43,9%). Одновременно с этим значительно сократился импорт масла рафинированного — на 75,6% в натуральном выражении и на 75,2% в стоимостном.



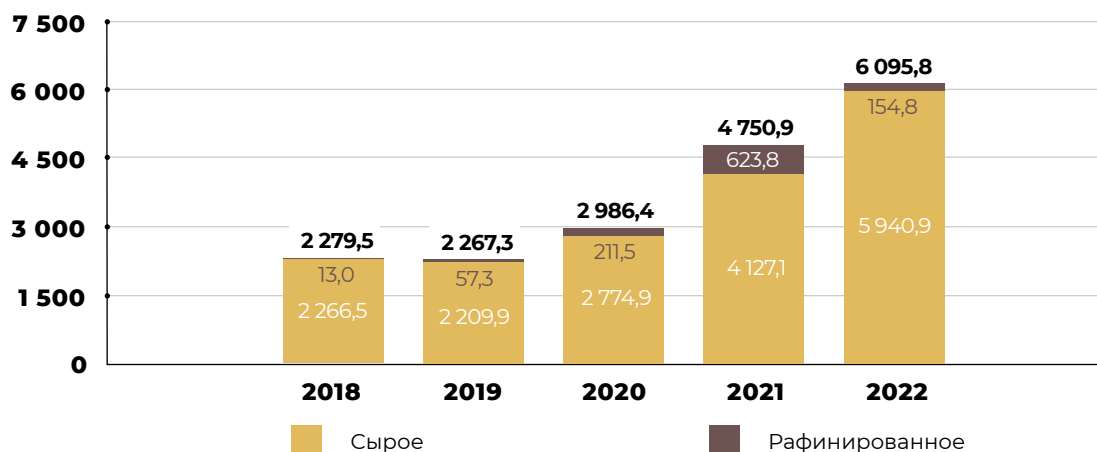
Структура импорта соевого масла Индии по видам в натуральном выражении, 2018–2022 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 150710, 150790.

Структура импорта соевого масла Индии по видам в стоимостном выражении, 2018–2022 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 150710, 150790.

В структуре импорта соевого масла Индии в натуральном выражении в 2018–2022 гг. лидирующие позиции занимали Аргентина, которая в 2022 г. поставившая 1,8 млн тонн продукции (45,0% импорта в натуральном выражении), и Бразилия, экспортировавшая 1,4 млн тонн (36,0% импорта) соевого масла. В тройку основных стран-экспортеров также вошли Нидерланды, поставившие в Индию 246,8 тыс. тонн продукции. Суммарно на три вышеперечисленные страны пришлось 87,3% поставок масла соевого в Индию в натуральном выражении.

Россия в 2022 г. поставила 66,2 тыс. тонн продукции, заняв 7-ю строчку в рейтинге стран-экспортеров. В структуре российского экспорта присутствовало только сырое соевое масло.

Наиболее заметно в 2022 г. увеличились поставки из Бразилии (в 2,8 раза) и США (в 4,4 раза). Одновременно с этим значительно сократился импорт Аргентины (-18,5%) и Непала (-74,7%).

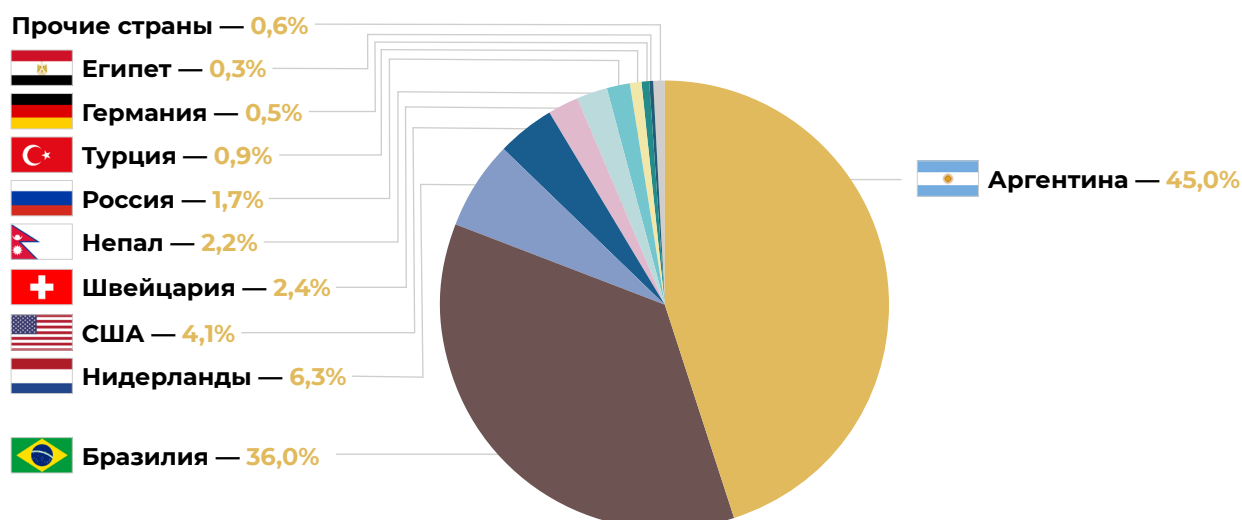
Структура импорта соевого масла Индии по странам-экспортерам в натуральном выражении, 2018–2022 гг., тыс. тонн

