

Экспортный гид

Крахмал, инулин



Индонезия



Экспортный гид

Крахмал, инулин



Индонезия

Гид создан при участии:



Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта крахмала и инулина в Индонезию. Гид основан на следующих принципах:

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

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт крахмала и инулина в Индонезию.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2024.

© Все права защищены.

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



Министерство
сельского хозяйства
Российской Федерации



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	7
Введение	10
1. Краткий обзор — Индонезия	13
1.1. Экономические тенденции	15
1.2. Политические тенденции.....	22
1.3. Демографические тенденции	25
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	26
2. Обзор рынка.....	29
2.1. Объем и динамика рынка	31
2.2. Потребительские предпочтения	48
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	49
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	51
3. Требования и стандарты на продукцию	54
3.1. Требования к производителям	56
3.2. Требования к маркировке.....	58
3.3. Требования к упаковке.....	58
4. Особенности и барьеры входа на рынок	59
4.1. Особенности таможенных процедур.....	61
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	61
5. Организация экспортных поставок	63
5.1. Логистика.....	65
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	75
5.3. Формы присутствия на рынке	77
5.4. Защита интеллектуальной собственности	82
6. Продвижение продукции	89
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	91
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	92
7. Особые экономические зоны	93
8. Особенности ведения бизнеса	98
9. Преимущества и риски осуществления поставок	103
9.1. Преимущества.....	105
9.2. Риски	106

10. Карта действий экспортера	107
11. Контактная информация	110
11.1. Потенциальные партнеры	112
11.2. Профильные организации	114
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	115
Приложение №1. Нормативно-правовая база	121

Резюме

- Индонезия — государство, расположенное на островах Малайского архипелага и западной части острова Новая Гвинея. Страна занимает четвертое место в мире по численности населения. Индонезия также отличается большим этнокультурным разнообразием — на ее территории проживает более 300 народностей и этнических групп;
- Индонезия — страна со стабильно развивающейся экономикой и растущим средним классом. Ожидается, что в ближайшие десятилетия Индонезия будет одной из самых быстрорастущих экономик мира. Для экспортеров продукции АПК рынок Индонезии будет становиться все более привлекательной по мере укрепления экономики страны, дальнейшего роста численности и благосостояния населения;
- Разнообразие природных ресурсов способствует развитию сельского хозяйства, энергетики и горнодобывающей промышленности. Сельское хозяйство обеспечивает 12,4% ВВП и более четверти (29,0%) занятости населения Индонезии. Страна является ведущим мировым производителем пальмового масла, гвоздики и корицы. На пальмовое масло приходится более 50% экспорта продукции АПК;
- Среди стран Юго-Восточной Азии Индонезия является одним из основных производителей крахмала. В 2022 г. совокупный объем производства крахмала в стране составил около 4,2 млн тонн, что на 7,2% больше по сравнению с 2021 г. Ключевые игроки рынка увеличивали свои производственные мощности, чтобы удовлетворить растущий внутренний спрос и снизить зависимость от импортной продукции;
- Основная часть потребляемого крахмала приходится на пищевую и целлюлозно-бумажную промышленность. Ожидается, что рост спроса на крахмал в стране также будет поддержан увеличением его использования в фармацевтическом секторе в качестве связующего вещества и ингредиента для таблеток и капсул;
- Несмотря на то, что местные производители крахмала могут обеспечить внутренний рынок продукцией высокого качества, зависимость от импорта (особенно кукурузного крахмала) сохраняется;
- В 2022 г. Индонезия импортировала 531,5 тыс. тонн крахмала и инулина на сумму 304,2 млн долл. США. По отношению к 2021 г. объемы импорта увеличились на 79,0% в натуральном выражении и в 2 раза в стоимостном. За 2013-2022 гг. импорт крахмала и инулина ежегодно увеличивался в среднем на 6,2% в натуральном выражении и на 6,7% в стоимостном;

- У России не подписано соглашение о свободной торговле с Индонезией, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО. Ставки ввозных таможенных пошлин для российской продукции в среднем составляют от 5 до 10%. При этом основные поставщики крахмала в Индонезию — Китай и Таиланд — получают доступ на рынок страны по нулевым ставкам в рамках действующих соглашений о свободной торговле;
- Индонезия — перспективный, но весьма сложный рынок. Иностранному импортеру может столкнуться с такими барьерами, как бюрократия, правовая неопределенность, серьезные логистические затраты и национальная специфика ведения бизнеса. Однако при этом отмечается политическая стабильность и существенный прогресс в совершенствовании законодательства и либерализации рынка.

Список сокращений

Англоязычные сокращения

AANZFTA	ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Area — Зона свободной торговли между Ассоциацией государств Юго-Восточной Азии, Австралией и Новой Зеландией
AFTA	ASEAN Free Trade Area — зона свободной торговли Ассоциации государств Юго-Восточной Азии
API	Angka Pengenal Importir — идентификационный номер импортера
ASPEC	ASEAN Patent Examination Co-operation — Сотрудничество в области патентной экспертизы в рамках АСЕАН
B2B	Business-to-business — коммерческие взаимоотношения между организациями
БКРМ	Badan Koordinasi Penanaman Modal — Координационный совет по инвестициям
БРПРН	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal — Агентство по обеспечению качества халяльной продукции
БРОМ	Badan Pengawas Obat dan Makanan — Управление по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов Индонезии
DGIP	Directorate General of Intellectual Property — Генеральный директорат по правам интеллектуальной собственности
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations — Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН
FSC	Free Sale Certificate — сертификат свободной продажи
GAP	Good Agricultural Practices — надлежащая сельскохозяйственная практика
GMP	Good Manufacturing Practice — надлежащая производственная практика, правила, которым должна отвечать организация производства и контроля качества лекарственных средств для медицинского и ветеринарного применения
НАССР	Hazard Analysis and Critical Control Points — система анализа рисков и критических контрольных точек для обеспечения безопасности пищевой продукции

Incoterms	International commercial terms — международные правила, признанные правительственными таможенными органами, юридическими компаниями и предпринимателями по всему миру как основные условия для международной торговли
ISO	International Organization for Standardization — Международная организация по стандартизации
ITC Trade Map	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
KAN	Komite Akreditasi Nasional — Национальный комитет по аккредитации
KEK	Kawasan Ekonomi Khusus Republik Indonesia — Национальный совет по ОЭЗ Индонезии
ML	Makanan Luar — регистрационный номер
MORA	Ministry of Religious Affairs — Министерство по делам религий Индонезии
MUI Halal Certificate	документ, изданный на основе письменной фетвы Индонезийского совета улемов
PMA	Penanaman Modal Asing — иностранная инвестиционная компания
PT	Perseroan Terbatas — компания с ограниченной ответственностью
PMDN	Penanaman Modal Dalam Negeri — компания со 100% индонезийским капиталом
SNI	Standar Nasional Indonesia — национальный стандарт Индонезии
SIUP	Surat Izin Usaha Perdagangan — лицензия на коммерческую деятельность

Русскоязычные сокращения

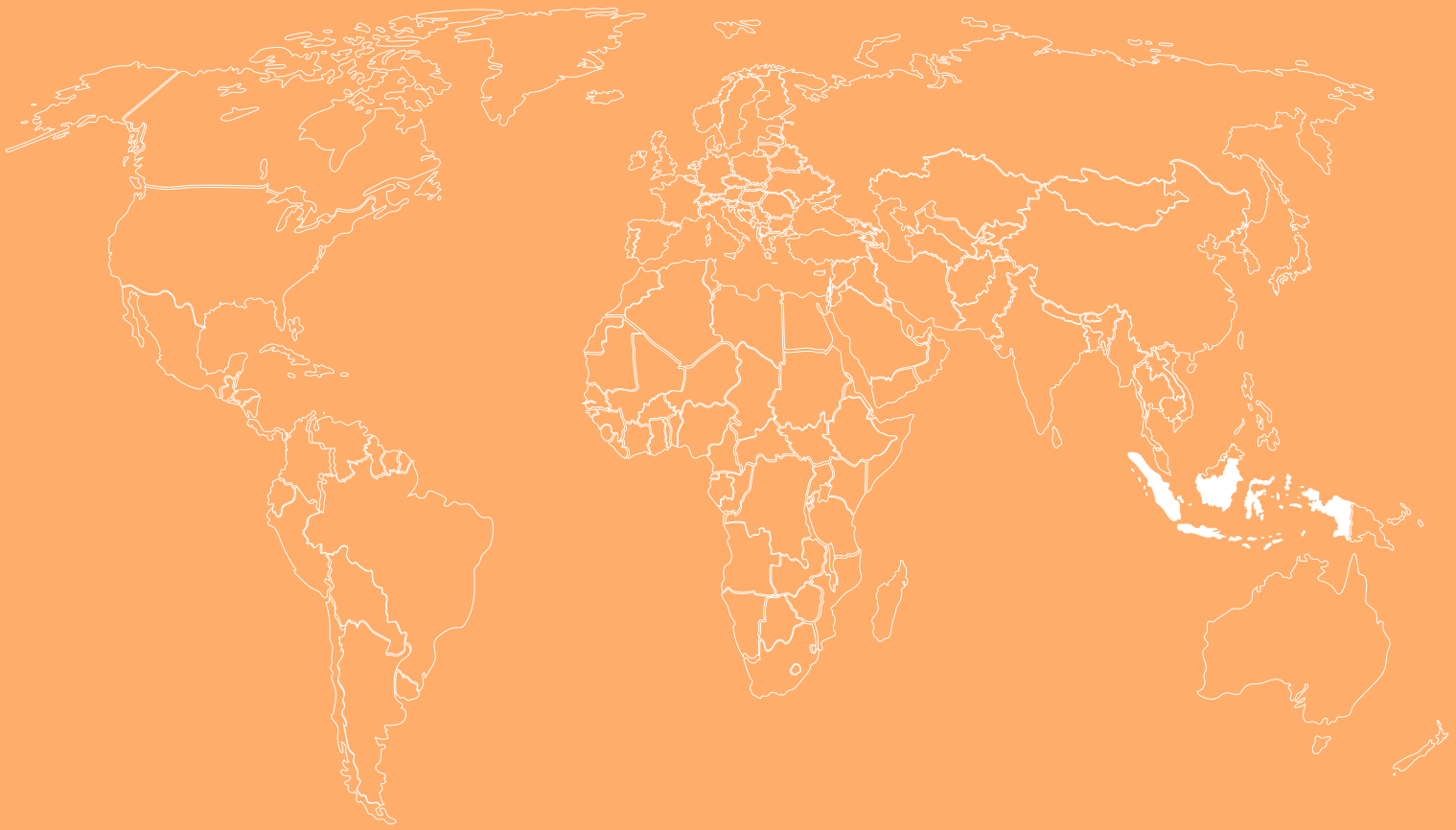
АПК	Агропромышленный комплекс
АСЕАН	Ассоциация государств Юго-Восточной Азии
ВВП	Валовый внутренний продукт
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности

Список сокращений

ВРЭП	Всестороннее региональное экономическое партнерство
ВТО	Всемирная торговая организация
ЗСТ	Зона свободной торговли
ИС	Информационная система
ЛОС	Летучие органические соединения
МВФ	Международный валютный фонд
МОТ	Международная организация труда
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
ППС	Паритет покупательной способности
РНБ	Режим наибольшего благоприятствования (Most Favoured Nation — MFN)
РОУ АПК	Региональные органы управления агропромышленным комплексом
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТРИПС	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности
ЮНКТАД	Конференция ООН по торговле и развитию

Введение





Индонезия — государство, расположенное на островах Малайского архипелага и западной части острова Новая Гвинея. Страна занимает четвертое место в мире по численности населения, которая составляет 274,9 млн человек. Индонезия также отличается большим этнокультурным разнообразием — на ее территории проживает более 300 народностей и этнических групп. Правительство Индонезии проводит политику, нацеленную на улучшение экономических показателей за счет развития человеческого капитала и повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке. При этом 9,5% населения по-прежнему живет за чертой бедности.

Общие сведения (2022 г.)

ВВП в текущих ценах: 1 318,8 млрд долл. США

Темпы роста ВВП: 5,3%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 14 687,1 долл. США

Уровень инфляции: 4,2%

Приток ПИИ: 22,0 млрд долл. США

Население: 274,9 млн человек

Площадь страны: 1,9 млн км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 646,0 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Джакарта (11,1 млн), Бекаси (3,6 млн), Сурабая (3,0 млн), Депок (2,9 млн), Бандунг (2,6 млн), Тангеранг (2,5 млн), Медан (2,4 млн)

Уровень урбанизации: 57,9%

Уровень безработицы: 3,6%

Структура ВВП: сельское хозяйство (12,4%), промышленность (41,4%), сфера услуг (41,8%)

Структура занятости (2021 г.): сельское хозяйство (29,0%), промышленность (21,8%), сфера услуг (49,3%)

Объем экспорта АПК: 55,2 млрд долл. США

Основные товары экспорта: масло пальмовое, масло пальмоядровое и масло бабассу, маргарин, ракообразные, животные и растительные масла и жиры

Объем импорта АПК: 26,7 млрд долл. США

Основные товары импорта: пшеница, жмых и шрот соевые, сахар свекловичный и тростниковый, соевые бобы, сухое молоко

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, МОТ, ITC Trade Map, Badan Pusat Statistik Indonesia

Примечание. Структура ВВП представлена согласно данным Всемирного банка.

Краткий обзор — Индонезия



1

Содержание



1.1.

Экономические тенденции

1.3.

Демографические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.4.

Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

1.1. Экономические тенденции

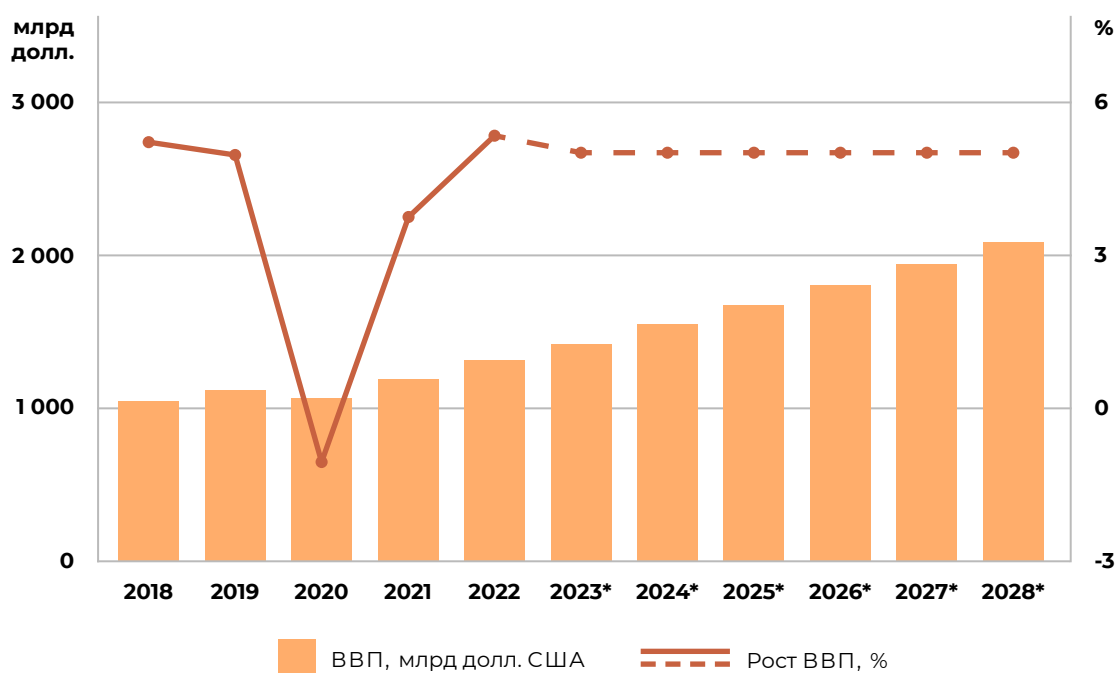
Хорошо скоординированная и дальновидная макроэкономическая политика Индонезии помогла ей преодолеть крайне сложную ситуацию в 2022 г. Правительство страны достаточно гибко использовало пространство денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики, чтобы сгладить адаптацию экономики к значительным глобальным потрясениям, предоставляя индонезийской экономике возможности для продолжения сильного и инклюзивного роста, заложенного в 2021 г. Поэтому в 2022 г. в Индонезии наблюдается ускорение темпа роста реального ВВП, который по итогам года был 5,3%, достигнув самого высокого темпа роста за девять лет (с 2014 г.). Темп роста экономики Индонезии превзошел средние темпы роста в Азиатско-Тихоокеанском регионе (4,0%), что было обусловлено освобождением отложенного спроса, ростом частного потребления и увеличением частных расходов, существенным ростом экспорта сырьевых товаров и увеличением расходов на инфраструктуру.

В 2023 г. устойчивость экономики Индонезии сохранится, но темп роста будет несколько медленнее. Темп роста стоимостного экспорта будет сдерживаться снижением внешнеторговых показателей из-за глобальных экономических ограничений и нормализации мировых цен на сырьевые товары. В то время как основную поддержку экономическому росту окажет сильный внутренний спрос (хоть и более сдержанный, чем в 2022 г.) в сочетании с увеличением потоков прямых иностранных и портфельных инвестиций, стремительным ростом туристического сектора, реформированием рынка труда и увеличением заработных плат.

По оценке МВФ, риски для экономики Индонезии в целом сбалансированы. С одной стороны, более быстрое восстановление экономики Китая или ослабление глобального инфляционного давления могут усилить спрос на экспорт Индонезии. С другой стороны, дальнейшее ужесточение мировых финансовых условий или глобальный экономический спад, которые ослабят торговый баланс, могут оказать давление на индонезийскую рупию. Кроме того, продолжающаяся геополитическая неопределенность в мире может вновь способствовать нарушению цепочек поставок и усилению инфляционного давления. В связи с этим, широкомасштабные реформы и стратегические планы развития Индонезии в долгосрочной перспективе, направленные на создание благоприятной деловой среды, диверсификацию экономики и смягчение последствий изменения климата, способствуют экономическому росту и сделают его более устойчивым.



Рис. 1. Динамика ВВП Индонезии в текущих ценах, 2018-2028 гг.



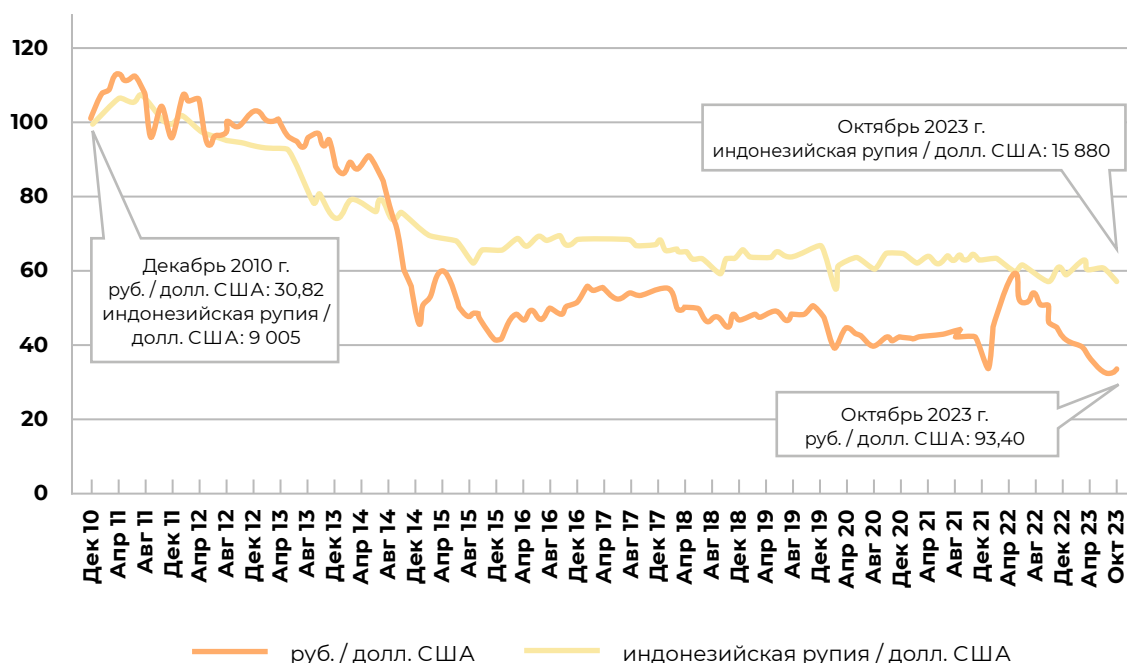
Источник: МВФ (доклад World Economic Outlook)

Примечание. *прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.06.2023

С начала 2023 г. индонезийская рупия стала считаться одной из самых эффективных и доходных валют Азии. Трейдеры, торгующие иностранной валютой, переориентировались на рупию, благодаря высокой доходности по государственным облигациям (~6,4%)¹. Достигнув пика около 6% в сентябре 2022 г., в течение 2023 г. инфляция в Индонезии стала замедляться после того, как Центральный банк повысил процентные ставки в общей сложности на 225 базисных пунктов. Заблаговременно предпринятое ужесточение денежно-кредитной политики обеспечило достижение целевого уровня инфляции (верхний предел) раньше, чем ожидалось. В связи с этим, Центральный банк, с января 2023 г. зафиксировал процентную ставку на уровне 5,75 до конца 2023 г., поскольку с одной стороны, дальнейшее агрессивное повышение процентных ставок вслед за ФРС США может ограничить экономический рост Индонезии, а другой стороны — снижение процентной ставки может привести к ослаблению индонезийской рупии. Центральный Банк Индонезии рассчитывает поддерживать стабильность рупии в соответствии с позитивным восприятием инвесторами перспектив национальной экономики, достигнутого низкого уровня инфляции и привлекательной доходности внутренних финансовых активов для инвестиций, а также посредством интервенций на валютном рынке.

¹ <https://goo.su/T48h>

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и индонезийской рупии к доллару США, декабрь 2010 г. — октябрь 2023 г.



Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал [Investing.com](https://www.investing.com)

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

На протяжении рассматриваемого периода 2018–2028 гг. ВВП по ППС на душу населения Индонезии в целом имеет положительную динамику, исключением был только 2020 г., когда под влиянием пандемии COVID-19 показатель снизился на 2% по отношению к 2019 г. Начиная с 2021 г. ВВП по ППС на душу населения Индонезии рос уверенными темпами, а в 2022 г. он составил 14 687,0 долл. США, превысив допандемийный уровень на 17,6%. По прогнозам МВФ, к 2028 г. показатель достигнет 21 309,7 долл. США на душу населения.

