

19 марта 2024



Исламская Республика Пакистан

Содержание

Паспорт страны _____	4
Особенности правовой системы _____	7
Сельское хозяйство _____	10
Внешняя торговля продукцией АПК _____	17
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Пакистаном _____	23
Потребительские предпочтения _____	26
Торгово-распределительная сеть _____	29
Особенности ведения бизнеса в стране _____	35

Мнение эксперта



Андрей Бушмелев

Заместитель начальника отдела сопровождения проектов ВЭД
Федерального центра «Агроэкспорт»

« Сельскохозяйственный сектор является ключевым элементом экономики Пакистана и обеспечивает работой свыше трети занятого населения. Наибольшее развитие в стране исторически получило производство хлопка и сахарного тростника, пшеницы, картофеля, а также молочное и мясное животноводство. Пакистан вместе с Индией и США входит в тройку крупнейших стран-производителей сырого молока. Агропромышленный комплекс страны играет важную роль в поддержании продовольственной безопасности государства и обеспечивает приток в страну ликвидной иностранной валюты за счет экспортных поставок. Пакистан обеспечивает себя такими сельскохозяйственными товарами как кукуруза, рис, мясо КРС и сырое молоко, однако остается нетто-импортером продукции АПК из-за низкой производительности сельского хозяйства в целом.

Пакистан ежегодно закупает на внешних рынках сельскохозяйственную продукцию на сумму более 9 млрд долл. США. Структура импорта страны слабо дифференцирована — в 2022 г. на поставки пальмового масла, соевых бобов, пшеницы и чая пришлось около 70% от стоимости ввезенных продовольственных товаров. За рубеж Пакистан поставляет продукцию АПК на сумму около 5–6 млрд долл. США, в числе основных экспортных товаров — рис, спирт, мясо КРС, кукуруза и картофель.

Россия и Пакистан поддерживают долговременное взаимовыгодное взаимодействие по целому ряду направлений, включая торгово-экономическое сотрудничество в сельскохозяйственном секторе. В настоящее время наиболее перспективными для экспорта в Пакистан российскими товарами являются зерновые (в первую очередь, пшеница и ячмень) и зернобобовые (нут и горох) культуры, импорт которых – один из ключевых элементов продовольственной безопасности страны.



Паспорт страны

Исламская Республика Пакистан (далее — Пакистан) — пятая по численности населения страна в мире и одна из крупнейших по числу проживающих мусульман. Пакистан расположен в стратегически значимом регионе Южной Азии, на востоке граничит с Индией, на северо-востоке — с Китаем, на северо-западе — с Афганистаном, на юго-западе — с Ираном. На юге омывается водами Аравийского моря, через которое проходят ключевые торговые маршруты между Европой, Восточной Азией и странами Персидского залива. Согласно классификации Всемирного банка, Пакистан относится к странам с доходами ниже среднего уровня, при этом демонстрирует стабильно высокие темпы прироста населения, является перспективным рынком сбыта и крупным региональным импортером продукции АПК России.

Общая информация (2022 г.)

ВВП в текущих ценах: 374,7 млрд долл. США

Рост ВВП: 6,2%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 6 695,3 долл. США

Уровень инфляции: 12,1%

Приток ПИИ: 1,3 млрд долл. США

Население: 227,0 млн человек

Площадь страны: 803,9 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 363,0 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Карачи (14,9 млн), Лахор (11,1 млн), Фейсалабад (3,2 млн), Равалпинди (2,1 млн), Гуджранвала (2,0 млн)

Уровень урбанизации: 37,7%

Уровень безработицы: 5,6%

Структура ВВП: сельское хозяйство (22,4%), промышленность (20,4%), сфера услуг (52,2%)

Структура занятости: сельское хозяйство (36,4%), промышленность (25,5%), сфера услуг (38,1%)

Объем экспорта продукции АПК: 6,2 млрд долл. США

Основные экспортируемые товары АПК: рис, спирт, говядина и пищевые субпродукты КРС, кукуруза, картофель

Объем импорта продукции АПК: 9,4 млрд долл. США

Основные импортируемые товары АПК: масло пальмовое, соевые бобы, пшеница, чай, нут сушеный

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Pakistan Bureau of Statistics, ITC Trade Map



Прогноз развития экономики страны

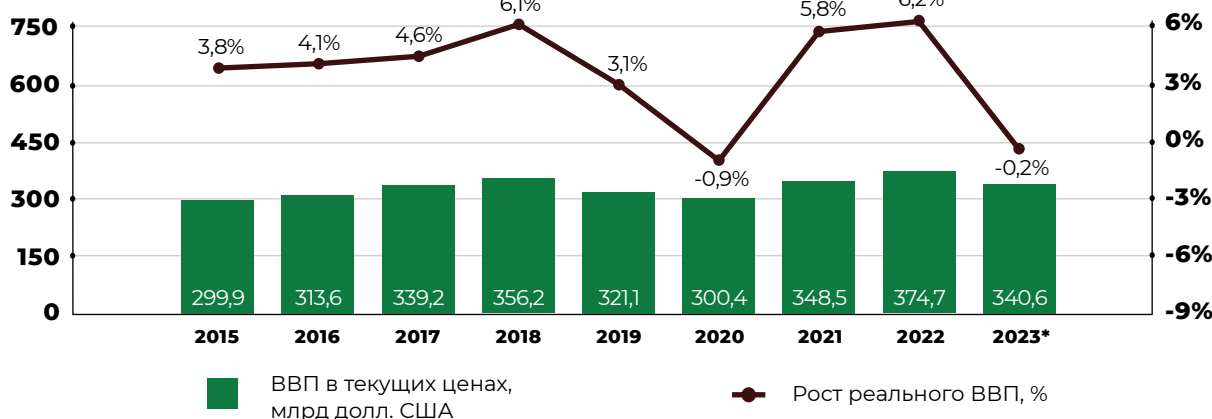
Экономика Пакистана на протяжении длительного времени сталкивается с проблемами структурного характера, сдерживающими развитие страны и не позволяющими реализовать имеющийся потенциал. Республика является нетто-импортером товаров и услуг, рост пакистанского экспорта сдерживается низкой производительностью труда и потребностями внутреннего рынка. Отрицательное сальдо торгового баланса и неэффективность системы налогообложения ограничивают доходы государственного бюджета, приводят к дефициту ликвидной иностранной валюты и крайне высокому уровню внешней задолженности. Из-за нехватки ресурсов для решения инфраструктурных и социальных проблем Пакистан крайне уязвим для внешних и внутренних вызовов, а также сталкивается с проблемой низкого качества рабочей силы и оттока населения в более экономически развитые страны.

В 2021–2022 гг. пакистанская экономика демонстрировала высокие темпы восстановления после сокращения реального ВВП в 2020 г. вследствие пандемии COVID-19. Однако к 2023 г. экономическое развитие замедлилось, и реальный ВВП снизился на 0,2%. Рецессия обусловлена рядом факторов и условий, включающих увеличение дефицита государственного бюджета и внешней задолженности, масштабные наводнения, повышение уровня инфляции и обесценивание курса пакистанской рупии, а также внутривнутриполитическую неопределенность. В связи с этим правительство страны ограничило (посредством прямого запрета либо увеличения тарифных барьеров) импорт ряда товаров, в том числе предметов роскоши, с целью ограничения оттока ликвидной иностранной валюты.

В настоящее время правительство Пакистана ожидает получения нового займа от МВФ на сумму 6 млрд долл. США, который позволит стране выделить средства на проведение структурных реформ. К началу 2024 г. макроэкономическая ситуация в стране заметно улучшилась благодаря упрощению таможенно-тарифного регулирования, стабилизации курса национальной валюты, снижению темпов роста потребительских цен, а также эффекту низкой базы в условиях восстановления экономики после спада в 2023 г. Однако риски рецессии остаются существенными, в первую очередь в случае задержек с поступлением внешнего финансирования.



Динамика ВВП Пакистана в текущих ценах, 2015–2023 гг.

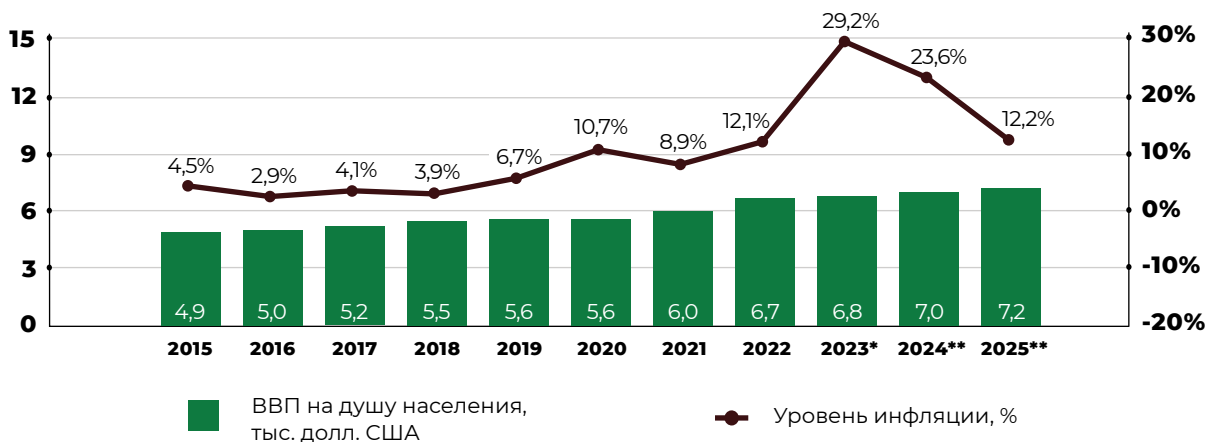


Источник: МВФ

Примечание. *оценка, данные МВФ по состоянию на 30.01.2024 г.