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	Аргентина	1 990,7	2 378,5	2 683,4	2 162,0	1 761,1
2	Бразилия	700,8	318,1	359,5	498,4	1 409,0
3	Нидерланды	31,1	58,8	130,8	199,9	246,8
4	США	0,1	0,1	0,2	35,9	160,0
5	Швейцария	88,7	290,9	172,1	151,4	94,5
6	Непал	4,7	47,9	169,1	332,6	84,2
7	Россия	15,0	-	44,7	0,3	66,2
8	Турция	-	8,0	50,9	47,9	35,5
9	Германия	22,0	0,02	0,05	15,0	18,0
10	Египет	-	-	62,1	23,0	12,0
	Прочие страны	118,1	83,0	66,1	56,5	24,9
	Итого	2 971,3	3 185,2	3 738,9	3 522,9	3 912,2

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 150710, 150790.

Доля стран в импорте соевого масла Индии в натуральном выражении, 2022 г., %



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 150710, 150790.



Ведущим экспортером соевого масла в Индию в стоимостном выражении были Аргентина и Бразилия. Поставки аргентинского соевого масла в 2022 г. составили 2,7 млрд долл. США (45,0% стоимостного импорта), в то время как Бразилия экспортировала продукции на 2,2 млрд долл. США (36,0% импорта). В тройку основных поставщиков соевого масла в стоимостном выражении также вошли Нидерланды с долей 6,2%. Всего на вышеперечисленные страны пришлось 87,2% стоимостного импорта соевого масла Индии. Россия в 2022 г. поставила в Индию соевого масла на 104,7 млн долл. США.

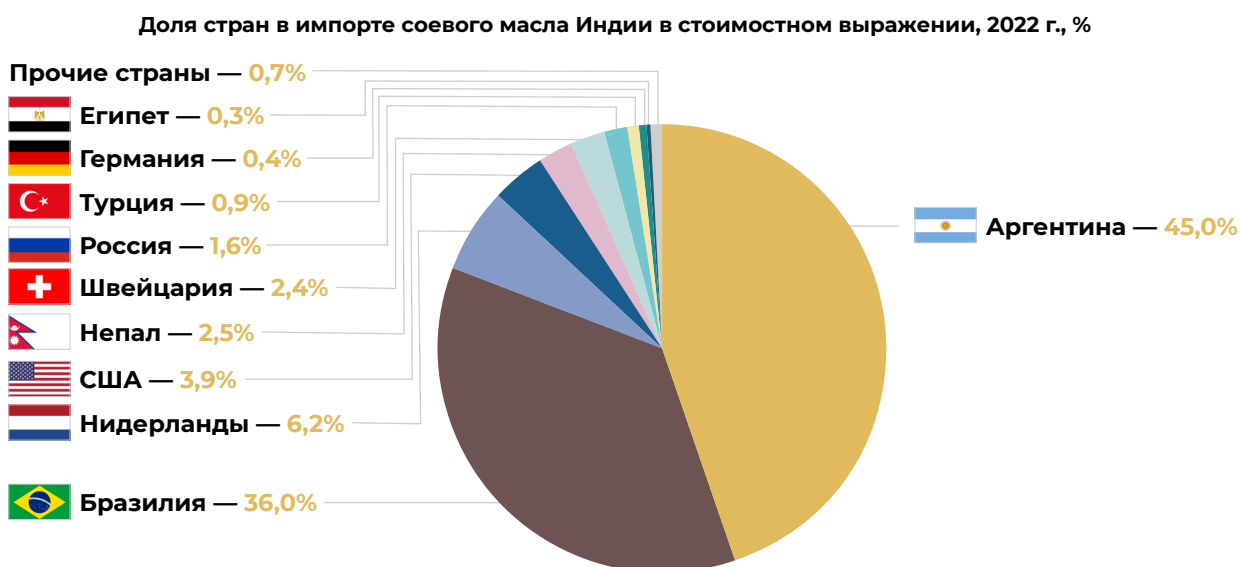
Наибольший прирост объемов экспорта в 2022 г. по сравнению предыдущим годом пришелся на Бразилию, увеличившую поставки в 3,3 раза (+1,5 млрд долл. США). В то же время значительно снизился импорт из Непала (-74,5% или -442,8 млн долл. США).