В 2022 г. скачок инфляции был вызван стремительным ростом цен на продукты питания и энергоносители, однако в течение года динамика была волнообразной, с выраженным замедлением темпов во второй половине 2022 г. В первом полугодии 2022 г. рост инфляции, главным образом, был вызван увеличением цен на плодоовощную продукцию, что отражало воздействие проливных дождей, которые затруднили производство садоводческой продукции; цен на растительное масло, которые выросли из-за ограниченного предложения на внутреннем рынке из-за возросшего спроса и роста мировых цен; цен на яйца из-за более высоких цен на производственные ресурсы, особенно цен на корм для кур и суточных цыплят. В дальнейшем поддерживаемый высокий уровень инфляции во второй половине 2022 г. отражает влияние корректировок субсидируемых цен на топливо, а также роста мировых цен на продукты питания и перебои в поставках из-за сложных климатических условий.

Несмотря на то, что в 2022 г. инфляция впервые с 2016 г. превысила целевой диапазон, она была ниже, чем первоначально прогнозировалось. Центральный Банк Индонезии отслеживая динамику инфляции, своевременно ужесточил свою позицию денежно-кредитной политики для устранения инфляционных рисков: были внесены коррективы в учетную ставку заблаговременно, чтобы смягчить риск роста базовой инфляции и инфляционных ожиданий. Банк Индонезии также усилил координацию с центральным и региональным правительствами. Эти усилия оказались успешными в снижении продовольственной инфляции. Кроме того, снижение инфляции было также обусловлено продолжающимся сезоном сбора урожая плодоовощной продукции в производственных центрах, снижением тарифов на авиаперевозки, реакцией денежно-кредитной политики Индонезии и управляемой импортной инфляцией, которая поддерживалась политикой стабилизации обменного курса рупии.

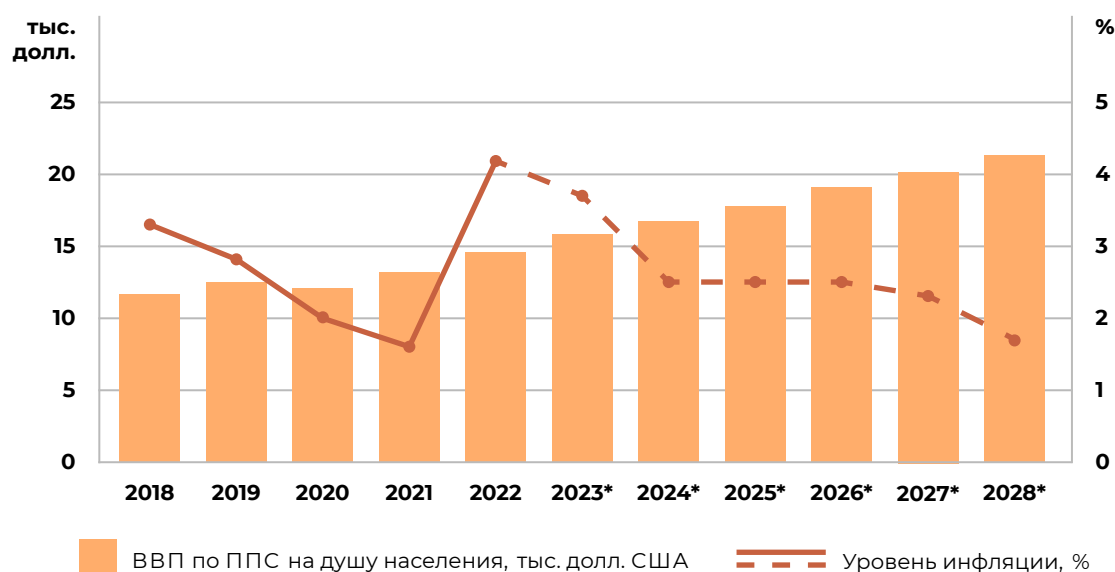
В 2023 г. инфляция продолжила снижаться, становясь более управляемым в целевом диапазоне $3,0\% \pm 1\%$. Стабильность и контролирование инфляции подтверждается также фиксированной процентной ставкой на уровне 5,75 до конца 2023 г. Снижение инфляции является положительным результатом последовательности и своевременности денежно-кредитной политики Индонезии, а также тесного взаимодействия по контролю над инфляцией между Центральным банком Индонезии и (центральным и региональным) правительством через центральные и региональные группы по контролю над инфляцией (TRIP и TRID)², а также (GNPIP)³. Поэтому Банк Индонезии прогнозирует, что инфляция останется под контролем при целевом уровне $3,0\% \pm 1\%$ в 2023 г. и $2,5\% \pm 1\%$ в 2024 г.



² Центральная группа по контролю над инфляцией (TRIP) и Региональная группа по контролю над инфляцией (TRID)

³ Национальное движение по контролю продовольственной инфляции (GNPIP)

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2018-2028 гг.



Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание. *прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.06.2023 г.

Несмотря на стремительный рост экономики Индонезии, в стране, сохраняются социально-экономические неравенства распределения доходов, в том числе вызванные сложным географическим положением страны⁴, кросс-культурными особенностями многокультурного населения⁵, гендерными⁶ и другими демографическими признаками. На первую квинтильную группу (20% наиболее обеспеченных граждан) приходится 45,8% общих доходов населения страны, а на долю нижнего квинтиля (наименее обеспеченных) приходится 7,3%. Социальный прогресс в Индонезии в долгосрочной перспективе ускорится, что приведет к сокращению разрыва в распределении доходов среди населения. Это подтверждается амбициозными целями страны к 2045 г. в рамках стратегического плана развития Индонезии на 2025-2045 гг. (достижение дохода на душу населения, эквивалентного доходу на душу населения развитых стран, а также сокращение бедности до нуля)⁷.

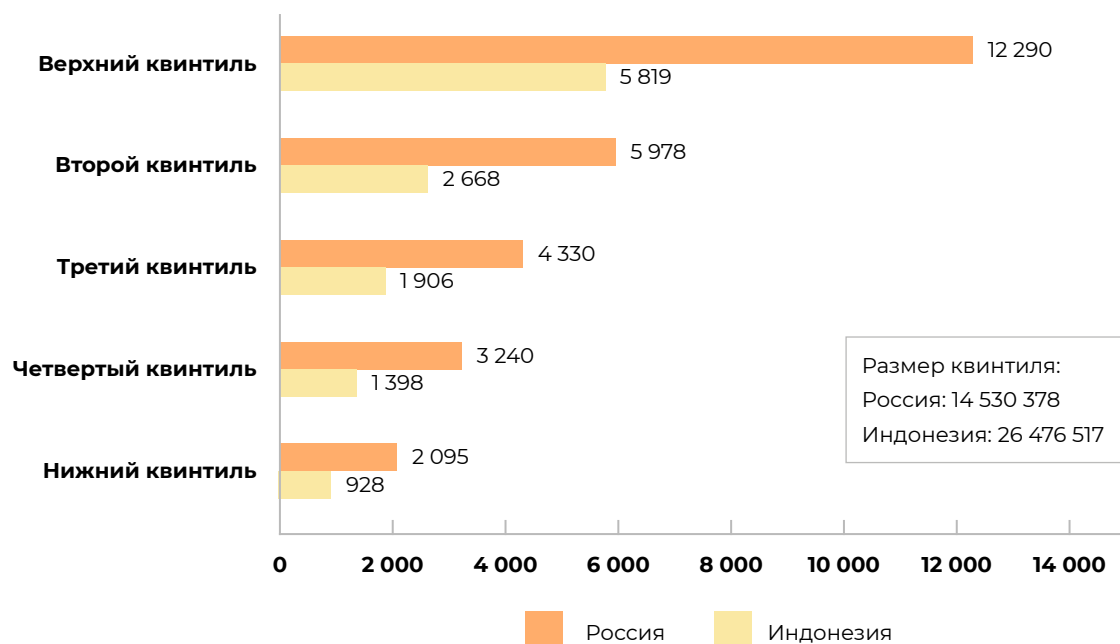
⁴ Индонезия включает около 7,5 тыс. населенных островов и более 42% населения проживает в сельской местности.

⁵ Индонезия также отличается большим этнокультурным разнообразием — на ее территории проживает более 300 народов и этнических групп (крупнейшие из которых яванцы и сунды). Согласно официальной переписи населения, проведенной Министерством внутренних дел в 2021 г., религиозный состав населения Индонезии состоит на 86,9% мусульман, 10,6% христиане, 1,7% индуисты, 0,7% буддисты, и других религий.

⁶ В 2022 г. занятость женщин составляла 52,7-55,3%, занятость мужчин — 79,9-80,6%. Гендерные нормы по-прежнему играют важную роль в стране, ограничивая доступ женщин к образованию и трудоустройству.

⁷ <https://goo.su/KCtSz>

Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2022 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

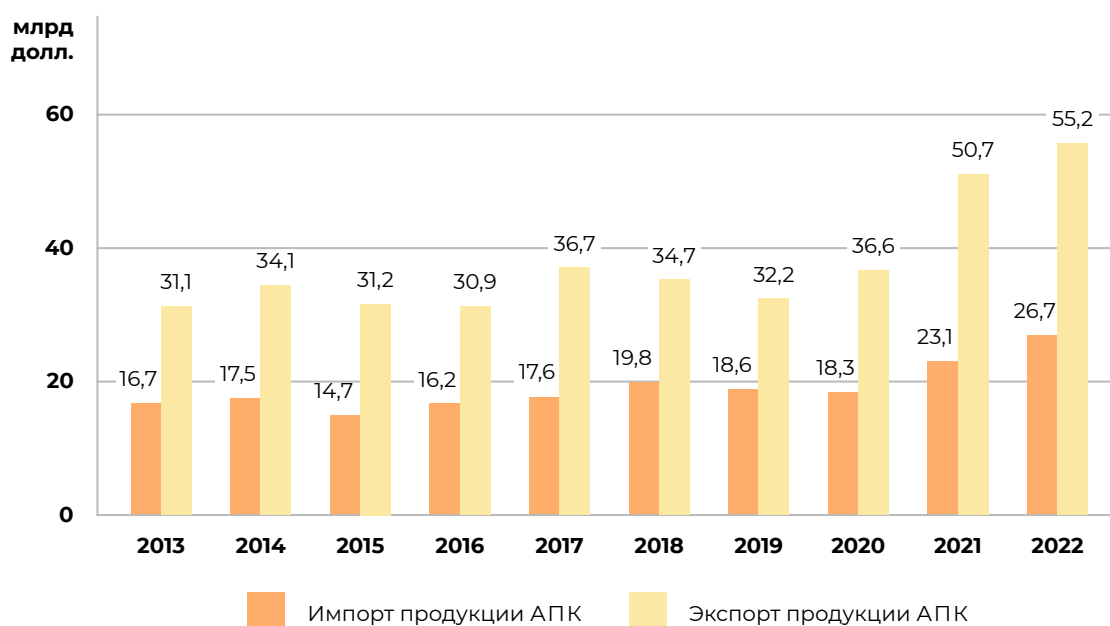
Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

Внешняя торговля продукцией АПК

Сельское хозяйство — один из важнейших секторов экономики Индонезии, который обеспечивает 12,4% ВВП страны (163,6 млрд долл. США) и 29,0% занятости населения. Страна является ведущим мировым производителем пальмового масла, гвоздики и корицы. На пальмовое масло приходится свыше 50% экспорта продукции АПК Индонезии. В число важных сельскохозяйственных продуктов также входят масло пальмовое и другие масла входящие в группу «жиры и масла животного, растительного или микробиологического происхождения и продукты их расщепления» (маргарин, животные и растительные масла и жиры, масло кокосовое, и другие), ракообразные, а также изделия и консервы из них, кофе, жмых и шрота прочие, жмых и шрот из околоплодника или ядра ореха масличной пальмы.

Практически 46% импорта продукции АПК Индонезии приходится на сырьевые товары: пшеницу, соевые жмыхи и шроты, сахар, соевые бобы, какао-бобы.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Индонезии, 2013–2022 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Индонезии, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Масло пальмовое	27 765,8	50,3
Масло пальмоядровое и масло бабассу	2 009,1	3,6
Маргарин	1 971,1	3,6
Ракообразные	1 650,9	3,0
Животные и растительные масла и жиры (гидрогенизированные, пере-, реэтерифицированные или элаидинизированные, но не подвергнутые дальнейшей обработке)	1 418,8	2,6
Кофе	1 149,2	2,1
Масло кокосовое (копровое)	1 118,4	2,0
Жмыхи и шроты прочие	1 110,6	2,0
Жмых и шрот из околуплодника или ядра ореха масличной пальмы	1 067,5	1,9
Изделия и консервы из ракообразных	1 040,3	1,9
Прочие продукты	14 936,0	27,0

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Итого	55 237,5	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Индонезии, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Пшеница	3 810,4	14,3
Жмых и шрот соевые	3 193,8	12,0
Сахар свекловичный и тростниковый	2 998,3	11,2
Соевые бобы	1 627,1	6,1
Сухое молоко	1 253,6	4,7
Говядина и пищевые субпродукты КРС	1 032,9	3,9
Пищевые продукты прочие	783,2	2,9
Луковичные овощи свежие	694,1	2,6
Табачное сырье	605,9	2,3
Какао-бобы	547,3	2,0
Прочие продукты	10 161,4	38,0
Итого	26 708,0	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

1.2. Политические тенденции

Действующая конституция страны принята в 1945 г. и в дальнейшем дополнена рядом поправок. В соответствии с ее положениями исполнительная власть в Индонезии сосредоточена в руках президента, который является главой государства, главой правительства и главнокомандующим вооруженными силами страны. С 2004 г. президент и вице-президент избираются прямым всеобщим голосованием на пятилетний срок. Правительство наделено правом издавать с согласия парламента законы, а также разрабатывать постановления для их исполнения. По форме административно-территориального устройства Индонезия относится к числу унитарных государств: по итогам административ-

ной реформы 2022 г. территория страны поделена на 38 провинций, из которых девять (включая столичный округ Джакарта) наделены особым статусом.

Высший орган законодательной власти Индонезии — Народный консультативный конгресс, состоящий из двух палат. В компетенцию парламента, собирающегося на сессии не реже одного раза в пять лет, входят изменение конституции, введение в должность президента и вице-президента, а также вынесение им импичмента в случае совершения юридически доказанных преступлений или «должностного несоответствия». Постоянно действующей является нижняя палата — избираемый прямым всеобщим голосованием Совет народных представителей (575 мест), в полномочия которого входят рассмотрение и утверждение государственного бюджета, разработка и принятие законов, контроль за исполнением законов и деятельностью правительства. Верхняя палата — периодически созываемый и сформированный на внепартийной основе Совет представителей регионов (136 мест). Его полномочия ограничены совещательными функциями при Совете народных представителей (право законодательной инициативы и подготовка рекомендаций по комплексу вопросов, затрагивающих взаимоотношения центра и регионов). Президент не обладает полномочиями по роспуску парламента, однако имеет право налагать вето на законопроекты.

Высшими органами судебной власти Индонезии являются Верховный суд и Конституционный суд. Конституционный суд Индонезии рассматривает законы страны на предмет их соответствия конституции, а также предназначен для разрешения противоречий между органами государственной власти, урегулирования споров по результатам выборов, принятия решений о роспуске политических партий и контроля процедуры импичмента. Верховный суд является последней национальной инстанцией для рассмотрения уголовных и гражданских дел, а также апелляционных жалоб на решения нижестоящих судов (районные суды и региональные суды). Отдельно функционируют суды специальной юрисдикции — религиозные суды, административные суды, военные трибуналы и народные суды. Последние рассматривают уголовные и гражданские дела с участием граждан Индонезии или иностранных граждан в Индонезии, а также индонезийских и иностранных юридических лиц, которые базируются в Индонезии или если они решили, что их дело будет рассмотрено в индонезийском суде. В систему народных судов входят в том числе суды по трудовым отношениям и коммерческие суды.

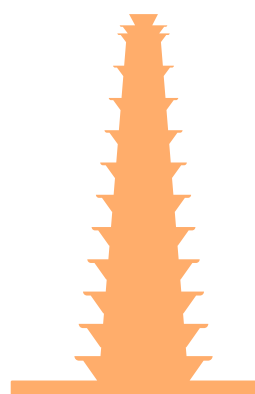
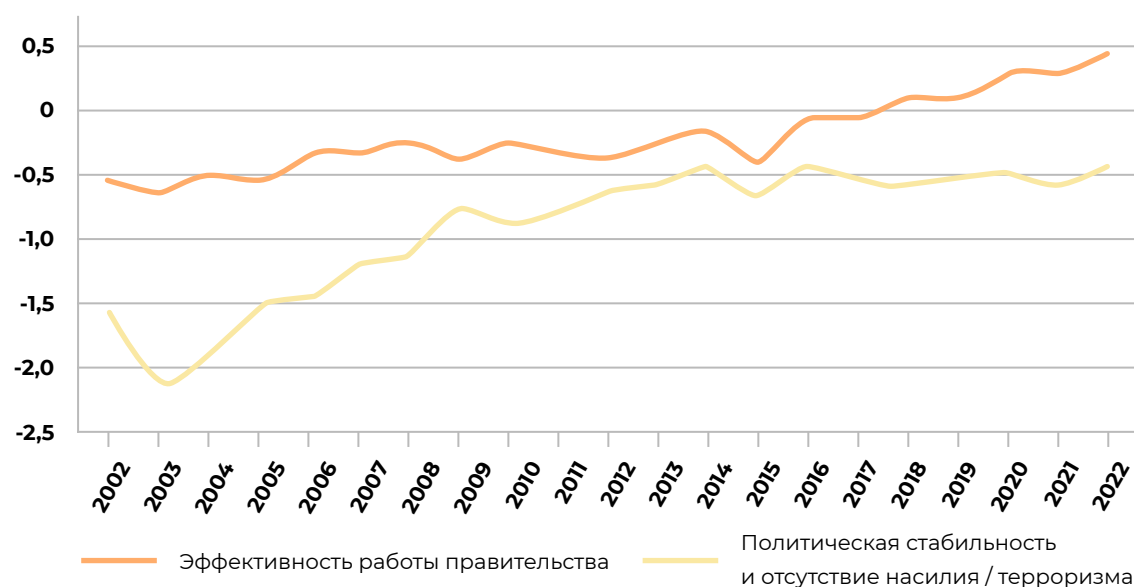


Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Индонезии



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

Показатели (Worldwide Governance Indicators), применяемые Всемирным банком для оценки эффективности государственного управления, свидетельствуют о постепенном росте качества работы правительства Индонезии. После подписания мирного соглашения 2005 г., положившего конец повстанческому движению в провинции Ачех, страна добилась значительного улучшения показателя политической стабильности и отсутствия насилия. В последние несколько лет показатель политической стабильности остается практически неизменным, в то время как эффективность правительства демонстрирует рост на фоне усилий правящей коалиции по развитию экономики страны и проведению структурных преобразований, направленных в том числе на совершенствование системы государственного управления. Таким образом, в данный момент в Индонезии сложилась относительно благоприятная для развития торговли (в том числе внешней) политическая конъюнктура.

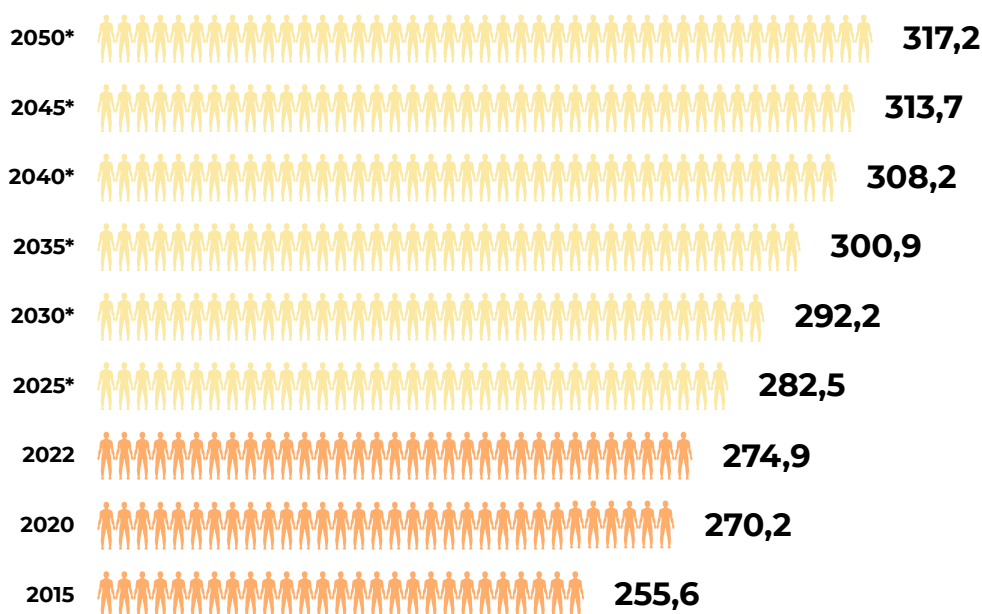
Внешняя политика Индонезии направлена на становление страны в качестве регионального лидера. В прошлом государство являлось одним из инициаторов создания Движения неприсоединения (в индонезийском городе Бандунг в 1955 г. состоялась конференция стран Азии и Африки, положившая начало движению) и АСЕАН (Индонезия является членом организации с момента ее основания в 1967 г.) — основного интеграционного объединения в Юго-Восточной Азии. Пользуясь своим статусом крупнейшей страны региона, Индонезия неоднократно выступала в качестве посредника при разрешении конфликтов в Юго-Восточной Азии. Так, страна взяла на себя ведущую роль по урегулированию конфликта в Мьянме в 2021 г. Кроме того, Индонезия продолжает усиливать свое влияние на глобальном уровне, чему способствовала роль председателя Большой двадцатки и проведение саммита группы на Бали в 2022 г. Страна стремится к развитию двусторонних отношений и с Россией,

к наиболее перспективным для сотрудничества отраслям относятся торговля, сельское хозяйство, инвестиции и туризм.

1.3. Демографические тенденции

В 2022 г. население Индонезии составило 274,9 млн человек, 57,9% от численности населения проживает в городах. Согласно демографическим прогнозам, ожидается замедление темпов роста численности населения на уровне меньше 1%: 1,0% (2015-2022 гг.) и 0,5% (2022-2050 гг.). Ожидается, что к 2050 г. общая численность населения достигнет 317,2 млн человек.