По итогам 2023 г. инфляция в Пакистане в годовом выражении составила рекордные с 1974 г. 29,2%, более чем в 2 раза превысив показатель 2022 г. Основными причинами резкого роста потребительских цен являются последствия наводнения в бассейне р. Инд летом 2022 г., вызвавшего сокращение предложения товаров, а также значительное ослабление национальной валюты по отношению к основным валютам международной торговли (в среднем на 20% в 2023 г. по отношению к 2022 г.). В данных условиях Государственный банк Пакистана значительно ужесточил проводимую денежно-кредитную политику. С сентября 2021 г. по июнь 2023 г. ключевая ставка повышена суммарно на 1 500 б. п. до 22%. В январе 2024 г. Государственный банк Пакистана сохранил ключевую ставку на данном уровне, отмечая стабилизацию инфляции во всех секторах, кроме энергетического. При этом индекс роста потребительских цен остается на крайне высоком уровне, значительно превышая целевые показатели центрального банка страны. С учетом этого, а также принимая во внимание прочие проинфляционные риски, ожидается, что в среднесрочной перспективе регулятор продолжит проводить жесткую денежно-кредитную политику.

Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2015–2025 гг.



Источник: МВФ

Примечание. *оценка, **прогноз, данные МВФ по состоянию на 30.01.2024 г.



Особенности правовой системы

Пакистан — федеративная парламентская республика. Главой государства является президент, выполняющий в основном церемониальные функции, в то время как реальные полномочия по управлению страной возложены на правительство (Кабинет министров) во главе с премьер-министром. Законодательную власть осуществляет двухпалатный парламент, состоящий из Сената (верхняя палата) и Национальной Ассамблеи (нижняя палата).

Правовая система Пакистана основана на английской системе общего права. Основным источником права является Конституция, вступившая в силу в 1973 г.

Судебная система Пакистана состоит из трех уровней:

- судов первой инстанции, рассматривающих гражданские и уголовные дела;
- высоких судов — апелляционных инстанций в каждой провинции Пакистана и в столице Исламабаде;
- Верховного суда — высшей судебной инстанции.

Верховный суд рассматривает дела в качестве первой инстанции, принимает апелляции на решения нижестоящих судов, а также обладает полномочиями по толкованию Конституции и законов Пакистана.

Судебные дела по отдельным вопросам могут рассматривать специализированные суды, действующие на федеральном и региональном уровнях. На федеральный уровень выносятся споры в банковской, налоговой, таможенной сферах, по вопросам экологии и др. На региональном уровне рассматриваются дела по трудовому праву, защите прав потребителей, борьбе с терроризмом и коррупцией.

Для принятия решений, касающихся исламского права, в Пакистане функционирует отдельный Федеральный суд шариата (Federal Shariat Court), решения которого могут быть пересмотрены Верховным судом.

Стороны коммерческого спора вправе по соглашению передать дело на рассмотрение в международный коммерческий арбитраж, основы которого в Пакистане установлены [Законом](#) об арбитраже от 1940 г.

Центр международного инвестиционного и коммерческого арбитража (CIICA, Center for International Investment and Commercial Arbitration) в г. Лахор является постоянно действующим арбитражным учреждением, которое предлагает посреднические услуги, в том числе по арбитражу, для разрешения национальных и международных споров.

При выборе сторонами арбитража за пределами Пакистана необходимо убедиться, что страна нахождения выбранного арбитража является участницей Конвенции ООН о признании и приведении в исполнение иностранных арбитражных решений от 1958 г. (Нью-Йоркской конвенции). В таком случае арбитражное решение, вынесенное за пределами Пакистана, будет исполнимо, так как страна также является [участницей](#) Нью-Йоркской конвенции.



Ключевые правовые формы ведения бизнеса в стране

Учреждение компании в Пакистане осуществляется в соответствии с [Законом](#) о компаниях от 2017 г.

Возможными формами зарегистрированной в Пакистане компании являются:

- Компания с ограниченной ответственностью (LLC, limited liability company), минимальный учредительный капитал которой составляет 1 тыс. долл. США. В качестве учредителей LLC вправе выступать иностранные физические и юридические лица, для создания компании необходимо не менее двух учредителей. Иностранец также может быть назначен руководителем предприятия.
- Акционерная компания (JSC, joint stock company) имеет право публично размещать акции. Минимальное количество акционеров — 3, максимальное — 50.

Без учреждения юридического лица в Пакистане возможно открытие представительства (liaison office) для осуществления ограниченных видов деятельности, например, исследования рынка и проведения рекламной кампании.

В Пакистане также может быть открыт филиал иностранной компании, если у нее есть действующий контракт с пакистанскими государственными или коммерческими организациями.

Особенности системы налогообложения

[Закон о налоге с продаж от 1990 г.](#) является основным актом, регулирующим налогообложение в стране. Пакистан применяет стандартную ставку налога с продаж в размере [18% от стоимости товаров](#). Сбором данного налога занимается [Федеральный совет по доходам](#) (Federal Board of Revenue), который находится под управлением [Министерства финансов](#).

В соответствии с [Федеральным законом об акцизах от 2005 г.](#) ряд товаров и услуг в Пакистане облагается акцизом. По состоянию на 2023 г. к подакцизным товарам относятся в том числе газированные и сахаросодержащие напитки, концентраты, табачная продукция и удобрения.

Особенности защиты объектов ИС

Пакистан является участником Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) с 1977 г., а также Парижской конвенции по охране промышленной собственности с 2014 г. и Мадридского протокола с 2021 г.

Соответственно, регистрация товарных знаков в стране возможна как по национальной системе, так и по международной. Для регистрации товарного знака по национальной системе необходимо подать заявку в [Организацию по защите интеллектуальной собственности Пакистана](#) (IPO-Pakistan, Intellectual Property Organization of Pakistan). Заявка на регистрацию товарного знака российского правообладателя в рамках международной системы подается через [Роспатент](#).

Нормативно-правовые акты, регулирующие защиту интеллектуальной собственности в Пакистане:

- [Постановление Правительства](#) о патентах от 2000 г.;
- [Закон](#) об Организации по защите интеллектуальной собственности Пакистана от 2012 г.;
- [Закон](#) о товарных знаках от 2023 г.

С полным перечнем всех законодательных актов, регулирующих отношения в сфере интеллектуальной собственности, а также с текстами данных документов возможно ознакомиться на [сайте](#) ВОИС.



Сельское хозяйство

Сельскохозяйственный сектор Пакистана является важнейшей составляющей экономики страны, на него приходится 22,4% в ВВП и 36,4% в структуре занятости населения. Пакистанский АПК играет ключевую роль в поддержании продовольственной безопасности государства и обеспечивает приток в страну ликвидной иностранной валюты за счет экспортных поставок. Обширные территории Пакистана заняты пашней (особенно — плодородные земли вдоль р. Инд) и пастбищами, внутреннее производство ряда сельскохозяйственных товаров способно в полной мере удовлетворить имеющийся спрос. Однако низкий уровень располагаемых доходов населения влечет за собой отсутствие в Пакистане одного из ключевых элементов продовольственной безопасности — экономической доступности продуктов питания. Кроме того, серьезное негативное влияние на развитие сельского хозяйства Пакистана оказывает изменение климата, в особенности — сопутствующий рост числа природных катаклизмов. В частности, в результате беспрецедентного по масштабам наводнения 2022 г. была затронута значительная часть территории и населения страны, и сельскохозяйственный сектор понес существенные материальные убытки, что дополнительно усугубило проблемы бедности и недоедания среди наименее обеспеченных пакистанцев.

Наиболее распространенной сельскохозяйственной культурой в Пакистане является сахарный тростник. В 2022/23 сельскохозяйственном году объем его производства в стране составил 91,1 млн тонн, что на 2,8% больше, чем в 2021/22 МГ. Сахарный тростник — основное сырье для пакистанской сахарной промышленности — второй по величине отрасли промышленности, связанной с АПК, после текстильной. Помимо этого, Пакистан является крупным производителем зерновых культур. Основная часть производства данного вида продукции приходится на пшеницу, ее в 2022/23 МГ выращено 27,6 млн тонн, что на 5,4% больше, чем в 2021/22 МГ. Производство кукурузы увеличилось на 6,9% до 10,2 млн тонн в 2022/23 МГ. При этом объем выращенного риса снизился на 21,5% до 7,3 млн тонн в 2022/23 МГ. В категории овощи, корнеплоды и клубнеплоды наибольшую долю занимает производство картофеля — 8,3 млн тонн в 2022/23 МГ, что на 4,8% больше, чем в 2021/22 МГ. В стране также в больших количествах выращиваются фрукты. Так, в 2022/23 МГ произведено порядка 1,8 млн тонн манго и 1,6 млн тонн апельсинов.



Производство продукции растениеводства, млн тонн

	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23 *
Сахарный тростник	67,2	66,4	81,0	88,7	91,1
Зерновые	43,9	47,2	51,3	47,7	48,9
Пшеница	24,3	25,2	27,5	26,2	27,6
Кукуруза	6,8	7,9	8,9	9,5	10,2
Рис	7,2	7,4	8,4	9,3	7,3
Овощи, корнеплоды и клубнеплоды	10,0	9,6	11,6	13,5	14,7
Картофель	4,9	4,6	5,9	7,9	8,3
Лук	2,1	2,1	2,3	2,1	1,6
Фрукты и ягоды	10,1	10,7	10,1	9,5	9,4
Манго	1,7	1,6	1,7	1,8	1,8
Апельсины	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6

Источник: Pakistan Bureau of Statistics, Ministry of National Food Security & Research, FAOSTAT

Примечание. *оценка.