Структура импорта соевого масла Индии по странам-экспортерам в стоимостном выражении, 2018–2022 гг., млн долл. США

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	Аргентина	1 523,3	1 680,2	2 096,8	2 813,1	2 745,0
2	Бразилия	538,0	222,5	268,0	668,8	2 196,3
3	Нидерланды	23,8	40,3	100,5	248,3	377,2
4	США	0,3	0,3	0,4	36,1	235,7
5	Непал	5,1	55,0	207,4	594,7	151,9
6	Швейцария	66,4	202,7	132,2	184,1	148,4
7	Россия	9,0	-	30,5	0,4	94,6
8	Турция	-	5,8	40,6	71,3	54,1
9	Германия	18,0	0,1	0,3	17,9	26,1
10	Египет	-	-	51,8	32,2	16,2
	Прочие страны	95,6	60,3	57,9	84,0	50,3
	Итого	2 279,5	2 267,3	2 986,4	4 750,9	6 095,8

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 150710, 150790.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 150710, 150790.

В 2022 г. средняя импортная цена соевого масла увеличилась на 15,5% до 1 558 долл. США за тонну. Наиболее дорогая продукция поставлялась из Непала по цене 1 804 долл. США за тонну, что на 15,8% выше средней импортной цены. По наиболее конкурентной цене закупалась продукция из Египта — 1 351 долл. США за тонну (на 13,3% ниже средней цены).

Средняя импортная цена соевого масла по странам-экспортерам, 2018–2022 гг., долл. США / тонна

Страна	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены 2022 г., %
Средняя цена	767	712	799	1 349	1 558	-
Непал	1 090	1 150	1 227	1 788	1 804	15,8
Швейцария	749	697	769	1 216	1 570	0,8
Бразилия	768	699	745	1 342	1 559	0,04
Аргентина	765	706	781	1 301	1 559	0,03
Нидерланды	764	686	768	1 242	1 528	-1,9
Турция	-	727	797	1 487	1 526	-2,1
США	3 004	2 626	2 438	1 005	1 473	-5,4
Германия	817	5 881	5 660	1 187	1 448	-7,0
Россия	599	-	683	1 445	1 430	-8,2
Египет	-	-	835	1 399	1 351	-13,3

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 150710, 150790.



В 2022 г. средняя импортная цена сырого соевого масла увеличилась на 19,4% до 1 552 долл. США за тонну. Наиболее дорогая продукция поставлялась из Вьетнама по цене 1 863 долл. США за тонну (на 20,0% выше средней импортной цены). По наиболее конкурентной цене закупалась продукция из Египта — 1 351 долл. США за тонну (на 12,9% ниже) и Сингапура — 1 403 долл. США за тонну (на 9,6% ниже).

Средняя импортная цена сырого соевого масла Индии по странам-экспортерам, 2018–2022 гг., долл. США / тонна

Страна	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены 2022 г., %
Средняя цена	766	705	778	1 300	1 552	-
Вьетнам	-	-	-	1 437	1 863	20,0
Швейцария	748	697	768	1 216	1 570	1,1
Бразилия	768	699	745	1 342	1 559	0,4
Аргентина	765	706	781	1 301	1 559	0,4
Нидерланды	764	685	768	1 242	1 528	-1,6
Турция	-	727	797	1 487	1 526	-1,7
США	-	677	-	1 000	1 470	-5,3
Германия	809	701	778	1 170	1 444	-7,0
Россия	599	-	683	1 445	1 430	-8,2
Сингапур	831	667	735	1 410	1 403	-9,6
Египет	-	-	835	1 399	1 351	-12,9

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 150710.

В 2022 г. средняя импортная цена рафинированного соевого масла увеличилась на 1,6% до 1 815 долл. США за тонну. Наиболее дорогая продукция импортировалась из Германии — 6 837 долл. США за тонну (в 3,7 раза выше средней импортной цены), Франции — 6 577 долл. США за тонну (в 3,6 раза выше), Бельгии — 5 893 долл. США за тонну (в 3,2 раза выше) и Нидерландов — 5 462 долл. США за тонну (в 3 раза выше). По наиболее конкурентной цене закупалась продукция из Намибии — 1 753 долл. США за тонну (на 3,4% ниже средней импортной цены), Бангладеш — 1 795 долл. США за тонну (на 1,1% ниже) и Непала — на 1 804 долл. США за тонну (на 0,6% ниже).

**Средняя импортная цена рафинированного соевого масла по странам-экспортерам,
2018–2022 гг., долл. США / тонна**

Страна	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены 2022 г., %
Средняя цена	1 034	1 161	1 230	1 787	1 815	-
Германия	5 166	5 897	5 834	6 328	6 837	в 3,7 раза
Франция	8 680	5 491	9 436	6 804	6 577	в 3,6 раза
Бельгия	5 237	3 458	4 680	4 921	5 893	в 3,2 раза
Нидерланды	4 705	4 750	5 411	5 506	5 462	в 3,0 раза
США	3 002	2 698	2 438	3 977	4 813	в 2,6 раза
Республика Корея	-	-	2 743	3 796	2 331	28,4
Непал	1 209	1 150	1 227	1 788	1 804	-0,6
Бангладеш	956	1 183	1 231	1 711	1 795	-1,1
Намибия	-	-	-	-	1 753	-3,4

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 150790.