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



Источник: МВФ, ООН

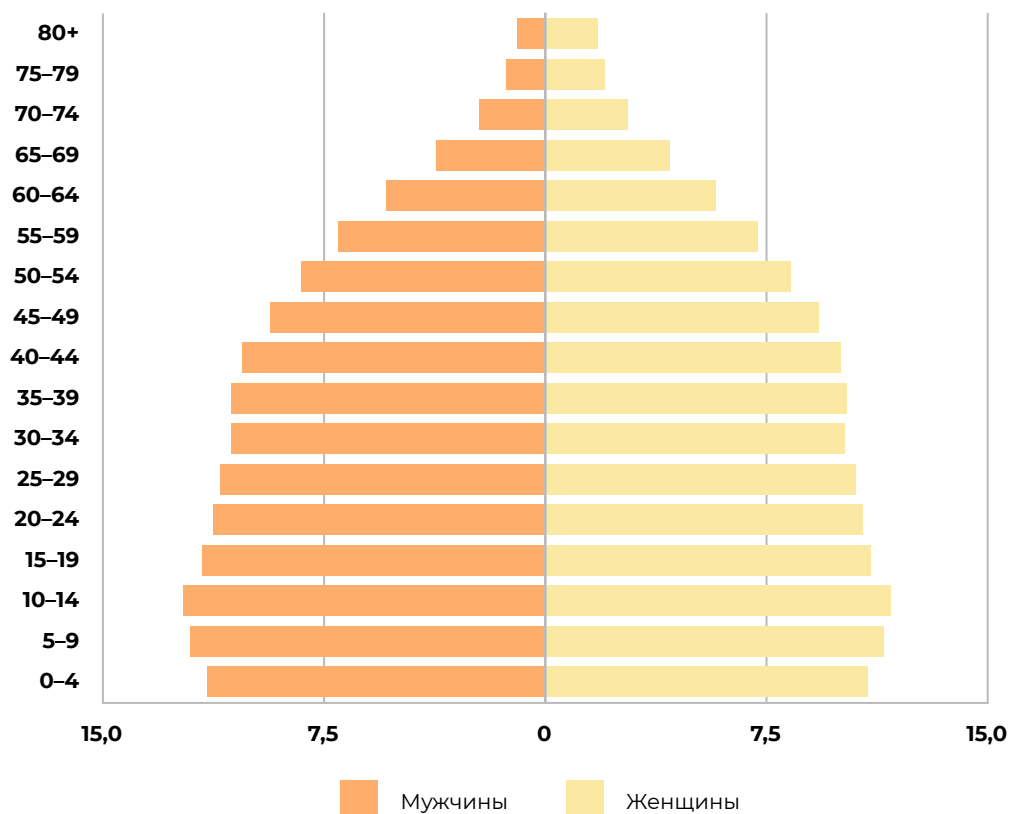
Примечание. *прогноз.

Демографическая ситуация в Индонезия характеризуется тем, что свыше 64% населения — это люди трудоспособного возраста и свыше 41% — моложе 25 лет. Именно они, как ожидается, станут драйвером роста потребительского спроса. Наибольшая концентрация населения приходится на агломерацию Джакарта.

В Индонезии отмечается серьезный гендерный разрыв, как по уровню занятости, так и по уровню доходов. В 2022 г. занятость женщин составляла 52,7-55,3% (Всемирный банк), а занятость мужчин порядка 79,9-80,6% (Всемирный банк). Традиционные гендерные нормы по-прежнему играют важную роль в стране, ограничивая доступ женщин к образованию и трудоустройству. Кроме того,

в неформальном секторе, где выражена частая изменчивость доходов и неполная занятость, работает гораздо больше женщин, чем мужчин.

Рис. 8. Население Индонезии по полу и возрасту, 2022 г., млн человек



Источник: МВФ, ООН

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Основные факторы, влияющие на потребительский рынок Индонезии

- государственный бюджет Индонезии на 2023 г. включает приоритетное внимание программам общественного здравоохранения, образования, инфраструктуры и социальной защиты, включая денежные трансферты и субсидии, а также финансирование для поддержки наиболее уязвимых групп населения;
- заблаговременные меры денежно-кредитной политики в 2022 г., которые обеспечили контроль инфляционного давления и относительной стабильности местной валюты по отношению к доллару США;

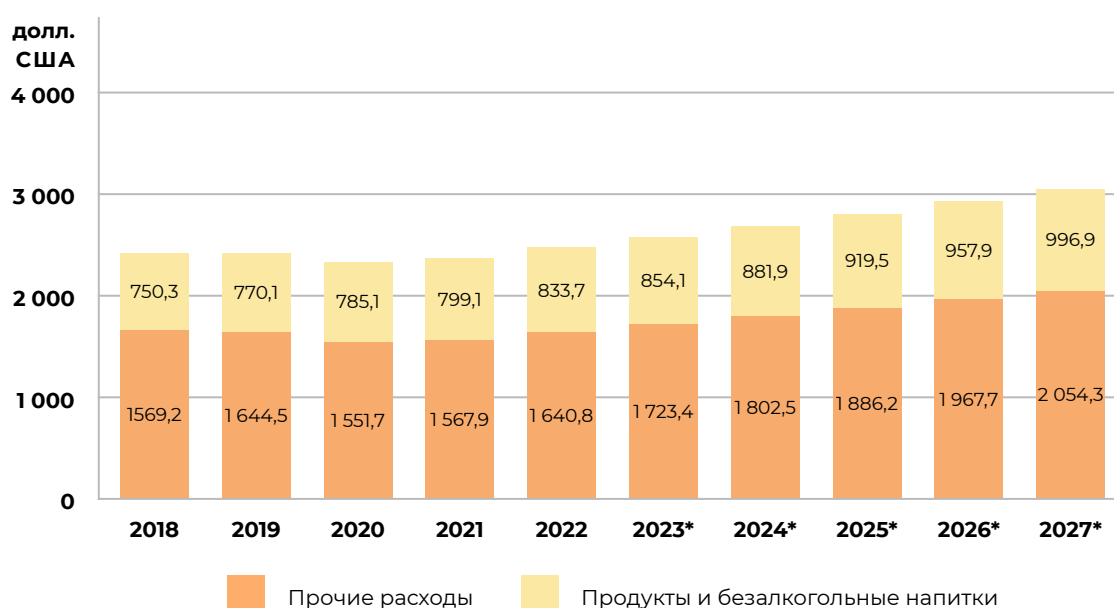
- согласно последней классификации Всемирного банка, опубликованной в июле 2023 г.⁸, после сильного экономического роста Индонезия вернула себе статус страны с доходом выше среднего. В 2022 г. валовой национальный доход (ВНД) Индонезии на душу населения вырос до 4 580 долл. США (+440 долл. США к 2021 г.). В течение 2022-2027 гг. ожидается, что ВНД на душу населения в реальном выражении увеличится на 21%. В течение прогнозируемого периода уровень доходов на душу населения будет расти более быстрыми темпами по сравнению со средним показателем в Азиатско-Тихоокеанском регионе;
- к 2027 г. группа населения в возрасте 30–39 лет будет иметь самый высокий доход на душу населения;
- по оценкам Министерства национального планирования и развития, к 2045 г. Индонезия достигнет дохода на душу населения примерно в 23 050 долл. США в год и станет пятой по величине экономикой в мире. Этот рост будет обусловлен, среди прочего, производственным сектором Индонезии, на который, по прогнозам, будет приходиться около 28% валового внутреннего продукта (ВВП), а также морским экономическим сектором (17,5% ВВП);
- по прогнозам Министерства национального планирования и развития, производственный сектор и морская логистическая отрасли также обеспечат значительный прирост занятости в Индонезии, которая позволит вырастить средний класс Индонезии до 80% населения. В связи с этим, прогнозируется, что Индонезия останется одним из крупнейших рынков по количеству домохозяйств среднего класса в мире;
- чистая миграция в Индонезии была отрицательной с 1992 г., и по прогнозам, эта тенденция сохранится в долгосрочной перспективе, поскольку многие индонезийцы ищут работу за границей. В то же время число иностранных граждан вырастет более чем на 170% в течение 2023-2040 гг., а их общая численность составит около 450 тыс. человек в конце периода. Несмотря на то, что доля иностранного населения в долгосрочной перспективе также останется незначительным (~0,1% от общей численности населения), их стремительный рост приведет к расширению возможностей для потребительского рынка.

⁸ <https://blogs.worldbank.org/opendata/new-world-bank-group-country-classifications-income-level-fy24>

Расходы на конечное потребление

Расходы на конечное потребление на душу населения в 2022 г. составили 2 474,5 долл. США в постоянных ценах 2022 г., что на 4,5% больше, чем в 2021 г. Расходы на продукты питания и безалкогольные напитки составили 833,7 долл. США. К 2027 г. прогнозируется, что расходы на конечное потребление на душу населения достигнут 3 051,2 долл. США, из которых 996,9 долл. США займут затраты на продукты питания и безалкогольные напитки (32,7%).

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2022 г., 2018-2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. *прогноз.

Обзор рынка



Содержание

2.1.

Объем и динамика рынка

2.2.

Потребительские предпочтения

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.4.

Конкурентная среда
и участники рынка



2.1. Объем и динамика рынка

Производство

Индонезия, наряду с Таиландом, является одной из основных стран-производителей крахмала в Юго-Восточной Азии. В 2022 г. совокупный объем производства крахмала в Индонезии составил около 4,2 млн тонн, что на 7,2% больше, чем в 2021 г. Основными регионами производства были провинция Лампунг и Западная Ява. За 2018–2022 гг. среднегодовой темп роста производства крахмала в стране составил 6,4%.

Индонезия имеет высокоразвитую пищевую и целлюлозно-бумажную промышленность, в которой используется в основном крахмал собственного производства. В 2022 г. самообеспеченность рынка крахмала и инулина в стране составила около 90%. Причем основную долю составляет крахмал из отечественной маниоки, тогда как для производства крахмала из кукурузы используется преимущественно импортное сырье, так как индонезийская кукуруза не соответствует требованиям пищевой промышленности.

Согласно прогнозам, производство крахмала в стране продолжит расти, поскольку отечественные компании все больше инвестируют в увеличение производственных мощностей.

Рис. 10. Производство крахмала и инулина в Индонезии, 2018–2022 гг., млн тонн



Источник: EMIS, ITC Trade Map, BPS, Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Euromonitor International

Потребление

С 2017 г. быстрыми темпами росло использование маниокового крахмала для изготовления шариков из тапиоки (жевательных полупрозрачных гранул крахмала, полученного из корней маниоки). Это связано с огромной популярностью bubble tea (boba) — пенистого чайного напитка, в который обычно добавляют шарики из тапиоки — «жемчужины». Также растет спрос и на кукурузный крахмал: он используется при производстве глюкозно-фруктозного сиропа, служащего ингредиентом для изготовления безалкогольных напитков.

Табл. 3. Баланс ресурсов крахмала и инулина в Индонезии, 2018–2022 гг., тыс. тонн

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Ресурсы всего	4 140,4	4 391,5	4 218,5	4 197,7	4 711,8
Производство	3 260,0	3 560,0	3 640,0	3 900,8	4 180,2
Импорт	880,4	831,5	578,5	296,9	531,5
Использование всего	4 140,4	4 391,5	4 218,5	4 197,7	4 711,8
Внутреннее потребление	4 080,9	4 341,1	4 087,0	3 846,8	4 643,5
Экспорт	59,5	50,4	131,6	350,9	68,3

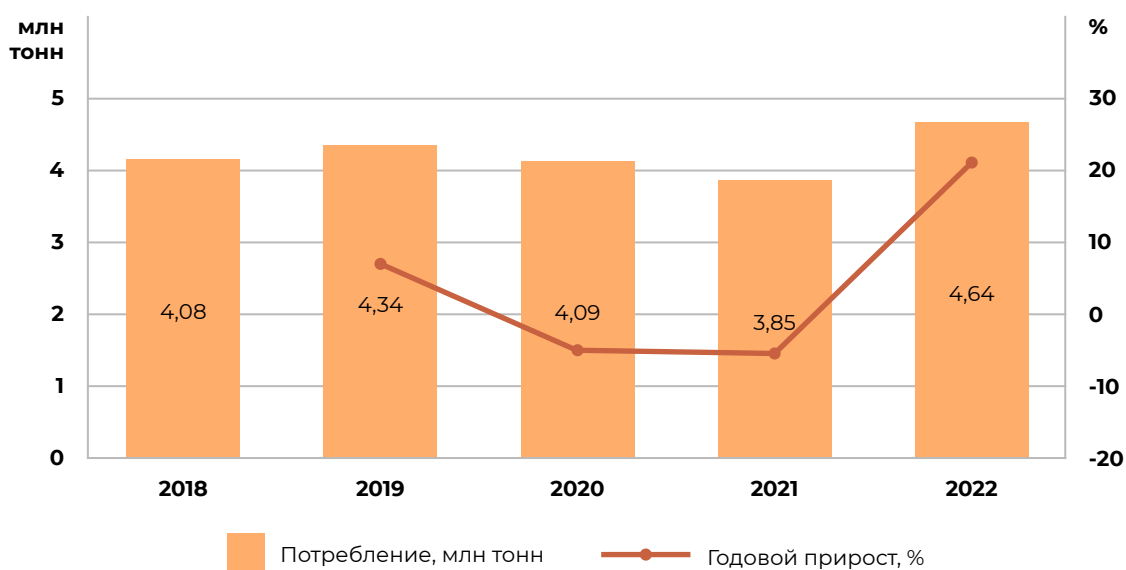
Источник: EMIS, ITC Trade Map, BPS, Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Euromonitor International

Примечание. Без учета переходящих запасов.

В 2022 г. потребление крахмала и инулина в Индонезии оценивалось в 4,6 млн тонн, что на 20,7% больше, чем в 2021 г. За 2018–2022 гг. потребление крахмала в стране выросло на 13,8% в результате увеличения спроса на крахмал со стороны пищевой промышленности.

Основная часть потребляемого крахмала приходится на пищевую и целлюлозно-бумажную промышленность. Ожидается, что рост спроса на крахмал в стране также будет обусловлен увеличением его использования в фармацевтическом секторе в качестве связующего вещества и ингредиента для таблеток и капсул.

Рис. 11. Потребление крахмала и инулина в Индонезии в натуральном выражении, 2018-2022 гг., млн тонн

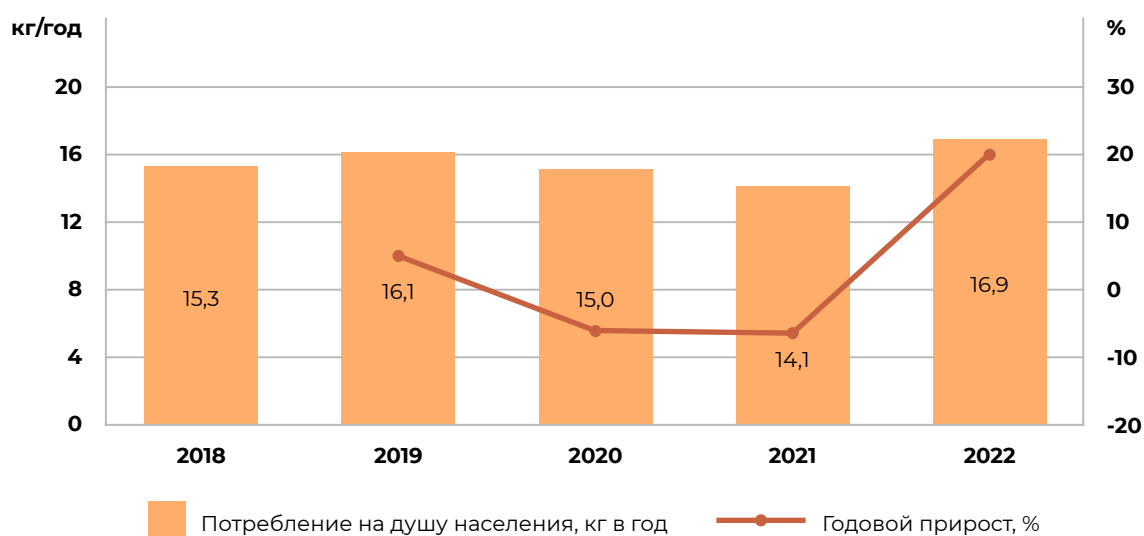


Источник: EMIS, ITC Trade Map, BPS, Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Euromonitor International

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Потребление крахмала и инулина на душу населения в Индонезии в 2022 г. составило 16,9 кг, увеличившись по сравнению с 2021 г. на 19,9%. Среднегодовые темпы роста подушевого потребления крахмала и инулина в стране составили 2,5%.

Рис. 12. Потребление крахмала и инулина в Индонезии на душу населения, 2018-2022 гг.



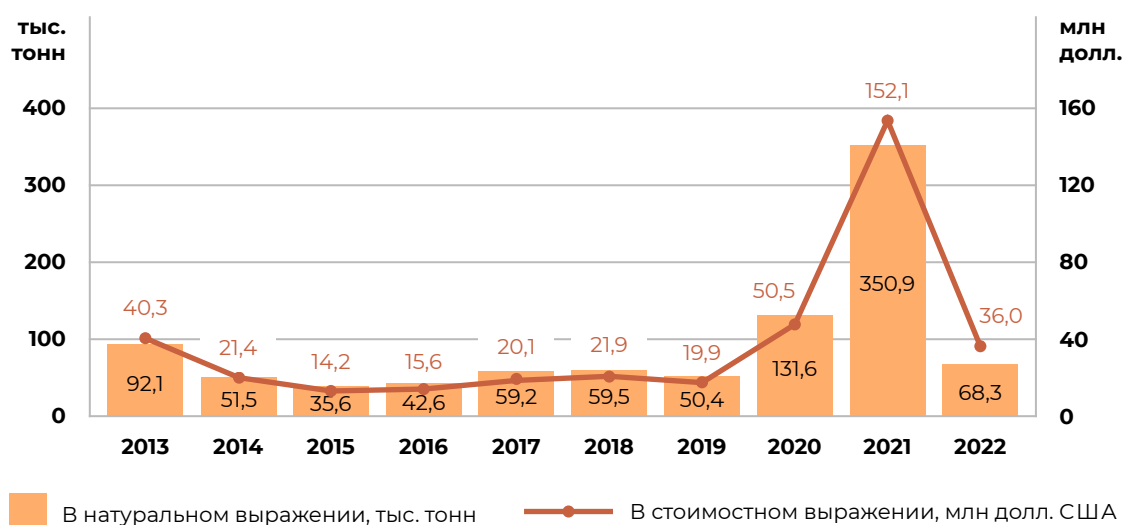
Источник: EMIS, ITC Trade Map, BPS, Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Euromonitor International

Экспорт и Импорт

Экспорт

В 2022 г. объем экспорта крахмала и инулина Индонезии составил около 68,3 тыс. тонн на сумму 36,9 млн долл. США. Основными странами, импортирующими крахмал и инулин из Индонезии, были Филиппины, Тайвань, Китай, Малайзия и Япония. В структуре экспорта наибольший объем приходился на кукурузный и маниоковый крахмал.

Рис. 13. Экспорт крахмала и инулина Индонезии в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



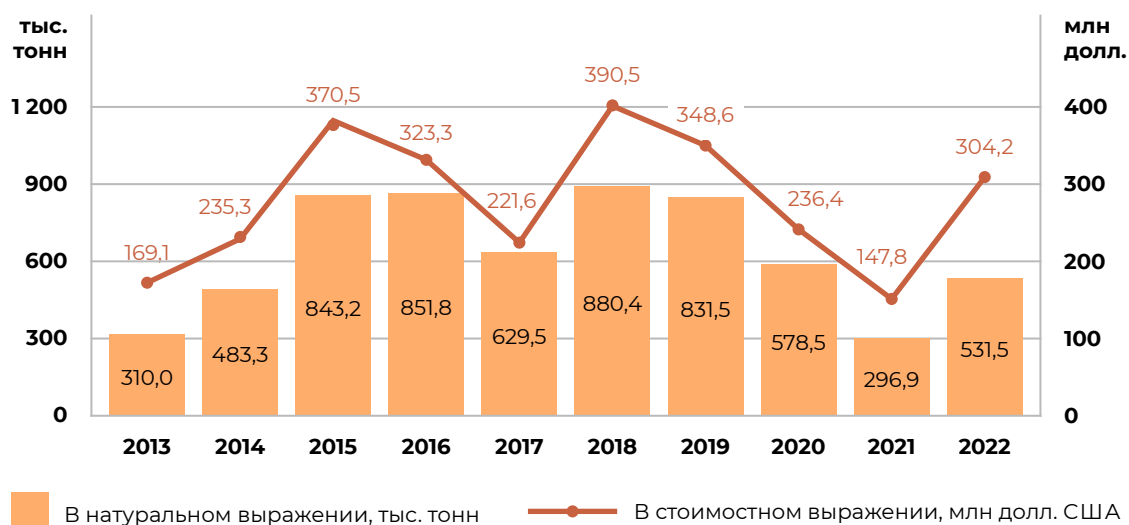
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

Импорт

В 2022 г. импорт крахмала и инулина Индонезии составил 531,5 тыс. тонн на сумму 304,2 млн долл. США. По отношению к 2021 г. объемы импорта увеличились на 79,0% в натуральном выражении и в 2,1 раза в стоимостном. За 2013-2022 гг. импорт данной продукции ежегодно увеличивался в среднем на 6,2% в натуральном выражении и на 6,7% в стоимостном.

Рис. 14. Импорт крахмала и инулина Индонезии в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

С 2018 г. до 2021 г. в структуре импорта Индонезии в натуральном выражении преобладал кукурузный крахмал. Однако, в 2022 г. лидирующие позиции были за крахмалом маниоковым. В структуре импорта крахмала в натуральном выражении 54,6%, приходилось на крахмал маниоковый, 38,6% — на кукурузный крахмал и 3,2% — на картофельный крахмал.

С 2013 г. наиболее значительный прирост наблюдался в импорте крахмала кукурузного — в 3,4 раза или на 144,2 тыс. тонн.