Животноводческий сектор Пакистана является основной отраслью сельского хозяйства страны, на которую приходится большая часть производимой АПК добавленной стоимости. Правительство Пакистана рассматривает животноводство в качестве одного из наиболее перспективных источников экономического роста и ключевого инструмента обеспечения продовольственной безопасности. Так, говядина уже сейчас входит в число основных экспортных позиций страны.

Сектор молочного скотоводства Пакистана производит в основном буйволиное и коровье молоко. Значения показателей производства данного вида продукции ежегодно растут, и к 2023/23 МГ достигли отметки в 40,7 млн тонн буйволиного молока и 25,2 млн тонн коровьего, что на 3,0% и 4,1% больше, чем в 2021/22 МГ соответственно. Пакистан наряду с Индией и США входит в тройку крупнейших стран-производителей сырого молока.

В секторе мясного скотоводства Пакистана наиболее развит птицеводческий сегмент. В 2022/23 МГ производство мяса птицы в стране составило 2,2 млн тонн, что на 10,0% больше, чем в 2021/22 МГ. Помимо этого, в 2022/23 МГ произведено 1,3 млн тонн говядины и 1,2 млн тонн мяса буйвола.

Рыболовство также является важным источником доходов для большей части населения Пакистана. По территории страны протекает река Инд — одна наиболее полноводных рек Южной Азии, богатая водными биоресурсами. Также развито морское рыболовство в Индийском океане, на побережье которого расположены основные рыбные порты Пакистана — Карачи, Гвадар и Пасни. Ежегодные объемы производства рыбы и морепродуктов составляют около 0,8 млн тонн. Значительная часть произведенной продукции поставляется за рубеж, морепродукты входят в топ-10 наиболее востребованных на мировом рынке товаров Пакистана.



Производство продукции животноводства

	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23 *
Куриное яйцо, млрд шт.	19,05	20,13	21,29	22,51	23,82
Буйволиное молоко, млн тонн	36,2	37,3	38,4	39,5	40,7
Коровье молоко, млн тонн	21,7	22,5	23,4	24,2	25,2
Мясо птицы, млн тонн	1,5	1,7	1,8	2,0	2,2
Говядина, млн тонн	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3
Мясо буйвола, млн тонн	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2
Рыба и морепродукты, млн тонн	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8

Источник: Pakistan Bureau of Statistics, Ministry of National Food Security & Research, FAOSTAT
Примечание. *оценка.



Важные события в истории развития сельского хозяйства Пакистана

- **1941 Компании**

Открытие первых магазинов сети Al-Fatah, сегодня входящей в число крупнейших игроков в сегменте розничной торговли Пакистана и предлагающей большой выбор товаров повседневного спроса, в т.ч. зарубежного производства. Компания также активно развивает собственный интернет-магазин и в настоящее время является одним из лидеров в сфере онлайн-торговли продуктами питания.
- **1947 Внутренняя политика**

Обретение Пакистаном независимости.
- **1947 Внешняя политика**

Вступление в Продовольственную и сельскохозяйственную организацию ООН (ФАО).
- **1948 Внешняя политика**

Присоединение к Генеральному соглашению по тарифам и торговле (ГАТТ).
- **1950 Внешняя политика**

Присоединение к Международному валютному фонду (МВФ) и Международному банку реконструкции и развития (МБРР).
- **1955 Компании**

Начало работы компании Imtiaz, в дальнейшем — оператора крупнейшей пакистанской сети супермаркетов с широким ассортиментом импортных продуктов питания.
- **1959 Внутренняя политика**

Начало первой земельной реформы в Пакистане (закон № 64/1959), в рамках которой ограничен максимальный размер земельного надела (около 200 га орошаемой или 400 га неорошаемой земли на собственника), на законодательном уровне закреплены права арендаторов сельхозугодий, а также ограничено дробление наделов.
- **1964 Внешняя политика**

Создание организации Региональное сотрудничество ради развития (RCD) — объединения Пакистана, Ирана и Турции, целью которого заявлено стимулирование социально-экономического развития государств-членов.
- **1967 Компании**

В целях обеспечения населения Пакистана основными продуктами питания по доступным ценам под эгидой Министерства торговли страны учреждена Торговая корпорация Пакистана (ТСП). По настоящее время ТСП используется пакистанским правительством для закупочных интервенций и поддержания стабильных цен на внутреннем рынке, проведения тендеров на импорт продукции АПК, а также в качестве платформы для поддержки отечественных экспортеров.
- **1969 Внешняя политика**

Вступление в Организацию исламского сотрудничества (ОИС).
- **1971 Компании**

Основание государственной сети розничных магазинов Utility Stores Corporation, сегодня лидирующей по объемам продаж товаров ежедневного спроса (в т.ч. продуктов питания) в Пакистане.
- **1972 Новые институты**

Вторая земельная реформа Пакистана, по итогам которой максимально возможная площадь земельного надела ограничена 60 га орошаемых или 120 га неорошаемых земель, а также созданы федеральная земельная комиссия и земельные комиссии провинций, ответственные за перераспределение наделов. Цель преобразований — ускорение процесса передачи сельхозугодий в собственность арендаторам, обрабатывающим землю, и формирование в стране класса фермеров.
- **1977 Внешняя политика**

Вступление в ВОИС и Международный фонд сельскохозяйственного развития (ИФАД).



● **1977** **Внутренняя политика**

Третья земельная реформа Пакистана (закон № 2/1977), положениями которой разрешенный размер земельного надела в стране ограничен 40 га орошаемых или 80 га неорошаемых земель. Несмотря на определенные успехи правительства в диверсификации структуры землевладения, значительная часть пакистанских сельхозугодий осталась в собственности узкой прослойки крупных землевладельцев, что продолжило сдерживать развитие АПК страны.

● **1985** **Внешняя политика**

- На базе RCD создана Организация экономического сотрудничества (ECO), в состав которой с 1992 г. помимо Пакистана, Ирана и Турции входят также Афганистан, Азербайджан, Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан. Целью организации провозглашено обеспечение устойчивого экономического развития в регионе, в т.ч. за счет построения единого рынка, а также эффективного использования сельскохозяйственного и промышленного потенциалов стран-членов;
- Вступление в Ассоциацию регионального сотрудничества Южной Азии (SAARC). В рамках данного интеграционного объединения с 2006 г. функционирует зона свободной торговли между Индией, Непалом, Бутаном, Шри-Ланкой, Мальдивами, Бангладеш, Афганистаном и Пакистаном.

● **1988** **Внешняя политика**

Присоединение к Многостороннему агентству по гарантированию инвестиций (МАГИ).

● **1990** **Внутренняя политика**

Верховный суд Пакистана признал несоответствующими нормам ислама и конституции государства положения земельных реформ 1972 г. и 1977 г., из-за чего в стране официально отменены ограничения на размер земельного надела. В результате крупное землевладение закрепилось в качестве преобладающего на территории Пакистана.

● **1991** **Компании**

Основание Unity Foods, в дальнейшем — одного из ведущих в стране производителей и дистрибьюторов пищевых масел, риса, бобовых, муки, кормов для сельскохозяйственных животных и кулинарных ингредиентов.

● **1993** **Внутренняя политика**

Начало осуществления масштабной программы экономических реформ. Результатом преобразований в налоговой сфере (для сельхозпроизводителей ставка установлена в зависимости от урожайности земли), повышения правительством закупочных цен на ряд сельскохозяйственных товаров и расширения доступности сельскохозяйственных кредитов в Пакистане явился заметный рост производства продукции АПК.

● **1995** **Внешняя политика**

Вступление во Всемирную торговую организацию (ВТО).

● **2001** **Внешняя политика**

Учреждение «Диалога по сотрудничеству в Азии» (ДСА) — площадки для координации деятельности многосторонних объединений континента в целях укрепления конкурентоспособности азиатских стран, в т.ч. в науке, энергетике, туризме и сельском хозяйстве (Пакистан — одно из государств-основателей, Россия — член ДСА с 2005 г.).

● **2007** **Внешняя политика**

Вступление в силу соглашения о свободной торговле с Китаем (впоследствии — основным торговым партнером Пакистана).

● **2013** **Внешняя политика**

Вступление в силу соглашения о свободной торговле между Индонезией и Пакистаном. Благодаря соглашению Индонезия значительно (практически вдвое за год) нарастила экспорт продукции АПК в Пакистан, вытеснив Малайзию с позиции крупнейшего поставщика сельскохозяйственной продукции в страну.

● **2014** **Сделки M&A**

Одна из ведущих онлайн-платформ доставки еды и товаров повседневного спроса в Азии, Foodpanda (принадлежит германской Delivery Hero), приобрела пакистанский сервис доставки продуктов и бронирования ресторанов Eat Oye, выступавший главным конкурентом Foodpanda в стране. В результате немецкая компания заняла доминирующее положение на рынке услуг доставки продуктов питания в Пакистане.



• 2016 Сделки M&A

Крупнейший нидерландский производитель молочной продукции FrieslandCampina приобрел контрольный пакет акций одной из ключевых пакистанских молочных компаний, Engro Foods. Сделка, сумма которой составила 450 млн долл. США, обеспечила полноценное присутствие FrieslandCampina в Пакистане (страна входит в тройку ведущих производителей молока в мире), а также позволила компании надежно закрепиться на рынках стран Центральной Азии.