Потенциал российского экспорта соевого масла в Индию

Расчетный объем потенциала поставок соевого масла из России в Индию оценивается на уровне **250–300 млн долл. США**. Основными конкурентами российской продукции на рынке Индии являются Бразилия, Аргентина, США, Непал, европейские и другие страны.

Потребительские предпочтения

Тенденции на продовольственном рынке Индии

- около 35% населения Индии являются вегетарианцами, что формирует спрос на свежие овощи, фрукты и бобовые, а также заменители мясной и молочной продукции на растительной основе. Кроме того, значительная часть населения Индии исповедует ислам, не потребляет свинину и приобретает исключительно продукцию, соответствующую стандартам «Халаль»;
- открытость потребителей к международной кухне и повышенный интерес к новым продуктам питания, а также увеличение туристического потока стимулируют активное развитие сегмента розничной торговли и гостинично-ресторанного сектора, реализующих, в том числе, импортную продукцию;
- стремительно растет спрос на полезные снеки, особенно — на продукты, насыщенные белком, включая гранолу, снеки-суперфуды, а также готовые к употреблению блюда;
- относительно недавно индийские потребители предпочитали покупать такие продукты питания, как кондитерские изделия, рыба, орехи и свежие фрукты, только осенью или в праздничные сезоны. В настоящее время все эти продукты входят в ежедневный рацион и приобретаются на протяжении всего года;
- растущий средний класс индийского населения стремится сделать свой рацион питания более сбалансированным, ориентируясь на разнообразные белковые продукты и готовые к употреблению блюда. Среди состоятельных потребителей отмечается большой спрос на премиальную продукцию всех продуктовых категорий;
- пандемия COVID-19 значительно изменила предпочтения местных жителей в пользу здорового и правильного питания, а также поменяла их отношение к готовым к употреблению блюдам. Так, пищевые предпочтения сильнее сместились в сторону потребления белковой пищи, фруктов и овощей, а также продукции под знаком «есо» и «organic». Важное место в рационе жителей Индии заняли товары «без глютена» и «без сахара», повышенное внимание потребители начали уделять также сезонным овощам и фруктам;
- пандемия также возродила интерес к приготовлению еды дома, в то время как социальные сети и ТВ-шоу активно поддерживают данный тренд. Активно набирают популярность видео о еде и кулинарные шоу, которые демонстрируют разнообразие кухонь и международных блюд, что еще сильнее стимулирует спрос на импортные продукты питания. Поскольку молодое и городское население активно пользуется сетью Интернет, социальные сети стали одним из наиболее эффективных инструментов продвижения продукции на рынке Индии;
- быстрое развитие электронной торговли, сервисов по доставке продуктов и готовых блюд: городские потребители все чаще совершают покупки через такие платформы электронной коммерции, как Big-Basket, Nature's Basket и Amazon India;



- местные потребители предпочитают небольшие размеры упаковок. Большинство упакованных продуктов питания продается в небольших контейнерах, чтобы сэкономить место для хранения и сохранить невысокий уровень цен.

Тенденции на рынке растительных масел

- растительные масла являются неотъемлемой составляющей рациона питания индийского населения. Рост располагаемых доходов и растущая приверженность здоровому образу жизни способствуют переходу городского населения с традиционно используемых видов масел на масла, содержащие полиненасыщенные жирные кислоты;
- наиболее популярным видом растительного масла в стране считается пальмовое, за ним следуют прочие пищевые масла, подсолнечное и соевое. Крупнейшими игроками на рынке растительных масел являются Adani Group, Patanjali Foods и Emami, которые совокупно занимают более 37% рынка;
- спрос на пищевые масла в Индии превышает местное производство. Страна является одним из крупнейших покупателей растительных масел, при этом более 50% годового потребления приходится на импортную продукцию. Правительство Индии продолжает предпринимать различные инициативы по увеличению внутреннего производства растительных масел, особенно пальмового, чтобы сократить зависимость от импортных поставок. В рамках этих инициатив к 2025–2026 гг. планируется расширить площадь земель, предназначенных для производства пальмового масла с 33 до 100 млн га;
- после ослабления ограничительных мер и снятия карантинных ограничений потребительские предпочтения при покупке растительных масел претерпели заметные изменения. Во-первых, индийцы стали больше покупать упаковки меньшего размера (например, 1 л вместо 5 л). Во-вторых, часть потребителей (в основном из сельских районов), которые ранее перешли с пальмового или соевого масла на более полезные варианты, вернулись к более доступным вариантам пищевых масел;
- городские потребители со средним и высоким уровнем располагаемых доходов, напротив, чаще предпочитают более полезные виды растительных масел, такие как рафинированное подсолнечное, оливковое масло или масло авокадо.