Табл. 4. Структура импорта крахмала и инулина Индонезии по ассортименту в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
Крахмал маниоковый	220,1	365,1	596,0	630,1	385,4	375,6	343,0	148,7	48,5	290,1	54,6
Крахмал кукурузный	60,9	91,1	207,1	173,1	188,7	401,5	414,1	366,8	197,8	205,1	38,6
Крахмал картофельный	11,8	11,7	16,1	14,1	16,4	15,1	15,8	20,7	23,5	16,9	3,2
Крахмал пшеничный	11,6	9,2	17,1	27,2	32,3	81,1	52,1	35,1	18,6	11,4	2,1

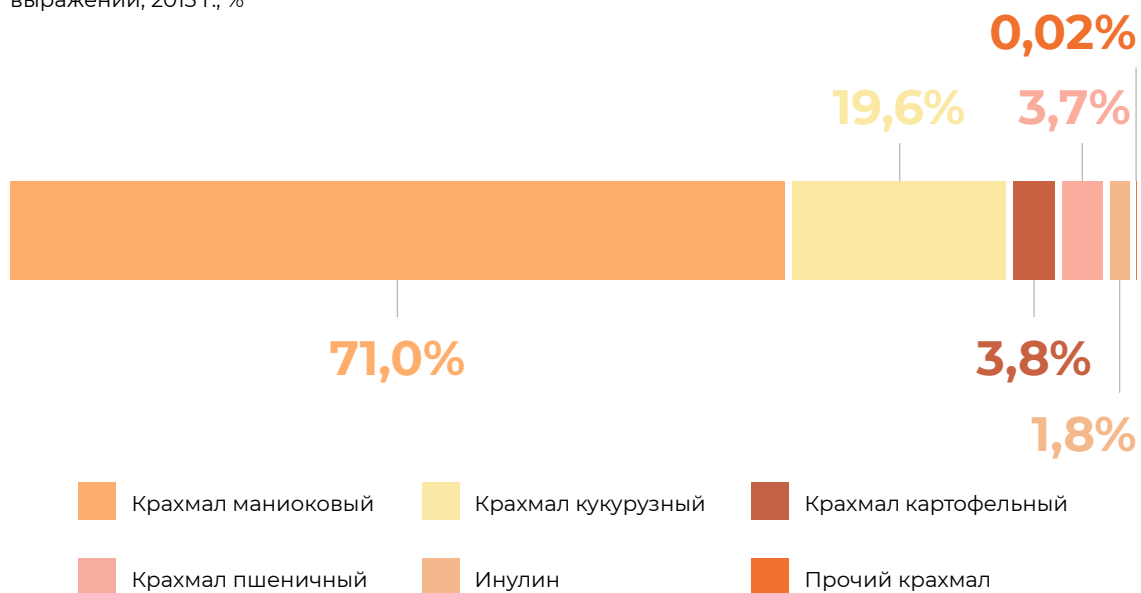
Продолжение табл. 4.

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
Инулин	5,5	6,1	6,7	7,2	6,5	6,9	6,3	6,7	8,0	7,6	1,4
Прочий крахмал	0,05	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,4	0,5	0,5	0,1
Итого	310,0	483,3	843,2	851,8	629,5	880,4	831,5	578,5	296,9	531,5	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

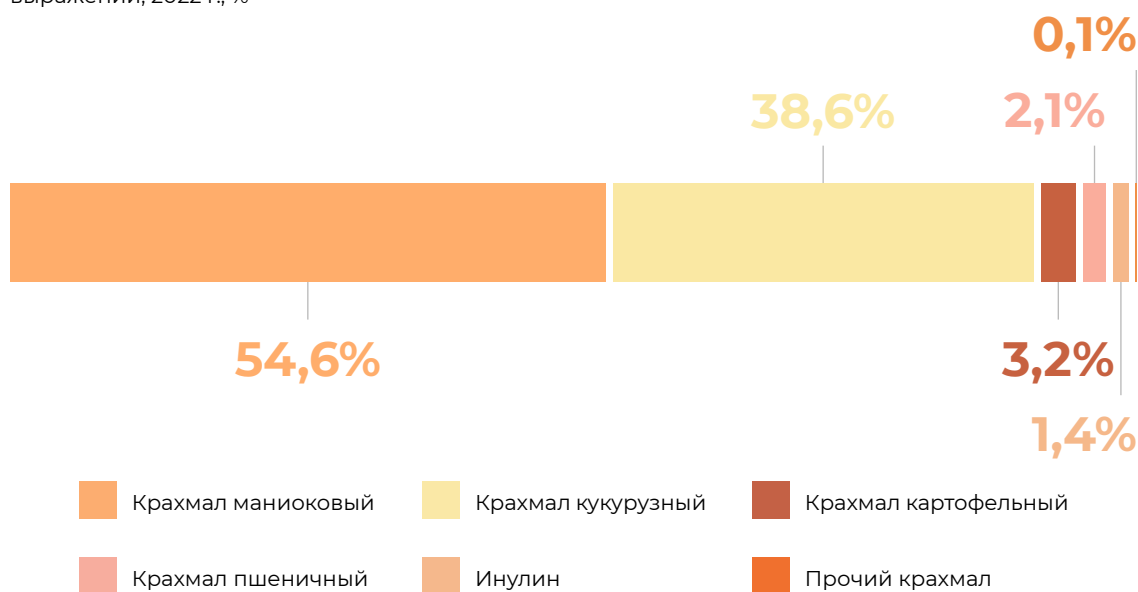
Рис. 15. Структура импорта крахмала и инулина Индонезии по ассортименту в натуральном выражении, 2013 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

Рис. 16. Структура импорта крахмала и инулина Индонезии по ассортименту в натуральном выражении, 2022 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

В структуре индонезийского импорта в стоимостном выражении в 2022 г. на маниоковый крахмал приходилось 51,4%, на кукурузный — 35,2%. Оставшаяся доля импорта приходилась на инулин (6,8%), картофельный крахмал (4,6%) и пшеничный крахмал (1,9%).

С 2013 г. наиболее значительный прирост наблюдался в импорте крахмала кукурузного — в 3,5 раза или на 76,7 млн долл. США, и маниокового крахмала — на 45,7% или на 49,0 млн долл. США.

Табл. 5. Структура импорта крахмала и инулина Индонезии по ассортименту в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
Крахмал маниоковый	107,2	160,5	256,4	226,6	126,5	185,6	151,1	63,9	24,3	156,2	51,4
Крахмал кукурузный	30,4	41,9	80,1	60,6	58,8	145,4	146,4	125,6	76,5	107,1	35,2
Инулин	16,9	18,4	16,5	16,5	14,6	15,9	13,9	17,1	23,2	20,7	6,8
Крахмал картофельный	9,0	10,3	10,2	9,7	11,2	11,2	15,2	16,0	15,9	14,0	4,6

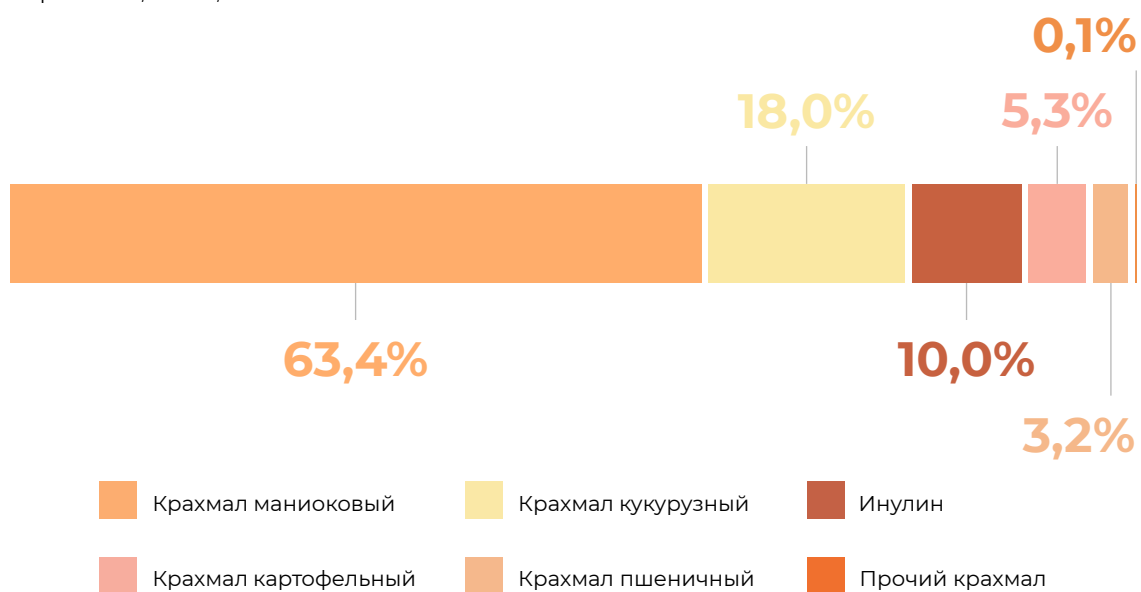
Продолжение табл. 5.

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
Крахмал пшеничный	5,3	4,1	7,1	9,7	10,4	32,3	21,8	13,5	7,5	5,7	1,9
Прочий крахмал	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,4	0,4	0,1
Итого	169,1	235,3	370,5	323,3	221,6	390,5	348,6	236,4	147,8	304,2	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

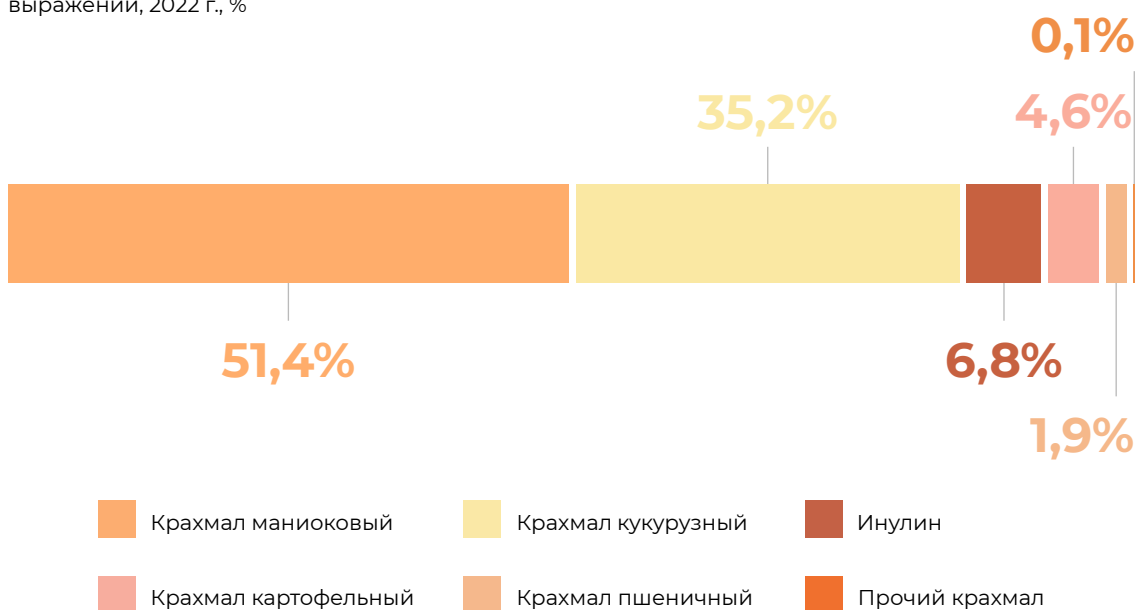
Рис. 17. Структура импорта крахмала и инулина Индонезии по ассортименту в стоимостном выражении, 2013 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

Рис. 18. Структура импорта крахмала и инулина Индонезии по ассортименту в стоимостном выражении, 2022 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

Основными поставщиками крахмала на рынок Индонезии являются Таиланд, Индия, Китай, Нидерланды и Австралия. В 2022 г. поставки из Таиланда составили 283,4 тыс. тонн (53,3% всего объема импорта крахмала и инулина Индонезии). Вторым крупным экспортером крахмала и инулина была Индия — 109,6 тыс. тонн (20,6%). Третье место занимал Китай с объемом поставок 90,5 тыс. тонн (17,0%). На долю трех основных поставщиков крахмала и инулина в Индонезию приходилось 91,0% импорта в натуральном выражении.

Табл. 6. Импорт крахмала и инулина Индонезии по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
1	Таиланд	208,8	339,5	532,9	553,5	332,4	349,4	325,8	146,1	48,8	283,4	53,3
2	Индия	20,9	44,2	66,9	12,5	1,0	72,5	61,2	78,2	158,3	109,6	20,6
3	Китай	32,5	25,8	45,0	75,2	154,9	284,1	324,8	267,7	19,1	90,5	17,0
4	Нидерланды	6,7	9,5	14,2	8,9	7,8	8,1	7,0	7,4	8,8	9,3	1,8
5	Австралия	9,5	6,7	14,1	23,0	27,7	77,4	47,4	28,4	12,2	8,7	1,6
6	Вьетнам	10,0	25,1	56,9	75,8	53,0	25,9	16,0	2,7	—	7,2	1,4

Продолжение табл. 6.

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
7	Франция	2,5	2,4	3,8	2,6	4,0	4,5	3,2	3,7	6,1	3,8	0,7
8	Бельгия	2,6	2,7	2,9	3,6	3,5	3,0	2,9	3,5	5,6	3,8	0,7
9	Германия	3,0	2,6	9,8	17,6	2,9	4,2	5,0	4,5	5,1	3,5	0,7
10	Дания	2,3	1,8	1,7	1,3	3,3	2,0	1,4	8,1	4,8	2,6	0,5
	Прочие страны	11,3	22,9	95,0	77,6	39,0	49,2	36,8	28,3	28,1	9,1	1,7
	Итого	310,0	483,3	843,2	851,8	629,5	880,4	831,5	578,5	296,9	531,5	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.



Рис. 19. Импорт крахмала и инулина Индонезии по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map
Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

В стоимостном выражении в 2022 г. главным экспортером крахмала и инулина в Индонезию стал Таиланд (50,5% стоимостного импорта крахмала и инулина Индонезии или 153,7 млн долл. США). Вторую строчку занял Китай с показателем в 52,7 млн долл. США (17,3%). Индия поставила крахмала и инулина на сумму 50,1 млн долл. США, что составляет 16,5% всего объема импорта в стоимостном выражении. Суммарно на топ-3 экспортера продукции пришлось 84,3% импорта крахмала и инулина Индонезии.

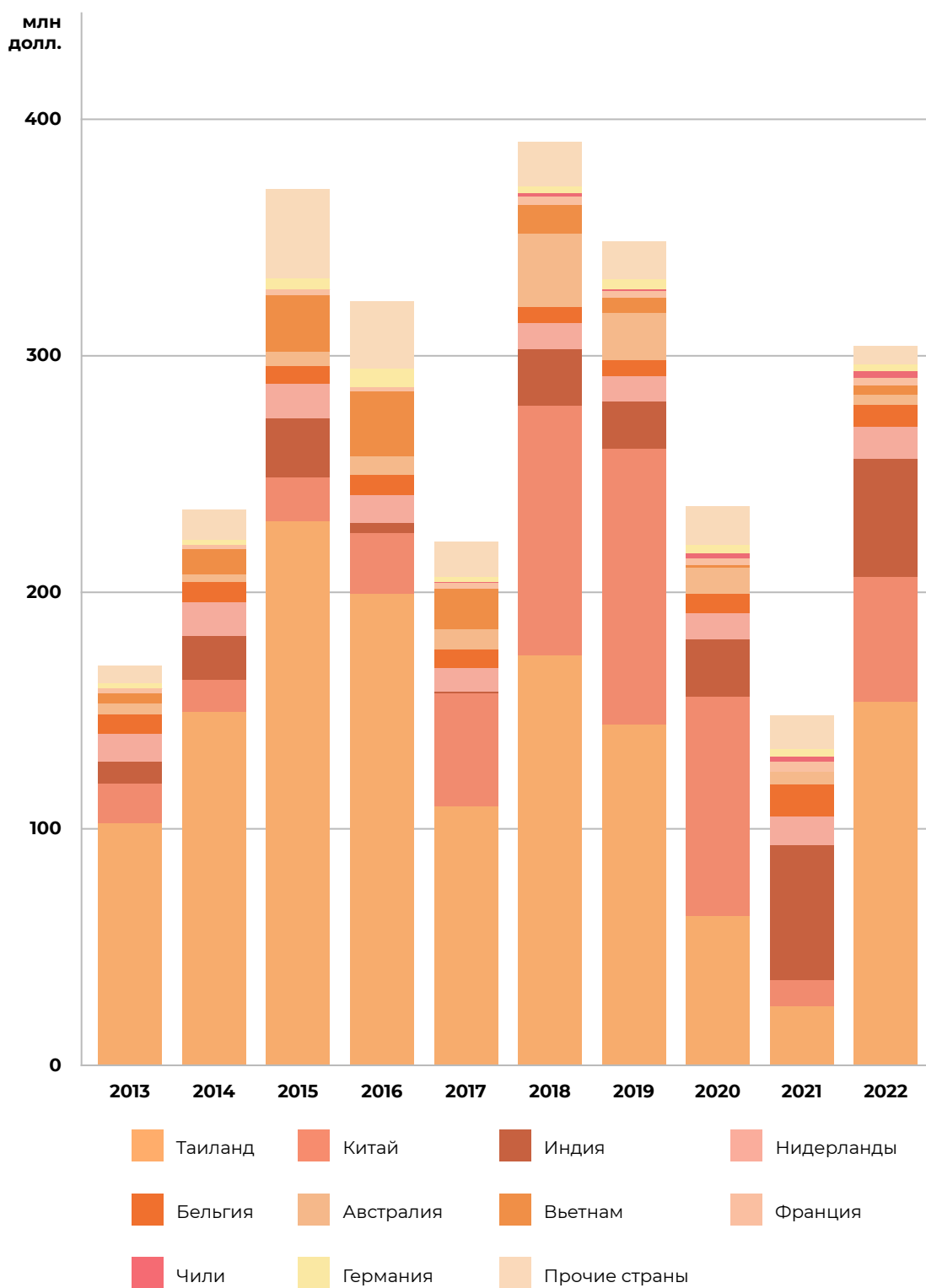
Табл. 7. Импорт крахмала и инулина Индонезии по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
1	Таиланд	102,2	149,5	229,9	199,2	109,5	173,3	143,9	62,9	24,9	153,7	50,5
2	Китай	16,8	13,3	18,6	26,0	47,9	105,6	116,7	92,9	10,9	52,7	17,3
3	Индия	9,4	18,7	25,3	4,2	0,4	24,0	20,1	24,4	57,2	50,1	16,5
4	Нидерланды	11,7	14,5	14,5	11,6	10,0	10,9	11,0	10,8	12,4	13,6	4,5
5	Бельгия	8,3	8,4	7,5	8,6	7,9	7,1	6,5	8,3	13,4	9,1	3,0
6	Австралия	4,5	3,1	5,9	8,2	8,7	30,9	20,0	11,2	5,2	4,5	1,5
7	Вьетнам	4,6	10,8	24,1	27,2	17,0	12,2	6,6	1,1	—	3,8	1,3
8	Франция	1,8	1,8	2,4	1,9	2,8	3,4	2,8	2,8	4,5	3,2	1,0
9	Чили	—	—	—	0,01	0,3	1,6	0,5	2,2	1,8	3,0	1,0
10	Германия	2,2	2,2	4,8	7,9	2,0	2,7	4,6	3,3	3,4	2,8	0,9
	Прочие страны	7,6	12,9	37,6	28,5	15,2	18,9	15,8	16,6	14,2	7,7	2,5
	Итого	169,1	235,3	370,5	323,3	221,6	390,5	348,6	236,4	147,8	304,2	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

Рис. 20. Импорт крахмала и инулина Индонезии по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map
Примечание. Код ТН ВЭД 1108.

Средняя импортная цена на пшеничный крахмал в 2022 г. составила 501 долл. США за тонну, что на 23,4% выше уровня предыдущего года. Наиболее высокие цены отмечались на поставки из Китая — в 1,5 раза выше средней. Основной поставщик пшеничного крахмала — Австралия в 2022 г. поставляла пшеничный крахмал по цене 518 долл. США за тонну.

Табл. 8. Средняя импортная цена на пшеничный крахмал по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Средняя цена	460	450	413	357	321	398	419	385	406	501	—
Китай	556	621	616	612	618	614	616	611	654	766	в 1,5 раза
Австралия	472	464	418	356	314	399	423	394	428	518	3,4
Сингапур	364	366	361	352	356	384	368	356	388	403	-19,6
Япония	400	398	377	366	354	365	375	354	388	387	-22,7
Индия	—	—	—	347	347	342	342	340	335	369	-26,4

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 110811.

Средняя импортная цена на кукурузный крахмал в 2022 г. составила 522 долл. США за тонну, что на 34,9% выше уровня предыдущего года. Поставки из Франции проходили по цене в 2 раза выше средней. Наиболее низкие цены отмечались на поставки из Индии — на 12,4% ниже среднего уровня.

Табл. 9. Средняя импортная цена на кукурузный крахмал по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Средняя цена	500	460	387	350	311	362	354	342	387	522	—
Франция	712	693	757	776	828	853	877	904	973	1 021	в 2 раза
Республика Корея	577	463	428	403	442	474	483	484	516	656	25,6
Китай	519	517	411	346	308	371	358	347	565	580	11,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 110812.

Средняя импортная цена на картофельный крахмал в 2022 г. составила 829 долл. США за тонну, что на 22,6% выше уровня предыдущего года. Основными поставщиками являются страны ЕС. Поставки из Нидерландов проходили по цене на 9,0% выше средней. Наиболее низкие цены отмечались на поставки из Дании — на 9,4% ниже среднего уровня.

Табл. 10. Средняя импортная цена на картофельный крахмал по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Средняя цена	760	881	630	692	683	745	961	770	676	829	—
Нидерланды	802	885	644	692	739	778	1 117	871	689	904	9,0
Польша	709	858	646	656	670	720	942	740	626	839	1,2
Франция	717	816	586	696	660	728	876	742	699	791	-4,6
Германия	749	857	624	691	672	746	921	728	660	776	-6,5
Дания	747	769	674	710	644	731	816	745	666	751	-9,4

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 110813.

Средняя импортная цена на маниоковый крахмал в 2022 г. составила 538 долл. США за тонну, что на 7,2% выше уровня предыдущего года. Основными поставщиками являются Таиланд и Вьетнам, поставки из которых осуществлялись почти по одинаковым ценам 538 долл. США за тонну и 530 долл. США за тонну соответственно.

Табл. 11. Средняя импортная цена на маниоковый крахмал по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Средняя цена	487	440	430	360	328	494	441	430	502	538	—
Таиланд	489	440	431	360	329	496	441	429	501	538	-0,01
Вьетнам	461	432	424	358	321	469	413	406	—	530	-1,5

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 110814.

Средняя импортная цена на инулин в 2022 г. составила 2 720 долл. США за тонну, что на 5,6% ниже уровня предыдущего года. Основными поставщиками данного продукта являются Бельгия, Нидерланды, Чили и Таиланд. Среди них наиболее высокие цены в 2022 г. отмечались у Таиланда и Нидерландов — на 12,6% и 9,1% выше средней цены соответственно. Наиболее низкие у Бельгии и Чили — на 4,0% и 12,7% ниже среднего уровня соответственно.