• 2023 План развития

Публикация рамочной программы ФАО для Пакистана на 2023–2027 гг. В документе, созданном в сотрудничестве с правительством страны, определены приоритетные направления развития АПК Пакистана на следующие пять лет. К основным целям программы отнесены: достижение устойчивых среднегодовых темпов прироста производства продуктов питания на уровне не менее 4%; повышение производительности труда и прибыльности в сельском хозяйстве, обеспечение его конкурентоспособности и устойчивости к изменению климата; сокращение масштабов бедности, искоренение голода и недоедания. План включает выполнение задач по диверсификации АПК, развитию пищевой промышленности и органического сельского хозяйства, внедрению маркировки продуктов питания, популяризации принципов здорового питания, поддержке малых и средних фермерских хозяйств, улучшению системы страхования сельхозпроизводителей.

• 2024 Сделки M&A

Крупная пакистанская продовольственная компания, Fauji Foods (бренды молочной продукции Nurpur и чая Dostea) объявила о приобретении долей своей материнской компании Fauji Foundation в дочерних структурах Fauji Infraavest Foods (производитель макаронных изделий) и Fauji Foundation (производитель сухих завтраков под торговой маркой «Fauji Cereals»). Слияние позволило объединить одни из наиболее известных брендов Пакистана под единым операционным управлением, а также значительно расширило ассортимент и охват рынка продукцией Fauji Foods (особенно в сегменте готовых завтраков).

• 2024 Развитие отрасли

Правительство страны объявило о выделении 3,1 млрд пакистанских рупий на развитие сельского хозяйства в первом полугодии 2023–2024 финансового года. Всего до конца периода на реализацию 21 проекта в секторе АПК Пакистана из государственного бюджета планируется потратить более 8,8 млрд рупий. Среди наиболее крупных проектов: национальная программа модернизации ирригационных сооружений; масштабирование коммерческого производства оливок; увеличение объемов производства пшеницы, субсидирование исследований по повышению продуктивности зернобобовых, риса, сахарного тростника и масличных; комплексы мер по борьбе с насекомыми-вредителями и сохранению водных ресурсов; развитие пилотного кластера по разведению креветок; совместная пакистанско-корейская программа по выращиванию семенного картофеля.

Источник: ФАО, EMIS, открытые источники



Поддержка сельского хозяйства

Поскольку сельское хозяйство является фундаментом продовольственной безопасности страны, органы государственной власти и связанные с ними учреждения в Пакистане уделяют особое внимание поддержке АПК. Через ТСП (государственную Торговую корпорацию) осуществляются интервенции для поддержания стабильного уровня цен, а также проводятся тендеры на импорт сельскохозяйственной продукции, в то время как государственная сеть розничных магазинов Utility Stores реализует продукцию пакистанских производителей по доступным для населения ценам.

Важнейшим инструментом поддержки предприятий АПК в стране выступает механизм льготного кредитования. Так, в рамках данной инициативы в 2021 г. банки страны выделили местным производителям 953,7 млрд пакистанских рупий.

Правительство Пакистана предоставляет фермерам ряд **субсидий**, в основном — на создание новых и модернизацию устаревших систем орошения. Большая часть территории страны расположена в засушливом климате, в связи с чем обеспечение сельскохозяйственных угодий достаточным количеством воды является одной из ключевых проблем для правительства. Кроме того, для речной системы крупнейшей реки Пакистана — Инда — характерны регулярные наводнения, в целях предотвращения которых государство выделяет значительные субсидии на строительство и улучшение различных ирригационных сооружений (каналов, водотоков, резервуаров, колодцев и т.д.).

В определенных случаях пакистанское правительство выделяет субсидии на приобретение удобрений, пестицидов и семян, а также сельскохозяйственной техники отечественного производства. Государство также поддерживает различные научные исследования и отдельные наиболее перспективные проекты. Всего в государственном бюджете Пакистана на 2023–2024 гг. на поддержку сельского хозяйства предусмотрено около 2,3 трлн пакистанских рупий.



Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

В 2022 г. Пакистан импортировал сельскохозяйственной продукции на сумму 9,36 млрд долл. США, что на 0,5% ниже уровня 2021 г. В 2018–2022 гг. объем импорта продукции АПК страны ежегодно рос в среднем на 11,2%. В ближайшие годы ожидается дальнейшее увеличение численности населения страны, что в свою очередь приведет к росту объемов потребления основных продуктов питания.

В 2018 г. правительство Пакистана снизило квоту на экспорт пшеницы, в результате чего страна экспортировала рекордные 1,7 млн тонн данного вида продукции. Однако в 2020 г. на фоне значительного прироста населения внутреннее производство страны не смогло обеспечить растущее потребление, из-за чего Пакистан был вынужден снизить пошлину на импорт пшеницы, возобновив ее закупки на внешних рынках.

Заметное увеличение импорта продукции АПК Пакистана в стоимостном выражении в 2021–2022 г. связано с наращиванием закупок пальмового масла и соевых бобов, мировые цены на которые в данный период существенно выросли.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта продукции АПК Пакистана в стоимостном выражении в 2022 г. основным закупаемым товаром являлось масло пальмовое (41,2%). В топ-3 импортируемых продуктов АПК также вошли соевые бобы (11,0%) и пшеница (10,0%). Суммарно на топ-10 импортируемых видов продукции пришлось 81,6% совокупного объема импорта продукции АПК Пакистана в стоимостном выражении.

В 2022 г. наиболее заметно увеличился объем закупок нута сушеного (в 3,2 раза относительно 2021 г. или на 216,2 млн долл. США), масла соевого (в 3,7 раза или на 177,5 млн долл. США) и луковичных овощей свежих (на 78,4% или на 71,9 млн долл. США). При этом сократился импорт гороха (на 52,2% или 187,1 млн долл. США), соевых бобов (на 25,2% или 346,4 млн долл. США) и семян рапса (на 71,7% или 355,5 млн долл. США).



Структура импорта продукции АПК Пакистана, 2022 г.

№	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
1	Масло пальмовое	3 855,6	41,2%
2	Соевые бобы	1 026,1	11,0%
3	Пшеница	937,7	10,0%
4	Чай	649,0	6,9%
5	Нут сушеный	315,8	3,4%
6	Масло соевое	242,9	2,6%
7	Горох	171,1	1,8%
8	Луковичные овощи свежие	163,6	1,7%
9	Семена рапса	140,4	1,5%
10	Чечевица сушеная	139,1	1,5%
	Прочие продукты	1 723,0	18,4%
	Итого	9 364,2	100,0%

Источник: ITC Trade Map

В 2022 г. основным поставщиком продукции АПК в Пакистан являлась Индонезия, на которую пришлось 38,3% стоимостного импорта. В топ-3 стран-экспортеров также вошли Бразилия (8,8%) и Кения (5,8%). Россия заняла 6-ю строчку рейтинга с объемом поставок продукции АПК на сумму 424,9 млн долл. США. Суммарно на топ-10 стран-поставщиков пришлось 78,8% стоимостного объема импорта продукции АПК Пакистана.

Наиболее значительно за 2022 г. вырос экспорт продукции АПК в Пакистан из Индонезии (на 15,3% относительно 2021 г. или 475,0 млн долл. США) и России (в 2 раза или на 212,8 млн долл. США). Индонезия на 16,0% увеличила поставки пальмового масла (с 3,0 млрд долл. США до 3,5 млрд долл. США), Россия в 3,1 раза нарастила экспорт пшеницы (с 99,4 млн долл. США до 311,7 млн долл. США).

Одновременно с этим снизился экспорт продукции АПК из Бразилии (на 17,1% или 168,6 млн долл. США), Канады (на 40,4% или 141,0 млн долл. США) и США (на 22,9% или 132,0 млн долл. США). Бразилия и США сократили поставки соевых бобов — Бразилия с 914,3 млн долл. США до 700,6 млн долл. США, США — с 426,0 млн долл. США до 324,2 млн долл. США. Канада снизила экспорт семян рапса с 209,5 млн долл. США до 31,7 млн долл. США.

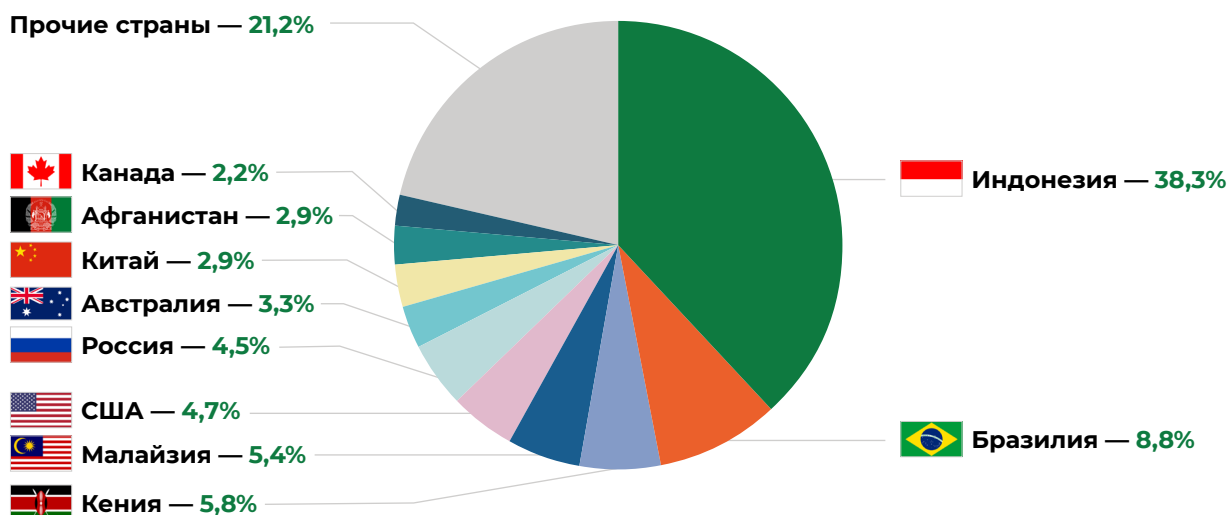


Основные страны-экспортеры продукции АПК в Пакистан, 2018–2022 гг., млн долл. США