Торгово-распределительная сеть

Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
Union Group	Основанная в 2004 г. в г. Райпур крупная компания-производитель продуктов питания, а также импортер, экспортер и дистрибьютор широкого перечня продовольственных и непродовольственных товаров. Основой ассортимента продуктов питания Union Group являются различные виды растительных масел. Сайт: www.unionoilimpex.com
Kerawalla Group	Импортер, экспортер, производитель и дистрибьютор различных видов масел, а также компонентов и сырья для химической и нефтегазовой промышленности. Компания основана в 1982 г., штаб-квартира расположена в г. Мумбаи. Сайт: www.kerawallagroup.com
Athena Tradewinds	Крупный импортер и дистрибьютор пищевых масел с более чем 20-летним опытом работы на рынке. Специализируется на торговле маслом в крупных портовых городах (Мумбаи, Ченнаи, Кандла, Какинада), головной офис находится в г. Индаур. Помимо пищевых масел, компания также осуществляет торговлю прочими сырьевыми товарами и предоставляет консалтинговые услуги. Сайт: www.athenatradewinds.com
Gokul Agro Resources Limited	Компания-импортер, переработчик и дистрибьютор пищевых масел, зарегистрированная в 2014 г. в г. Ахмадабад. Ассортимент включает соевое, горчичное, подсолнечное, хлопковое и арахисовое масло. Gokul Agro также управляет двумя дочерними предприятиями в Сингапуре и Индонезии. Сайт: www.gokulagro.com
Purti Vanaspati	Крупный импортер, переработчик-рафинатор и дистрибьютор растительных масел, основанный в 1984 г. в г. Калькутта. Сотрудничает с крупнейшими мировыми поставщиками сырого масла и управляет современными масложирными заводами в Дели, Западной Бенгалии и Раджастане. Сайт: www.purti.net
KTV Health Foods	Маслоперерабатывающая компания является совместным предприятием индийской KTV Health Foods и базирующейся в Сингапуре ведущей азиатской агропромышленной группой Wilmar International. Осуществляет импорт и переработку пищевых масел. В ассортимент продукции компании входят подсолнечное, соевое и пальмовое масло. Сайт: www.kogktv.com

Источник: EMIS

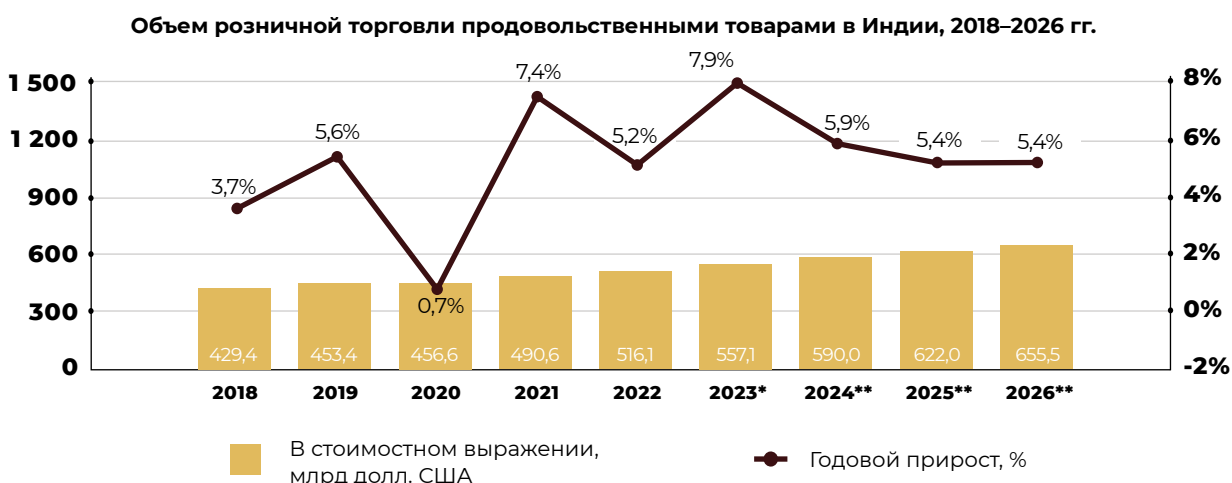


Розничная торговля

Розничная торговля продуктами питания в Индии превратилась в одну из наиболее динамичных и быстро развивающихся отраслей благодаря появлению новых игроков и значительной консолидации за последние два года. На рынке доминируют традиционные розничные форматы, в частности — магазины у дома под названием Kirana stores (аналог магазинов типа mom-and-pop в экономически развитых странах), открытые рынки и бакалейные лавки. В то же время все больше потребителей отдают предпочтение покупкам в современных точках розничной торговли. Современный розничный сектор продолжает развиваться, на рынке появляется больше супермаркетов, гипермаркетов и круглосуточных сетевых магазинов. Лидерами рынка являются Reliance Retail, Avenue Supermarts Limited и Tata.

Переориентация потребителей на современную розницу наиболее заметна в крупных городах. Покупательские привычки также варьируются в зависимости от возрастной категории и уровня располагаемых доходов. Так, старшее поколение со средним и низким уровнем доходов по-прежнему отдает предпочтение покупкам в местных небольших магазинах и на традиционных рынках. Молодое население зачастую делает выбор в сторону сетевых магазинов, а также регулярно приобретает продукты через онлайн-платформы, такие как Big-Basket (Tata Group), Blinkit, Amazon и Flipkart (Walmart).