Табл. 12. Средняя импортная цена на инулин по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Средняя цена	3 050	3 010	2 464	2 299	2 252	2 304	2 190	2 546	2 881	2 720	—
Таиланд	—	—	—	—	1 000	2 600	2 266	1 978	2 661	3 062	12,6
Нидерланды	2 952	2 943	2 323	2 227	2 235	2 264	2 161	2 552	3 204	2 967	9,1
Бельгия	3 160	3 096	2 656	2 369	2 259	2 351	2 209	2 489	2 761	2 610	-4,0
Чили	—	—	—	—	2 505	2 449	2 269	2 869	2 540	2 375	-12,7

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 110820.

Табл. 13. Основные страны-экспортеры крахмала и инулина на рынок Индонезии в 2022 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Таиланд	50,5	<ul style="list-style-type: none"> • Таиланд является ведущим экспортером крахмала и инулина. В 2022 г. страна экспортировала 3,7 млн тонн крахмала на сумму 1,8 млрд долл. США; • Таиланд поставляет в основном маниоковый крахмал; • Действуют преференциальные тарифы в рамках ССТ стран АСЕАН.

Продолжение табл. 13.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
2	Китай	17,3	<ul style="list-style-type: none"> Китай занимает пятое место среди мировых экспортеров крахмала и инулина. В 2022 г. объем экспорта составил 292,5 тыс. тонн (201,8 млн долл. США); С 2013 г. Китай сумел нарастить объемы поставок крахмала на рынок Индонезии с 141,8 тыс. до 292,5 тыс. тонн; Из Китая в основном поставляется кукурузный крахмал, доля которого в общем объеме индонезийского импорта данной категории по итогам 2022 г. составила 99,7%. Китайский кукурузный крахмал имеет высокое качество и на мировом рынке более доступен, чем крахмал из других стран; В рамках Соглашения о зоне свободной торговли между АСЕАН и КНР китайские поставщики кукурузного крахмала получают доступ на индонезийский рынок по нулевой ставке.
3	Индия	16,5	<ul style="list-style-type: none"> Индия занимает четвертое место среди мировых экспортеров крахмала и инулина. Общий объем экспорта по итогам 2022 г. составил 488,7 тыс. тонн (231,0 млн долл. США); Основу поставок на рынок Индонезии составляет кукурузный крахмал (109,1 тыс. тонн), также Индия осуществляет экспорт небольших объемов пшеничного крахмала.
4	Нидерланды	4,5	<ul style="list-style-type: none"> Нидерланды входят в десятку крупнейших экспортеров крахмала и инулина. Общий объем экспорта по итогам 2022 г. составил 205,9 тыс. тонн (184,3 млн долл. США).
5	Бельгия	3,0	<ul style="list-style-type: none"> Бельгия входит в десятку крупнейших экспортеров крахмала и инулина. Общий объем экспорта по итогам 2022 г. составил 242,7 тыс. тонн (310,3 млн долл. США); С 2013 г. Бельгия сумела нарастить объемы поставок крахмала и инулина на рынок Индонезии с 97,2 тыс. тонн до 242,7 тыс. тонн.

Источник: ITC Trade Map, открытые источники данных

2.2. Потребительские предпочтения

Зависимость производства крахмала от импортной кукурузы из-за высокого содержания афлатоксинов в отечественном сырье

Индонезийские участники рынка готовы закупать как отечественное, так и импортное сырье для удовлетворения спроса на крахмал внутри страны. Однако в отечественном сырье часто превышена предельно допустимая концентрация афлатоксинов, которая для продуктов питания и напитков составляет не более 20 ppb (частей на миллиард). Многие фермерские хозяйства в Индонезии по-прежнему производят кукурузу с уровнем содержания афлатоксинов, не соответствующим нормативам, что вынуждает индонезийских производителей крахмала приобретать импортную кукурузу.

Рост спроса на модифицированные крахмалы благодаря их более универсальному применению

Помимо обычных крахмалов в секторах производства продуктов питания, напитков и фармацевтических товаров спросом пользуются более универсальные модифицированные крахмалы, которые можно применять в разных условиях, например растворять в холодной воде. Указанные секторы отдают предпочтение высококачественным видам модифицированного крахмала, способным хорошо удерживать влагу, а также обеспечивать и сохранять нужную текстуру и консистенцию продуктов. В принципе такие крахмалы могут производиться в самой Индонезии. Модифицированные крахмалы являются не только отличными влагоудерживающими агентами, загустителями и стабилизаторами, но также потенциально могут привести к снижению себестоимости конечной продукции за счет повышения эффективности производства и уменьшения энергопотребления в секторах общественного питания и пищевой промышленности.

Влияние западного образа жизни способствует увеличению спроса на пищевые ингредиенты

В Индонезии растет популярность западного образа жизни, в первую очередь среди молодежи. Распространение западного стиля питания, особенно в крупных городах, ведет к росту спроса на фастфуд, снеки и газированные напитки, для производства которых используется крахмал и его модификации.

Рост потребительского спроса на полуфабрикаты

Блюда быстрого приготовления и полуфабрикаты — растущая категория продуктов питания в Индонезии. Это обусловлено увеличением доли городского населения, большим количеством магазинов повседневного спроса и развити-

ем логистики холодových цепей в стране. В период пандемии COVID-19 был зафиксирован рост рынка замороженных продуктов. Потребители стали покупать больше функциональных продуктов питания с длительным сроком хранения. Крахмал часто используется в пищевых продуктах, которые должны быть термостабильными, сохранять устойчивость структуры при замораживании-размораживании и легко растворяться в горячей или холодной жидкости. С ростом популярности полуфабрикатов ожидается увеличение потребления крахмала, поскольку он является важным ингредиентом для сохранения текстуры и качества продуктов питания.

2.3. Торгово-распределительная сеть

В среднесрочной перспективе ожидается расширение потребления крахмалов в традиционных, а также в других секторах, прежде всего в фармацевтике, где крахмал применяют в качестве связующего компонента и наполнителя для таблеток и капсул. Крахмал также добавляют в диетические и протеиновые батончики для повышения их питательной ценности. В долгосрочной перспективе ожидается рост потребления крахмала и его производных в фармацевтическом секторе.

В пищевой и фармацевтической промышленности используются в основном модифицированные виды крахмала, в зависимости от конкретной сферы применения. Предприятия обеих отраслей предпочитают крахмал высокого качества. Индонезийские производители могут обеспечить внутренний рынок продукцией, но при этом сохраняется высокая зависимость от импорта, поскольку отечественные производители кукурузного крахмала пока не могут выпускать продукцию надлежащего качества.

Крупные индонезийские потребители крахмала, такие как Nestle Indonesia, Dua Kelinci (производители продуктов питания и напитков) и Lohjinawi Wijaya, Pakerin (бумажная промышленность), часто импортируют крахмал напрямую от иностранных поставщиков.

Импортёры также поставляют крахмал дистрибьюторам, которые реализуют его на рынке страны. Однако прямой импорт все же доминирует.

В число импортёров крахмала входят компании Caraka Deli Mustika Jaya, Surya Kartika Chandra, IMCD Indonesia и DPO Indonesia. Кроме того, как импортёры, так и производители, осуществляющие прямой импорт, работают с несколькими видами продукции в рамках одной категории. Например, IMCD Indonesia импортирует кукурузный и картофельный крахмал, а Nestle Indonesia и Pakerin — маниоковый.

Пищевая промышленность

Данный сектор является самым крупным потребителем крахмала в Индонезии. Крахмал часто используется в пищевой промышленности как загуститель, стабилизатор и ингредиент, придающий конечному продукту требуемую текстуру. Потребителями крахмала являются домохозяйства, сектор общественного питания и предприятия пищевой промышленности.

Budi Starch & Sweetener

Одна из крупнейших агропромышленных групп в Индонезии. Компания занимается изготовлением маниокового крахмала и его производных, включая подсластители, такие как глюкозно-фруктозный сироп.

Сайт: www.budistarchsweetener.com

Dua Kelinci

Компания, производящая широкий ассортимент продуктов питания, включая арахис с различными вкусами, пластовой арахис и другие снеки.

Сайт: www.duakelinci.com

Nestlé Indonesia

Ведущая компания по производству упакованных продуктов питания, напитков, молочной продукции, кофе и кондитерских изделий.

Сайт: www.nestle.co.id

Целлюлозно-бумажная промышленность

Крахмал широко используется в производстве бумажной продукции, например в качестве связующего компонента, агента для повышения прочности изделий в сухом состоянии, а также в процессе гофрирования.

Pakerin

Ведущий производитель промышленно-технической бумаги в Индонезии. Продукция включает коробки и широкий ассортимент упаковочных материалов для промышленных и потребительских товаров.

Сайт: www.pakerin.co.id

Pindo Deli Pulp and Paper Mills

Филиал компании Asia Pulp & Paper (APP) Sinar Mas, одного из ведущих производителей целлюлозно-бумажной продукции в стране.

Сайт: www.asiapulppaper.com

Lohdjiwawi Widjaya

Один из ведущих производителей бумаги, расположенный в Батанге (Центральная Ява). В ассортименте — оклеечная бумага и бумага для гофрирования.

Сайт: www.loyapaper.com

Фармацевтическая промышленность

Доля фармацевтического сектора в общем объеме потребления крахмала и инулина в стране пока сравнительно невелика, но активно растет. Крахмал используется как связующее и вспомогательное вещество в таблетках и капсулах, инулин — для улучшения качества выпускаемой продукции.

Kimia Farma

Государственная компания, находящаяся в управлении более крупной группы Biofarma PT. Это первая фармацевтическая компания в стране, которая работает по принципу «полного цикла» — от производства и дистрибуции до розничной торговли.

Сайт: www.kimiafarma.co.id

Dexa Medica PT

Одна из крупнейших индонезийских фармацевтических компаний, которая строит свой бизнес на основе этических принципов, честности, доверия и ответственности. Предлагает широкий ассортимент безрецептурных препаратов.

Сайт: www.dexagroup.com/dexa-medica

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

В основном на торговых площадках Индонезии представлен крахмал отечественных брендов, но определенные категории продукции импортируются. Например, кукурузный крахмал на индонезийском рынке в основном импортный. Крупные компании, такие как Budi Starch & Sweeteners и Sorini Agro Asia Corporindo, при поддержке компании Cargill выпускают крахмал и его производные в стране и напрямую поставляют свою продукцию клиентам в различных отраслях. Эти производства в основном сосредоточены на Яве и Суматре, где есть доступ к сырью.

Импортеры и дистрибьюторы, например IMCD Indonesia, имеют широкую сеть дистрибуции по всей стране с головным офисом в Джакарте. Также у этих компаний нередко есть собственные научно-исследовательские центры и специализированные площадки, где для клиентов могут проводиться прикладные исследования по ассортименту продукции.

Ведущие компании на рынке крахмала и инулина в Индонезии

Budi Starch and Sweeteners



Одна из крупнейших агропромышленных групп в Индонезии; работает на рынке страны с 1947 г. Компания имеет 16 заводов, расположенных на островах Ява, Сулавеси и Суматра.

Сайт: www.budistarchsweetener.com

Sorini Agro Asia Corporindo



С 2010 г. является дочерней компанией Cargill. Штаб-квартира расположена в городе Маланг. Компания активно расширяет свое производство крахмала в соответствии с растущими потребностями рынка.

Сайт: www.cargill.co.id

Tereos FKS



Одно из первых предприятий по мокрому помолу кукурузы в Индонезии. Компания имеет долю 20% на рынке кукурузного крахмала в стране. Мощности Tereos FKS по помолу кукурузы составляют 24 тыс. тонн, по производству глюкозного сиропа — 7 тыс. тонн, мальтодекстрина — 2 тыс. тонн.

Сайт: www.tereosfks.com

Bumi Sari Prima



Производитель крахмала, стратегически расположенный на северо-востоке Суматры, в непосредственной близости от основного источника сырья. Вырабатывает нативный крахмал для целлюлозно-бумажной, пищевой и текстильной отраслей промышленности.

Сайт: www.bumisariprima.com

Starch Solution Internasional



Крупнейший производитель модифицированного крахмала в Индонезии. Специализируется на производных продуктах путем изменения характеристик нативного крахмала в соответствии с требованиями заказчика.

Сайт: www.starch-solution.com

Ведущие компании-импортеры крахмала и инулина в Индонезии

Dua Kelinci



Импортер маниокового крахмала, а также производитель чипсов, снеков, орехов, семечек и сухофруктов в Индонезии. Экспортирует продукцию в страны Азии, Австралии, Африки, Ближнего Востока, Европы и Северной Америки.

Сайт: www.duakelinci.com

Nestle



Широко представлена в Индонезии, имеет более 20 брендов, 12 офисов продаж и 4 дистрибьюторских центра, расположенных по всей стране. У компании есть 3 завода: в Кеджайане (Восточная Ява) по производству молочных продуктов (бренды Dancow и Bear Brand); в Панджанге (провинция Лампунг) по производству растворимого кофе Nescafe; в Караванге (Западная Ява) по производству продукции брендов Dancow, Milo и Cerelac.

Сайт: www.nestle.co.id

Indomilk



Дочерняя компания Indofood, входит в тройку ведущих индонезийских компаний молочной промышленности. Ассортимент продукции включает ультрапастеризованное, сгущенное молоко и другие продукты.

Сайт: www.indomilk.com

IMCD Indonesia



Ведущий дистрибьютор пищевых ингредиентов, располагает сетью офисов и складов, что обеспечивает присутствие во многих регионах страны. Благодаря надежной цепочке поставок и долгосрочным партнерским отношениям с ведущими игроками отрасли IMCD Indonesia занимает прочные позиции на рынке.

Сайт: www.imcdgroup.com

Требования и стандарты на продукцию



Э

Содержание



3.1.

Требования к производителям

3.3.

Требования к упаковке

3.2.

Требования к маркировке

3.1. Требования к производителям

Регистрация продукта

Все пищевые продукты, предназначенные для розничной продажи в Индонезии, должны пройти регистрацию и получить специальный сертификат, подтверждающий соответствие требованиям к безопасности, качеству, пищевой ценности и маркировке продовольственных товаров. Подробности процедуры регистрации изложены в регламенте № 27/2017 «[Регистрация обработанных пищевых продуктов](#)», разработанном Управлением по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов Индонезии (BPOM). Кроме того, требования к пищевым продуктам регулируют следующие законодательные акты:

- [Закон № 36/2009 «О здоровье»](#);
- [Закон № 8/1999 «О защите прав потребителей»](#);
- [Закон № 18/2012 «О пищевых продуктах»](#);
- [Постановление Правительства № 69/1999 «О маркировке и рекламе продуктов питания»](#).

Разрешение следует оформлять на все импортируемые обработанные пищевые продукты, сырье, пищевые добавки и ингредиенты при каждой поставке или каждые шесть месяцев (если поставки осуществляются чаще). Для получения разрешения необходимо подать онлайн-заявку через электронную систему [e-BPOM](#). Регистрационный номер (ML) действителен в течение пяти лет.

ВАЖНО! Регистрация действительна только для продуктов, предназначенных для розничной продажи, включенных в заявку и получивших одобрение. Продукты с измененным или новым составом должны регистрироваться отдельно. Изменения названия, объема/массы фасовки, маркировки, дизайна, материала упаковок и этикеток, адреса производителя также требуют особой регистрации.

Регистрация должна осуществляться местной компанией-агентом или импортером. От экспортера потребуются подробная информация о продукции, а также ее образцы. Предусмотрены три типа регистрации: новая регистрация, внесение изменений в данные о продукте и перерегистрация (проводится в период от 6 месяцев до 10 дней до окончания срока действия действующей регистрации).

Экспортер должен предоставить следующие документы:

- идентификационный номер импортера (API) и лицензию на коммерческую деятельность (SIUP);
- письмо от производителя о назначении продукции, которое может быть отправлено в BPOM как напрямую, так и индонезийским импор-

Требования и стандарты на продукцию

тером. Документ должен быть надлежащим образом переведен и нотариально заверен, а также сопровождаться свидетельством, что компания действует в своей стране (например, сертификатом торговой палаты);

- сертификаты GMP, HACCP и/или ISO 22000, выданные организациями, аккредитованными в стране экспортера;
- сертификат свободной продажи (FSC), выданный компетентным органом страны экспортера.

Для регистрации следует предоставить следующую информацию о продукте:

- используемые производственные процессы;
- срок годности;
- производственный код;
- макет этикетки;
- изображение продукта с указанием информации на этикетке;
- результаты лабораторных исследований.

Дополнительно могут предоставляться следующие документы:

- свидетельство на товарный знак (при наличии в маркировке знаков ™ или ®);
- сертификат Национального стандарта Индонезии (SNI) (для продуктов, обязательных для получения SNI, или с соответствующим логотипом на этикетке);
- сертификат органического происхождения (для продуктов с логотипом органического происхождения на этикетке);
- информация об облучении (для облученных продуктов).

Дополнительные требования при экспорте в Индонезию могут выдвигаться конечными покупателями и включать в себя такие документы, как подтверждение происхождения товара, описание технологии производства и используемых материалов, подтверждение отсутствия ГМО и др.

Помимо пищевой сертификации для поставок в Индонезию необходимо также пройти сертификацию «Халяль». Согласно [Закону № 33/2014](#) «Об обеспечении качества халяльной продукции», под эгидой Министерства по делам религий (MORA) было создано новое Агентство по обеспечению качества халяльной продукции (BPJPH), которое имеет право выдавать и отзывать сертификаты на использование маркировки «Халяль» на продуктах питания.

В соответствии с законодательными актами Индонезии, иностранные предприятия должны размещать маркировку «Халяль» на всех продуктах, которые получили соответствующий сертификат. Сертификация импортной продукции может проводиться аккредитованным иностранным органом. Импортная продукция должна иметь логотип Халяль с регистрационным номером, полученный от ВРПРН, а также индивидуальный логотип зарубежного органа по сертификации. С полным перечнем органов по сертификации можно ознакомиться по [ссылке](#).

3.2. Требования к маркировке

Требования к маркировке пищевых продуктов изложены в [Законе о пищевых продуктах № 18/2012](#). Также [Положение ВРОМ № 31/2018](#) регулирует требования к маркировке обработанных пищевых продуктов.

Импортируемые продукты должны иметь маркировку на индонезийском языке до прибытия в страну. Важно отметить, что маркировка продукции является одним из требований, которые необходимо выполнить при регистрации продукта в ВРОМ, то есть предоставить финальную версию маркировки.

Маркировка пищевой продукции должна содержать следующую информацию: название продукта; список ингредиентов; вес нетто или объем нетто; название и адрес производителя или импортера; логотип Халяль (если применимо); дата и/или коды производства; срок годности; регистрационный номер ВРОМ (ML для импортируемых пищевых продуктов; MD для внутренних продуктов питания); информация о пищевых ингредиентах.

Дополнительные требования в части маркировки о ее соответствии обязательным стандартам SNI. Импортируемые товары и любая другая продукция, на которые распространяется действие обязательных стандартов, должны иметь дополнительную отметку (SNI) в части маркировки с целью информирования о соответствии национальным стандартам Индонезии.

Со списком обязательных стандартов можно ознакомиться на [сайте](#) Национального агентства по стандартизации Индонезии.

3.3. Требования к упаковке

Индонезия определяет упаковку для пищевых продуктов как материал, используемый для хранения и/или упаковки пищевых продуктов, независимо от того, соприкасается ли она непосредственно с пищевыми продуктами или нет. Индонезия запрещает использование розничной упаковки пищевых продуктов, в которой используются материалы, которые запрещены или могут выделять загрязняющие вещества, вредные для здоровья человека. В [Положении ВРОМ № 20/2019](#) перечислены разрешенные и запрещенные материалы для упаковки пищевых продуктов.

Особенности и барьеры входа на рынок





Содержание

4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Для экспортного таможенного оформления продукции из России необходимы следующие документы:

- коммерческий инвойс (Commercial Invoice);
- упаковочный лист (Packing List);
- сертификат происхождения (Certificate of Origin);
- качественное удостоверение на продукцию (Certificate of Analysis);
- коносамент/CMR (Bill of Lading/SWB/CMR).

В зависимости от требований конкретного клиента, на крахмал могут потребоваться следующие документы:

- паспорт безопасности (MSDS);
- сертификат здоровья (Health Certificate);
- фумигационный сертификат (Fumigation certificate);
- экспортная декларацию (Export declaration);
- сертификат «Халяль»/ (Halal certificate) по системе MUI;
- электронное уведомление об отслеживании груза (ECTN — Electronic Cargo Tracking Note);
- предотгрузочное тестирование на соответствие качеству (Pre-shipment testing);

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

У России не подписано соглашение о свободной торговле с Индонезией, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО. Ставки ввозных таможенных пошлин для российского крахмала в Индонезии довольно низкие и в среднем состав-

ляют от 5 до 10%. Индонезия отменила ввозные таможенные пошлины примерно на 99% всех товаров торговых партнеров АСЕАН в соответствии с Соглашением о зоне свободной торговли АСЕАН (AFTA)⁹.

Табл. 14. Ставки ввозных таможенных пошлин Индонезии в отношении продукции кода ТН ВЭД 1108 (крахмал; инулин)

Код ТН ВЭД	Наименование позиции	РНБ, %	АСЕАН, %	Китай, %
1108 11	Крахмал: пшеничный	5	0	0
1108 12	Крахмал: кукурузный	10	0	0
1108 13	Крахмал: картофельный	5	0	0
1108 14	Крахмал: маниоковый	10	0	0
1108 19	Крахмал: прочий	5	0	0
1108 20	Инулин	5	0	0

Источник: [ITC Market Access Map](#) и [Генеральный директорат таможи и акцизов Республики Индонезия](#)

Нетарифные барьеры

Выход на рынок Индонезии требует высокого уровня гибкости и знания местных условий, так как правительство страны часто прибегает к усилению ряда нетарифных барьеров. Новые правила внедряются часто и непредсказуемо, что может создать сложности для экспортеров.

Проблемы с охраной торговых марок

В Индонезии существует ряд проблем по защите интеллектуальной собственности. В частности, местные судьи часто не имеют опыта разрешения споров в области патентного права и прав на товарные знаки. Кроме того, базы патентов и товарных знаков в стране не полностью компьютеризированы.

НДС по состоянию на 2024 г. составляет 11%, в соответствии с законом «О гармонизации налогового регулирования» («Undang-Undang tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan»).

⁹ Члены АСЕАН: Бруней-Даруссалам, Королевство Камбоджа, Республика Индонезия, Лаосская Народно-Демократическая Республика, Малайзия, Республика Союз Мьянма, Республика Сингапур, Королевство Таиланд и Социалистическая Республика Вьетнам

Организация экспортных поставок

5

5.1. Логистика

Рис. 21. Доставка крахмала и инулина из России в Индонезию



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

Существует несколько логистических путей доставки продукции из России в Индонезию:

1) Морская перевозка. Этапы и варианты:

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

2) Авиаперевозка.