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	Индонезия	1 545,3	1 484,2	1 701,9	3 111,0	3 586,0
2	Бразилия	325,0	352,4	551,4	988,6	819,9
3	Кения	456,7	397,3	515,8	507,4	540,0
4	Малайзия	597,7	455,7	618,2	567,9	507,2
5	США	829,1	582,6	494,3	575,2	443,2
6	Россия	50,3	86,3	376,0	212,2	424,9
7	Австралия	142,3	66,6	104,1	342,4	308,2
8	Китай	224,3	243,9	315,1	318,9	269,5
9	Афганистан	281,5	338,6	318,0	268,5	268,3
10	Канада	406,9	436,7	415,5	348,8	207,9
	Прочие страны	1 260,6	1 009,4	1 508,3	2 173,0	1 989,0
	Итого	6 119,7	5 453,7	6 918,5	9 413,9	9 364,2

Источник: ITC Trade Map

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



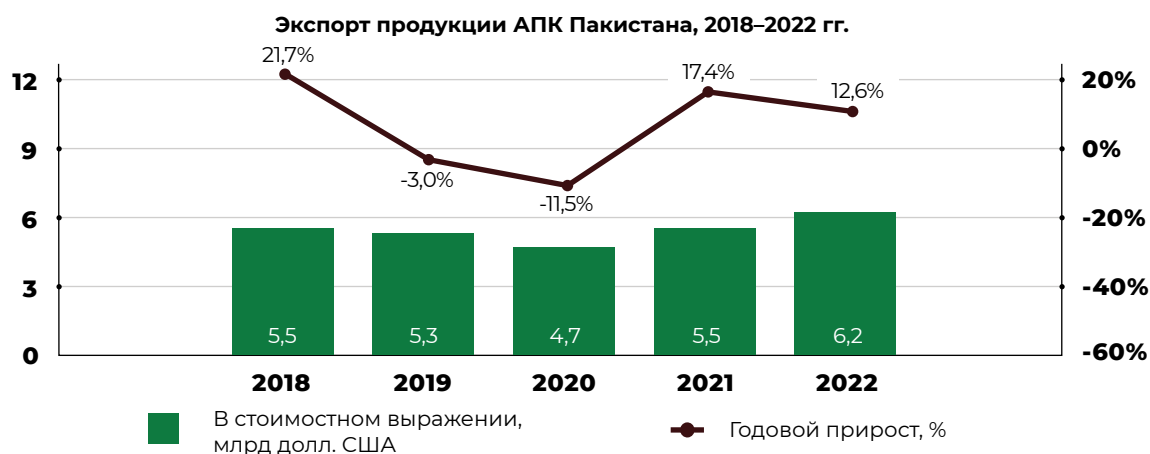
Источник: ITC Trade Map

Экспорт продукции АПК

В 2022 г. объем экспорта продукции АПК Пакистана составил 6,2 млрд долл. США, увеличившись на 12,6% относительно уровня 2021 г. В 2018–2022 гг. объем импорта продукции АПК страны ежегодно рос в среднем на 3,2%.

Наиболее заметный прирост экспорта в стоимостном выражении отмечался в 2018 г. — тогда с целью минимизировать затраты на хранение больших запасов пшеницы правительство Пакистана приняло решение увеличить экспорт данной культуры. В результате в 2018 г. Пакистан поставил на внешние рынки около 1,7 млн тонн пшеницы. В дальнейшем внутреннее производство не смогло обеспечить потребности пакистанского рынка на фоне роста населения, из-за чего страна перешла из числа нетто-экспортеров пшеницы в разряд нетто-импортеров.

Необходимость обеспечения продовольственной безопасности страны является основной причиной снижения экспорта в 2020 г. Для удовлетворения спроса на внутреннем рынке Пакистан прекратил экспорт пшеницы и пшеничной муки, а также временно ограничивал поставки сахара.



Источник: ITC Trade Map

Основу экспорта продукции АПК Пакистана в 2022 г. составили рис (37,9% стоимостного экспорта), спирт (9,5%), а также говядина и пищевые субпродукты КРС (5,4%). Суммарно на топ-10 экспортируемых видов продукции пришлось 71,7% экспорта продукции АПК страны в стоимостном выражении.

Наиболее заметно в 2022 г. увеличился экспорт спирта (на 47,4% или на 190,0 млн долл. США), кукурузы (в 2,5 раза или на 157,2 млн долл. США) и картофеля (на 92,2% или на 107,2 млн долл. США). В то же время сократился экспорт семян кунжута (на 31,0% или на 66,7 млн долл. США).

Структура экспорта продукции АПК Пакистана, 2022 г.

№	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
1	Рис	2 356,6	37,9%
2	Спирт	590,9	9,5%
3	Говядина и пищевые субпродукты КРС	338,0	5,4%
4	Кукуруза	264,0	4,2%
5	Картофель	223,5	3,6%
6	Рыба мороженая	166,2	2,7%
7	Семена кунжута	148,1	2,4%
8	Пищевые продукты прочие	133,7	2,2%
9	Сахаристые кондитерские изделия	120,4	1,9%
10	Ракообразные	114,3	1,8%
	Прочие продукты	1 760,8	28,3%
	Итого	6 216,4	100,0%

Источник: ITC Trade Map

В число основных импортеров сельскохозяйственной продукции Пакистана в 2022 г. вошли Китай (13,1% стоимостного объема экспорта), ОАЭ (12,0%) и Афганистан (9,4%). Всего на долю десяти крупнейших импортеров пришлось 60,6% экспортных поставок сельскохозяйственной продукции Пакистана.

Относительно 2021 г. наиболее значительный прирост объема закупок продукции АПК Пакистана продемонстрировали ОАЭ (на 35,7% или 197,1 млн долл. США), Нидерланды (в 2,4 раза или на 195,4 млн долл. США) и Афганистан (на 24,8% или 116,3 млн долл. США). ОАЭ увеличили закупки риса (на 94,2%, с 122,8 млн долл. США до 238,5 млн долл. США), Нидерланды в 4,7 раза нарастили импорт спирта (с 54,9 млн долл. США до 258,9 млн долл. США), Афганистан импортировал больше риса (на 47,2%, с 121,5 млн долл. США до 178,8 млн долл. США) и пищевых продуктов прочих (в 2,3 раза, с 33,0 млн долл. США до 76,3 млн долл. США).

В то же время серьезно сократился импорт пакистанской продукции Китаем (на 15,8% или на 152,9 млн долл. США), страна уменьшила закупки семян кунжута на 35,2% (с 148,8 млн долл. США до 96,5 млн долл. США) и фруктов прочих сушеных на 54,7% (с 65,7 млн долл. США до 29,8 млн долл. США).

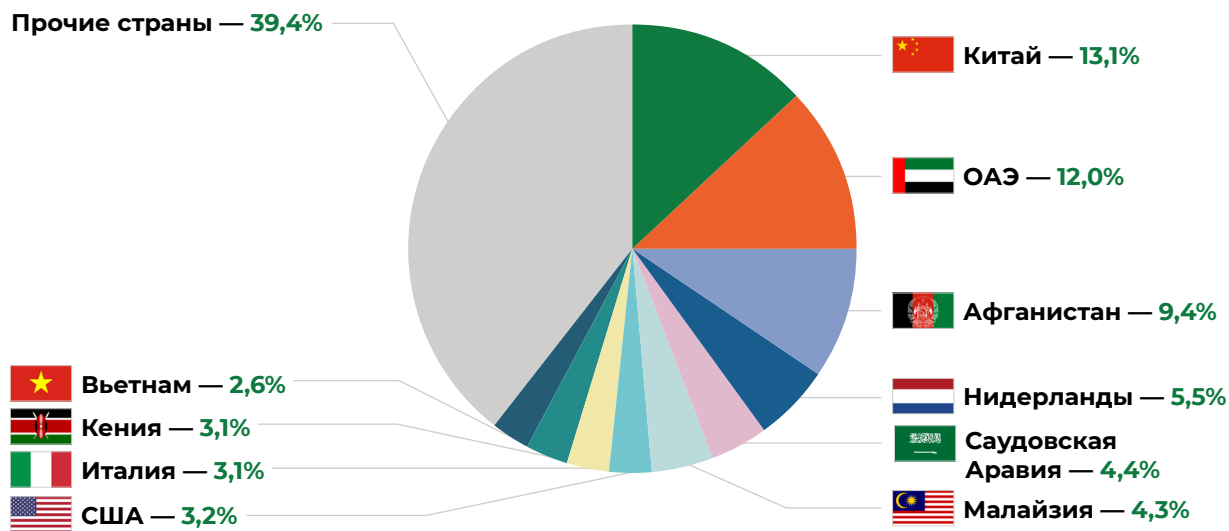


Основные страны-импортеры продукции АПК из Пакистана, 2018–2022 гг., млн долл. США

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	Китай	456,3	583,2	476,8	967,1	814,2
2	ОАЭ	417,9	568,6	523,6	551,4	748,5
3	Афганистан	839,9	715,9	471,9	469,0	585,3
4	Нидерланды	99,9	117,8	123,8	144,1	339,5
5	Саудовская Аравия	186,9	234,1	256,1	220,0	271,9
6	Малайзия	93,8	101,5	140,0	265,5	264,9
7	США	118,0	116,3	140,3	161,9	198,5
8	Италия	78,3	108,3	112,6	125,0	191,1
9	Кения	196,3	196,9	166,1	132,5	190,3
10	Вьетнам	160,0	95,0	41,2	101,4	163,7
	Прочие страны	2 829,7	2 477,2	2 249,4	2 380,5	2 448,3
	Итого	5 477,1	5 314,7	4 701,9	5 518,4	6 216,4