Важным фактором, который положительно влияет на объем продаж, является период традиционных праздников в третьем и четвертом квартале каждого года. Во время таких фестивалей, как Дурга Пуджа, Дивали, Рождество и Онам отмечается пик потребительских расходов на продукты питания и напитки, а также на непродовольственные товары. Многие потребители в течение года специально экономят, чтобы в праздничный сезон приобрести необходимые продукты и подарки. Учитывая огромный спрос в праздничный сезон, крупнейшие розничные сети и онлайн-магазины ежегодно устраивают распродажи в период с октября по декабрь.



Источник: EMIS

Примечание. *оценка, **прогноз.



Крупные магазины розничной торговли



Reliance Retail — крупнейшая компания сектора розничной торговли Индии, которая управляет сетью магазинов Reliance Fresh and Reliance Smart. С момента своего основания в 2006 г. Reliance Retail значительно нарастила объем продаж и в настоящее время является крупнейшим игроком в сегменте современного ритейла практически во всех штатах Индии. По состоянию на начало 2023 г. Reliance управляет более чем 18 тыс. магазинами в более чем 7 тыс. городах страны.

Сайт: www.relianceretail.com



Future Retail — компания розничной торговли, которая управляет сетями магазинов Big Bazaar, Food Bazaar, Easy Day Stores, FoodHall, HyperCITY, HeritageFresh, Foodworld, WHSmith. Является вторым по величине игроком на рынке розничной торговли в Индии.

Сайт: www.futureretail.in



Avenue Supermarts Limited — компания сектора розничной торговли, которая управляет супермаркетами, фаст-фуд заведениями, а также напрямую импортирует продукты питания и напитки.

Сайт: www.dmartindia.com



More Retail Limited — сеть супермаркетов и гипермаркетов в Индии, которая работает с 1986 г. и реализует как местную продукцию, так и широкий ассортимент импортных товаров.

Сайт: www.moreretail.in



Star (Tata & TESCO Group) — наиболее современный ритейлер среди крупных игроков на рынке свежих продуктов и бакалейных товаров в Индии. Реализует широкий ассортимент товаров первой необходимости, свежие продукты, мясо птицы и ряд собственных брендов по конкурентной цене. Star представлена в 48 магазинах в Мумбаи, Пуне, Бангалоре, Колхапуре и Хайдарабаде.

Сайт: www.starbazaarindia.com



spencer's

Spencer's Retail — сеть супермаркетов в Индии, которая представлена магазинами Nature's Basket и Spencer's Retail. Работает на рынке с 2000 г.

Сайт: www.spencersretail.com

Walmart  India

Walmart India — сеть супермаркетов в Индии, представленная магазинами Best Price Modern Wholesale и Flipkart и завоевавшая доверие потребителей широким ассортиментом качественных продуктов питания и напитков, а также товаров первой необходимости.

Сайт: www.wal-martindia.in

 **24SEVEN**

24Seven — сеть круглосуточных магазинов. Принадлежит крупной табачной компании Godfrey Philips India. Включает более 120 торговых точек, в среднесрочной перспективе планируется увеличение их до 500.