Морская перевозка

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

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

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

Перевозка в порт отправления может осуществляться в контейнерах (авто- или ж/д транспортом) либо в автомобилях (фурах). С учетом действующего законодательства вместимость одного грузовика составляет порядка 20 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три фуры в два контейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к портам, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории России.

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

Вместимость одного 40-футового морского контейнера составляет до 28 тонн брутто. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России для доставки тяжелого контейнера можно использовать либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Коробки размещаются в контейнере без палет.

Контейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к перевозке конкретного продукта (процедура прохождения Pre Trip Inspection, PTI).

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

Во избежание дополнительных финансовых расходов рекомендуется заблаговременно разместить букинг на судно. Каждая морская линия имеет свое расписание и будет лучше, если экспортер заранее с ним ознакомится и забронирует место на выбранном им судне. Это поможет снизить риски возникновения расходов за хранение на СВХ в ожидании погрузки.

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение груз перевозится на палетах. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Оптимальная логистическая схема дальнейшей отгрузки товара в контейнерах — три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах.

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

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

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилей (ставка устанавливается обычно за палету);

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

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

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

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

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

При перевозках через порт Владивосток, в связи с удаленностью основных мест производства кукурузного крахмала, используется доставка в порт отправления железнодорожным транспортом.

Морская перевозка

Основные порты для доставки сухих грузов в Индонезию:

- порт Джакарта (Jakarta);
- порт Панжанг (Panjang);
- порт Сурабайя (Surabaya).

В связи с санкционной политикой в отношении России, единственной судоходной линией, которая осуществляет перевозки из портов Санкт-Петербург, Новороссийск и Владивосток в указанные порты, является линия [MSC](#).

В связи с расположением основных мест производства крахмала и инулина на юге России (Краснодар, Ростов, Волгоград), коммерческого смысла рассма-

тривать порты Владивосток и Санкт-Петербург, как возможные порты отправки нет.

Табл. 15. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Джакарта (Jakarta)	Панжанг (Panjang)	Сурабая (Surabaya)
Новороссийск	45	44	47

Сроки и стоимость доставки

Табл. 16. Ориентировочная стоимость комплексной доставки сухих грузов в Индонезию

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Волгоград — Новороссийск — Джакарта	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	5 720	27	0,21	50-55
Волгоград — Новороссийск — Панжанг	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	5 720	27	0,21	50-55
Волгоград — Новороссийск — Сурабая	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	5 720	27	0,21	50-55
Ростов — Новороссийск — Джакарта	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	4 650	27	0,17	50-55
Ростов — Новороссийск — Панжанг	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	4 650	27	0,17	50-55
Ростов — Новороссийск — Сурабая	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	4 650	27	0,17	50-55
Краснодар — Новороссийск — Джакарта	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	4 100	27	0,15	50-55
Краснодар — Новороссийск — Панжанг	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	4 100	27	0,15	50-55

Продолжение табл. 16.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Краснодар — Новороссийск — Сурабая	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	4 100	27	0,15	50-55

Примечание. Указаны действующие на 16 ноября 2023 г. ставки. В ставки включены все необходимые расходы, такие как: наземная доставка контейнера с грузом весом до 27 тонн нетто, фрахт, таможенное оформление, внутривозное экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения. Ставки рассчитаны по курсу 89,46 руб. за 1 долл. США.

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза. Также стоит отметить, что издержки грузоотправителя при авиадоставке зачастую оказывается выше, чем при перевозках морским транспортом в пересчете на 1 кг веса груза.

Основные международные аэропорты Индонезии:

- Сукарно-Хатта (г. Джакарта);
- Джуанда (г. Сурабая);
- Эль-Тари (г. Купанг) и другие.

Перевозка осуществляется на основании авианакладной и облагается НДС по ставке 0%.

Перед выпуском авианакладной груз проходит финальное взвешивание и данные после взвешивания указывают в транспортном документе. Стоит отметить, что в случае корректировки веса груза будет произведена и корректировка авиафрахта, который рассчитывается на основании фактических габаритных и весовых характеристик груза.

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

Таможня

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

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

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

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры, предоставляющие склады накопления и обеспечивающие отправку продукции различными видами транспорта и через различные порты России:
 - [ООО «Суперкарго»](#);
 - [ООО «Галеас»](#).
- 2) Железнодорожные операторы:
 - [ООО «Рефагротранс»](#);
 - [ООО «Дальрефтранс»](#);
 - [АО «РЖД логистика»](#).
- 3) Сюрвейерские компании:
 - [SGS](#);
 - [ГК «ТопФрейм»](#);
 - [IPC Hormann](#).

- 4) Контакты морских линий приведены в разделе «Морская перевозка».

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Экспортеры крахмала и инулина имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для возврата средств обязательно подтверждение факта экспорта на основании следующих документов:

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

Логистические риски

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

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- a) утрата (гибель), недостача либо повреждение всего или части застрахованного груза;
- b) возникновение непредвиденных расходов в виде:
 - расходов и взносов по общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;

- необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая.
- с)** неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- d)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате стихийных бедствий;
- e)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания груза или тушения пожара;
- f)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;
- g)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
- h)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- i)** утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;
- j)** утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) или части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- к)** подмочка груза атмосферными осадками;
- l)** выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;

- m) нарушение температурного режима (влияние температуры) при поломке рефмашины на непрерывный срок не менее 24 часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры (самописцами);
- n) кража, грабеж и/или разбой.

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

Коммерческие риски. Продажа товара на условиях Инкотермс, не включающих ответственность за перевозку товара, не избавляет экспортера/отправителя от рисков по хранению и доставке продукции. Если получатель отказался от груза или судоходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании условий коносамента соответствующие суммы могут быть взысканы с отправителя груза.

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

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В данной ситуации рекомендуется присутствие сюрвейера, контролирующего количество и качество продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

Следует учитывать возможность изменения требований к товаросопроводительным документам или упаковке. При подписании контракта нужно обязательно оговаривать количество оригиналов и копий товаросопроводительных документов. В случае несоответствия последних требованиям, действующим на момент прохождения таможенной очистки в Индонезия, продавцу придется оплачивать демаредж — компенсацию за простой контейнеров и/или вагонов, сумма которой может достигать десятков и даже сотен тысяч долл. США.

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Официальная валюта — индонезийская рупия (далее — рупия). Центральный Банк Индонезии придерживается политики плавающего валютного курса. Осуществлять валютнообменные операции, связанные с внешней торговлей, могут только уполномоченные банки. Центральный банк (ЦБ) Индонезии требует представлять подтверждающие документы для покупки иностранной валюты на сумму, превышающую 25 тыс. долл. США в месяц. Постановление ЦБ Индонезии № 7/14/PBI/2005 устанавливает запреты и ограничения при проведении валютных операций с иностранными контрагентами. Кроме того, исключениями из обязательства участников индонезийского рынка проводить все финансовые операции в рупиях, установленного Постановлением ЦБ Индонезии 17/3/PBI/2015, являются операции в целях международной торговли; международные финансовые операции, при которых либо поставщик, либо получатель финансирования зарегистрированы за рубежом и пр.

Вывоз из Индонезии более 100 млн рупий за один раз требует предварительного разрешения ЦБ Индонезии. Лица, ввозящие более 100 млн рупий, должны задекларировать эту сумму (Постановление № 18/19/PBI/2016).

Для перевода иностранной валюты из Индонезии на сумму более 10 млрд рупий или их эквивалента в иностранной валюте отправитель должен предоставить документы, подтверждающие личность отправителя и получателя, а также цель такого перевода (Постановление № 18/10/PBI/2016).

Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций

Требования Индонезии по предоставлению документации достаточно сложны. Для уточнения информации по конкретным требованиям рекомендуется обращаться к местным брокерам. К основным документам, необходимым экспортерам при осуществлении валютно-финансовых операций при организации поставок в Индонезию, относятся:

- 1) Проформа инвойс
- 2) Коммерческий инвойс
- 3) Сертификат происхождения
- 4) Коносамент
- 5) Упаковочный лист
- 6) Страховое свидетельство

- 7) Лицензия на импорт и идентификационный номер импортера. Если импортер намерен импортировать товар без импортной лицензии, то ему необходимо подать заявление на получение специального разрешения на импорт без API в Министерство торговли Индонезии.
- 8) Дополнительно — сертификаты соответствия для пищевой продукции, семян и пр.

Для открытия банковского счета иностранной компании необходимо представить в банк ряд документов, включая:

- 1) Сведения из Координационного инвестиционного совета Индонезии (ВКРМ), который выполняет функцию «единого окна» для иностранных компаний.
- 2) Налоговый домициль.
- 3) Идентификационный номер налогоплательщика.
- 4) Паспорта акционеров.
- 5) Лицензию (разрешение) на ведение бизнеса.
- 6) Документ, подтверждающий учреждение компании.

Особенности практик применения вариантов взаиморасчетов

Процедуры платежей и поставок по внешнеторговым сделкам регулируются Постановлением Правительства Индонезии № 29/2017 «О методах оплаты и доставки товаров при экспортно-импортной деятельности». Согласно Постановлению от № 29/2017, оплата импортируемых в Индонезию товаров может осуществляться через механизм встречной торговли либо иными способами. При этом оплата по «некоторым импортируемым товаров» должна осуществляться только через механизм встречной торговли и только на основе условий поставки FOB.

К «некоторым товарам» могут относиться, в том числе, продукты питания и напитки, косметика, традиционные медикаменты и проч. (см. Постановление (Regulation) Министерства торговли № 87/M-DAG/PER/10/2015). Необходимо иметь в виду, что в 2021 г. [вышло](#) Постановление Министерства Торговли №18, вводящее, среди прочего, запрет на импорт сахара и риса.

Под встречной торговлей понимается метод, при котором продавец должен импортировать определенное количество товара в обмен на определенное количество своего экспортируемого товара. Такая процедура может быть реализована в форме бартера, встречной покупки, обратного выкупа и взаимозачета.

Помимо встречной торговли наиболее распространенные варианты оплаты внешнеторговых сделок с индонезийскими контрагентами включают:

- 1) Аккредитивы. Безотзывные аккредитивы — один из наиболее защищенных методов оплаты.
- 2) Авансовые платежи наличными.
- 3) Расчеты по открытому счету.
- 4) Инкассо.
- 5) Консигнации.

Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Среди крупных и надежных банков Индонезии возможно выделить следующие.

Табл. 17. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций.

Банк	Описание	Сайт
Bank Rakyat Indonesia	Основан в 1895 г., один из крупнейших в Индонезии по размеру активов. Находится в государственной собственности.	www.bri.co.id
Bank Mandiri	Основан в 1998 г., второй по объему активов банк Индонезии, принадлежит государству. Имеет подразделения в Лондоне, Гонконге, Шанхае и других финансовых центрах	https://bankmandiri.co.id
Bank Central Asia	Основан в 1955 г., крупнейший частный банк Индонезии.	www.bca.co.id
Bank Negara Indonesia	Основан в 1946 г. Находится в государственной собственности, имеет подразделения в Токио, Гонконге, Лондоне, Нью-Йорке и других международных финансовых центрах.	www.bni.co.id

5.3. Формы присутствия на рынке

Индонезия — перспективный, но весьма сложный рынок. При ведении бизнеса иностранный инвестор может столкнуться с бюрократией, правовой неопределенностью, серьезными логистическими затратами и национальной спецификой ведения бизнеса. При этом отмечается политическая стабильность и суще-

ственный прогресс в совершенствовании законодательства и либерализации рынка. Страна открыта для прямых иностранных инвестиций в большинстве секторов, а также предлагает налоговые льготы¹⁰ (при условии передачи технологий, внедрения инноваций, развития инфраструктуры) в определенных отраслях и регионах страны с особым статусом экономических зон.

При создании бизнеса в Индонезии важно учитывать следующие аспекты:

- специфику бизнеса — направление деятельности, страну регистрации юридического лица, наличие торговых соглашений;
- местонахождение компании — в силу региональных особенностей и правил регистрации рекомендуется обратиться за консультацией к местному специалисту;
- региональный язык — помимо индонезийского языка (бахаса индонезия) в стране говорят более чем на 700 региональных языках, среди которых преобладают яванский, сунданский, минангкабау и муси.

Среди существующих форм бизнеса для иностранного инвестора актуальны следующие:

- иностранная инвестиционная компания (Penanaman Modal Asing);
- иностранное представительство.

В отличие от других стран, которые разрешают иностранным компаниям создавать дочерние компании, филиалы и представительства, в Индонезии действуют свои правила. Здесь иностранные компании могут создать либо компанию с ограниченной ответственностью с иностранным участием, либо компанию с ограниченной ответственностью через совместное предприятие с индонезийскими партнерами. Филиал как форма собственности предприятия законодательно не предусмотрена.

Регистрация бизнеса в Индонезии

Наиболее распространенной организационно-правовой формой ведения бизнеса в Индонезии является компания с ограниченной ответственностью — Perseroan Terbatas (PT). Создание структуры, полностью принадлежащей иностранной компании, регулируется двумя основными законами:

- [Законом № 25 от 2007 г. «О капитальных вложениях»](#);
- [Законом № 40 от 2007 г. «О компаниях с ограниченной ответственностью»](#).

Если первый закон устанавливает условия инвестирования в страну, размер

¹⁰ [Постановление Правительства № 78 от 2019 г. о льготах по уплате налога на прибыль](#)

уставного капитала и требования к иностранным инвесторам, то второй определяет процедуру регистрации компании в Индонезии.

Для регистрации компании с ограниченной ответственностью необходимо сначала получить разрешение на ведение торговой деятельности, особенно в контролируемых отраслях. Следует иметь в виду действующие ограничения и запреты¹¹. Если компания находится в полной иностранной собственности, действуют специальные положения о продаже долей до определенного процента индонезийскому гражданину или юридическому лицу в течение установленного срока. Иностранные инвесторы не обязаны следовать этому требованию, если компания создается как совместное предприятие с участием местного капитала. Основными этапами регистрации являются следующие:

- получение разрешения на регистрацию названия компании в банке;
- нотариальное заверение уставных документов;
- утверждение устава в Министерстве юстиции и прав человека;
- получение сертификата о местонахождении управляющей компании и индонезийской компании;
- подача заявления на получение постоянной лицензии на ведение коммерческой деятельности;
- получение свидетельства о государственной регистрации компании;
- регистрация в Министерстве труда, фонде социального страхования, фонде медицинского страхования и получение номера налогоплательщика. Процесс регистрации, который занимает 2–3 месяца, значительно упрощает онлайн-система «единого окна» на бизнес-портале Plato.

Совместное предприятие (СП) — форма организации бизнеса с иностранными инвестициями. Создается на основе партнерства между иностранными и индонезийскими инвесторами при совместном участии в вопросах управления, распределения прибыли и покрытия убытков. СП чаще всего открывается с местным бизнес-партнером, который может предложить каналы сбыта и знание рынка. При выборе данного варианта необходимо зарегистрировать лицензию для бизнеса, получить разрешение и назначить руководителя.

Представительство — еще одна форма, позволяющая иностранной компании вести бизнес в Индонезии. Однако иностранное юридическое лицо не сможет заниматься торговлей и коммерцией, поскольку деятельность представительства ограничивается действиями от имени головной компании. Для открытия представительства необходимо предпринять следующие шаги:

- 1) Подать заявление в Координационный совет по инвестициям Индонезии ([ВКРМ](#)).

¹¹ Перечень закрытых для иностранного капитала отраслей см. [по ссылке](#).

- 2) Получить статус резидента (домициль).
- 3) Зарегистрироваться в Налоговой службе.
- 4) Зарегистрироваться в Реестре юридических лиц.

Каждая из возможных форм организации бизнеса имеет свои ограничения, преимущества и недостатки, которые кратко изложены ниже.

Табл. 18. Организационно-правовые формы бизнеса в Индонезии

Форма	Основные требования	Преимущества	Недостатки	Кому подходит
Иностранная инвестиционная компания (PT PMA)	<p>Учредители (минимальный состав):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 акционера (допускаются физические и/или юридические лица); • 1 управляющий (может быть нерезидентом); • 1 директор (должен проживать в Индонезии). <p>Уставной капитал: 10 млрд индонезийских рупий (700 тыс. долл. США) с обязательным условием оплаты 25%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 100%-ный контроль со стороны зарубежного инвестора • Регистрация продуктов под имеющееся название или бренд 	<ul style="list-style-type: none"> • Не все перспективные отрасли открыты для регистрации бизнеса • Требования к налоговой отчетности 	Иностранные инвесторы, которым требуется полный контроль над компанией
Местная компания (PT PMDN)	<p>Учредители (минимальный состав):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 акционера (резиденты); • 1 управляющий (резидент); • 1 директор (директору-иностранцу нужен ИНН). <p>Уставной капитал: требования ниже, чем для PT PMA, и зависят от сферы деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Разрешены многие виды бизнеса • Ускоренная процедура регистрации • Отсутствие ограничений в «негативном» списке 	<ul style="list-style-type: none"> • Нельзя привлечь иностранный капитал • Важные решения одобряются собранием акционеров 	Инвесторы-резиденты без иностранного капитала

Продолжение табл. 18.

Форма	Основные требования	Преимущества	Недостатки	Кому подходит
Представительство	<p>Учредители: нет требований по акционерам и директору.</p> <p>Капитал: разрешено 100%-ное участие иностранного капитала</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Присутствие на местном рынке без требований к уставному капиталу • Минимальные административные расходы на стадии становления 	<ul style="list-style-type: none"> • Запрещена любая коммерческая деятельность • Деловая активность ограничена функцией местного представителя и маркетинговыми исследованиями 	Зарубежные компании, ставящие задачу исследования и мониторинга рынка с перспективой выхода на рынки Индонезии

Продажи через агента или дистрибьютора

Если компания не хочет самостоятельно вести бизнес в Индонезии, можно привлечь местного агента или дистрибьютора. Это особенно подходит экспортерам, которые только осваивают индонезийский рынок и/или имеют ограниченные средства для продвижения бренда и маркетинговых коммуникаций. Агенты и дистрибьюторы предоставляют доступ к своим проверенным каналам сбыта товаров. Они также помогут оперативно реагировать на изменения рынка и отслеживать обновления в нормативной базе. Ключевое отличие агентов от дистрибьюторов заключается в том, что первые отвечают лишь за продажи и развитие сбытовой сети, но не несут ответственности за товар. Агенты передают компаниям-экспортерам заказы клиентов, обеспечивают доставку товара и получение платежа, получая комиссию от объема продаж. Дистрибьюторы же принимают на себя ответственность за товар, покупают, а затем перепродают его в Индонезии, оплачивают хранение и реализацию товара. Они покрывают свои расходы и получают прибыль, добавляя маржу к стоимости товара.

Агент действует на основании свидетельства о регистрации STP (Surat Tanda Pendaftaran), которое выдается Министерством торговли Индонезии¹² на два года с возможностью пролонгации. Агентское соглашение между принципа-

¹² Подробнее о процедуре выдачи свидетельства о регистрации агента/дистрибьютора товаров см. <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=14b90ae8-5efd-4f35-9a69-6f08e37b72c3>

лом и агентом должно быть нотариально заверено в стране происхождения принципала и легализовано индонезийским торговым атташе или аналогичным уполномоченным представителем из индонезийского посольства в стране происхождения принципала.

Для рационального выбора агента/дистрибьютора в Индонезии целесообразно выполнить следующее:

- проверить бизнес-лицензию потенциального партнера и убедиться, что предлагаемые услуги находятся в ее рамках;
- проверить показатели коммерческой деятельности потенциального партнера (сеть и объем продаж, охват рынка, штат сотрудников по продажам);
- провести независимый аудит потенциального партнера — проверить юридический статус компании, ее текущее финансовое положение, сведения о поставщиках и конкурентах, ознакомиться с отзывами клиентов;
- выяснить, имеет ли потенциальный партнер опыт в соответствующей сфере, обладает ли достаточными знаниями и навыками работы с товарами и рынком, представлял ли аналогичную продукцию прежде, может ли помочь в вопросах маркетинговых коммуникаций;
- уточнить, может ли потенциальный партнер оказать профессиональное содействие в решении логистических задач и сертификации продукции. Также много полезной информации представлено в Пошаговой инструкции для регистрации бизнеса в Индонезии — [Step-by-Step Guide to Register a Business in Indonesia 2021](#) и обзоре Всемирного банка по Индонезии — [Doing Business 2020 Indonesia](#).

5.4. Защита интеллектуальной собственности

При осуществлении экспортных поставок рекомендуется оперативно зарегистрировать права на интеллектуальную собственность в Индонезии, чтобы закрепить конкурентные преимущества и обеспечить соблюдение своих прав в этой сфере.

В Индонезии был принят ряд законов о патентах, авторских правах, товарных знаках и промышленных образцах в части выполнения обязательств по международным договорам. Страна является членом Всемирной торговой организации (ВТО), Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) и участником Протокола к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков. [Мадридская система](#) позволяет защищать товарный знак сразу в нескольких государствах путем подачи одной заявки в национальное ведомство.

Основными международными договорами Индонезии по охране интеллектуальной собственности являются следующие:

- Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), устанавливающее международные стандарты для признания и защиты основных объектов интеллектуальной собственности;
- Бернская конвенция, касающаяся охраны авторского права;
- Договор о патентной кооперации, предусматривающий общую систему подачи патентных заявок;
- Парижская конвенция, регулирующая охрану промышленной собственности.

Индонезия также является участником Программы АСЕАН по сотрудничеству в области патентной экспертизы ([ASPEC](#)). Региональная программа включает девять государств Юго-Восточной Азии и предполагает оптимизацию патентного поиска и экспертизы по любой международной заявке. Патентный поиск в Программе ASPEC является бесплатным, информация доступна на английском языке [на сайте](#).

Регистрация прав интеллектуальной собственности в Индонезии

Защита товарных знаков в Индонезии¹³ обеспечивается [Законом № 20 от 2016 г. «О товарных знаках и наименованиях мест происхождения товаров»](#). Помимо традиционных знаков, таких как слова, символы, изображения и логотипы, закон охватывает и нетрадиционные товарные знаки — трехмерные объекты, цветовые решения, звуки, голограммы и их комбинации для распознавания продукции или самой компании.

Охрана товарных знаков осуществляется путем регистрации по принципу «первый, подавший заявку». В случае возникновения спора между двумя компаниями по поводу товарного знака тот, кто первым подал заявку на регистрацию, как правило, имеет преимущественные права, независимо от того, кто разработал или первым использовал этот знак. Поэтому для получения права на исключительную охрану товарный знак должен быть зарегистрирован в Индонезии. Для этого необходимо подать заявку вместе с описанием дизайна товарного знака в Генеральный директорат по правам интеллектуальной собственности (DGIP). С 17 августа 2019 г. все заявки подаются через [онлайн-систему на сайте DGIP](#).