Источник: ITC Trade Map

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



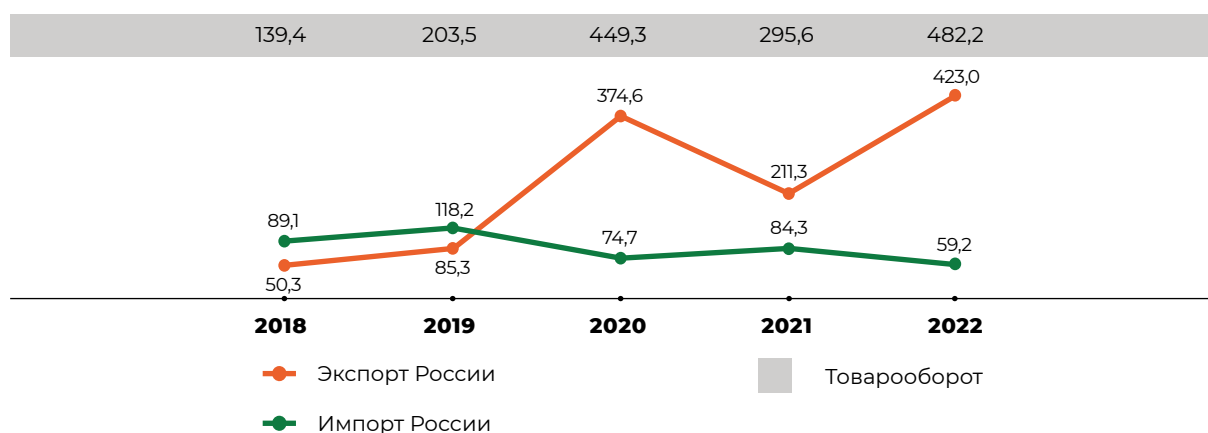
Источник: ITC Trade Map

Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Пакистаном

Объем взаимной торговли (товарооборот) сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Пакистаном в 2022 г. в сравнении с 2021 г. увеличился на 63,1% и составил 482,2 млн долл. США. Экспорт России в Пакистан вырос в 2 раза до 423,0 млн долл. США, тогда как поставки из Пакистана в Россию снизились на 29,8% до 59,2 млн долл. США.

Российский экспорт в Пакистан в 2022 г. составил 87,7% товарооборота продукции АПК между Россией и Пакистаном. В структуре внешнеторгового товарооборота продукции АПК России на взаимную торговлю с Пакистаном пришлось 0,6%.

Динамика товарооборота с Россией, млн долл. США



Источник: ITC Trade Map, ФТС России



Объем импорта России из Пакистана в 2022 г. составил 76,0 тыс. тонн на сумму 59,2 млн долл. США. На долю Пакистана пришлось 0,2% импорта АПК России. Основными товарными позициями в стоимостной структуре импорта в 2022 г. являлись прочие цитрусовые плоды свежие и сушеные (34,5% импорта), а также мандарины свежие и сушеные (26,2%) — суммарно на данные позиции пришлось более половины (60,8%) поставок продукции АПК из Пакистана в Россию. Значительную долю также занимали картофель (16,4%), табачное сырье (11,8%) и рис (9,0%).

Снижение российского импорта из Пакистана в стоимостном выражении на 29,8% в 2022 г. обусловлено преимущественно уменьшением поставок мандаринов свежих и сушеных (-69,5%) и картофеля (-46,0%). Одновременно с этим отмечался значительный прирост импорта прочих цитрусовых плодов свежих и сушеных (+79,9%), табачного сырья (в 11 раз) и риса (в 2,2 раза).

Российский импорт, 2021–2022 гг.

№	Наименование	2021		2022		Прирост в 2022 к 2021			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Прочие цитрусовые плоды свежие и сушеные	17,4	11,4	26,9	20,4	9,5	54,8	9,1	79,9
2	Мандарины свежие и сушеные	73,3	50,8	20,4	15,5	-52,8	-72,1	-35,3	-69,5
3	Картофель	49,8	18,0	18,9	9,7	-30,9	-62,1	-8,3	-46,0
4	Табачное сырье	0,2	0,6	1,5	7,0	1,4	в 10,1 раза	6,3	в 11 раз
5	Рис	3,9	2,4	8,0	5,3	4,0	в 2 раза	2,9	в 2,2 раза
	Прочие продукты	0,4	1,0	0,3	1,2	-0,04	-11,0	0,2	17,9
	Итого	144,8	84,3	76,0	59,2	-68,8	-47,5	-25,1	-29,8

Источник: ITC Trade Map, ФТС России

В 2022 г. из России в Пакистан ввезено около 1,2 млн тонн продукции на сумму 423,0 млн долл. США. На долю Пакистана пришелся примерно 1,0% всего экспорта продукции АПК России. Основными товарными позициями в структуре экспорта в стоимостном выражении в 2022 г. являлись пшеница (73,7% экспорта), нут сушеный (16,6%), горох (5,6%) и масло подсолнечное (3,8%).

В 2022 г. по сравнению с 2021 г. вырос объем российского экспорта в Пакистан пшеницы — на 212,3 млн долл. США (в 3,1 раза), и нута сушеного — на 8,9 млн долл. США (+14,5%). Также Россия начала экспортировать подсолнечное масло. Вместе с этим, в 2022 г. значительно снизился российский экспорт в Пакистан гороха — на 23,1 млн долл. США (-49,2%).



Российский экспорт, 2021–2022 гг.

№	Наименование	2021		2022		Прирост в 2022 к 2021			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Пшеница	396,7	99,4	1 000,4	311,7	603,7	в 2,5 раза	212,3	в 3,1 раза
2	Нут сушеный	104,6	61,5	95,8	70,4	-8,8	-8,4	8,9	14,5
3	Горох	129,8	47,0	59,5	23,9	-70,3	-54,2	-23,1	-49,2
4	Масло подсолнечное	-	-	11,8	16,0	11,8	-	16,0	-
	Прочие продукты	8,0	3,5	2,0	1,0	-6,0	-75,3	-2,5	-70,4
	Итого	639,1	211,3	1 169,4	423,0	530,3	83,0	211,7	в 2 раза

Источник: ITC Trade Map, ФТС России

Потенциал российского экспорта продукции АПК в Пакистан

Расчетный объем потенциала поставок продукции АПК из России в Пакистан к 2030 г. оценивается на уровне **2,8 млн тонн** стоимостью до **900 млн долл. США**. Наиболее перспективными позициями являются зерновые (пшеница и ячмень), зернобобовые, жмых и шрот растительных масел, а также прочая продукция АПК.



Потребительские предпочтения

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Пакистана

- увеличение численности молодого и трудоспособного населения (в 2023 г. почти 60% населения Пакистана — моложе 35 лет) является основной движущей силой на потребительском рынке страны;
- большинство пакистанцев проживает в сельской местности, где зачастую существуют объективные проблемы с проникновением современных глобальных трендов, наблюдается низкая узнаваемость брендовых продуктов питания и в целом сложились довольно консервативные кулинарные традиции;
- традиционная розничная торговля (рынки, базары и т.д.) по-прежнему доминирует на пакистанском рынке, несмотря на продолжающийся рост объемов продаж современной розницы. При этом заметны различия в предпочтении потребителей из различных поколений: молодые пакистанцы все чаще приобретают продукты питания в современных розничных магазинах, ввиду более широкого ассортимента товаров, в то время как представители старших возрастных групп скорее делают выбор в пользу рынков;
- спрос на новые и импортные продукты весьма ограничен и сконцентрирован в небольшой группе населения с уровнем доходов выше среднего. Представители данной группы, как правило, проживают в крупных городских агломерациях и приобретают товары в крупных сетях розничной торговли (как национальных, так и международных);
- на фоне увеличения занятости (в т.ч. за счет активного вовлечения в экономику женщин) ожидается увеличение спроса на порционные товары, готовые к употреблению блюда (в том числе лапшу быстрого приготовления), а также замороженные продукты, особенно — в крупных городах;
- подавляющее большинство населения страны исповедует ислам, и стабильным спросом среди верующих пользуется продукция, соответствующая стандартам халяль. Соответственно, значительно ниже спрос на продукты питания, запрещенные к употреблению нормами ислама;
- спрос на деликатесы и такие продукты питания как финики, миндаль, злаки, шоколад, фрукты и фруктовые соки возрастает в период исламских праздников, особенно в преддверии и во время Ураза-байрам;
- среди населения с средним и высоким уровнем дохода набирает популярность питание вне дома. Пакистанцы охотнее пробуют новые блюда в ресторанах, наиболее активно распространяются заведения китайской, итальянской, тайской и ближневосточной кухонь. При этом традиционные блюда пакистанцы предпочитают потреблять дома;
- рост спроса на кондитерские изделия, выпечку, торты, печенье, мороженое, сладкие и соленые закуски.



Национальная кухня

Пакистанская кухня представляет собой сочетание кулинарных традиций Южной и Центральной Азии, а также Ближнего Востока. Наиболее сильное влияние на нее оказали персидская и арабская кухни. Кухня в Пакистане, как и в большинстве мусульманских стран, построена на принципах халяль, которые, например, запрещают употребление свинины и алкоголя. В стране также существует множество региональных разновидностей национальной кухни.

Блюда пакистанской кухни известны своей питательностью и яркими вкусовыми свойствами. При приготовлении блюд используются кардамон, корица, гвоздика, черный перец, мускатный орех, тмин, лавровый лист, кориандр. Из-за красного перца многие блюда имеют яркие цвета.