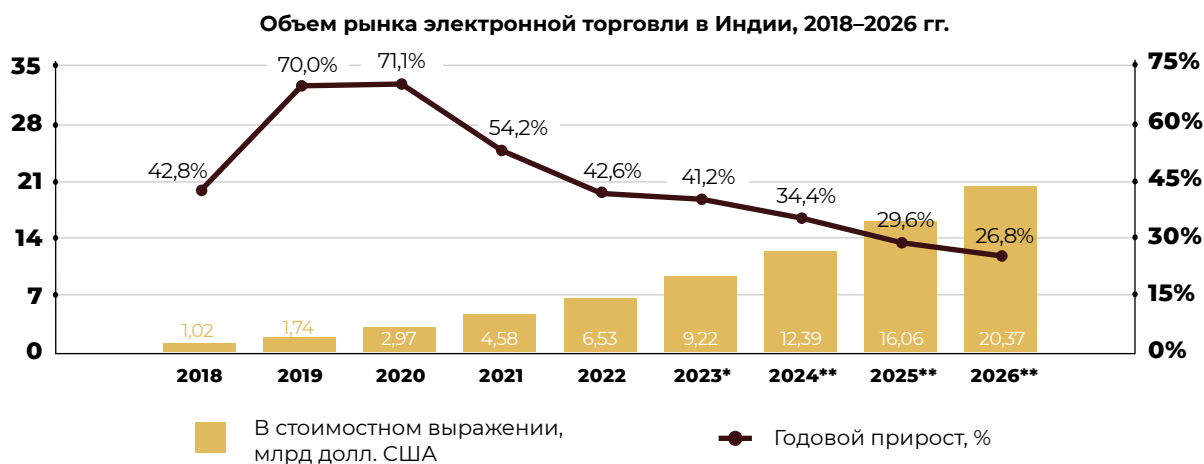
Сайт: www.24-seven.in



Электронная торговля

Сектор электронной торговли Индии развивается довольно быстро, так как пандемия вынудила население Индии использовать электронные платформы для заказа продуктов на дом или в офис. Успех розничных продавцов, таких как Fresh to Home, на рынке электронной коммерции, побудил других игроков, например, Big Basket, также войти в этот сектор. Причина успеха данных компаний заключается в эффективной диверсификации цепочек поставок с акцентом на качество. Ранее покупки продуктов онлайн совершали, в основном, молодые потребители с более высоким доходом, однако карантин вынудил потребителей разного уровня дохода и возраста использовать электронные платформы, чтобы избежать посещения магазинов. В дальнейшем ожидается, что потребители будут все больше пользоваться инструментами электронной коммерции при покупке продуктов в связи с переходом на цифровой образ жизни. Данная тенденция привела к новым партнерским отношениям между розничными торговцами продуктов питания и агрегатами по доставке, такими как Swiggy и Zomato.

Ключевым трендом на рынке электронной коммерции в 2022–2023 гг. стала социальная коммерция (подвид электронной коммерции, которая предполагает совершение покупок с помощью социальных сетей). Многие ведущие игроки в сфере электронной торговли запустили видео-платформы, на которых создатели контента могли демонстрировать продукты и взаимодействовать с пользователями в социальных сетях, таких как Instagram, WhatsApp или Facebook. Активное расширение доступа к сети Интернет в крупных городах, а также большее доверие онлайн-транзакциям со стороны потребителей дополнительно способствовали росту онлайн-продаж.



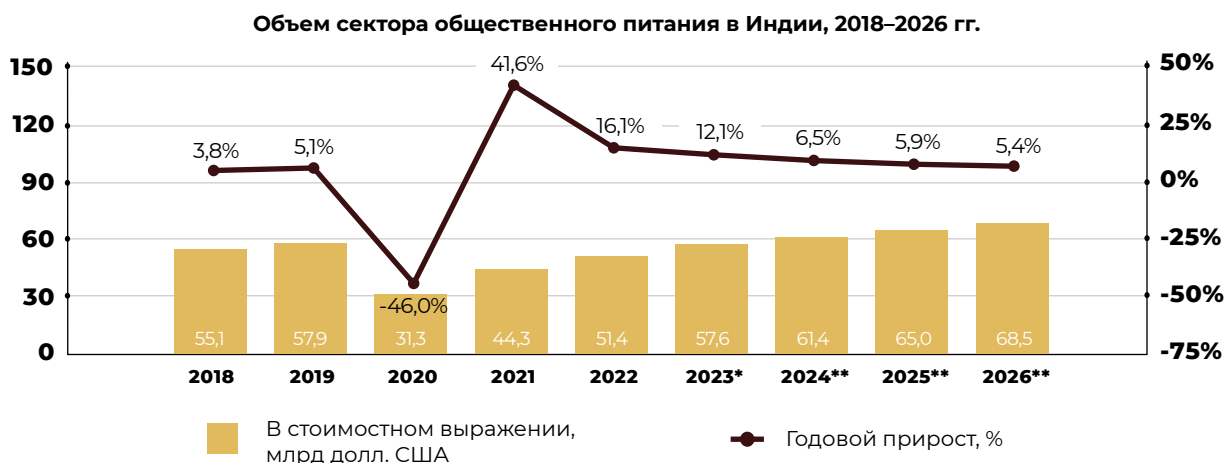
Источник: EMIS

Примечание. *оценка, **прогноз.

Гостинично-ресторанный сектор

Гостиничный сектор в стране стабильно развивается, чему способствует рост туристического потока, а также увеличение числа поездок внутри страны. За последнее десятилетие Индия укрепила свой имидж как одного из наиболее привлекательных туристических направлений, который также постепенно становится центром глобальной торговли. Индия имеет обширный гостиничный сектор, однако лишь небольшой процент отелей работает по звездочной системе. Подавляющее большинство отелей — небольшие традиционные заведения, предлагающие недорогие номера и еду из продуктов местного производства. Некоторые отели получают специальные лицензии, позволяющие беспощинно покупать продукты питания и напитки (а также оборудование и мебель) при условии получения ими валютных поступлений. При этом в стране также широко представлены такие международные гостиничные сети, как Sheraton и Hilton.

Ресторанная индустрия также стремительно развивается, ежегодно на рынке появляются заведения общественного питания новых форматов, которые специализируются на традиционной и зарубежных кухнях. Большой процент ресторанного сектора в Индии является «неорганизованным», состоящим из небольших ресторанов и уличных киосков. В то же время процент премиальных ресторанов стабильно увеличивается, привлекая потребителей качественными аутентичными блюдами из импортных ингредиентов.