¹³ Краткое руководство по товарному знаку в Индонезии представлено [на сайте IP Coster](#).

Основные шаги по регистрации товарного знака:

- 1) **Подбор индонезийского консультанта по вопросам интеллектуальной собственности.** Для подачи заявки в Индонезии иностранному заявителю необходимо прибегнуть к услугам местного представителя по доверенности, поскольку вся процедура ведется на официальном индонезийском языке (бахаса индонезиа) и только местный агент вправе подавать заявку на регистрацию от имени заявителя, постоянно проживающего за пределами Индонезии.
- 2) **Предварительный поиск.** Самостоятельную проверку на тождество и сходство товарного знака можно провести [на сайте DGIP](#) или воспользоваться бесплатной базой данных [TMview для стран АСЕАН](#).
- 3) **Прохождение всех этапов регистрации.** Процесс регистрации состоит из трех обязательных этапов — формальной экспертизы, публикации сведений о заявке в официальном бюллетене и экспертизы по существу.

В процессе **формальной экспертизы** проверяется полнота и правильность заполнения документов по основным требованиям к содержанию заявки:

- дата, месяц и год подачи заявки;
- реквизиты заявителя (наименование, национальная принадлежность, адрес);
- полное имя и адрес доверенного лица (если заявка подается доверенным лицом);
- изображение товарного знака (в формате JPG);
- цвет знака (если запрашиваемый товарный знак содержит элемент цвета);
- классификацию товаров (услуг) и их описание.

Дополнительно могут потребоваться следующие сведения:

- лейблы/образы товарного знака (если таковые имеются);
- оригинал декларации о праве собственности на товарный знак, не требующий легализации;
- заверенные копии оригинала первичной заявки, если заявитель претендует на право приоритета¹⁴;

¹⁴ Право приоритета позволяет правообладателям подавать (в установленные сроки) заявки из стран, присоединившихся к Парижской конвенции по охране промышленной собственности или к Соглашению об учреждении ВТО, на признание даты регистрации товарного знака в стране происхождения датой приоритета в стране назначения, которая также является членом одного из двух соглашений.

- подробные сведения о товарах в соответствии с Ниццким соглашением 1957 г.;
- характеристики трехмерных знаков (если применимо).

На этапе **публикации сведений о заявке** возражения могут быть представлены в течение двух месяцев с момента публикации. Любая заинтересованная сторона имеет право подать возражение. Заявитель может подать встречное заявление (на индонезийском языке) в течение 30 дней с момента получения предварительного отказа в международной регистрации.

При экспертизе заявки по существу проводится проверка на различительную способность и сходство с ранее зарегистрированными знаками, а также на установление приоритета, если он испрашивается. В этом случае необходимо представить в DGIP цветную скан-копию заверенной справки о приоритете в течение трех месяцев с даты подачи заявки. Индонезия, как и Россия, присоединяясь к ВТО, взяла на себя обязательство соблюдать положения ТРИПС о признании приоритета по дате подачи заявки в ведомство страны происхождения.

Действующее законодательство Индонезии прямо предусматривает отклонение недобросовестных заявок и запрещает использование товарных знаков, содержащих элементы, которые могут ввести в заблуждение общественность относительно происхождения, качества, вида, размера и предназначения товаров.

Заявка может касаться сразу нескольких (но не более трех) классов товаров и/или услуг. Однако рекомендуется ограничиться определенным видом товаров, чтобы не столкнуться с задержкой из-за возможного возражения на регистрацию в том или ином классе.

Заявителям, использующим словесные элементы в дизайне товарного знака, следует также рассмотреть вопрос об охране переводов и транслитерации, поскольку в Индонезии помимо официального индонезийского языка (бахаса индонезия) используется ряд других языков и диалектов (например, яванский).

Рассмотрение заявки и экспертиза занимает от 6 до 12 месяцев. Если заявка проходит экспертизу, DGIP выдает свидетельство о регистрации. Срок охраны товарного знака — 10 лет с момента регистрации. Продлить срок правовой охраны товарного знака в Индонезии можно в течение шести месяцев до истечения срока действия регистрации. Подача после истечения срока регистрации также возможна в течение полугода, но требует уплаты дополнительной пошлины.

Мадридская система регистрации товарных знаков

Мадридский протокол вступил в силу в Индонезии с принятием Постановления Правительства № 22 от 2 января 2018 г. о регистрации международных знаков на основе Мадридского соглашения о международной регистрации знаков. Индонезийские владельцы товарных знаков могут использовать Мадридскую систему в качестве альтернативного метода регистрации своих знаков в пределах юрисдикции государств и/или организаций — членов Мадридского протокола. Заявки на регистрацию товарных знаков могут подаваться непосредственно в DGIP или через [Мадридскую систему](#). Эта система позволяет компаниям подавать одну заявку на регистрацию товарного знака на одном языке и уплачивать одну установленную пошлину, которая обеспечивает им правовую охрану во всех странах-участницах. Принимая решение о ввозе в Индонезию своего товарного знака (а в идеале — до подачи заявки на товарный знак в стране происхождения), следует учитывать два аспекта при подаче международной заявки через Мадридскую систему:

- Желательно провести поиск в базе данных международных брендов [Global Brand Database](#), чтобы убедиться, доступен ли выбранный товарный знак для регистрации.
- Допустимые притязания на товары и услуги в разных странах мира могут отличаться. Рекомендуется обратиться к базе данных [Madrid Goods & Services Manager](#), в которой указаны приемлемые претензии в разных юрисдикциях по всему миру.

Правовая охрана товарного знака

Товарный знак представляет собой исключительное право, предоставляемое государством зарегистрированному владельцу на определенный срок для собственных целей или лицензирования других лиц на использование данного права. Владелец товарного знака вправе подать иск о компенсации и запрете использования товарного знака лицом, которое не имеет на него соответствующих прав. За неправомерное использование или подделку товарного знака в Индонезии предусмотрено уголовное наказание (штраф от 155 тыс. долл. США, лишение свободы на срок до 5 лет).

Правовая охрана товарного знака может быть прекращена любыми заинтересованными третьими лицами путем подачи иска в Коммерческий суд Индонезии. Также иск о признании регистрации товарного знака недействительной может быть подан в течение 5 лет с даты регистрации.

Географические указания

В отношении географических указаний Министерством юстиции и прав человека Индонезии было вынесено отдельное Постановление № 12 от 25 июня 2019 г.¹⁵ Иностранное географическое указание может получить правовую охрану в Индонезии при условии, что оно официально признано и/или надлежащим образом зарегистрировано в стране происхождения (копия свидетельства об исключительном праве на географическое указание прилагается к заявке на регистрацию).

Заявка подается от имени иностранного правообладателя его индонезийским представителем. В ней в том числе указывается имя и адрес заявителя, характеристики товара, особенности места происхождения, методов производства и маркировки. Порядок регистрации аналогичен практике регистрации товарных знаков. Правовая охрана географического указания не ограничена во времени и обусловлена качественной связью между товаром и его географическим происхождением.

Особенности защиты интеллектуальной собственности

В Индонезии существует ряд проблем, связанных с обеспечением защиты интеллектуальной собственности:

- Национальные судьи часто не владеют достаточной информацией о правах на товарные знаки и во многом полагаются на заключение DGIP.
- Отстаивание исключительных прав для иностранцев осложняется языковым барьером и особенно наличием ошибок в обязательном переводе документов на индонезийский язык.
- Большинство индонезийцев до сих пор придерживаются норм адата (обширной системы положений обычного права Индонезии). Эти нормы не признают частный сектор и права интеллектуальной собственности. Единственным исключением в принятой юридической практике стало законодательство о товарных знаках, которому правительство уделяет особое внимание.

¹⁵ [European Commission IP Country Factsheet: INDONESIA](#) (Информационный бюллетень Еврокомиссии по охране интеллектуальной собственности в Индонезии)

Советы для предпринимателей

- Необходимо иметь в виду возможность «недобросовестной» регистрации товарных знаков (преднамеренную регистрацию чужого, ранее существовавшего права на объект интеллектуальной собственности). Отмена такой регистрации может быть дорогостоящей процедурой.
- Необходимо помнить о коррупции. Правительство Индонезии предпринимает шаги для решения этой проблемы, но все же стоит обсудить с адвокатом возможные риски при регистрации и защиту прав в органах власти.
- Следует учитывать, что в Индонезии действует принцип, согласно которому регистрацию товарного знака получает при прочих равных условиях тот, кто первым подал заявку.

По вопросам охраны интеллектуальной собственности в Индонезии рекомендуется изучить информацию на сайте Службы поддержки предприятий малого и среднего бизнеса в странах АСЕАН (Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) Intellectual Property Helpdesk — [ASEAN IPR SME Helpdesk](#)).

Продвижение продукции



6



Содержание

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Сотрудничество с надежным агентом/дистрибьютором

Индонезия — непростой рынок для иностранных компаний, где личные отношения очень важны для успешного ведения бизнеса. Поэтому экспортерам рекомендуется выбрать надежного местного партнера, который сможет заниматься регистрацией, импортом и дистрибуцией продукции. Например, компании с лицензией API могут предоставить комплексные услуги по логистике, таможенному оформлению, сертификации и дистрибуции продукции в стране. Кроме того, местные партнеры помогут обеспечить соответствие упаковки и маркировки законодательству Индонезии.

Выход на рынок с перспективными продуктами

Наиболее перспективным для российских экспортеров представляется рынок кукурузного крахмала. Этот вид продукции не производится в стране в промышленных масштабах. В данном сегменте российским экспортерам рекомендуется ориентироваться на крупных производителей в таких отраслях, как пищевая, целлюлозно-бумажная и фармацевтическая промышленность, которые в значительной степени зависят от импортных поставок крахмала.

Продвижение

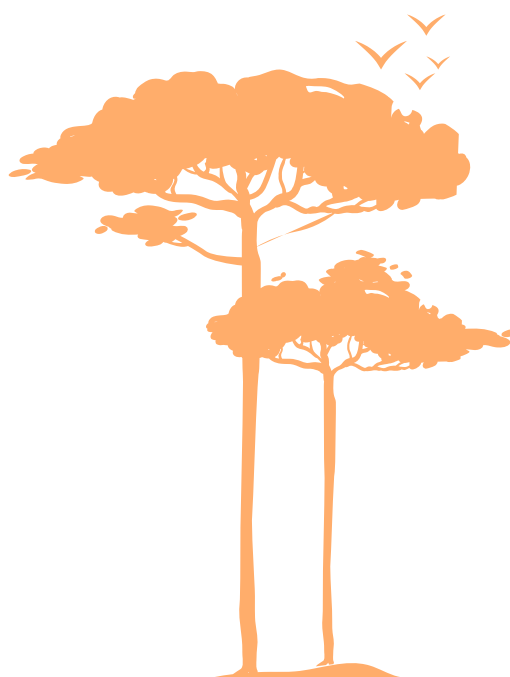
Для производителей, экспортирующих сырьевые товары, важно продвижение и реклама среди местных дистрибьюторов и других представителей B2B канала. Для этого рекомендуется участвовать в международных выставках, специализированных конференциях, проводить презентации предприятий. Это позволит наладить контакты с потенциальными партнерами и быть в курсе рыночных тенденций.

Личные деловые связи

Специфика азиатского региона подразумевает, что личные отношения остаются одним из важнейших факторов для успешного ведения бизнеса. Поэтому компаниям, планирующим экспорт в Индонезию, рекомендуется организовывать личные встречи с потенциальными партнерами, что будет способствовать укреплению взаимного доверия и построению долгосрочных деловых отношений.

6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Inagreentech Выставка экологически чистых продуктов питания и инновационных технологий в сфере сельского хозяйства www.inagreentech-exhibition.net/event-info	Джакарта JIExpo	06-08.03.2024
Food Manufacturing Indonesia Международная выставка пищевых продуктов и ингредиентов https://foodmanufacturing-indonesia.com	Джакарта JIExpo	30.07-01.08.2024
Fi Asia Международная выставка пищевых ингредиентов https://clck.ru/XJ5Ey	Джакарта JIExpo	04-06.09.2024
SIAL Interfood Крупнейшая международная выставка продуктов питания и напитков https://sialinterfood.com	Джакарта JIExpo	13-16.11.2024



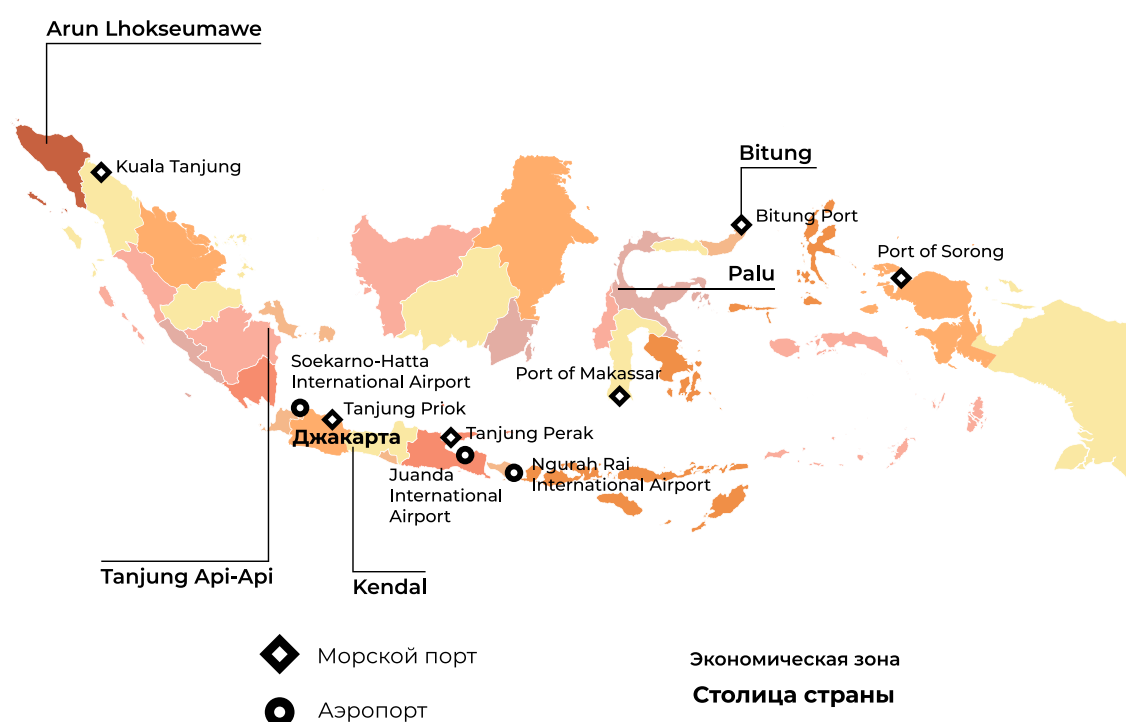
Особые экономические зоны





В Индонезии зарегистрировано 15 особых экономических зон (ОЭЗ) в разных регионах страны, а также 4 зоны свободной торговли. ОЭЗ Индонезии расположены в непосредственной близости к международным торговым морским путям. Они представляют собой индустриальные зоны, предназначенные для промышленной деятельности по переработке продукции и сырья. Также здесь располагаются предприятия АПК, производящие сельскохозяйственное сырье для перерабатывающих предприятий и пищевую продукцию для экспортных поставок. Функции административного управления осуществляет Национальный совет по ОЭЗ Индонезии (КЕК).

Рис. 22. Расположение ОЭЗ в Индонезии



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

Преференции

ОЭЗ Индонезии предлагают следующие преференции своим резидентам:

1) Налоговые преференции

- Нулевой корпоративный налог на 10, 15 и 20 лет при условии инвестиций на около 7, 35 и 70 млн долл. США соответственно;

- Освобождение от уплаты НДС, налога на предметы роскоши и пошлин при экспорте товаров и услуг, произведенных в ОЭЗ;
- Освобождение от налогов на срок до 20 лет при условии стоимости проекта более 1 трлн индонезийских рупий (около 63 млн долл. США). По истечении 20-летнего срока предполагается переход на льготную ставку (пониженную на 50%).

2) Таможенные преференции

- Сырье, материалы и комплектующие, а также оборудование, необходимые для работы компаний в ОЭЗ, освобождаются от ввозных таможенных пошлин в течение двух лет, а производственная техника — в течение четырех лет;
- Если товары производятся в ОЭЗ с использованием не менее 40% отечественных компонентов/ингредиентов — они считаются произведенными в АСЕАН¹⁶. В результате они освобождаются от ввозных таможенных пошлин при реализации на территории Индонезии за пределами ОЭЗ¹⁷ или экспорте в другие страны АСЕАН.

3) Прочие преференции:

- упрощенная процедура регистрации компании и найма иностранных работников;
- минимальные административные барьеры;
- низкая стоимость аренды и покупки земли;
- упрощенный порядок лицензирования иностранных работников;
- получение права долгосрочной аренды (до 75 лет) и застройки земельных участков;
- получение права на владение собственностью и постоянного вида на жительство в Индонезии.

Для российских экспортеров продукции АПК наибольший интерес могут представлять следующие ОЭЗ, ориентированные в том числе на импортную логистику и пищевое производство:

- 1) Arun Lhokseumawe, расположенная в провинции Ачех, специализируется на переработке продукции АПК, нефтехимической промышленности, электроэнергетике. Здесь находится крупнейший морской порт и развитая сеть доков для стоянки торговых судов и промышленных танкеров.

¹⁶ <https://clck.ru/XJ6DX>

¹⁷ <https://clck.ru/XJ6D9>

Портовые сооружения оборудованы холодильными установками для хранения сырья и пищевых продуктов. Это одна из наиболее перспективных и инвестиционно привлекательных ОЭЗ Индонезии, так как находится на пересечении торговых путей стран АСЕАН и Южной Азии по направлению Морского шелкового пути.

- 2) Tanjung Aри-ари ориентирована на каучуковое производство, выработку пальмового масла и нефтехимию. Данная ОЭЗ является довольно привлекательной с точки зрения потенциала АПК (наращивание внешней торговли в регионе) и транспортной доступности (прямая дорога до грузового морского порта). Кроме того, через ее территорию проходит крупнейшая национальная магистраль Палембанг — Танджунг Апи-Апи, которая облегчает транспортировку сырья и готовой продукции по наземной части региона.
- 3) Kendal имеет стратегический инвестиционный потенциал благодаря близости к международному аэропорту Ахмад Яни и крупнейшему международному порту Танджунг Эмас. На территории ОЭЗ расположена зона экспортной обработки, доработки и фасовки продукции.
- 4) Palu в провинции Центральный Сулавеси специализируется на переработке сельхозпродукции, металлургии, логистических услугах. Данная ОЭЗ является перспективным интегрированным логистическим центром с морским портом Пантолоан. Залив Палу, глубокий и широкий, — перспективный маршрут для внутренней и внешней торговли (между городами Калимантана, Сулавеси, Малуку, Папуа и странами АСЕАН).
- 5) Bitung, находящаяся в провинции Северный Сулавеси, ориентирована на рыболовную промышленность, обрабатывающие производства и логистику. Bitung называют торгово-экономическими воротами в страны Азиатско-Тихоокеанского региона, так как расположенный здесь международный порт Битунг является одним из крупнейших в Восточной Индонезии. Ожидается, что эта ОЭЗ станет главным экспортно-логистическим хабом в Восточной Индонезии.

Наряду с ОЭЗ в Индонезии функционируют зоны свободной торговли (ЗСТ), индустриальные парки и площадки, где базируются промышленные и производственные компании. Самой крупной ЗСТ является остров Батам, расположенный к югу от Сингапура. Соседние острова Бинтан и Каримун также имеют статус ЗСТ. На острове Суматра расположен свободный порт Сабанг с ЗСТ. Инвесторы в ЗСТ освобождаются от уплаты импортной пошлины, налога на прибыль, НДС и налога с продаж в отношении ввозимых капитальных средств, оборудования и сырья. Сборы начисляются только на продукцию, предназначенную для внутреннего рынка. Зарубежным организациям разрешено владеть 100% акций компаний в ЗСТ.

Всем иностранным инвесторам, особенно в промышленном или нефинансовом секторе, за информацией следует обращаться в первую очередь в [Координационный совет по инвестициям Индонезии \(ВКРМ\)](#) — государственный орган регулирования инвестиций и инвестиционных программ.

Особенности ведения бизнеса

8





Бизнес-культура Индонезии основана на принципе коллективизма. Индонезийцы предпочитают работать на командные цели, а не фокусироваться на индивидуальных задачах. Состояние и статус человека зависят от его семьи и социальной группы, к которой он принадлежит. Для индонезийца крайне важно в любой ситуации «сохранить лицо». Поэтому одобрение или замечание нужно адресовать не отдельному человеку, а всему коллективу.

Структура общества в Индонезии строго иерархична и основана на принципах старшинства. Окончательные решения всегда принимают руководители. Сотрудники редко проявляют инициативу, поскольку она может расцениваться как критика руководства компании. Индонезийский подход к бизнесу во многом определяется личными контактами. Карьерный рост в большой степени зависит от семейных связей.

Планирование встречи

Для проведения первой встречи рекомендуется привлечь местного посредника: сотрудника компании или представителя банка. К выбору представителя следует подойти серьезно, поскольку встречу предпочтительно проводить с руководством компании. Очное общение более эффективно в связи с тем, что индонезийцы не всегда отвечают на письма, звонки и сообщения. Встречи могут начинаться и заканчиваться в позднее время.

Этикет приветствия

При приветствии вместе с рукопожатием следует произнести: «селамаат» (selamat). Многие индонезийцы, в частности мусульмане, приветствуют друг друга поклоном, держа руку на сердце. Если вас знакомят с несколькими людьми, первым следует приветствовать самого старшего по возрасту или положению. Вначале называют имя, затем — титул и звание, указывающее на социальный статус.

Стиль одежды

В Индонезии принят официально-деловой стиль одежды западного типа: костюм с галстуком для мужчин и костюм или юбка с блузкой для женщин. При выборе одежды следует учитывать, что в стране жаркий и влажный климат.

Подарки

Подарки способствуют укреплению деловых отношений. Их преподносят в упаковке, но открывают не сразу. Однако не стоит вручать подарки при первой встрече и дарить дорогие вещи, так как их могут расценить как взятку. Не следует дарить алкогольные напитки.

Визитные карточки

Визитными карточками обмениваются в начале встречи. Их принимают правой рукой или двумя руками, содержание внимательно изучают и помещают в визитницу. Рекомендуется подготовить качественные визитки с полной информацией, включая звание, должность, ученую степень.