Пакистанцы употребляют много мяса, в основном курятину, козлятину, баранину и говядину. Каждый прием пищи обычно сопровождается пшеничными лепешками «роти» или наан, кроме того, пакистанцы исторически потребляют много риса. Среди наиболее популярных овощей следует отметить бобы, лук, картофель, артишоки, шпинат, баклажаны, корнеплоды и огурцы; среди фруктов — яблоки, абрикосы, виноград, апельсины, грейпфруты, гранаты, персики, сливы и ягоды. Пакистанскую кухню часто характеризуют как жирную из-за обилия жаренных в растительном или сливочном масле блюд. В целом пакистанцы едят мало морепродуктов, хотя они популярны в прибрежных южных регионах.



Популярные блюда



Роти — традиционная тонкая пресная лепешка из цельнозерновой муки, в которую добавляют различные виды растительного масла.



Шурпа — густой, жирный заправочный суп на мясном бульоне с добавлением трав и специй. В суп традиционно добавляют баранину, крупно нарезанные овощи, такие как морковь, лук и картофель, иногда даже фрукты.



Кюфта — фрикадельки, готовящиеся из мясного фарша с добавлением специй. Рецепт кюфты достаточно древний и разные народности Ближнего Востока имеют свои варианты приготовления.



Мунг дал — пряный суп-пюре из разваренных бобовых. Отличается густотой и большим количеством специй и трав.



Корма — мясо, тушеное в йогурте, сливках, ореховой или семечковой пасте со специями. Приправа карри является постоянной составляющей блюда.



Бирьяни — блюдо из риса (обычно сорта басмати) с добавлением мяса, рыбы, яиц, овощей и специй, таких как кумин, гвоздика, кардамон, корица, лавровый лист, кориандр, шафран, мята.

Торгово-распределительная сеть

Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
Faisalabad Oil Refinery	Пакистанская компания, импортирующая сырое растительное масло для дальнейшей переработки, и производящая прочие продукты питания под брендом Kisan. Помимо пищевых масел ассортимент включает специи, консервированные овощи, чай и различные товары для дома. Продукция компании поставляется в местные сети розничной торговли, а также реализуется через фирменный интернет-магазин. Входит в группу компаний Madinah Group. Сайт: https://kisan.com.pk
IFFCO Group	Основанная в 1975 г. в ОАЭ компания-производитель и дистрибьютор сельскохозяйственной продукции и товаров повседневного спроса. Ассортимент IFFCO представлен широким набором товаров, включая мясо, пищевое яйцо, корма для животных, растительные масла, мука и кондитерские изделия. Сайт: https://iffco.com
Karim Rice Traders	Торговая компания со штаб-квартирой в крупнейшем портовом городе страны Карачи. Специализируется на внешнеторговой деятельности, является одним из ведущих в Пакистане импортеров зернобобовых и зерновых культур, в том числе нута и риса. Компания сотрудничает с поставщиками из более чем 20 стран, включая Россию. Сайт: https://karimricetraders.com
Trading Corporation of Pakistan	Государственная торговая компания, учрежденная в 1967 г. под эгидой Министерства торговли Пакистана в целях обеспечения населения страны основными продуктами питания по доступным ценам. Деятельность ТСП включает проведение закупочных интервенций и тендеров на импорт продукции АПК, а также оказание поддержки местным экспортерам. Среди основных импортируемых компанией товаров — пшеница, соевое и пальмовое масло, сахар, мочевины. Сайт: https://tcp.gov.pk
Unity Foods	Пакистанская компания со штаб-квартирой в городе Карачи, основанная в 1991 г. В сферу деятельности входит производство и дистрибуция пищевых масел, кормов, муки, риса, зернобобовых и различных кулинарных ингредиентов. Сайт: https://unityfoods.pk



Розничная торговля

В 2022 г. розничная торговля в Пакистане серьезно пострадала в результате разрушительного наводнения и начавшегося экономического кризиса. Снижение покупательной способности потребителей, нарушение цепочек поставок, сокращение объемов сельскохозяйственного производства, слабая кредитная активность коммерческих банков и девальвация валюты являлись главными факторами резкого спада розничной торговли.

Более 90% торговли продуктами питания в стране осуществляется через небольшие традиционные магазины и дискаунтеры. При этом значительная доля торговых точек в Пакистане работает в рамках неформальной экономики. По различным оценкам, объем продаж таких предприятий в стране сопоставим с объемом всей регулируемой торговли. В подобных торговых точках (продуктовые лавки, семейные магазины, небольшие аптеки), как правило, продаются товары по наиболее низким ценам, привлекающим пакистанских потребителей.

Кроме того, в период пандемии COVID-19 небольшие розничные магазины оперативно адаптировались к кризисной обстановке и начали активно доставлять товары повседневного спроса на дом, принимая заказы по телефону и в социальных сетях.

Инфляция останется ключевой проблемой для розничной торговли в Пакистане, в связи с чем дистрибьюторы регулярно меняют ассортимент продукции, тип и размер упаковки, а также поставщиков. Ожидается, что, несмотря на неблагоприятные экономические условия, в среднесрочной перспективе объемы розничной торговли в стране восстановятся за счет увеличения численности населения, макроэкономической стабилизации и роста среднего класса.

Объем розничной торговли продовольственными товарами в Пакистане, 2018–2027 гг.



Источник: EMIS

Примечание. *оценка, **прогноз.

Крупные магазины розничной торговли



Utility Stores — крупнейшая розничная сеть в Пакистане, напрямую управляемая министерством промышленности страны и привлекающая посетителей наиболее конкурентными ценами. Магазины Utility Stores представлены по всему Пакистану, сеть насчитывает более 4 000 собственных торговых точек, а также более 1 000 торговых точек, работающих по франшизе бренда. Компания помимо продуктов питания реализует также товары для дома, предметы личной гигиены, косметику и т.д.

Сайт: <https://usc.org.pk>



Imtiaz Supermarket — пакистанская розничная сеть, начавшая работу в 1955 г. На данный момент компания входит в топ-3 ритейлеров Пакистана по объему продаж и реализует продукцию через более чем 27 торговых точек по всей стране, а также собственный интернет-магазин. Imtiaz предлагает широкий ассортимент товаров по доступным ценам, в том числе импортную продукцию.

Сайт: www.imtiaz.com.pk



Al-Fatah Supermarket — крупная пакистанская розничная сеть, основанная в 1941 г. Головной офис и большая часть торговых точек компании находятся в северо-восточной провинции Пенджаб. Широкий ассортимент магазинов Al-Fatah также представлен в одноименном интернет-магазине, предоставляющим услуги по доставке продуктов на дом. Компания помимо продуктов питания реализует также товары для дома, косметику и электронику.

Сайт: www.alfatah.pk



Carrefour — известная международная розничная сеть супермаркетов и гипермаркетов, принадлежащая транснациональной корпорации со штаб-квартирой во Франции. В Пакистане представлено девять торговых точек Carrefour, семь из которых гипермаркеты и два — супермаркеты. Операционное управление торговыми точками бренда осуществляет компания Majid Al Futtaim из ОАЭ. Сеть специализируется на продаже широкого спектра импортных продуктов питания и прочих товаров повседневного спроса.

Сайт: www.carrefour.pk





Shop Stop — крупная пакистанская сеть розничных магазинов под управлением нефтегазовой компании Pakistan State Oil. Shop Stop специализируется на продаже продуктов питания и прочих товаров повседневного спроса на заправках материнской компании по всей стране. Основу ассортимента составляют безалкогольные напитки, снеки и готовая к употреблению еда.

Сайт: www.psopk.com



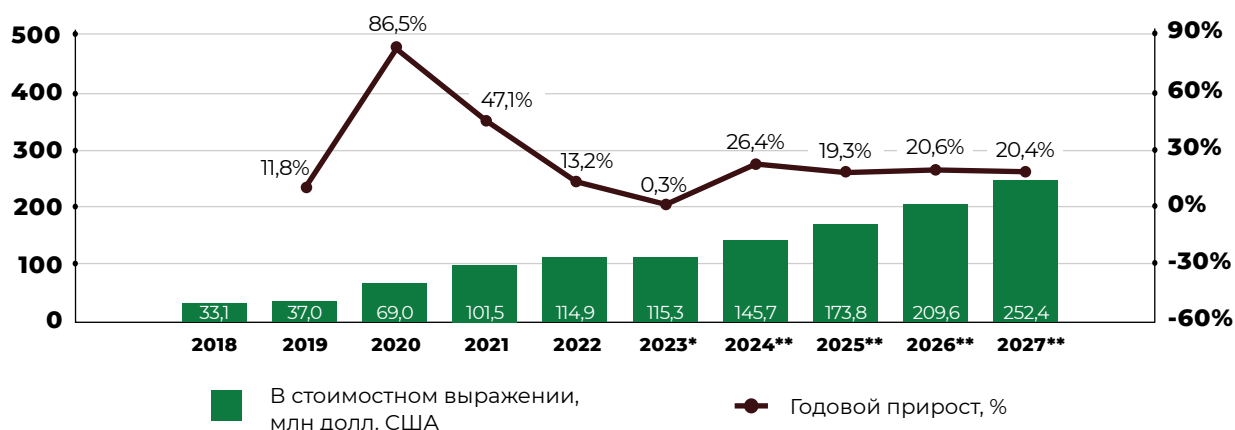
Электронная коммерция

Сектор электронной коммерции в стране динамично развивается и последние несколько лет является наиболее быстрорастущим каналом продаж. Пик роста сегмента пришелся на 2020 г., когда во время карантинных ограничений потребители были вынуждены оставаться дома и начали активнее заказывать продукты и товары на дом. Несмотря на снижение покупательной способности населения и нарушение цепочек поставок из-за наводнения в 2022 г. электронная торговля продолжила расти, в основном за счет крупных городских агломераций, не затронутых стихийным бедствием.