Источник: EMIS

Примечание. *оценка, **прогноз.



Международное сотрудничество

Индия является членом Всемирной торговой организации (ВТО) с 1995 г. Из многосторонних торговых соглашений, в которых состоит Индия, важно отметить Соглашение о свободной торговле стран Южной Азии (англ. SAFTA, South Asian Free Trade Agreement)² и Азиатско-Тихоокеанское торговое соглашение (англ. APTA, Asia-Pacific Trade Agreement)³.

На двустороннем уровне у Индии имеется целый ряд соглашений:

- соглашения о свободной торговле с Таиландом и Шри-Ланкой;
- торговые соглашения с Австралией, Ассоциацией государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН)⁴, Бутаном, Малайзией, Непалом, ОАЭ, Республикой Корея, Сингапуром, Японией, с африканскими странами: Анголой, Ботсваной, Камеруном, Кот-д'Ивуаром, Ганой, Либерией, Маврикием, Мозамбиком, Нигерией, Руандой, Сенегалом, ЮАР, Эсватини, Сейшелами, Танзанией, Угандой, ДРК, Замбией, Зимбабве;
- преференциальные торговые соглашения с МЕРКОСУР (Общий рынок стран Южной Америки), Афганистаном и Чили.

Индия является участницей Всеобщей системы преференций (англ. GSP). Однако, согласно обновленному **Перечню** развивающихся стран-пользователей единой системы тарифных преференций Евразийского экономического союза (ЕАЭС), в 2021 г. Индия была лишена возможности преференциальных поставок в ЕАЭС.

Перспективы заключения новых многосторонних и двусторонних торговых соглашений

Индия находится на стадии переговоров о заключении соглашений с Южноафриканским таможенным союзом⁵, ЕС⁶, Европейской ассоциацией свободной торговли (ЕАСТ)⁷, Советом сотрудничества арабских государств Персидского залива (переговоры приостановлены⁸).

² Страны-члены: Афганистан, Бангладеш, Бутан, Индия, Мальдивы, Непал, Пакистан, Шри-Ланка.

³ Страны-члены: Бангладеш, Индия, Китай, Республика Корея, Лаос, Шри-Ланка, Монголия.

⁴ Страны-члены: Бруней, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд, Филиппины.

⁵ Страны-члены: Намибия, Ботсвана, Лесото, ЮАР и Эсватини.

⁶ <http://rtais.wto.org/UI/PublicSearchByMemberResult.aspx?MemberCode=356&lang=1&redirect=1>

⁷ Государства члены: Исландия, Лихтенштейн, Норвегия, Швейцария.

⁸ <https://commerce.gov.in/international-trade/trade-agreements/indias-current-engagements-in-rtas/india-gulf-cooperation-council-gcc-free-trade-agreement-fta-negotiations/>



Индия вела переговоры по соглашению о создании Всестороннего регионального экономического партнерства (ВРЭП), однако в ноябре 2019 г. вышла из переговоров. Причиной этого стало желание страны защитить интересы национальной сельскохозяйственной отрасли (в частности, молочной подотрасли), а также сектора услуг⁹.

Индия как изначальный участник переговоров по ВРЭП имеет возможность присоединиться к соглашению по ускоренному формату, не дожидаясь 18 месяцев, как это предусмотрено для новых государств-членов.

Другой возможной альтернативой является пересмотр существующих двусторонних соглашений о свободной торговле с некоторыми государствами-членами ВРЭП, а также заключение новых соглашений с другими странами (например, ЕАСТ), чьи рынки имеют потенциал для индийского экспорта¹⁰.

Переговоры с Евразийским экономическим союзом

29 декабря 2016 г. Высшим Евразийским экономическим советом было принято **Решение №14 «О начале переговоров с Республикой Индией о заключении соглашения о зоне свободной торговли»**. На текущий момент стороны провели технические консультации по согласованию формата предстоящих переговоров, а ЕАЭС подготовил и представил на рассмотрение партнеров из Индии первоначальные предложения по проекту соглашения.

В январе 2018 г. и в июне 2019 г. проведены технические консультации по согласованию формата предстоящих переговоров, а также планируемого к заключению соглашения. Запланированный на март 2020 г. первый раунд переговоров **был перенесен** на более поздний срок в связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой.

В сентябре 2023 г. представители ЕЭК и индийской стороны **обсудили** вопрос по переводу в активную фазу переговоров о заключении соглашения о свободной торговле.

⁹ Соглашение было подписано в ноябре 2020 г. десятью странами АСЕАН, Австралией, КНР, Новой Зеландией, Республикой Корея и Японией и вступило в силу с 1 января 2022 г. По условиям соглашения, в ближайшие 20 лет между его участниками будут обнулены импортные пошлины на ряд товаров, а также упрощена торговля в сфере интеллектуальной собственности, телекоммуникаций, финансовых, профессиональных и интернет-услуг.

¹⁰ <https://indianexpress.com/article/explained/india-out-of-rcep-china-economy-trade-angle-7053877/>