Деловое общение

Встречи принято начинать со светской беседы, которую не следует недооценивать, так как она важна для налаживания доверительных отношений. Индонезийцы редко отвечают «нет», предпочитают устные договоренности и неохотно соглашаются на компромиссы. Часто то, что человек говорит, не совпадает с тем, что он думает на самом деле, поэтому важно обращать внимание на невербальные знаки, уметь читать между строк.

Беседа ведется неторопливо, вопросы принято тщательно обдумывать. Предложение «быстрого контракта» может быть воспринято с недоверием. В общении нужно быть сдержанным и спокойным, соблюдать правила иерархии. Решения на уровне руководства принимаются после всех обсуждений, и только тогда рассматривается возможность подписания документов.

Во время деловых приемов не следует говорить о бизнесе, их целесообразно использовать для укрепления личных отношений с деловыми партнерами. К еде не следует приступать без приглашения. На приеме первыми обслуживают мужчин, затем женщин. Большинство индонезийцев являются мусульманами, поэтому не употребляют алкоголь и свинину. Во время еды нужно пользоваться только правой рукой, поскольку левая считается «нечистой».

При планировании деловых визитов в Индонезию рекомендуется учитывать праздничные нерабочие дни.

Табл. 19. Государственные праздники Индонезии в 2024 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Вознесение пророка Мухаммеда (Isra Miraj)	8 февраля
Китайский Новый год (Imlek)	10 февраля
День тишины (Nueri, балийский Новый год)	11 марта
Страстная пятница	29 марта
Праздник разговения (Hari Raya Idul Fitri)	10-11 апреля
День труда	1 мая
Вознесение Иисуса Христа	9 мая
День Будды (Waisak)	23 мая
День Панчасила (Pancasila)	1 июня
День жертвоприношения (Idul Adha)	17 июня
День Ашура (Muharram)	7 июля
День независимости	17 августа
День рождения пророка Мухаммеда (Maulid Nabi)	15 сентября
Рождество	25 декабря

Преимущества и риски осуществления поставок





Содержание

9.1.

Преимущества

9.2.

Риски

9.1. Преимущества

Рост потребительского спроса в Индонезии

Индонезия — это четвертая наиболее населенная страна планеты с растущим средним классом. Рост потребительского спроса на все виды крахмала стимулируется развитием пищевой, целлюлозно-бумажной, гофрокартонной, фармацевтической, текстильной и других отраслей легкой промышленности. Однако большая часть потребляемого в Индонезии крахмала (около 70%) приходится на пищевую промышленность, главным фактором развития которой в последние годы является вестернизация пищевых привычек населения.

Конкурентоспособность российского крахмала

По своей стоимости российский крахмал является одним из самых конкурентоспособных на мировом рынке благодаря высокой урожайности зерновых культур в России, относительно низким затратам на производство (как с точки зрения энергии, так и с точки зрения рабочей силы) и отсутствием экспортных пошлин.

Благоприятная конъюнктура для экспорта российского кукурузного крахмала

Несмотря на то, что до 90% потребления крахмала в Индонезии приходится на маниоковый крахмал, в последние годы активно увеличивалось потребление кукурузного крахмала. В структуре импорта крахмалов этот сегмент был наиболее быстрорастущим (увеличение в 3,4 раза в натуральном выражении (на 144,2 тыс. тонн) и в 3,5 раза в стоимостном (на 76,7 млн долл. США) по сравнению с показателями 2013 г.). В свою очередь, в структуре российского производства крупнейшим сегментом (41%) также является кукурузный крахмал, что обуславливает возможность гармоничного сочетания этих двух рынков. Кроме того, с 2022 г. в этом рыночном сегменте наблюдается ослабление конкурентной среды в связи с вводом китайских ограничений на экспорт кукурузного крахмала и сокращением поставок из ряда прочих стран.

Наличие опыта поставок на индонезийский рынок

Индонезия является одним из наиболее перспективных направлений для российского агроэкспорта. К примеру, у российских производителей есть достаточно солидный опыт поставок пшеницы и налаженные контакты на индонезийском рынке. Эти производители могли бы образовать консорциум с партнерскими предприятиями по переработке зерна и предложить расширенную линейку продукции (крахмалы, мука, клейковина и др.) для индонезийского партнера, создав таким образом устойчивую и оптимизированную цепочку поставок.

9.2. Риски

Высокая самообеспеченность местным крахмалом в сочетании с ростом местного производства

Индонезия является одним из крупнейших производителей крахмала в Юго-Восточной Азии. Местные производители могут обеспечить около 90% потребностей внутреннего рынка качественной продукцией и продолжают инвестировать в наращивание производственных мощностей. Кроме того, основная часть потребляемого в Индонезии крахмала приходится на маниоковый крахмал, который не производится в России в промышленных масштабах.

Высокая конкуренция

Тремя крупнейшими поставщиками крахмала на индонезийский рынок являются азиатские страны (Таиланд, Китай, Индия), имеющие логистическое и географическое преимущество перед остальными конкурентами. Вдобавок, Таиланд и Китай пользуются преференциальным доступом на индонезийский рынок. У России пока нет соглашения о свободной торговле с Индонезией, однако по состоянию на декабрь 2023 г. ЕАЭС провел третий раунд переговоров по нему.

Низкий объем производства картофельного крахмала в России

Еще одним быстрорастущим сегментом в индонезийском импорте крахмалов за последнее десятилетие стал картофельный крахмал (рост импорта в стоимостном выражении составил 56,3% по отношению к показателю 2013 г.). Однако об экспорте российского картофельного крахмала говорить пока не приходится: производства данного продукта в России не хватает для обеспечения потребностей внутреннего рынка, в связи с чем Россия остается нетто-импортером картофельного крахмала.

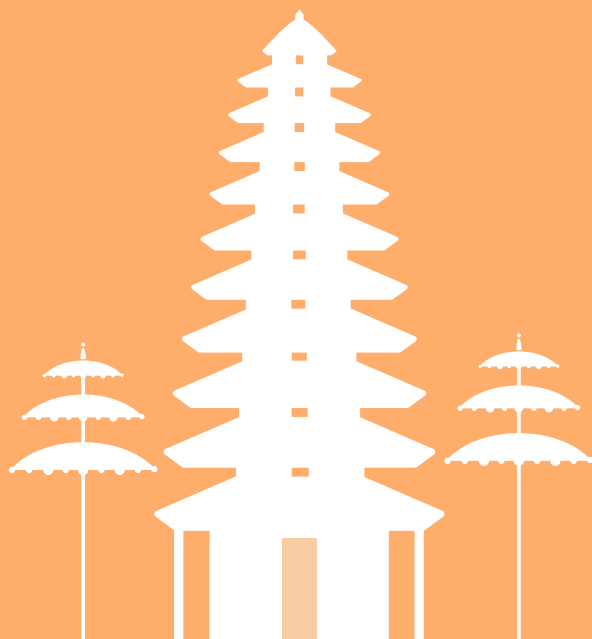
Отсутствие в России агентств, аккредитованных выдавать индонезийскую сертификацию «Халяль»

Потребительские товары, поступающие в Индонезию, в том числе [крахмал](#), либо должны быть сертифицированы в соответствии со стандартом «Халяль» по индонезийским нормативам, либо в противном случае должны иметь маркировку «Non Halal», что может ограничить их продажи. Государственным органом Индонезии, уполномоченным на выдачу сертификатов халяль является Агентство по сертификации продукции халяль (BPJPH). На территории России нет аккредитованных им органов, поэтому российскому производителю придется напрямую подавать заявку в Агентство для получения соответствующей сертификации.

Карта действий экспортера



10



Этап I — Подготовка к экспорту

- 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности.
- 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании (в том числе, насколько цена вашей продукции конкурентна по сравнению с мировыми ценами).
- 3) Составьте список приоритетных целевых рынков.
- 4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка.
- 5) Изучите ваш целевой рынок.
- 6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции.
- 7) Определите стратегию выхода на рынок.
- 8) Определите и выберите местных партнеров на целевом рынке.
- 9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок.
- 10) Подготовьте план экспорта продукции и выделите средства на его реализацию.

Этап II — Действия на территории Российской Федерации, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Индонезию (см. разделы 3. «Стандарты на продукцию» и 4. «Барьеры входа на рынок»)

- 1) Подготовка документов, необходимых для экспортного таможенного оформления продукции из России (см. раздел 4.1. «Особенности таможенных процедур»).
- 2) Оформление прочих документов на соответствие требованиям стандартов Индонезии.

Важно! В зависимости от требований конкретного клиента, на крахмал могут потребоваться дополнительные документы, такие как сертификат здоровья (Health Certificate); сертификат «Халяль» (Halal certificate) по системе MUI; спецификация, содержащая требования о сертификате анализа и др. Перечень документов необходимо уточнять у импортера в Индонезии.

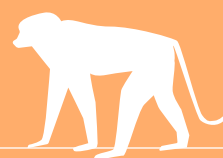
По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории России.

Контактная информация

11

A wooden bowl filled with white, chunky salt crystals, set against a background of a blue and white striped beach towel. The salt is piled high in the bowl and spills out onto the towel. The lighting is bright, highlighting the texture of the salt and the wood of the bowl.

Содержание



11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
Pakerin	Производитель / импортер	Адрес: Jl. Kertopaten No. 3 Surabaya 60145 Тел.: +62 31 3716 173 E-mail: mktexpaper.dept@pakerin.co.id; mktchem.dept@pakerin.co.id Сайт: www.pakerin.co.id
Lautan Luas	Производитель / импортер / дистрибьютор	Адрес: Graha Indamas, Jl. AIP II K. S. Tubun Raya No. 77 Jakarta 11310 Тел.: +62 21 8066 0777 / +62 21 8066 0020 E-mail: info@lautan-luas.com Сайт: www.lautan-luas.com
Indo Asia Tirta Manunggal	Импортер / дистрибьютор	Адрес: 19-09 Pakuwon Tower — TP6, Jl. Embong Malang No. 21 — 31 Surabaya 60261 Тел.: +62 31 5483 888 / +62 31 5482 888 E-mail: iatm@indoasiagroup.com Сайт: www.indoasiagroup.com
Lohdjinawi Widjaya	Производитель / импортер	Адрес: Jl. Puspogiwang 1 No. 46 Semarang 50149 Тел.: +62 24 7667 1890 E-mail: marketing@loyapaper.com Сайт: http://loyapaper.com
DPO Indonesia	Импортер / дистрибьютор	Адрес: Jl. MH. Thamrin, Komplek Duta Indah Iconic Unit C41 — C42 Tangerang 15143 Тел.: +62 21 2967 1631 / +62 21 2967 1637 E-mail: info@dpointernational.com Сайт: https://dpointernational.com
PT. Lamtana Multijaya	Импортер / дистрибьютор	Адрес: Jl. Ir. H. Juanda No.74, RT.03/RW.01, Gudang, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16136 Тел.: +62 25 1834 6071 / +62 25 1834 6078 E-mail: Info@lamtanamultijaya.com, admin@lamtanamultijaya.com Сайт: https://lamtanamultijaya.com/contact
PT. Sari Gandum Sukses Abadi	Импортер / дистрибьютор	Адрес: PT. Sari Gandum Sukses Abadi Jl. Kedungsari 66F Surabaya Тел.: +62 03 1548 2018 Сайт: https://sarigandum.com
PT. Markaindo Selaras	Импортер / дистрибьютор	Адрес: Kawasan Industri Sentul (KIS) Jln. Lintang Raya Kav. F9 Sentul Bogor 16810 Тел.: +62 21 8792 0515 E-mail: marketing@marksel.co.id Сайт: https://marksel.co.id/en

Контактная информация

Компания	Профиль	Контактная информация
Prima Erindo Sejahtera	Импортер / поставщик пищевых ингредиентов	Адрес: Ruko Allogio Barat No. 8, Medang, Kec. Pagedangan, Tangerang, Banten 15810 Тел.: +62 21 2222 4575 E-mail: primaerindo@gmail.com Сайт: www.primaerindo.co.id
Citra Nata Pramana	Импортер / поставщик пищевых ингредиентов	Адрес: Rukan Artha Gading Niaga Blok B/37, Jalan Boulevard Artha Gading, Kelapa Gading, Barat Jakarta Utara 14240 Тел.: +62 21 4585 4238 E-mail: np@citranatapramana.com Сайт: www.citranatapramana.com
DKSH Indonesia	Импортер / дистрибьютор / поставщик ингредиентов	Адрес: AIA Center 39th floor, Jalan Jendral Sudirman Kav. 48A, 12930 Jakarta Selatan Тел.: +62 21 2988 8557 Сайт: www.dksh.com/id-en/home
PT Bisindo Kencana	Импортер / дистрибьютор / поставщик ингредиентов	Адрес: Puri Indah Financial Tower, 9th Floor, Unit 09, Jalan Puri Lingkar Dalam Blok T8, Jakarta Barat 11610 Тел.: +62 21 530 7287 E-mail: indonesia@bisley.biz Сайт: https://clck.ru/axBiD
Omya United Chemicals	Импортер / дистрибьютор / поставщик ингредиентов	Адрес: Graha Lestari Building 9th Floor No. 48, Jakarta 10160 Тел.: +62 21 3890 1919; +62 21 3890 1920 E-mail: ucia.jkt@omya.com Сайт: www.omya.com/uce
PT Tjiwi Kimia Paper Factory	Производитель бумажной продукции	Адрес: Jalan Raya Surabaya - Mojokerto km 44, Desa Kramat Temenggung, Kecamatan Tarik, Sidoarjo, East Java Тел.: +62 32 1388 440 / +62 88 1500 6172 +62 81 2302 3993 E-mail: candra_rudyanto@app.co.id Сайт: https://tjiwikimia.co.id

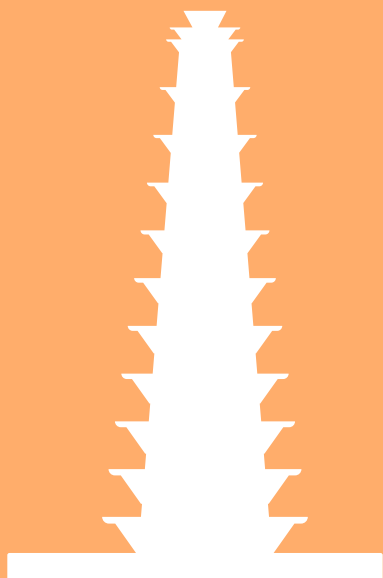
11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
<p>Министерство иностранных дел Республики Индонезия (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia)</p>	<p>Адрес: Jl. Pejambon No.6, Jakarta Pusat 10110 Тел.: +62 21 3441508 E-mail: kontak-kami@kemlu.go.id Сайт: https://kemlu.go.id/portal/id</p>
<p>Министерство сельского хозяйства Республики Индонезия (Kementerian Pertanian Republik Indonesia)</p>	<p>Адрес: Jl. Harsono RM. No. 3, Ragunan Jakarta 12550 Тел.: +62 21 7806131 Сайт: www.pertanian.go.id</p>
<p>Министерство торговли Республики Индонезия (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia)</p>	<p>Адрес: Jl. M.I. Ridwan Rais No.5, Jakarta Pusat 10110 Тел.: +62 21 3858171 E-mail: contact.us@kemendag.go.id Сайт: www.kemendag.go.id/id</p>
<p>Генеральный директорат по правам интеллектуальной собственности при Министерстве юстиции и прав человека (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual)</p>	<p>Адрес: Kementerian Hukum & Hak Asasi Manusia Jl. HR. Rasuna Said Kav. 8-9, Jakarta Selatan, Jakarta E-mail: halodjki@dgip.go.id Сайт: www.dgip.go.id</p>
<p>Национальное агентство по контролю за лекарствами и пищевыми продуктами (Badan Pom)</p>	<p>Адрес: Jalan Percetakan Negara Nomor 23 Jakarta - 10560 Тел.: +62 21 4244 691 / +62 21 4288 3309 / +62 21 4288 3462 E-mail: halobpom@pom.go.id pengaduanyanblik@pom.go.id Сайт: www.pom.go.id</p>
<p>Агентство по сертификации продукции «Халяль» (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)</p>	<p>Адрес: Jl. Raya Pd. Gede No.13, RW.1, Pinang Ranti, Kec Makasar, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13560 Тел.: +62 811 1068 3146 E-mail: layanan@kemenag.go.id Сайт: https://bpjph.halal.go.id</p>
<p>Генеральный директорат по таможенным сборам и акцизам при Министерстве финансов (Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai)</p>	<p>Адрес: Jl. Jenderal A Yani (By Pass) Rawamangun, Jakarta Timur 13230 Тел.: +62 21 1500 225 Сайт: www.beacukai.go.id</p>
<p>Координационный совет по инвестициям при Министерстве инвестиций (Badan Koordinasi Penanaman Modal)</p>	<p>Адрес: Jl. Jend. Gatot Subroto No. 44, Jakarta 12190 Тел.: +62 21 5252 008 E-mail: info@bkpm.go.id Сайт: www.bkpm.go.id</p>
<p>Информационный портал Правительства Индонезии «Indonesia.go.id» (Portal Informasi Indonesia)</p>	<p>Сайт: https://indonesia.go.id</p>

Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК



12



Программа льготного кредитования

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

Краткосрочные кредиты (до 1 года) направлены на пополнение оборотных средств и ведение текущей деятельности компании.

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для привлечения капитальных затрат для строительства, реконструкции, модернизации производственных мощностей и инфраструктуры.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 г. №512](#)

Программа создания и модернизации объектов АПК

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

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2020 г. №137](#)

Программа льготного лизинга

Льготный лизинг оборудования направлен на приобретение оборудования, необходимого для омологации продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков. Поддержка предоставляется в виде единовременной скидки при уплате авансового платежа в размере 25% или 45% от стоимости предмета лизинга.

Компетентные органы: Минсельхоз России

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 07.08.2021 г. №1313](#)

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация части затрат на транспортировку продукции АПК в размере 25% затрат на доставку продукции железнодорожным, автомобильным, водным и смешанными видами транспорта. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в перечень, утвержденный Правительством.

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 г. №1104](#)

Компенсация затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

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

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 25.12.2019 г. №1816](#)

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

Размещение на бесплатной основе в дегустационно-демонстрационных павильонах АО «РЭЦ» российской продукции АПК в зарубежных странах в целях создания эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

Компетентные органы: АО «РЭЦ», Минсельхоз России

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 г. №255](#)

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

Возмещение российским экспортерам затрат на аренду выставочной площади и регистрационного сбора, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Субъектам малого и среднего предпринимательства возмещается до 700 тыс. рублей в год за участие не более чем в 3 выставках, крупному бизнесу возмещается до 2 млн рублей в год за участие не более чем в 3 выставках.

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 г. №2316](#)

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

Софинансирование затрат по застройке и сопровождению выставочных стендов российских компаний в рамках национальной коллективной экспозиции, а также по организации доставки выставочных образцов экспортеров, в том числе затраты на их таможенное оформление и страхование. Для субъектов малого и среднего предпринимательства размер софинансирования составляет до 80%, для крупного бизнеса — до 50%.

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 г. №342](#)

Приложение №1.

Нормативно-правовая база

Наиболее важными нормативно-правовыми актами, которые экспортерам необходимо учитывать при работе в Индонезии, являются следующие:

- [Гражданский кодекс Индонезии 1847 г.](#) (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata), версия на англ. языке;
- [Закон № 5 от 1960 г. «О базовых положениях, касающихся основ сельскохозяйственной деятельности»](#) (Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1960 tentang Peraturan Dasar Pokok-Pokok Agraria), версия на англ. языке;
- [Закон № 8 от 1999 г. «О защите прав потребителей»](#) (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen), версия на англ. языке;
- [Закон № 40 от 2007 г. «О компаниях с ограниченной ответственностью»](#) (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas), версия на англ. языке;
- [Закон № 18 от 2012 г. «О пищевых продуктах»](#) (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan), версия на англ. языке;
- [Закон № 7 от 2014 г. «О торговле»](#) (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan);
- [Закон № 20 от 2016 г. «О товарных знаках и наименованиях мест происхождения товаров»](#) (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis);
- [Постановление Президента № 36 от 2010 г. «Перечень закрытых для инвестиций отраслей коммерческой деятельности и отраслей коммерческой деятельности, открытых для инвестиций при определенных условиях \(Негативный список инвестиций\)»](#) (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2010 Tentang Daftar Bidang Usaha Yang Tertutup Dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Di Bidang Penanaman Modal);
- [Постановление Банка Индонезии № 17 от 2015 г. «Об обязательном использовании индонезийской рупии на территории Республики Индонезия»](#) (Peraturan Bank Indonesia Nomor 17/3/PBI/2015 tanggal 31 Maret 2015 tentang Kewajiban Penggunaan Rupiah di Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia);
- [Постановление Правительства No 22 от 2018 г. «О регистрации международных товарных знаков»](#) (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2018 Tentang Pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Terkait Dencan Persetujuan Madrid Mengenai Pendaftaran Merek Secara Internasional);

- Постановление Правительства No 24 от 2018 г. «Об электронной интегрированной службе лицензирования бизнеса» (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik), версия на англ. языке;
- Постановление Правительства № 71 от 2019 г. «О внедрении электронных систем и сделок» (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik);
- Постановление Правительства № 78 от 2019 г. «О льготах по уплате подоходного налога на капитальные вложения в определенных сферах бизнеса и/или регионах» (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 78 Tahun 2019 Tentang Fasilitas Pajak Penghasilan Untuk Penanaman Modal Di Bidang-Bidang Usaha Tertentu Dan/Ataudi Daerah-Daerah Tertentu).

Полезная информация на [сайте Агроэкспорта](#)

[Библиотека экспортера](#) — уникальный раздел, который содержит экспортные гиды, краткие версии концепций продвижения, аналитические обзоры ВЭД, а также обзоры ВТО по правовым аспектам внешней торговли, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



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



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



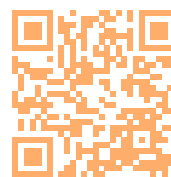
[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



[Сертификация](#) — раздел содержит информацию о всех видах сертификации, которая может понадобиться для поставок на экспорт: НАССР, Халяль, Кошер и Органика.



[Новости](#) — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.

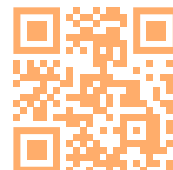


Мы в социальных сетях:

Вконтакте: vk.com/aemcx



Яндекс Дзен: zen.yandex.ru/aemcx



Telegram: t.me/mcxae



Rutube: rutube.ru/channel/24261638



Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

Телефон: [+7 495 280-74-49](tel:+74952807449)

Почта: info@aemcx.ru