Электронная коммерция является одним из самых привлекательных направлений для инвестиций в Пакистане. По мере расширения сегмента местные банки все чаще сотрудничают с IT-компаниями и участниками рынка, предлагая цифровые платежные решения. Свое присутствие в сегменте наращивают и международные игроки: в 2014 г. одна из ведущих онлайн-платформ доставки еды и товаров повседневного спроса в Азии, сингапурская Foodpanda, приобрела крупнейший пакистанский сервис доставки продуктов и бронирования ресторанов Eat Oye. В дальнейшем все активы Foodpanda приобрела немецкая компания Delivery Hero, один из ключевых игроков на глобальном рынке электронной коммерции.

В Пакистане насчитывается более 66 млн пользователей сети Интернет, то есть около трети населения. Ожидается, что распространение смартфонов и реализация инициатив правительства по развитию цифровых технологий будут стимулировать рост сегмента электронной коммерции в Пакистане в среднесрочной перспективе. Вместе с тем на развитие электронной торговли в Пакистане продолжают негативно влиять несколько факторов, включая недостаточное развитие телекоммуникационной инфраструктуры и ограниченную покупательную способность населения.

Объем электронной торговли продовольственными товарами в Пакистане, 2018–2027 гг.



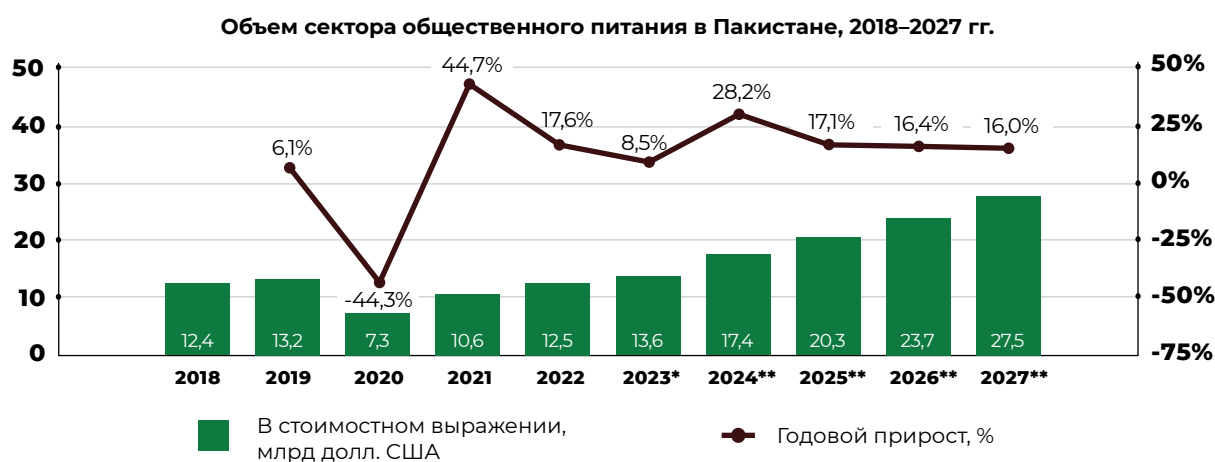
Источник: EMIS

Примечание. *оценка, **прогноз.

Гостинично-ресторанный сектор

Туризм играет важную роль в экономике Пакистана, на данный сектор приходится около 3,5% ВВП страны. В 2022 г. наблюдалось увеличение притока иностранных путешественников, значительная часть которых — альпинисты. На территории Пакистана расположен один из склонов второй по высоте горы мира — Чогори, а также несколько других пиков, входящих в число высочайших вершин Земли. Кроме того, в стране находятся место зарождения древнейшей Хараппской цивилизации, ценные исторические памятники эпохи распространения буддизма, средневековые крепости и мусульманские святыни. Большая часть гостиничного сектора страны представлена компаниями-операторами отелей класса эконом (1–2 звезды). Сектор обладает значительным потенциалом роста на фоне повышенного спроса на туризм в различных частях страны. В то же время существует ряд проблем, препятствующих расширению сектора: нехватка квалифицированных кадров, слабое развитие транспортной и социальной инфраструктуры, а также низкое качество государственного управления в целом.

В сегменте общественного питания наибольшей популярностью пользуются рестораны азиатской кухни — суммарно на них приходится более 50% всех заведений общепита в стране. Значительное количество местных жителей и туристов также посещают кафе, бары и уличные киоски, в том числе для быстрых перекусов. Положительное влияние на рост сектора оказывает растущий уровень урбанизации и увеличение средней продолжительности рабочего дня.



Источник: EMIS

Примечание. *оценка, **прогноз.

Особенности ведения бизнеса в стране

Особенности ведения бизнеса в стране

- большая часть населения Пакистана — мусульмане, и национально-культурные особенности страны сформировались под сильным влиянием ислама. Государственный язык республики — урду, при этом на официальном уровне и в деловой переписке широко используется английский, которым практически свободно владеет большинство руководителей среднего и высшего звена государственного и частного сектора. Менее распространенные местные языки остаются языками неофициального общения;
- наибольшее влияние на применяемые в Пакистане подходы к ведению бизнеса оказала культура делового общения Великобритании и США, видоизмененная с учетом местных традиций;
- большое значение имеют исламские религиозные практики, такие как молитвы пять раз в сутки и соблюдение поста в священный месяц Рамадан. Если молитва накладывается по времени на переговоры, участникам необходимо сделать перерыв или дождаться ее завершения. Кроме того, в Рамадан рабочее время сокращается, в связи с чем рекомендуется не планировать важные мероприятия на этот период;
- при общении с пакистанцами важно проявлять уважение к старшим по возрасту и статусу. В ходе деловых встреч представители пакистанских компаний, как правило, строго соблюдают иерархию — решения принимаются только высшим руководством;
- в Пакистане отношение ко времени более гибкое, чем в западных странах, хотя в некоторых случаях опоздание может быть воспринято как неуважение. При этом сами пакистанцы не склонны к пунктуальности и часто опаздывают, к такому стоит быть готовым и относиться с пониманием;
- встречи с представителями государственных учреждений в рабочие дни проходят в период между 11.00 и 15.00, с представителями бизнеса — как в дневное (с 11.00 до 15.00), так и вечернее время (с 19.00 до 23.00). Деловые встречи назначаются, как правило, не менее чем за одну неделю до переговоров и подтверждаются вплоть до момента их начала;
- в деловой обстановке пакистанские мужчины обычно приветствуют друг друга рукопожатием, так же следует поступать и иностранцам. Нормы шариата в целом накладывают определенные ограничения на прямой физический контакт между людьми. Так, мужчинам рекомендуется приветствовать женщину-мусульманку, только если она подает руку первой;
- обмен визитками в Пакистане обычно происходит в начале встречи. Протягивать и принимать визитные карточки рекомендуется правой рукой или обеими руками;
- в Пакистане ценится прямота и честность, поэтому в деловом общении стоит избегать двусмысленности и неоднозначности. Вместе с тем, пакистанцы обычно весьма вежливы и стараются избегать прямых конфликтов, в связи с чем при взаимодействии с местными контрагентами удачным решением будет поддержание спокойной и конструктивной атмосферы;



- при общении с пакистанскими партнерами важно помнить, что они ценят долгосрочные отношения, поэтому заинтересованным в продуктивном сотрудничестве стоит проявить терпение и быть готовым к длительным переговорам;
- строгий костюм — важная часть делового этикета в арабских странах. У мужчин руки должны быть прикрыты от локтей вверх, а ноги — от коленей вниз. Женщинам предпочтительнее надевать скромную одежду, которая покрывает руки и ноги. Неотъемлемая деталь женского наряда в Пакистане — шарф для покрытия головы;
- пакистанцы известны как гостеприимные хозяева. Рекомендуется всегда принимать приглашения на обед или ужин, поскольку это — явная демонстрация заинтересованности в сотрудничестве со стороны пакистанского партнера. При этом не стоит торопить местных контрагентов в плане обсуждения деловых вопросов без предварительного общения. Встречи часто начинаются с небольшой беседы, которая важна для установления отношений;
- в некоторых случаях местные жители едят пищу руками, особенно если на столе подаются традиционные пакистанские блюда. Приобщаться к таким обычаям следует при необходимости, в зависимости от ситуации (при определенных условиях подобное поведение может способствовать сокращению дистанции между бизнес-партнерами). В формальной обстановке чаще всего используются столовые приборы европейского образца;
- в пакистанской культуре делового общения принято дарить подарки своим контрагентам по завершении сделки или во время визита как знак благодарности и уважения. Рекомендуется делать выбор в пользу более скромных или полезных в быту подарков, а также помнить, что нормами государственной религии Пакистана запрещено употребление спиртных напитков и свинины. Открывать подарки сразу после вручения среди пакистанцев не принято.

Национальные праздники в 2024 г.

Дата	Название праздника
5 февраля	День солидарности с Кашмиром
23 марта	День Пакистана
10–12 апреля	Ураза-байрам (Ид-аль-Фитр)
17–19 июня	Курбан-байрам (Ид-иль-адха)
16–17 июля	Ашура
14 августа	День независимости Пакистана
16 сентября	Мавлид ан-Наби (день рождения Пророка Мухаммеда)
9 ноября	День Икбала
25 декабря	День Каид-и-Азама (день рождения основателя Пакистана Мухаммеда Али Джинны)

